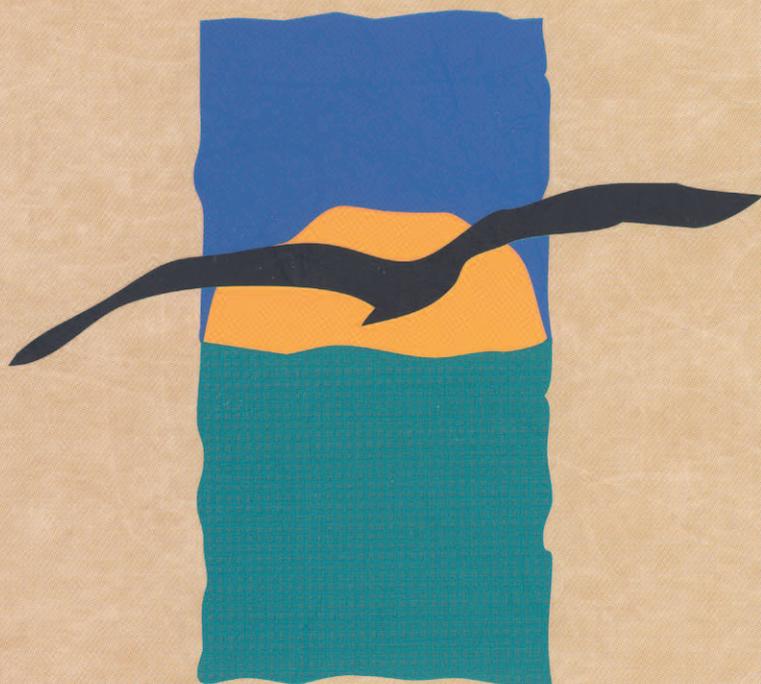


# L'ESPACE TOURISTIQUE

Sous la direction de  
NORMAND CAZELAIS, ROGER NADEAU  
ET GÉRARD BEAUDET



Presses de l'Université du Québec



# **L'ESPACE TOURISTIQUE**

DANS LA MÊME COLLECTION

---

**L'industrie touristique**

Stratégie concurrentielle des entreprises

*Vincent Sabourin*, 2000, 166 pages

**L'expérience touristique contemporaine**

Fondements sociaux et culturels *Marc*

*Laplante*, 1996, 182 pages

**La recherche touristique**

Introduction à la recherche quantitative par questionnaire *Jean Stafford*, 1996,

184 pages

**Microéconomie du tourisme**

*Jean Stafford*, 1995, 146 pages

PRESSES DE L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

2875, boul. Laurier, Sainte-Foy (Québec) G1V 2M3 Téléphone :

(418) 657-4399 • Télécopieur : (418) 657-2096 Courriel :

secretariat@puq.quebec.ca

Catalogue sur Internet : <http://www.quebec.ca/puq>

Distribution :

**CANADA et autres pays**

DISTRIBUTION DE LIVRES UNIVERS S.E.N.C.

845, rue Marie-Victorin, Saint-Nicolas (Québec)

G7A 3S8

Téléphone : (418) 831-7474/1-800-859-7474

Télécopieur: (418) 831-4021

**FRANCE**

LIBRAIRIE DU QUÉBEC À PARIS

30, rue Gay-Lussac, 75005 Paris, France

Téléphone : 33 1 43 54 49 02

Télécopieur : 33 1 43 54 39 15

**SUISSE**

GM DIFFUSION SA

Rue d'Etraz 2, CH-1027 Lonay, Suisse

Téléphone : 021 803 26 26

Télécopieur : 021 803 26 29



La Loi sur le droit d'auteur interdit la reproduction des oeuvres sans autorisation des titulaires de droits. Or, la photocopie non autorisée - le «photocopillage» - s'est généralisée, provoquant une baisse des ventes de livres et compromettant la rédaction et la production de nouveaux ouvrages par des professionnels. L'objet du logo apparaissant ci-contre est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit le développement massif du «photocopillage».

# L'ESPACE TOURISTIQUE

Sous la direction de  
**Normand Cazalais, Roger Nadeau  
et Gérard Beaudet**

2000



Presses de l'Université du Québec 2875,  
boul. Laurier, Sainte-Foy (Québec) G1V 2M3

*Données de catalogage avant publication (Canada)*

Vedette principale au titre L'espace touristique

(Tourisme)

Comprend des réf. bibliogr.

ISBN 2-7605-1027-1

1. Tourisme. 2. Tourisme - Québec (Province). 3. Loisirs, Zones de.  
4. Lieux de villégiature. 5. Tourisme - Aspect de l'environnement.  
6. Aménagement du territoire. I. Cazalais, Normand. II. Nadeau, Roger, 1943 - III.  
Beaudet, Gérard. IV. Collection : Collection Tourisme (Sainte-Foy, Québec).  
G155.A1E86 1999                    338.4'791                    C99-940345-1

Nous reconnaissons l'aide financière du gouvernement du Canada  
par l'entremise du Programme d'aide au développement de  
l'industrie de l'édition (PADIÉ) pour nos activités d'édition.



Nous remercions le Conseil des arts du Canada  
de l'aide accordée à notre programme de publication.

Révision linguistique : LE GRAPHE ENR.

Mise en pages : INFO 1000 MOTS

Couverture : CARON & GOSSELIN COMMUNICATION GRAPHIQUE

1 2 3 4 5 6 7 8 9 PUQ 2000 9 8 7 6 5 4 3 2 1

*Tous droits de reproduction, de traduction et d'adaptation réservés*

© 1999 Presses de l'Université du Québec

Dépôt légal - 2<sup>e</sup> trimestre 1999

Bibliothèque nationale du Québec / Bibliothèque nationale du Canada

Imprimé au Canada

# Préface

---

*Jean Décarie*  
*Géographe-aménagiste*

La lecture des six « points de vue » réunis ici m'a permis de mesurer rétrospectivement l'importance des efforts consentis, de même que la qualité des réalisations et des acquis accumulés depuis le début des années 1960 - près de quarante ans déjà ! - au moment où j'amorçais moi-même une carrière de géographe-urbaniste dans ce domaine prometteur du récréotourisme. Une carrière qui allait me permettre de faire du tourisme institutionnel à toutes les échelles d'intervention - du local à l'international - et à tous les niveaux de gouvernement, en passant par les sociétés d'État, les organismes parapublics, les universités et le secteur privé. Beau voyage ! Aussi m'est-il apparu opportun de refaire cet itinéraire, afin de mieux situer le présent ouvrage.

1960! Le début de la *Révolution tranquille*. C'est-à-dire la fin de la *grande noirceur*, locution de fin de régime qui obscurcit certaines des premières réalisations, au demeurant souvent progressistes, du gouvernement Duplessis dans le domaine du tourisme. Comme le souligne Lucie K. Morisset, après ses premiers balbutiements à la Voirie dans les années 1920 le tourisme devient enfin « une affaire d'État » quand Duplessis récupère l'image traditionnelle du Québec, forgée et véhiculée depuis le

XIX<sup>e</sup> siècle par et pour le tourisme élitaire anglo-américain, pour l'appliquer au développement du nationalisme identitaire québécois, à l'encontre des empiètements fédéraux perpétrés à la faveur de la crise puis de la guerre. La gestion du tourisme, confiée à la Voirie depuis les années 1920, passe alors aux Affaires municipales, puis à l'Industrie-Commerce.

Parmi les diverses manifestations de cette intervention de l'État, on citera, en architecture, la construction du Jardin zoologique de Charlesbourg, dans le mobilier, la fondation de l'École du meuble, de même qu'en art et en patrimoine la réalisation des premiers grands inventaires d'architecture et d'art anciens. On en reconnaît aussi les manifestations dans l'appui au projet de la station de ski de Mont-Tremblant de l'Américain Ryan et dans la création des parcs de la Gaspésie et du Mont-Orford, comme dans celle de la première municipalité dédiée à un centre de ski (Mont-Gabriel, en passant par O'Connell), ou encore dans l'appui au développement de ces attraits touristiques par excellence que furent à l'époque les pèlerinages de Sainte-Anne-de-Beaupré, de Cap-de-laMadeleine et de l'oratoire Saint-Joseph ou les fameuses croisières du Saguenay.

Mais il faudrait aussi ajouter des mesures plus structurelles comme, outre l'électrification rurale, l'ouverture des chemins l'hiver, le pavage des routes, la construction des premières et létales « grand-routes » bétonnées à trois travées de Montréal à la frontière américaine (en passant par Saint-Jean), aux Laurentides (en passant par Saint-Jérôme) et à Québec (en passant par Beloeil), et de Québec à Beaupré. Citons également la construction de la première route panoramique à voies partagées entre Saint-Jérôme et Sainte-Adèle dans les années 1940 et, dans les années 1950, celle des premières autoroutes, Métropolitaine à Montréal et des Laurentides jusqu'à Saint-Jérôme, sans oublier la construction de la route du « tour de la Gaspésie » avec son fameux pontage partiel sur la mer.

Ces réalisations ont coïncidé et se sont confondues avec l'émergence de la société moderne et des démocraties libérales nées du choc économique et technologique de la première guerre, mais dont le développement avait été différé par la crise et la Seconde Guerre mondiale. Démocratie économique à la fois symbolisée et concrétisée par la généralisation de l'automobile et de ses effets sur le territoire.

Au Québec, les mesures adoptées resteront toutefois en deçà de ce qui se préparait ailleurs. Le régime autocratique de Duplessis n'arrivera en effet pas à s'adapter au libéralisme démocratique que cette profonde

mutation sociale commandait, d'où l'impression que sa chute ouvrait la voie à une « révolution tranquille ». Celle-ci sera surtout marquée politiquement par l'avènement d'un État moderne, planificateur, calqué sur le modèle des social-démocraties européennes. Cet État québécois allait s'immiscer dans tous les domaines et promouvoir un néo-nationalisme alimenté par le boom démographique, économique et culturel de l'après-guerre.

Dans le domaine du tourisme, l'arrivée au pouvoir du Parti libéral a vu la création du premier ministère du Tourisme, auquel on confiera également la responsabilité de la chasse et de la pêche, peut-être pour commencer à tenir compte du tourisme interne, les loisirs restant encore l'apanage des paroisses et des municipalités. Ces années ont par ailleurs été celles de la création du Conseil d'orientation économique du Québec, ancêtre du défunt Office de planification et de développement du Québec (OPDQ), et du Bureau d'aménagement de l'Est du Québec (BAEQ), véritable laboratoire de la planification régionale au Québec. Mais on oublie souvent que le programme fédéral ARDA a également financé d'autres plans de développement régionaux qui, bien que plus modestes, se sont caractérisés par leur forte teneur touristique ; par exemple ceux de l'Outaouais et des Cantons-de-l'Est.

La création des premiers - et presque derniers ! - arrondissements naturels ou historiques, à Percé, Québec, Montréal, Trois-Rivières et ailleurs, aura constitué une autre innovation administrative. Mais ces interventions ont été en partie reléguées dans l'ombre par l'annonce de la tenue à Montréal d'Expo 67. Cette annonce aura précipité l'aménagement des premiers terrains de camping des parcs Paul-Sauvé et Côte-Sainte-Catherine aux portes de Montréal, et lancé la construction du métro qui desservira les nouveaux gratte-ciel chevauchant un Montréal souterrain voué à un bel avenir touristique.

Cette épopée montréalaise a également commandé l'achèvement du réseau autoroutier métropolitain (Décarie), la prolongation de l'autoroute des Laurentides jusqu'à Sainte-Adèle et la construction des autoroutes des Cantons de l'Est et Jean-Lesage. Multipliant les initiatives, le gouvernement libéral reprendra même, pour lancer les nouveaux centres de ski de Bromont (Désourdy construction) et surtout du Mont-Sainte-Anne, la généreuse formule municipale inaugurée par l'Union nationale.

Ces réalisations fort nombreuses n'ont pas empêché le retour au pouvoir inopiné de cette dernière, dont le chant du cygne rappellera, en

matière d'identité nationale et de tourisme, les chants du coq de Duplessis. La seconde nationalisation de l'électricité, réalisée par René Lévesque, alors ministre libéral, sera concrétisée et symbolisée par Daniel Johnson lors de l'inauguration du barrage hydroélectrique Manic V, d'emblée promu au rang d'attraction touristique majeure. Johnson aura également la chance d'inaugurer l'Expo 67 du maire Drapeau. Cette fête grandiose aura marqué, en matière de tourisme interne comme externe, l'ouverture définitive du Québec.

Cette ouverture au monde s'est par ailleurs accompagnée d'une révision des pratiques touristiques internes. C'est ainsi que le gouvernement de l'Union nationale en rémission a entrepris la fameuse et courageuse « Opération déclubage » et esquissé une formulation véritablement moderne d'une politique des parcs. La première initiative a profondément changé la perception du paysage québécois, en libérant le territoire et en permettant la mise sur pied des zones d'exploitation contrôlée (ZEC) et des zones d'aménagement concerté (ZAC). Quant à l'ébauche de politique des parcs, elle a débouché sur une première génération de plans de développement régionaux, a favorisé l'adoption des premières mesures d'encadrement du phénomène de la motoneige, dont l'effet structurant sur le territoire rural et la démocratisation de l'hiver a été manifeste, et a constitué l'amorce d'une politique moderne du tourisme. Tout cela sans parler de la position du gouvernement dans le débat, pour lui ultime, sur l'emplacement et le rôle du futur aéroport international de Montréal. Celui-ci finira par atterrir à Mirabel au début des années 1970, créant, avec le blocage cette fois du projet de centrale à réserve pompée de la vallée et du parc de la Jacques-Cartier en territoire ressource, l'impact primal du nouvel âge de l'environnement.

La deuxième moitié des années 1970 et les années 1980 ont été caractérisées par le développement phénoménal du loisir sur lequel repose l'essentiel du tourisme interne, jusqu'alors négligé par les autorités, mais devenu une réalité incontournable, au point de voir le ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche renommé ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche. Les politiques connexes vont alors se multiplier culture (L'Allier), loisir (Charron), parcs québécois, parcs régionaux, parcs urbains, etc. Le loisir rejoint l'environnement et l'aménagement du territoire par le biais du plein air (ski de fond, cyclisme, etc.) qui connaît une faveur exceptionnelle, jusque dans les rues de Montréal, réappropriées et socialisées. Le sport connaît lui aussi un renouveau lié aux Olympiques de Montréal en 1976. Cette période a également été celle du

« retour à la terre », avec ses connotations à la fois patrimoniales et nationales (territoire et terroir), aussi bien que socioculturelles (communes, bases de plein air); c'est d'ailleurs sur cette lancée des années 1980 que le concept d'écomusée s'enracinera en Haute-Beauce.

La conjonction de l'urbain et du tourisme aura été intéressante parce que symbolique sinon témoin d'une réduction de l'opposition entre ville et campagne. Celle-ci était de plus en plus perçue comme géographie touristique, ne serait-ce que par sa simple position ex-urbaine et pour les qualités paysagères de ses ressources et activités primaires. Par le biais du tourisme, les géographes ont ainsi réinvesti le développement régional délaissé par les urbanistes comme par l'État. Mais, curieusement, les diverses lois protectrices des années 1970, dont le zonage agricole qui transforme la campagne en zone industrielle périurbaine, mais aussi la Loi sur l'aménagement et l'urbanisme et la Loi sur la protection de l'environnement, vont garantir l'authenticité du produit paysager pour consommation récréotouristique.

Plus récréative que touristique à la vérité, puisque cette rurbanisation a en fait transformé la villégiature en espace de résidence ex-urbaine, souvent principale sinon permanente, avec confrontation puis intégration des populations marginales, elles-mêmes rapidement gagnées à la civilisation des loisirs. En réalité, il y avait longtemps que les populations rurales s'adonnaient à ce type de « villégiature » dans des chalets d'été au bord de l'eau à quelques kilomètres de la ferme ou du village !

Les années 1980 ont également été celles de la mise en tourisme tous azimuts. L'adoption, par chacune des associations touristiques régionales, d'un plan de développement signifiait la transformation de l'ensemble du territoire québécois en espace et en ressource touristiques. Ces plans auront été le chant du cygne de l'intervention publique, l'État ayant déjà amorcé un retrait stratégique dont les connotations économiques ne présageaient rien de bon d'un point de vue de l'aménagement. La confirmation de ce virage viendra avec la transformation du ministère du Tourisme en simple agence de promotion.

Ce recentrement de l'État sur la dimension développement du phénomène touristique a coïncidé avec la montée de nouvelles formes d'espaces touristiques et la réaffirmation de certaines autres. Le tourisme urbain, par exemple, s'est posé depuis une quinzaine d'années comme un des créneaux les plus prospères du tourisme dit culturel. Cette réaffirmation d'une des formes les plus anciennes du tourisme a été

alimentée par l'explosion des festivals, qui ont remis au goût du jour la convivialité de la grande ville, et par la consolidation des grands équipements culturels, en l'occurrence les musées et autres institutions similaires. Le tourisme environnemental et le tourisme industriel ont également connu une croissance soutenue. Si le premier est difficilement parvenu à apprivoiser la ville, le second y a trouvé une part significative de sa matière première.

\* \* \*

Le présent ouvrage peut à juste titre être considéré comme le produit des quatre décennies dont on vient de proposer un survol. Traitant de l'espace touristique, il comble un vide qui apparaît particulièrement préoccupant au vu des choix stratégiques opérés ces dernières années par l'État et ses mandataires. Serait-ce sous ce seul angle, il faudrait se réjouir de sa publication. Mais l'ouvrage ne constitue pas un héritage univoque de cette période. C'est là une autre de ses qualités.

Les deux premiers chapitres, rédigés par Normand Cazalais et Roger Nadeau, définissent ce qu'il est généralement convenu d'appeler une géographie volontaire. Ils reflètent l'état des connaissances et des préoccupations dans le domaine de l'aménagement touristique, en assumant les divers enseignements des réalisations qui se sont multipliées depuis les années 1960, particulièrement en matière d'environnement.

L'un et l'autre se révèlent en ce sens les doctes membres d'une confrérie qui a beaucoup contribué au façonnement de l'espace touristique québécois contemporain. Remontons à nouveau au début des années 1960. Les géographes du tourisme entrent alors en scène. Ils ont bien sûr été précédés par Roger Brière, le premier à avoir « fait » la géographie touristique du Québec, en commençant par la Gaspésie à la fin des années 1950. Mais en tant qu'intervenants, les premiers géographes se manifesteront au BAEQ et à la Société technique d'aménagement régional, la STAR des projets ARDA du début des années 1960, francisée en SOTAR lors de la reprise, en 1965 par quelques jeunes géographes - Claude Lamothe et moi-même jusqu'en 1970, puis Richard Bienvenu, Normand Cazalais et même Gérard Beudet, géographe *honoris causa* - de ce qui reste encore aujourd'hui le plus ancien groupe-conseil en aménagement urbain et régional au Québec.

Le seul groupe-conseil aussi qui se soit spécialisé dans le domaine récréotouristique avec, à son crédit, plusieurs plans directeurs régionaux,

de nombreux plans de parcs ou de centres touristiques, dont celui du Massif de Petite-Rivière-Saint-François, sans oublier le projet de politique du tourisme de 1967 élaboré pour le ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche avec le concours du documentaliste maison, Pierre O. Courtemanche, un fou du tourisme, reconnu pour ses contacts internationaux et sa bibliothèque personnelle, une des plus importantes en Amérique. Il la cédera à l'UQAM, où il a également fondé le Centre d'études du tourisme.

Les deux derniers chapitres proposent pour leur part une relecture critique des émergences touristiques anciennes aussi bien que contemporaines. L'essai de géographie historique de Gérard Beudet et de Serge Gagnon, inspiré des méthodes de géographie structurale de Gilles Ritchot appliquées au Québec, de même que ceux de Martine Geronimi sur la fabrication de *Quebec City* au XIX<sup>e</sup> siècle et de Lucie K. Morisset sur la récupération par Duplessis et le développement inversé de ce cliché touristique en image identitaire, enfin même l'appel de Jacques Lecours quant à l'importance de notre histoire industrielle - d'ailleurs concomitante avec l'apparition du tourisme - et du patrimoine idoine, tous proposent un retour à l'histoire actualisée et assumée comme élément central de la géographie touristique, d'une économie politique du tourisme, d'une représentation identitaire moderne, seule ressource touristique véritable et valable. Comme quoi il n'est de tourisme que culturel.

Tous ces auteurs me donnent ainsi et enfin l'occasion de saluer quelques-uns des professeurs-chercheurs de l'UQAM, dont Marc Laplante, disciple de Dumazedier et de sa « civilisation » des loisirs et l'un des premiers sociologues québécois du loisir. Le Groupe de recherche loisirculture qu'il a créé en 1969 aura contribué, avec le programme de récréologie de l'UQTR mis sur pied plus tard, à baliser la mutation de la société québécoise en ce domaine et à faire des années 1970 la décennie du loisir avec la multiplication des Conseils régionaux des loisirs dont, en particulier, Loisir-Ville à Montréal, où ont œuvré Jean Pelletier et Pierre Bélec.

Curieusement, le développement du loisir favorisera un examen de la condition de *l' homo turisticus* québécois qui va libérer le tourisme et relancer une réflexion sur le phénomène comme tel. Le rôle de l'UQAM va ici aussi être déterminant. Le tourisme y a en effet rejoint significativement l'urbanisme dans la famille des sciences de la gestion pour former le Département d'études urbaines et touristiques où Marc Laplante - de retour à l'UQAM et gagné au tourisme - et quelques autres, dont Louis

Jolin, Jean Stafford et Marcel Samson, ont élaboré un programme complet et fondé, en 1982, la revue *Téoros*. Cet outil de réflexion, de formation et de diffusion aura rapidement réussi à rejoindre et mobiliser l'ensemble des milieux du tourisme, dont plusieurs géographes comme Roger Nadeau, de l'Université de Sherbrooke ou, plus récemment, Serge Gagnon, de l'Université Laval.

Doit-on, dans ces circonstances favorables, s'étonner que le présent ouvrage soit le produit du croisement des fascicules *Téoros* et d'un colloque sur l'espace touristique organisé, en 1998, dans le cadre de l'ACFAS par des membres du comité de rédaction de la revue ?

Montréal, le 3 mars 1999

# *Table des matières*

---

Présentation

<b>L'espace touristique</b>	
<b>Points de vue du Québec</b> .....	1

<b>Chapitre 1 L'espace touristique</b>	
<b>québécois contemporain</b> .....	5

1. Les caractéristiques de l'espace touristique .....	8
1.1. Un espace mental .....	8
1.2. Un espace de désir .....	9
1.3. Un espace de services, « duplicateur » de fonctions .....	12
2. La géographie de l'espace touristique .....	13
2.1. La notion d'échelle .....	13
2.2. Terminologie géographique .....	16
2.3. La définition d'une région touristique .....	18
3. Les attraits, facteurs déterminants de l'espace touristique .....	20
3.1. Attraits touristiques et plus-value .....	21
3.2. La reconnaissance d'un attrait touristique .....	23
3.3. Attrait touristique et transformation de l'espace .....	24
3.4. L'intention et la portée d'un attrait touristique .....	25

4. Les différents types d'espaces .....	28
4.1. La vocation dominante d'un espace touristique .....	28
4.2. La villégiature : résidences secondaires, hôtellerie de séjour et croisières .....	30
4.3. Les itinéraires touristiques .....	36
5. Espace touristique, résidents et visiteurs .....	39
5.1. Visiteurs et visités : un rapport différent avec l'espace touristique .....	41
5.2. Une appropriation souvent conflictuelle de l'espace .....	42
5.3. L'envers de l'achalandage .....	43
5.4. Une économie aux pieds d'argile .....	44
6. Enjeux environnementaux .....	48
6.1. L'authenticité des paysages .....	48
6.2. La compréhension des paysages .....	49
6.3. Tourisme et écologie .....	52
6.4. Des ressources naturelles fragilisées .....	54
6.5. L'écotourisme .....	57
7. Conclusion .....	60
<b>Chapitre 2 Tourisme et environnement</b> .....	<b>61</b>
1. Problématique .....	63
1.1. L'espace touristifié .....	64
1.2. Le tourisme réfléchi .....	69
1.3. L'écotourisme .....	73
2. La capacité de support .....	75
2.1. L'étude d'impact .....	81
2.2. Le zonage .....	82
2.3. Normes et ratios d'intensité .....	83
2.4. D'autres outils .....	92
3. L'aménagement touristique .....	94
3.1. Les concepts .....	94
3.2. Application : aménager un terrain de camping .....	100
3.3. Autres applications .....	115
3.4. Du souci du détail et du jugement .....	124
4. Conclusion .....	130

<b>Chapitre 3 Esquisse d'une géographie structurale du tourisme et de la villégiature l'exemple du Québec</b> .....	133
1. La géographie du tourisme .....	137
1.1. L' attractivité des sites .....	137
1.2. La mobilité et la compétence des acteurs .....	141
1.3. La catégorisation des aires du tourisme et de la villégiature .....	143
2. La géographie du tourisme au Québec .....	144
2.1. La diffusion du tourisme et de la villégiature .....	147
2.2. L'aménagement des aires du tourisme et de la villégiature .....	148
3. Le Québec dans le Nord-Est américain esquisse d'une géographie structurale du tourisme et de la villégiature .....	152
3.1. Les trois phases de développement du tourisme au Québec .....	152
3.2. Un modèle d'espace hétérogène .....	160
3.3. Les positions inchoatives des premières trajectoires du tourisme et de la villégiature .....	163
3.4. La formation d'un <i>tourism belt</i> : 1850-1930 .....	164
3.5. Le tourisme et la villégiature populaires : 1930-1980 .....	183
3.6. Retour à la case départ : 1980-1998 .....	189
4. Conclusion .....	193
4.1. L' attractivité des positions .....	193
4.2. La mobilité et la compétence des acteurs .....	194
4.3. La catégorisation des aires du tourisme et de la villégiature .....	194

Chapitre 4 <b>L'émergence des lieux du tourisme et de la villégiature</b> .....	197
<b>A. Permanence paysagère et consommation touristique le cas du Vieux-Québec</b> .....	197
1. Les guides romantiques : les années 1830 à 1860 .....	199
1.1. Le code pittoresque anglais et l'espace de la ville .....	200
1.2. Le voyageur-découvreur : l'ami américain .....	201
1.3. La ville historique où il fait bon vivre .....	201
2. Les guides de l'ère industrielle : les années 1870 à 1890 .....	202
2.1. Naissance d'un code concret d'utilisation de l'espace de la ville et de l'espace du guide .....	203
2.2. Les touristes distingués ceux des <i>steamers</i> et du <i>railway</i> .....	205
2.3. La ville différente, hors du temps et exotique .....	206
3. Les guides modernes : le tournant du siècle .....	207
3.1. Le code instrumental ; vers un espace éclaté .....	207
3.2. Les touristes internationaux ceux des paquebots et de l'automobile .....	209
3.3. La ville européenne idéalisée au passé indéfini .....	210
4. Conclusion .....	212
<b>B. Voyage au pays de l'identité De la définition d'un paysage touristique à la création de la spécificité culturelle canadienne-française</b> .....	213
1. Du <i>vacationscape</i> au <i>culturescape</i> .....	216
2. Tourisme et nationalisme au Québec .....	218
3. La mise en place du décor le « pays » des traditions perdues .....	219
4. Mise en tourisme ou mythification identitaire ? .....	220
5. La fabrication du <i>vacationscape</i> de la « French Canadian Province » .....	223
6. Le paradigme « traditionnel / historique » et le paradigme « français » .....	223

7. Codifier le « cachet national canadien-français » : du paysage touristique au discours nationaliste sur l'identité .....	225
8. Tourisme institutionnalisé et identité stéréotypée .....	228
9. Inventorier pour savoir reproduire, ou pour construire plus et mieux .....	229
10. Ferme de Jacques Cartier ou vallons charlevoisiens deux modèles, une idéologie .....	230
11. Le paysage touristique, organe agissant de la vie nationale .....	232
12. De la fabrication à l'exégèse: construire l'héritage .....	236
<b>C. L'insertion du patrimoine industriel dans l'infrastructure touristique problèmes d'attrait et d'authenticité .....</b>	<b>237</b>
1. L'industrie et le territoire .....	239
2. La « pratique » du patrimoine industriel .....	241
3. Le patrimoine industriel comme ressource touristique .....	242
4. L'interprétation, la mise en valeur et le « produit touristique » .....	244
5. Une perspective écologiste .....	247
<b>Conclusion .....</b>	<b>249</b>
<b>Bibliographie .....</b>	<b>251</b>
<b>Index .....</b>	<b>277</b>



## *Liste des tableaux*

Tableau 1	Qui voyage où dans le monde .....	66
Tableau 2	Espaces requis par utilisateur - Plage selon sources diverses .....	85
Tableau 3	Sommaire des exigences biophysiques pour le camping. Valeurs retenues .....	101
Tableau 4	Nombre de places de stationnement automobile par kilomètre de piste .....	120



## *Liste des figures*

Figure 2.1 Unité d'aménagement couloir riverain du lac Rond .....	86
Figure 2.2 Zonage relatif à l'affectation souhaitable du pourtour d'un lac .....	87
Figure 2.3 Zonage relatif aux ceintures de protection d'un lac .....	88
Figure 2.4 Plan d'aménagement possible d'un lot riverain .....	90
Figure 2.5 Modèle de développement touristique (d'après Miossec, 1976) .....	96
Figure 2.6 Étape pour la réalisation d'un terrain de camping La région .....	107
Figure 2.7 Étape pour la réalisation d'un terrain de camping Le site .....	108
Figure 2.8 Étape pour la réalisation d'un terrain de camping Les interventions humaines .....	109
Figure 2.9 Étape pour la réalisation d'un terrain de camping Le plan d'ensemble .....	110
Figure 2.10 Étape pour la réalisation d'un terrain de camping Le plan de mise en valeur .....	111
Figure 2.11 Divers designs appliqués au camping .....	112

Figure 2.12 Camping du lac Fraser .....	113
Figure 2.13 Camping du lac Stukeley .....	114
Figure 2.14 L'espace occupé par le cycliste .....	116
Figure 2.15 La largeur recommandée d'un sentier bidirectionnel .....	117
Figure 2.16 Structure d'une piste cyclable avec fossé .....	117
Figure 2.17 Un pont sur un sentier .....	118
Figure 2.18 Exemple d'aménagement d'une halte cycliste .....	119
Figure 2.19 Exemple d'un stationnement automobile connexe à une piste cyclable .....	120
Figure 2.20 Signalisation de prescription et d'information .....	121
Figure 2.21 Sentier de ski de fond - coupe et profil (sens unique) .....	123
Figure 2.22 Passerelle sur pilotis .....	125
Figure 2.23 Parcours de golf .....	129
Figure 3.1 Les grandes phases de développement du tourisme au Québec .....	153
Figure 3.2 L'émergence d'un tourisme de distinction (1792-1968) .....	154
Figure 3.3 L' espace touristique de l'acteur bourgeois (fin XIX <sup>e</sup> ) .....	155
Figure 3.4 L'émergence d'un tourisme de masse (1929-1980) .....	156
Figure 3.5 L'espace touristique de l'acteur étatique (fin XX <sup>e</sup> ) .....	157
Figure 3.6 L'émergence du tourisme durable (1973- ) .....	158
Figure 3.7 L' espace touristique de l'acteur mondial (en chantier) .....	159
Figure 3.8 Le <i>tourism belt</i> au XIX <sup>e</sup> siècle .....	166

Figure 3.9 La mise en place de la villégiature <i>fashionable</i> (début XIX <sup>e</sup> - 1850) .....	171
Figure 3.10 Le règne du tourisme de distinction (mi-XIX <sup>e</sup> - 1880) .....	177
Figure 3.11 Les domaines de chasse et de pêche (fin XIX <sup>e</sup> - 1920) .....	178
Figure 3.12 À l'assaut des terres publiques (début XX <sup>e</sup> - 1950) .....	185
Figure 3.13 Le tourisme de masse (mi-XX' - 1975) .....	188



## *Présentation*

---

# **L'espace touristique Points de vue du Québec**

*Normand Cazalais,  
Roger Nadeau et Gérard Beaudet*

La revue *Téoros*<sup>1</sup> entreprenait, en 1987, la publication d'une série de fascicules portant chacun sur une dimension du phénomène touristique. Ces fascicules répondaient à des objectifs didactiques et pratiques. Le marché visé était celui des intervenants en tourisme, des professionnels, aussi

1. *Téoros* est une revue de recherche et d'analyse en tourisme accréditée par l'Université du Québec à Montréal. Publiée depuis 1982, elle offre aux chercheurs, aux experts et aux professionnels, un outil de réflexion, d'exploration et de diffusion. La cinquantaine de numéros produits depuis la fondation de la revue ont traité aussi bien de problématiques particulières (le tourisme autochtone, industriel, d'affaires, social, religieux, etc., l'histoire du tourisme, la recherche en tourisme, le tourisme et l'environnement, etc.) que des régions touristiques du Québec (Charlevoix, Cantons-de-l'Est, Laurentides, Montréal, Québec, Gaspésie, etc.). *Téoros* compte également, depuis 1991, une collection *Colloques et congrès* qui est constituée d'actes de rencontres portant sur le tourisme et le loisir.

bien que celui des étudiants des niveaux collégial et universitaire. On désirait de la sorte accroître la diffusion des connaissances en tourisme, ce à quoi s'employaient déjà depuis 1982 le comité de rédaction et l'ensemble des collaborateurs de *Téoros*.

Le deuxième fascicule de cette série, publié en 1988, portait sur l'espace touristique québécois. Il en décrivait l'organisation générale, définissait les notions et les concepts qui permettent d'en saisir les particularités et présentait les principales sources documentaires, dont les cartographies les plus usuelles. S'agissant d'un premier ouvrage en ce domaine, les auteurs avaient insisté sur le caractère pratico-pratique de son contenu, sans négliger toutefois de présenter quelques notions et concepts de base.

Comme ce fut le cas des autres fascicules de *Téoros*, le document sur l'espace touristique fut rapidement épuisé. La demande pour ces ouvrages de référence fut telle qu'ils furent l'objet de reproductions photocopiées. Ce succès a incité les Presses de l'Université du Québec à proposer une collection sur le tourisme qui reprendrait plusieurs des titres de la série des fascicules.

*L'espace touristique* est le quatrième titre de la collection. Ses objectifs restent ceux des fascicules : offrir à l'ensemble des intervenants - enseignants, chercheurs, consultants, planificateurs, gestionnaires - un survol étendu d'une dimension spécifique du phénomène touristique, en l'occurrence le territoire. Sa facture est celle de points de vue sur l'espace touristique. Il s'agit d'un recueil de textes qui offrent un large éventail de réflexions.

La première partie du livre comprend deux textes constituant les chapitres 1 et 2. Il s'agit d'une version revue et augmentée des textes du fascicule original. Le premier chapitre porte sur l'espace touristique contemporain. Par des exemples puisés au Québec et ailleurs, Normand Cazalais propose d'abord un survol des caractéristiques de cet espace, puis s'attarde sur les attraits comme facteurs déterminants de son émergence et de sa constitution. Il aborde ensuite les différents types d'espaces touristiques et les notions de reproduction de fonctions et de plus-value qui sous-tendent les catégorisations. Il se penche enfin sur les relations qui s'établissent entre les résidents et les visiteurs dans les lieux touristiques qui sont également des milieux de vie. Il conclut son propos en examinant les grands enjeux environnementaux auxquels font actuel-

lement face les acteurs en tourisme. Cette analyse constitue en quelque sorte l'introduction au chapitre suivant.

Le deuxième chapitre est entièrement consacré à la dimension environnementale de l'aménagement touristique. Roger Nadeau y dépeint d'entrée de jeu l'ampleur du défi que doivent relever les concepteurs, les promoteurs, les aménageurs et les gestionnaires de territoires et d'équipements touristiques lorsqu'il est question de la contrainte environnementale. Il propose ensuite un survol de quelques instruments de prise en compte de la dimension environnementale, notamment du point de vue de l'identification, de l'évaluation et de l'atténuation des impacts des aménagements touristiques sur les milieux naturels et humains, de même que sur la ressource en tant que telle. Il complète son tour d'horizon de la problématique environnementale en s'attardant à quelques exemples d'application des concepts clés de l'aménagement touristique.

La deuxième partie du livre se subdivise également en deux chapitres. Leurs contenus sont à l'origine ceux de communications présentées dans un colloque sur l'espace du tourisme et de la villégiature tenu au printemps 1998 dans le cadre du 66<sup>e</sup> congrès de l'ACFAS (Association canadienne-française pour l'avancement des sciences). Leurs auteurs les ont adaptés aux objectifs du présent ouvrage.

Le chapitre 3 constitue un essai de géographie du tourisme au Québec. Gérard Beaudet et Serge Gagnon proposent d'abord un survol des principaux paradigmes de la géographie du tourisme, puis examinent les contributions québécoises en la matière. Une fois ce portrait tracé, ils rappellent les grandes phases du développement du tourisme au Québec, puis définissent leur cadre théorique d'analyse emprunté à la géographie structurale. L'essentiel de leur propos consiste par la suite en l'application de ce cadre théorique au Québec, afin d'expliciter la genèse de l'espace du tourisme depuis le début du XIX<sup>e</sup> siècle. Cette reconstitution morphogénétique montre que le Québec participe d'emblée d'une catégorisation spatiale d'échelle sous-continentale - le Nord-Est américain - qui contraint la distribution des aires touristiques et des aménagements.

Le quatrième et dernier chapitre comprend trois textes qui s'apparentent en quelque sorte à des radiographies de modalités d'émergence de lieux du tourisme et de la villégiature. Dans un premier temps, Martine Geronimi se penche sur le cas du Vieux-Québec. Elle examine les relations qui ont existé entre l'image diffusée par les guides touristiques de la période 1829-1932 et le façonnement du paysage d'un des hauts lieux

du tourisme urbain nord-américain. Lucie K. Morisset enchaîne en explorant les significations des territoires de la villégiature constitués depuis 1929. À dessein, elle confronte les motivations de la recherche identitaire et celles de la représentation destinée à l'autre, c'est-à-dire aux touristes canadiens-anglais et américains. Finalement, Jacques Lecours aborde une forme contemporaine d'émergence touristique, celle de la mise en valeur des lieux de l'industrie. Il insiste en particulier sur les problèmes d'authenticité dans un contexte où la mise en valeur touristique opère sur des espaces qui ne sont pas toujours représentatifs de ce que sont fondamentalement les territoires de l'industrie.

## Chapitre 1

# L'espace touristique québécois contemporain

*Normand Cazalais*

*Géographe et spécialiste en environnement  
à Hydro-Québec.*

*Expert en tourisme et chroniqueur touristique  
au quotidien Le Devoir*

*(avec la collaboration de Christine Eddie)*



Le voyage, l'une des plus précieuses acquisitions des sociétés démocratiques, implique forcément un état de choc : il demande un arrachement, plus ou moins conscient, plus ou moins accepté, à l'habitude et au quotidien, à la sécurité de l'espace connu et dûment identifié, au cocon protecteur. En allant voir ailleurs, les voyageurs sont confrontés, par voie de comparaison, à d'autres conceptions du monde et, par conséquent, à une remise en question, sinon à une mise en doute, de leurs propres conceptions et valeurs. Le voyage est ainsi une invitation au partage : partage des expériences, des étonnements, des façons de sentir et de faire. Partage aussi des espaces.

Ces lieux - les espaces touristiques - sont révélateurs de nous-mêmes lorsque nous les visitons ; mais ils sont également révélateurs de ceux qui les habitent comme de ceux qui les aménagent et les exploitent pour, justement, accueillir les touristes. Car, malgré les inévitables redondances d'un site touristique à l'autre, chacun est marqué par une géographie et des attraits qui lui sont particuliers et qui déterminent sa vocation.

Le plus grand handicap des endroits touristiques, entend-on souvent, c'est qu'ils sont remplis de touristes. Il est vrai que l'appropriation de l'espace par les touristes peut finir par heurter les résidents - visiteurs et visités n'ont ni les mêmes préoccupations immédiates, ni la même conscience de l'environnement des espaces devenus touristiques - et qu'elle engendre, plus souvent qu'autrement, la détérioration de l'espace initial un achalandage important à ses envers, parfois dévastateurs. Mais il est également vrai que cet achalandage est très recherché pour les revenus qu'il procure et que, de lui, dépend entièrement la fragile économie du tourisme. L'espace touristique entretient donc un rapport paradoxal avec ses visiteurs, tantôt honnis, tantôt recherchés.

Un autre rapport ambigu est celui liant les destinées du tourisme et de l'environnement. Car, si le tourisme peut beaucoup affecter l'environnement naturel et humain des lieux dévolus à son exercice, il a absolument besoin d'un cadre attrayant pour se développer et durer. Pendant qu'une partie de l'action des hommes continue, au nom du tourisme, de polluer le milieu, d'éroder les plages, de déboiser les forêts, d'enlaidir les paysages et de fragiliser les ressources naturelles, l'autre, au contraire, invente un tourisme respectueux, qui n'altère ni n'abîme l'environnement. Un tourisme civilisé.

## 1. LES CARACTÉRISTIQUES DE L'ESPACE TOURISTIQUE

Le tourisme vit de déplacements temporaires : il faut qu'il y ait transferts momentanés de personnes - devenues des voyageurs - vers un autre lieu que celui de la résidence à laquelle elles vont retourner au terme de leur périple. L'espace constitue donc, avec le temps, l'une des deux grandes dimensions du tourisme.

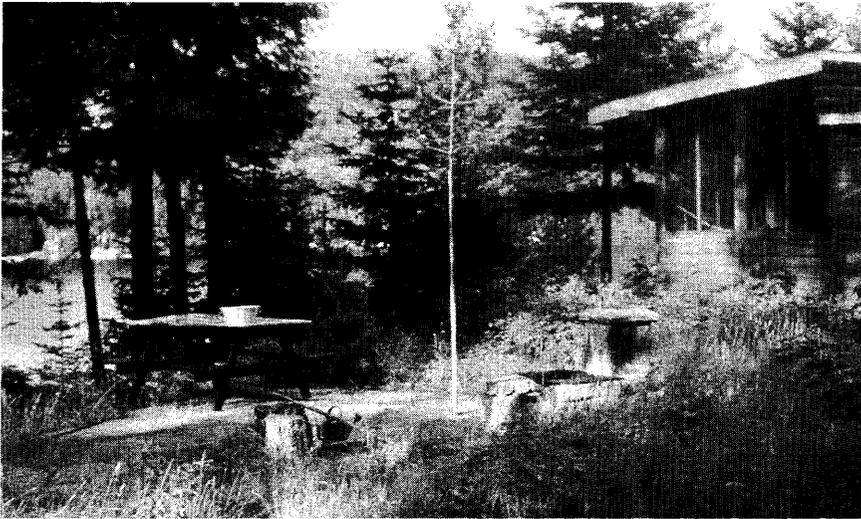
Si l'espace touristique se reconnaît par la présence de visiteurs dans son périmètre, il possède aussi une autre caractéristique fondamentale, celle de l'ailleurs. Pour des raisons d'organisations internes, de distance et d'exotisme, il est **autre**, c'est-à-dire différent de l'espace de vie régulier, ordinaire, quotidien, immédiat.

### 1.1. UN ESPACE MENTAL

L'espace touristique est d'abord un espace mental. Pour qu'il y ait déplacement et, donc, départ, il faut que l'ailleurs existe déjà dans l'esprit et dans l'imagination. Dans l'esprit, parce qu'il est un concept qui évoquera, selon les préférences de chacun, la différence, l'éloignement, le dépaysement, l'évasion, la détente, le confort, le farniente, l'aventure, etc. Autre part, un espace est susceptible d'y correspondre.

Dans l'imagination, car il revêtira alors les formes les plus diverses. Pour les uns, il sera une île solitaire dans un lac de la Mauricie ou, au contraire, un hôtel tout confort donnant sur une plage très populaire des Tropiques. Pour les autres, ce sera le travail aux champs dans une ferme de vacances, les souvenirs d'une humanité enfouis dans les ruines du Parthénon, l'atmosphère feutrée et les célébrités des casinos de la Riviera ou encore les meilleures tables de France ou d'Italie.

Presque toujours, l'ailleurs se dessine autour d'un paysage. Les vieux récits de voyages d'Homère, d'Hérodote, de Jacques Cartier et, plus près de nous, de Stendhal en Italie ou de Joseph Conrad en Orient rapportent tous, parmi leurs souvenirs, des paysages. Fussent-ils réels, amplifiés, embellis, ils ouvraient l'imaginaire de leurs lecteurs sur des ailleurs qui faisaient rêver. Tout comme les conteurs d'antan, trouvères, aèdes de la Grèce antique et autres chantres de la tradition orale ont évoqué, dans leurs narrations, des paysages inconnus pour leurs auditeurs. Tout comme, au fil des pages de ses *Villes invisibles*, Italo Calvino met en



Crédit photo : Normand Carzels

**Chalet en Mauricie** - Quelques murs en bois, malgré parfois l'inconfort du lieu, ont le charme de l'hébergement rustique au milieu d'une nature sauvage (ou espérée telle), parmi la force brute d'éléments qu'on voudrait inviolés. Loin en apparence de la foule et de la pollution, des problèmes et exigences de la monotonie des jours, la villégiature, surtout au bord de plans d'eau, a entraîné au Québec une vaste expansion de l'espace touristique qui n'est pas sans impliquer des concurrences sinon des conflits avec d'autres usages.

scène Marco Polo décrivant à un Grand Khan subjugué des villes inventées qui ravissent son esprit.

Et puis les tableaux du Tintoret et ses couchers de soleil sur Venise, de Cézanne qui reprenait, sans cesse épurées, les formes et la masse de la montagne Sainte-Victoire, de Gauguin qui, à grands aplats, recréait sur la toile les chaleurs exotiques de la Polynésie. Et même, les sons *jungle* de certaines pièces de Duke Ellington, les rythmes des chants et danses traditionnels de sa Hongrie natale que Liszt reprit dans plusieurs de ses oeuvres... Écrits, visuels ou sonores, les paysages donnent le goût de partir, de voir - par soi-même - les vrais, sur place.

## ***1.2. UN ESPACE DE DÉSIR***

Tout espace touristique préexiste donc comme idée et représentation dans l'esprit de l'éventuel voyageur. Là réside précisément l'incitation, la motivation au départ. Qu'il s'agisse d'un lieu aussi circonscrit qu'une cabane de pêcheur en Acadie ou immense que la Chine, l'espace touristique est également un espace de désir. L'idée ne suffit pas, il faut qu'il y ait pulsion.

### L'espace touristique et les sens

On sait l'importance du regard en tourisme: avant même d'être consommés sur leur lieu d'implantation, les équipements et attraits d'un espace touristique seront offerts à la clientèle potentielle par l'image - affiches, films, photos, etc. Ce sont ces images qui permettront à cette clientèle de porter ses premiers jugements, d'accepter, de refuser, d'être séduite ou non, de choisir. Mais les espaces touristiques ne sont pas que vus, c'est-à-dire enregistrés, analysés et appréciés par les yeux. La définition de l'espace touristique et, plus particulièrement encore, de ses paysages fait appel à la participation de tous les sens.

L'espace industriel et l'espace agricole, par exemple, ont leurs odeurs. De même, la perception olfactive contribuera à caractériser un espace touristique où certains effluves - sels de mer, résineux des bois, animaux, etc. - dominant. Pour conserver à l'espace touristique sa force d'attraction, pour lui conférer, en sus, une force de rétention, les odeurs devront être agréables ou, à tout le moins, perçues comme telles. Les mauvaises odeurs chassent les touristes... sauf en de rares circonstances: ainsi, le sanctuaire du Cap-de-la-Madeleine, qui s'épanouit dans les émanations des usines de pâtes et papiers voisines, retient ses visiteurs... mais les pèlerins, il faut le dire, ont des comportements particuliers.

Le bruit des vagues sur le rivage est indissociable, non seulement du spectacle de la mer, mais de tout littoral. La publicité télévisée n'hésite pas: quand il s'agit d'évoquer l'ambiance des destinations du Sud, elle

Cet espace de désir s'alimente aux expériences et sources les plus diverses : récits de voyages, donc, mais aussi romans, albums photographiques, publicités de toutes sortes, actualités télévisées, bouche à oreille. Il se nourrit tout autant de la lassitude de l'espace quotidien, du goût de connaître autre chose, ne serait-ce qu'une fois, que lors de brefs instants. Du désir de repousser l'horizon, de changer d'air.

Bernard Clavel a construit l'une de ses plus belles suites romanesques sur ce thème : *L'homme qui voulait voir la mer*. L'histoire d'un garçon des Vosges, apprenti-pâtissier, qui rêve depuis son plus jeune âge de franchir les quelques centaines de kilomètres qui l'arracheraient à son village natal, à son espace quotidien et clos, pour réaliser enfin ce désir voir la mer. De toujours, le contact et le contraste entre la mouvance incessante de la mer et la trompeuse solidité de la terre ferme ont fasciné,

soutient inmanquablement le déroulement des images par d'entraînantes musiques de fête, exotiques et attirantes, sorties des carnivals ou des bals populaires. D'autres images promotionnelles, destinées à mousser des destinations de ski, laisseront au contraire plus de place au silence des pistes ou feront entendre le crissement des carres qui mordent la neige. Et on pourrait multiplier les exemples. Chaque espace, chaque type d'espace a sa personnalité sonore, même si, pour certains qui sont issus d'une transformation au moins partielle d'autres espaces, elle sera plus difficile à établir.

Les réactions de l'épiderme et de tout le corps ont, quant à elles, une contribution essentielle. Les effets de l'air salin sur la peau et les poumons étaient particulièrement recherchés au tournant du siècle, même si la température de l'eau de la mer pouvait restreindre la baignade; Deauville, Brighton, le nord-est du Maine, Métis Beach et Pointeau-Pic ont alors connu des jours de gloire. Depuis, les mers chaudes et les effets bronzants du soleil estival ou, « mieux », tropical ont déterminé les nouvelles destinations chéries. Les lieux où il pleut trop souvent n'ont pas la faveur des touristes, ni ceux où il fait trop froid, où l'air et le milieu sont pollués. Analogue à cet égard à l'espace agricole, l'espace touristique fait du climat - et, par conséquent, de l'environnement - l'une de ses composantes essentielles.

Et le palais ? Répondons par une autre question: que serait l'espace touristique français sans les plaisirs de la table ?

émerveillé même, le regard humain. De toujours, point de convergence et de rupture, le littoral a attiré les voyageurs.

Ce qui est vrai pour la mer l'est, à des degrés variables, pour tous les paysages. Certains sont d'évidence spectaculaires et leur magnétisme sur l'appétit touristique ne laisse aucun doute. D'autres sont plus discrets, ce qui ne veut pas dire sans intérêt : « morne plaine », écrivait Hugo à propos des environs de Waterloo, « plat pays » chantait Brel pour dire cette même Belgique ; et pourtant il se trouve encore beaucoup de gens capables de partir de fort loin pour en goûter le paysage.

Les experts s'accordent là-dessus : les gens voyagent pour rencontrer le reste du genre humain, pour participer à des événements ou



exercer des activités et pour apprécier les paysages'. Car le tourisme est matière de curiosité. On voyage, se déplace, quitte les lieux de vie quotidienne, parce qu'on est attiré par la différence, parce qu'une pulsion toute naturelle nous incite à aller voir en d'autres lieux comment vivent et à quoi s'identifient les autres humains, qu'ils vivent aux îles MoukMouk ou dans une ville toute proche.

### ***1.3. UN ESPACE DE SERVICES, « DUPLICATEUR » DE FONCTIONS***

Espace mental et espace de désir, un espace touristique est, finalement, un espace de services. Hors de chez lui et quel que soit son motif de déplacement - par affaires ou agrément, pour s'instruire ou faire du sport, pour voir des amis ou s'isoler -, le touriste est une personne en état de dépendance affichée : il est ailleurs, dans un espace qui n'est pas celui où, d'ordinaire, il mange, travaille, dort et réside. Il a besoin que d'autres s'occupent de lui, satisfassent ses besoins et ses attentes. Qu'ils le servent.

1. L'industrie de la carte postale, si intimement liée dans son développement à celle du voyage, atteste avec éloquence de la puissance d'attraction des paysages. Lire à ce propos l'ouvrage de Jacques POITRAS, *La carte postale québécoise. Une aventure photographique*, paru aux Éditions Broquet en 1990.

Les équipements touristiques s'inscriront alors comme des « **duplications**<sup>2</sup> », sous une autre forme, des fonctions de l'espace quotidien. Les fonctions, rappelons-le, sont le langage pratique de l'espace : elles disent comment et à quelles fins les constituants de l'espace sont utilisés.

Ainsi, les différents types d'espaces, qu'ils soient urbains ou ruraux, résidentiels, commerciaux ou industriels, sont caractérisés par des équipements, des utilisations du sol et, conséquemment, des paysages qui transcrivent une fonction dominante immédiatement reliée aux activités de base : s'abriter, se nourrir, produire, transformer, échanger, circuler, etc. Une maison, quels que soient ses matériaux, ses dimensions, son architecture, sert d'abord à abriter des personnes ; un espace constitué pour sa plus grande part d'un ensemble de maisons est un espace résidentiel. Un champ est voué, par définition, à des activités de culture ou d'élevage et l'agencement des champs et de leurs différentes installations (bâtiments, fossés, clôtures, chemins, etc.) forme un espace agricole. Chaque espace est, pour cette raison, aisément identifiable, même si certains peuvent allier deux ou plusieurs fonctions principales.

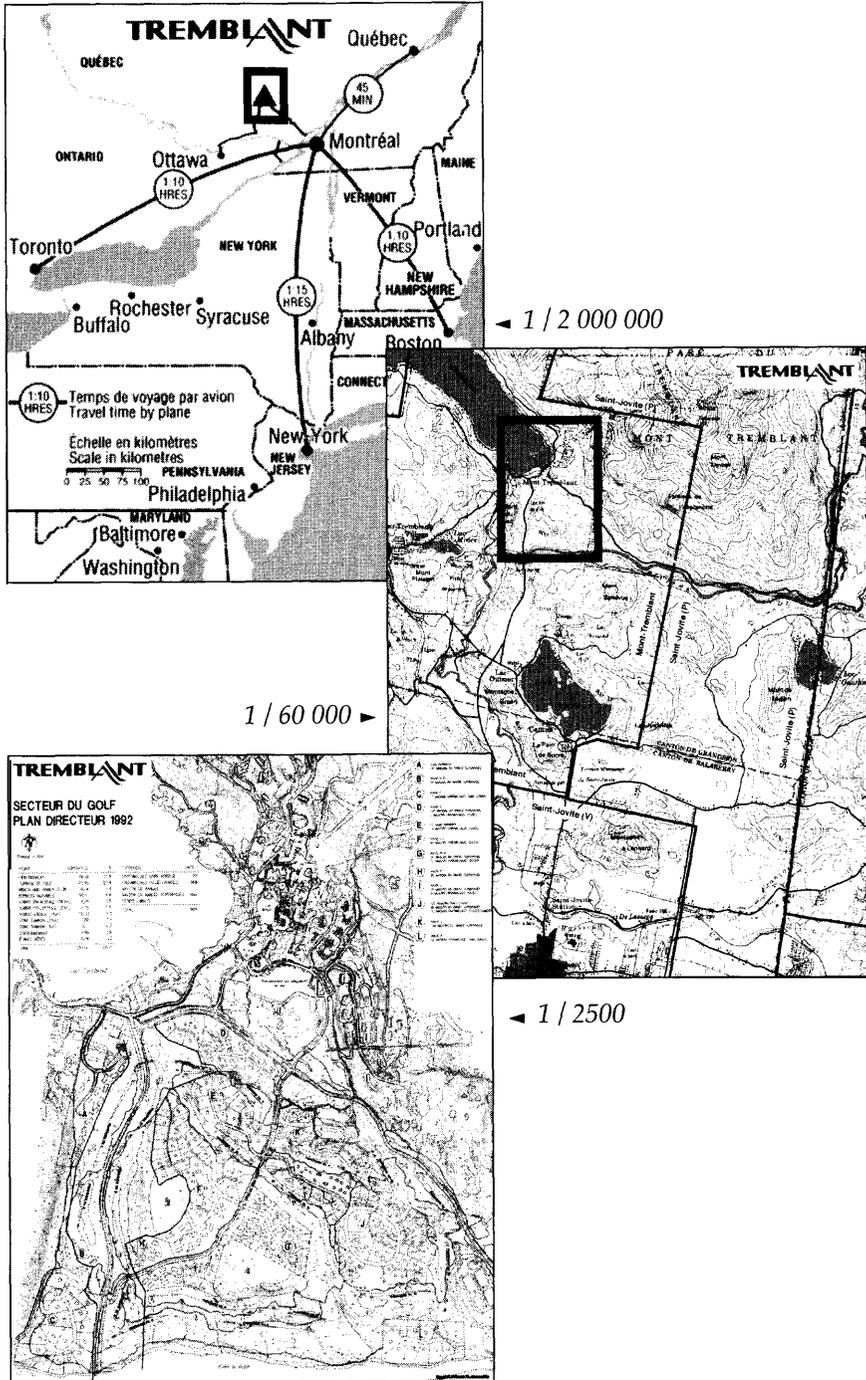
Or, qu'est-ce qu'un hôtel, sinon, ailleurs, l'équivalent temporaire d'une maison, d'une résidence principale, à l'intention des voyageurs qui s'y succèdent pour quelques jours, quelques heures, quelques semaines ? Le touriste consomme ailleurs et sous une autre forme des services - hébergement, restauration, divertissement, transport, etc. - ordinairement disponibles chez lui. Les équipements touristiques seront, par conséquent, conçus à la fois pour satisfaire ses représentations mentales et ses désirs et pour reproduire, en grande mesure, les équipements et aussi les paysages et habitudes qui ont été laissés derrière.

## 2. LA GÉOGRAPHIE DE L'ESPACE TOURISTIQUE

### 2.1. LA NOTION D'ÉCHELLE

La notion d'échelle est indissociable de celle d'espace. Tout espace à la surface du globe est, en soi, élastique, sans contours immuablement définis : où commence-t-il, où se termine-t-il ? Certes, des éléments naturels (fleuves, littoraux, montagnes, forêts) ou édifiés par l'homme (routes,

2. La duplication consiste moins à reproduire ailleurs qu'à doubler, par des équipements et des services différents - donc sous une autre forme - des fonctions du lieu de résidence « ordinaire » des touristes (par exemple, l'hébergement hôtelier qui constitue une duplication de la fonction résidentielle).



clôtures, frontières, zonage) peuvent lui donner certaines limites ou le compartimenter. On identifiera des îles, des rives, des déserts, des plaines, des villes et des continents qui auront, individuellement, des bornes pouvant elles-mêmes changer ou disparaître. C'est pourquoi, tant pour appréhender que pour analyser l'espace touristique, il faut recourir aux échelles.

Un grand nombre d'éléments feront varier les dimensions de l'espace. L'observateur ou l'utilisateur se trouve-t-il au niveau du sol, au sommet d'une haute colline ou à bord d'un réacté ? Le temps est-il clair ou, au contraire, obscurci, dilué par le brouillard, la neige ou la pluie ? S'agit-il d'un agriculteur qui cultive un lot de faible superficie et d'un seul tenant, d'un *rancher* dont les terres s'étendent sur plusieurs kilomètres carrés ou d'un pêcheur qui suit des bancs de poissons ? Est-ce l'Outaouais qui coule devant les résidences des habitants de Thurso ou l'ensemble du bassin versant de cette puissante rivière, tel que le considère un ingénieur hydraulicien pour ses travaux ? L'espace directement perçu n'est donc pas nécessairement l'espace de référence. D'où l'importance de la cartographie.

Représentation conventionnelle et symbolique - puisqu'elle intègre des signes équivalant aux éléments de l'espace, qui sont consignés dans une légende -, la cartographie reconstitue un espace à trois dimensions sur une surface plane dotée, par conséquent, de deux dimensions. C'est une réduction de l'espace représenté et l'échelle cartographique traduit l'ampleur de cette réduction : une longueur définie sur la carte, un millimètre par exemple, correspond à une longueur déterminée sur le terrain, soit cinquante mètres dans le cas d'une carte à 1/50 000.

On distingue deux familles de cartes : les cartes à grande échelle et celles à petite échelle. Les premières, dont l'échelle varie de 1/1000 ou moins<sup>3</sup> à 1/50 000, représentent des superficies relativement peu étendues, sur lesquelles elles peuvent toutefois donner des informations très précises emplacement et forme des bâtiments, nature des diverses utilisations du sol, topographie détaillée, équidistances de plus en plus précises, etc.

Les secondes, dont l'échelle va de 1/50 000 à 1/1 000 000 et plus, fournissent moins d'informations détaillées sur l'espace représenté mais embrassent des territoires considérables : régions, États, pays, continents et même davantage. Les planisphères et mappemondes, qui cartographient l'ensemble de la planète, sont les cartes à plus petite échelle.

3. Les plans d'architecture et d'ingénierie constituent des exemples de cartes à très grande échelle puisque, parfois, la relation entre la réalité et sa représentation planimétrique peut être de l'ordre de 1 à 100 et même moins.

Les cartes illustrant l'espace touristique obéissent aux mêmes règles et se répartissent en diverses échelles. On en retrouvera ainsi une vaste gamme :

- > ponctuelles, elles représentent de façon détaillée des lieux touristiques d'une superficie relativement limitée ;
- > locales, elles sont ordinairement utilisées pour représenter le territoire d'une municipalité, son réseau de rues et ses principaux équipements, services et attraits touristiques ;
- > régionales, elles correspondent à des territoires englobant plusieurs municipalités, comme le font les cartes des associations touristiques régionales, ou de vastes portions d'un pays, voire d'un continent ;
- > nationales et internationales, elles sont aptes, par exemple, à indiquer la distribution et la localisation des principaux foyers d'activité touristique et des grandes attractions susceptibles d'intéresser les voyageurs étrangers ou ceux appelés à franchir de fortes distances.

Indépendamment de son échelle, une carte peut être générale ou thématique. Parmi ces dernières, les cartes touristiques se subdivisent elles-mêmes en cartes illustrant des thèmes encore plus spécifiques : cartes routières à l'intention des automobilistes, cartes répertoriant et localisant l'ensemble des pistes de ski de randonnée sur un territoire, des terrains de camping, des parcs de récréation, etc.

## **2.2. TERMINOLOGIE GÉOGRAPHIQUE**

Les termes géographiques couramment utilisés pour désigner les espaces de différentes tailles s'appliquent à l'espace touristique. Il y a ainsi des lieux, endroits et sites touristiques. Site est d'ordinaire un terme qui s'emploie pour une portion déterminée de l'espace accueillant un aménagement touristique, ou sur le point de le faire, en raison de qualités distinctives. Dans le langage d'aujourd'hui, le terme de **station** désigne aussi, et de plus en plus, cet espace spécifiquement planifié et aménagé à des fins touristiques.

Il existe des localités, zones et territoires touristiques. L'un des sens les plus utilisés du terme **territoire** réfère à l'étendue de pays sur laquelle s'exerce une autorité, une compétence. Le Québec constitue, par exemple, le territoire d'exercice de la compétence de Tourisme Québec.

Quant au **pôle**, il désigne un centre de population, d'activités et de services de taille variable, dont les besoins, les fonctions et le rayon-

nement influencent et structurent les activités, la nature des relations et l'organisation de l'espace qui l'environne. Les pôles exercent entre eux des influences réciproques qui les hiérarchisent selon leur importance respective. Ils peuvent être internationaux, nationaux, régionaux ou locaux. Ils peuvent aussi être multifonctionnels, comme Montréal, ou univalents, spécialisés, c'est-à-dire industriels, touristiques, etc. Les pôles touristiques, eux-mêmes hiérarchisés, s'identifient habituellement à des lieux dotés d'équipements variés, d'attraits potentiels ou reconnus et reliés à un réseau de circulation facilitant les déplacements.

On trouve également des entités spatiales s'étendant autour d'un ou de quelques pôles. Ce sont les régions, sous-régions et super-régions touristiques. La **région** fait l'objet de la définition suivante dans le *Robert* « territoire relativement étendu, possédant des caractères physiques et humains particuliers qui en font une unité distincte au sein d'un ensemble qui l'englobe ». C'est le cas, par exemple, du Nunavik, de la vallée du Richelieu, de la Matapédia, de Vaudreuil-Soulanges.

Mais, dans l'un de ses sens aujourd'hui les plus courants, la région identifie aussi une entité administrative. Chaque nouveau découpage du



Crédit photo : Normand Cazé

**Plages des îles de la Madeleine** - Largement inconnues des vacanciers au début des années 1970, les îles-de-la-Madeleine sont devenues, malgré leur éloignement des marchés émetteurs, une destination recherchée, à cause notamment de leurs plages de grande qualité qui s'étendent sur plus de 250 kilomètres. Cet éloignement a jusqu'ici permis de préserver un certain équilibre entre le milieu d'accueil et l'espace touristique induit.

Québec accroît le nombre de ces régions. Le dernier, qui date de 1998, reconnaît maintenant dix-sept régions administratives : Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine, Bas-Saint-Laurent, Côte-Nord, Saguenay - Lac-Saint-Jean, Québec, Chaudière-Appalaches, Centre-du-Québec, Mauricie, Lanaudière, Laurentides, Laval, Montréal, Montérégie, Estrie, Outaouais, Abitibi-Témiscamingue et Nord-du-Québec. Ce découpage donne presque à chacune des dix-neuf régions touristiques de la province son équivalent socioéconomique.

### ***2.3. LA DÉFINITION D'UNE RÉGION TOURISTIQUE***

Le Québec a donc été partagé en vingt régions touristiques. Ensemble, elles couvrent le territoire québécois dans son entier. Leur définition s'est appuyée sur une prémisses fondamentale, celle que **tout** le Québec est un espace touristique ou, du moins, peut avoir une vocation touristique. La définition de ces régions touristiques a obéi à la même logique en reconnaissant à toutes les parties du Québec un tel rôle potentiel, principal ou accessoire ; cette logique, notons-le, est largement partagée à travers le monde.

Les régions touristiques québécoises ont généralement été définies à partir de régions préétablies : régions naturelles comme Charlevoix, régions économiques comme l'Abitibi-Témiscamingue, subdivisions ou regroupements administratifs comme en Montérégie, régions correspondant à la vieille notion de pays comme le Bas-Saint-Laurent, pôles urbains tels Québec et Montréal. Il est arrivé, aussi, qu'elles se dessinent artificiellement (pensons à Laval), sous la pression d'un lobby efficace, sans même qu'on puisse réellement justifier leur statut de région. Mais, quel que soit le découpage préalable, cette définition ne repose pas sur l'identification de régions d'abord touristiques, en fonction de critères dûment élaborés et démontrés, et d'autres qui ne le seraient pas<sup>4</sup>.

4. Il convient toutefois de souligner, comme le rappelait Louis JOLIN dans son article « *Les aspects juridiques du tourisme* » paru dans *L'Urbaniste* (vol. 4, n° 1, 1986), qu'une tentative fut déjà amorcée en ce sens: « La Loi sur l'aide au développement touristique (L.R.Q., c. A-13.1) instituait, en 1979, un programme de crédit touristique mais avait pour objectif second d'instaurer une véritable carte du développement touristique. En effet, les critères géographiques étaient déterminants dans l'octroi d'une aide financière aux entreprises touristiques et le règlement d'application prévoyait même un ordre de priorité où étaient privilégiés les pôles, les stations touristiques, les circuits, les couloirs touristiques... Un véritable zonage touristique qui court-circuitait toute la démarche qui venait de s'amorcer avec la création des M.R.C. et leur mandat de déterminer elles-mêmes leur schéma d'aménagement. Les modifications de 1983 (apportées à la Loi et à son règlement d'application) diminuent considérablement l'importance et la présence des critères géographiques; elles font disparaître toute référence à une carte du développement touristique et privilégient une approche axée sur le projet touristique. Ces modifications rendent ainsi compatible la Loi sur l'aménagement et l'urbanisme qui prend presque l'allure d'une loi-cadre. N'a-t-on pas cherché dernièrement à rendre aussi compatible avec cette loi la Loi sur la protection du territoire agricole ? »

Abstraction faite des régions touristiques « officielles », l'espace touristique sera toujours de deux ordres : d'un ordre évolutif, caractérisant un espace où le tourisme devient progressivement une fonction dominante ; et d'un ordre conceptuel caractérisant un espace planifié et aménagé à cette fin. Les Basses-Laurentides de Montréal, la côte du sud-est du Maine, la Riviera française ou italienne sont représentatives du premier cas ; en allongeant la durée des séjours, la villégiature, remarquons-le, a joué en tous ces lieux un rôle prépondérant. Disney World, le littoral du Languedoc-Roussillon, l'ensemble des Clubs Med disséminés sur la planète, les zones de glacier des stations de ski des Alpes ou la station du Mont-Sainte-Anne, près de Québec, relèvent du second cas.

**Les régions administratives  
et les régions touristiques du Québec, 2000**

<b>Régions administratives</b>	<b>Régions touristiques</b>
Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine	Gaspésie
	Îles-de-la-Madeleine
Bas-Saint-Laurent	Bas-Saint-Laurent
Côte-Nord	Duplessis
	Manicouagan
Saguenay - Lac-Saint-Jean	Saguenay - Lac-Saint-Jean
Québec	Québec
	Charlevoix
Chaudière-Appalaches	Chaudière-Appalaches
Centre-du-Québec	Centre-du-Québec
Mauricie	Mauricie
Lanaudière	Lanaudière
Laurentides	Laurentides
Laval	Laval
Montréal	Montréal
Estrie	Cantons-de-l'Est
Outaouais	Outaouais
Abitibi-Témiscamingue	Abitibi-Témiscamingue
Nord-du-Québec	Baie-James

### Régions touristiques québécoises et problèmes d'identité

Les régions touristiques du Québec ont des problèmes d'identité. À preuve la décision, en 1995, de l'Association touristique du Coeur-du-Québec (ATCQ) d'adopter, pour sa promotion, le nom historique et mieux connu de Mauricie-Bois-Francs, tout en conservant le nom légal et la signature originale, *Au cour du Québec*. Il était devenu évident, semble-t-il, qu'après plusieurs années d'efforts de l'ATCQ pour implanter ce nom dans l'esprit des touristes les résultats espérés ne s'étaient pas manifestés.

Dur constat : les touristes ne savent pas quelle région est au coeur du Québec, ni où elle est située, sauf si on leur précise qu'il s'agit de celle de la Mauricie-Bois-Francs. Que faut-il en déduire ? L'ignorance d'une géographie pourtant élémentaire, une force d'appel insoupçonnée des régions historiques du pays ou de graves lacunes sur le plan du marketing et de la promotion ? En modifiant son nom, l'ATCQ a voulu le calquer sur la désignation la plus couramment utilisée par les autres organismes publics ou importants de la région. Mais c'était un peu avant que le gouvernement ne décide de scinder la région administrative de la Mauricie-Bois-Francs en deux : Mauricie et... Centre-du-Québec !

L'Estrée a connu de semblables hésitations alors que sa région touristique a repris la dénomination mieux connue de Cantons-de-l'Est... ce qui n'empêche pas des nostalgiques de militer activement pour le retour de l'autre appellation !

### 3. LES ATTRAITS, FACTEURS DÉTERMINANTS DE L'ESPACE TOURISTIQUE

L'espace touristique est donc directement ou immédiatement touristique sa fonction principale est touristique. Mais, le plus souvent, il est **aussi** touristique. C'est ainsi que les espaces qui reçoivent des visiteurs, pouvant y venir de façon plus ou moins régulière et en plus ou moins grand nombre, acquièrent une nouvelle dimension, touristique celle-là, qui se superpose à leur fonction originale. De naturels, agroforestiers ou urbains, par exemple, ces espaces deviennent également touristiques puisque des gens, issus d'ailleurs proches ou lointains, viennent les fréquenter et sont régulièrement présents sur les lieux et dans le paysage, attirés par leur réputation, leurs qualités ou la promotion qui en est faite.

Que sa vocation touristique soit naturelle ou tardive, l'espace touristique présuppose et exige toujours, rappelons-le, une duplication de

Par ailleurs, les associations touristiques régionales des Cantons-de-l'Est et de la Montérégie ne couvrent pas des territoires dessinés selon les mêmes limites géographiques que leur région administrative. Pour qu'il y ait correspondance, il faudrait que le territoire des municipalités régionales de comté de la Haute-Yamaska et de Brome-Missisquoi quitte l'espace de l'Association touristique régionale des Cantons-de-l'Est pour rejoindre celui de la Montérégie. Toutefois, l'Association touristique régionale des Cantons-de-l'Est perdrait de la sorte environ 20 % de sa superficie, le quart de ses membres et une part significative de son budget de publicité, sans compter les risques évidents de déstructuration de son produit touristique qu'entraînerait une telle opération. Il reste que, pour contribuer à la promotion et au développement de certains produits situés dans la région administrative de la Montérégie, le Conseil régional de développement de la Montérégie doit, en raison de l'actuel découpage, verser des montants à des intervenants situés sur un territoire qui ne relève pas de l'association touristique montérégienne.

Mais le problème est bien plus vaste que celui des régions touristiques précitées. Il renvoie à la définition même de l'espace touristique québécois, de ses attraits et de ses vocations régionales et locales. Il pose également, une fois encore, la question du nombre de régions touristiques que compte le Québec, nombre qui, pour plusieurs, est beaucoup trop élevé.

fonctions qui existent déjà, puisqu'il est un espace de services. Il est donc constitué d'un agencement d'activités, d'équipements et de paysages, qui se superposent généralement à ceux qui existaient auparavant. Ce sont les attraits touristiques.

### ***3.1. ATTRAITS TOURISTIQUES ET PLUS-VALUE***

En plus des éléments naturels ou ajoutés et construits par l'être humain pour satisfaire ses besoins et exercer ses activités, l'espace touristique est formé d'attraits qui peuvent, au départ, revêtir des formes et apparences sans connotation touristique préalable : une église, un château ou des cataractes, devenus attraits touristiques, continueront de ressembler à une église, à un château ou à des cataractes. L'église, qu'elle soit gothique, baroque ou simplement rustique, est d'abord un lieu de culte, tout comme le musée est un lieu de mémoire culturelle, le climat une conjugaison d'éléments atmosphériques, la ville le cadre de vie particulier d'une



Credit photo : Normand Cazalais

**Falaises du lac Guillaume-Delisle -**

Au nord de Kuujuarapik près du littoral de la mer d'Hudson, les falaises du lac Guillaume-Delisle sont certainement aussi spectaculaires que les parois du Grand Canyon du Colorado. Elles sont pourtant ignorées des clientèles touristiques et, conséquemment, ne font partie d'aucun espace touristique en raison de leur éloignement et d'une absence de structures de mise en valeur.



**Walt DisneyWorld -**

À Epcot Center, le manège TestTrak de General Motors, inauguré en 1999, s'inscrit en continuité dans l'univers construit et artificiel de Disney qui propose, grâce à une technologie très avancée et une scénarisation très poussée, un espace touristique immense (12 500 hectares à Orlando en Floride), autarcique et doté d'un fort pouvoir d'attraction.

lit photo : Walt Disney World

communauté. Que ces éléments deviennent, individuellement ou collectivement, des attraits touristiques leur confère une plus-value, une autre fonction ou vocation qui se superpose à la fonction ou vocation initiale - et qui parfois la transforme ou la dénature.

Certains équipements, tels les établissements hôteliers, de restauration et de détente, pourront avoir une morphologie immédiatement touristique, c'est-à-dire qu'ils auront été conçus pour attirer ou accueillir des voyageurs, pour concrétiser la duplication de fonctions. D'autres, par contre, tout aussi présents et essentiels dans un espace touristique - les musées, salles de concert, amphithéâtres sportifs, parcs, etc. - n'auront pas cette morphologie mais participeront également à l'édification d'un paysage touristique et jouiront, de ce fait, d'une plus-value.

### ***3.2. LA RECONNAISSANCE D'UN ATTRAIT TOURISTIQUE***

La reconnaissance adéquate des attraits pose, pour tous les espaces touristiques, à la fois la difficulté et le défi de l'analyse de l'espace touristique et des interventions subséquentes. Car là réside toute la problématique du tourisme et de l'espace touristique en particulier : tout peut devenir un attrait. Tout peut attiser la curiosité des gens au point de provoquer leurs déplacements : une plage, la mer, la montagne, une manifestation culturelle, une station de ski, un château, un musée, une église, un événement sportif, des baleines, un village, un nom de lieu ; ou tout cela réuni.

Tout peut être attrait touristique, même ce qui peut entacher le plus la mémoire humaine, tels les camps de la mort de Dachau où défilent, chaque année, des milliers de visiteurs venus de partout. Par ailleurs, un paysage, une plage, un lieu historique peuvent posséder un potentiel d'attrait touristique indéniable, mais des raisons de circonstances, de distance et d'accessibilité peuvent empêcher la réalisation de ce potentiel.

Ainsi, les chutes du Zambèze ont des qualités sans doute plus spectaculaires que celles du Niagara qui comptent parmi les importantes attractions touristiques de l'Amérique du Nord, sinon du monde entier. Elles attirent pourtant beaucoup moins de personnes car, contrairement aux chutes Niagara, elles ne sont pas situées au coeur d'imposants foyers de population qui, dans un autre contexte politico-économique, jouissent de revenus parmi les plus élevés de la Terre et d'une grande liberté de circulation.

Tous les attraits touristiques ne sont donc pas reconnus comme tels, ne sont pas identifiés, sacralisés. Il faut pourtant qu'il y ait une intervention humaine quelconque - un *landmark* - qui signale la présence d'un attrait dans l'espace, qui affiche son intérêt. Cette sacralisation peut, bien sûr, s'exprimer par le bouche à oreille, un livre, une brochure, une photo ou sur une carte. Mais le mieux, c'est encore lorsque, sur le site même de l'attrait, une action informe ou attire l'attention sur la qualité de l'attrait en question.

À la sacralisation peut s'ajouter un autre mode de reconnaissance, encore plus poussé, celui de l'aménagement et de l'exploitation; non seulement l'attrait touristique est alors connu et reconnu, mais il est exploité. L'attrait sacralisés ou aménagé façonnera d'une façon plus accentuée l'espace touristique dont il fait partie.

### **3.3. ATTRAIT TOURISTIQUE ET TRANSFORMATION DE L'ESPACE**

Un espace naturel peut parfois devenir une source d'identification suffisamment forte pour maintenir sur place des populations désireuses d'y développer dynamisme et entrepreneurship. Mais c'est le tourisme, en transformant le paysage en attrait, qui lui donne sa valeur économique. Un paysage en soi n'aura, en effet, de valeur économique que s'il devient un agent d'attraction touristique, si ses caractéristiques et ses qualités sont telles que des gens d'ailleurs décident d'aller l'apprécier sur place. Il est ainsi transformé en un bien monnayable, un produit de consommation, au même titre qu'une chambre d'hôtel, qu'un bon repas dans une ambiance « typique », qu'une pente de ski, qu'un climat.

Les équipements et les attraits complémentaires, en proposant l'espace au tourisme, le transforment. Car les espaces touristiques, devenus des destinations, vont transposer, dans leurs composantes et leur organisation, cette contradiction interne des déplacements touristiques : d'une part, le désir du dépaysement, de la différence et de la nouveauté ; d'autre part, le désir de sécurité et de préservation des habitudes et des valeurs. Mais, comme les touristes ont pour eux leur pouvoir d'achat et celui d'être les clients qu'il faut satisfaire si l'on veut qu'ils consomment les produits

5. Consulter à ce propos les études et recherches de Marc LAPLANTE, notamment « *Regards neufs sur les attractions touristiques* », *Téoros*, vol. 2, n° 2, juillet 1983 et *L'expérience touristique contemporaine. Fondements sociaux et culturels*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1996.

offerts, les destinations touristiques vont se calquer sur leurs attentes présumées, souvent aux dépens des traits originaux de l'espace d'accueil. La culture et le décor touristiques envahissent progressivement la culture et le décor locaux. Et, l'usage le démontre, rares sont les lieux touristiques, y compris au Québec, qui réussissent à maintenir l'équilibre entre ces deux pôles.

En outre, la pression des équipements nécessaires au tourisme peut être telle qu'elle imposera des ajouts intempestifs au milieu de support. Ainsi, l'autoroute dite des Laurentides n'a pas été aménagée pour satisfaire les besoins des résidents de cette région mais ceux des villégiateurs et visiteurs de Montréal. Elle n'a pas été implantée pour répondre à l'évolution de la structure interne de l'espace des Laurentides, mais comme une excroissance linéaire de l'espace de la conurbation montréalaise. L'autoroute s'est avérée, de ce fait, un facteur de structuration régionale, mais aussi de perturbation spatiale, économique et environnementale.

### ***3.4. L'INTENTION ET LA PORTÉE D'UN ATTRAIT TOURISTIQUE***

Dans la définition d'un attrait jouent, d'une part, l'intention et, d'autre part, la portée : un festival peut se tenir pour distraire et rassembler une collectivité homogène, que ce soit la population d'un village, d'une ville ou d'une région ; un festival peut aussi être organisé avec l'intention avouée d'attirer des gens qui ne font pas partie de ce groupe initial, des gens venus de l'extérieur ; le succès de l'événement peut également lui conférer une telle force d'appel.

Il y a donc de ces attraits qui sont le résultat d'une transformation de fonctions, de l'ajout d'une nouvelle valeur. C'est le cas, par exemple, du Vieux-Montréal.

Il y a, par contre, des attraits directement touristiques, c'est-à-dire des éléments de l'espace qui sont d'abord créés dans le but d'attirer, momentanément ou de manière récurrente, des quantités variables de personnes. L'Exposition universelle de Montréal, en 1967, fut un événement culturel et politique, mais surtout un événement touristique et conçu comme tel, c'est-à-dire pour faire largement connaître Montréal et y faire venir le plus de monde possible, de tous les coins de la planète. On pourrait ajouter DisneyWorld qui, comme Tignes en France et bien d'autres

exemples, porte le nom d'« attraction touristique », puisqu'il a été non seulement pensé mais également aménagé et agencé dans le but de séduire les touristes<sup>6</sup>.

### *Le cas du Vieux-Montréal*

Un espace touristique est donc souvent composé d'éléments qui n'ont pas pour fonction ou vocation originale d'attirer les gens d'ailleurs. Considérons le cas du Vieux-Montréal. La plupart des touristes qui viennent dans la métropole fréquentent ce quartier en un flot ininterrompu<sup>7</sup>. Le soir comme le jour, ils se pressent dans ses restaurants et font du lèche-vitrine devant ses boutiques ; hiver comme été, les autocars sont nombreux sur la place d'Armes. Même si ses pierres anciennes n'ont pas la patine des cités moyenâgeuses d'Europe, ni le charme du Vieux-Québec, le climat de l'histoire, jouté à la ville moderne, joue en faveur du Vieux-Montréal.

Pour le reste, le Vieux-Montréal est un des quartiers de Montréal, avec son caractère propre : une partie riveraine au Saint-Laurent, la rue Saint-Jacques qui fut naguère le coeur financier de la ville et même du Canada, quelques églises et bâtiments historiques, la mairie et des édifices administratifs comme le Palais de justice, des squares et places publiques, des terrains de stationnement qui, comme au centre-ville de Montréal, créent autant de trous dans le tissu urbain, des galeries d'art et des musées, des condos et édifices à logements, des immeubles abritant des commerces, des bureaux d'affaires et quelques entreprises industrielles.

À vrai dire, le Vieux-Montréal n'a pas encore de parc hôtelier<sup>8</sup> et comprend peu d'équipements proprement touristiques, à part ses restaurants, le « front fluvial » créé par le Vieux-Port, les calèches, quelques

6. La distinction entre un attrait ou une attraction touristique et un espace touristique se résume parfois à une question d'échelle, l'attrait ou l'attraction pouvant constituer, comme c'est le cas à DisneyWorld, l'espace touristique tout entier. Par ailleurs, DisneyWorld demeurera une attraction touristique de la Floride et ne pourra jamais, pour cette raison d'échelle, correspondre à tout l'espace touristique de la Floride: il sera l'un de ses constituants.

7. Les statistiques de Tourisme Montréal indiquent que le Vieux-Montréal accueille 4,3 millions de visiteurs chaque année.

8. Le Vieux-Montréal ne compte que quelques auberges et gîtes dont la capacité totale ne dépasse pas cinquante chambres. En mars 2000, les médias faisaient état d'un projet d'y ouvrir sept nouveaux hôtels, dits « de charme », qui devraient ajouter quelque cinq cents chambres au total. A ce nombre pourrait également se greffer un hôtel de grandes dimensions dans la foulée de l'agrandissement du Palais des Congrès, lui-même à l'extérieur du périmètre proprement dit du Vieux-Montréal.

rues faites de pavés, certaines raretés comme l'église Notre-Dame et, bien sûr, son cachet « historique » général. Pourtant, le Vieux-Montréal constitue peut-être le plus important et le plus manifeste espace touristique de Montréal et, ce, même s'il est formé d'un ensemble d'éléments dont le rôle premier - ce qu'on appelle la fonction - n'est pas touristique. Ce qui ne les empêche pas, individuellement, d'acquérir, par l'entremise du contexte historique, une plus-value touristique et de façonner, collectivement, un espace touristique.

### *L'univers de Disney*

Un espace touristique peut aussi avoir été conçu de toutes pièces pour accueillir les touristes. C'est le cas des sites de Disney. Peu nombreux - deux aux États-Unis, un en Europe et un au Japon<sup>9</sup> -, ils n'exploitent pas, contrairement à beaucoup d'autres, le potentiel touristique (plages, montagnes) de lieux particuliers : ils se suffisent à eux-mêmes. Toutefois, pour décider de leur localisation, deux facteurs s'imposent : la disponibilité d'une vaste superficie où le concept pourra s'épanouir sans contraintes spatiales, administratives ou juridiques ; et la proximité d'un aéroport de grande capacité, desservi par des transporteurs d'envergure internationale. S'en ajoute un troisième, de moindre signification : un climat relativement doux qui permettra une exploitation en toute saison.

Le reste relève de l'application d'une formule axée sur la création - et le fonctionnement - d'un univers autarcique. Plus ou moins détaché et indépendant de son support spatial et du substrat social d'accueil, Disney constitue un espace complet en lui-même, à l'écart et autosuffisant, où les diverses fonctions touristiques (divertissement, transport et stationnement, hébergement, commerce, recherche, développement et production, nature et même réserve foncière) sont dûment orientées vers le tourisme, zonées et hiérarchisées. Le tout à l'intérieur d'un territoire bien délimité, privé, possédant ses propres règles d'urbanisme et d'architecture, d'accès strictement contrôlé et sûr, où personne ne réside vraiment en permanence - pas même les employés de tout niveau qui n'y sont logés que pour la durée de leurs contrats respectifs.

L'univers de Disney représente ainsi un mode très achevé d'espace construit, artificiel, affirmant par son existence même la duplication de fonctions, propre à l'espace touristique. C'est l'univers du cinéma : décors

9. Depuis quelques années, l'empire Disney s'est étendu au monde des croisières en exploitant deux navires, le Magic et le Wonder. Avec les mêmes ingrédients, la même stratégie.

de carton-pâte, reproduction d'une nature embellie, magnifiée par l'illusion, frissons alimentés par de faux dangers et exploits de multiples héros. Un univers fait de rêves et de la conviction qu'il existe un monde meilleur, largement identifié aux valeurs de nos voisins américains.

Pour créer cet univers, les gens de Disney ont perfectionné, à un degré très élevé, deux outils : le marketing et la scénarisation. Ils savent vendre et présenter, choisir les images, les mots, les décors, la musique, les situations qui emportent l'enthousiasme et l'adhésion du visiteur - qui est également, ils ne l'oublie pas, un consommateur. Et ce consommateur, comblé, ravi, reviendra. Et il achètera, revenu chez lui ou sur place dans l'une des innombrables boutiques, des produits Disney. Autant d'expressions du fort pouvoir d'attraction qu'exerce l'espace touristique de Disney.

#### 4.LES DIFFÉRENTS TYPES D'ESPACES

##### 4.1. LA VOCATION DOMINANTE D'UN ESPACE TOURISTIQUE

La plupart des espaces touristiques ont une vocation dominante expliquant leur fréquentation et les spécialisant aux yeux de leurs utilisateurs. Bien que ces catégories ne soient pas exclusives, on distinguera, entre autres<sup>10</sup> :

- Les **espaces de destination**, tels la Gaspésie, la Floride, New York, et les **espaces de passage**, comme une large partie du Bas-Saint-Laurent ou l'axe autoroutier entre Montréal et Québec. Les premiers sont le plus fréquemment des espaces de séjour, alors que les seconds connaissent un plus fort taux de roulement de leur clientèle.
- Les **espaces saisonniers** (Îles-de-la-Madeleine) ou quatre-saisons (les Laurentides, les Cantons-de-l'Est). Les espaces touristiques peuvent être saisonniers en raison de conditions climatiques qui limitent la pratique de certaines activités (ski, baignade, etc.) au-delà de certaines périodes - l'été sur la côte du Maine, par exemple - ou en raison d'un désintéressement de la clientèle saisonnière - les îles des Antilles durant l'été ou les stations de ski des Alpes qui ne disposent pas d'un glacier.

10. Une catégorisation similaire a été produite en 1984 par le ministère du Tourisme du Québec dans le document intitulé *Le tourisme au Québec: bilan et perspectives d'action 1985-1988*.

Des expressions sont apparues pour qualifier de façon plus spécifique certains espaces touristiques saisonniers : les espaces « blancs », lieux de montagne ou de sports d'hiver, les espaces « verts », parcs, lieux de tourisme en milieu naturel ou rural, et les espaces « bleus », lieux de plages et d'activités nautiques.

- Les **espaces quatre-saisons**, pour leur part, sont caractérisés par la variété de leurs ressources et de leurs équipements, utilisables, comme l'indique leur nom, durant toute l'année. Mais, qu'ils soient saisonniers ou quatre-saisons, ces lieux ont en commun de dépendre largement des conditions climatiques<sup>11</sup> et c'est pourquoi beaucoup d'entre eux reçoivent des investissements considérables pour atténuer cette dépendance : fabrication de neige artificielle, aménagement de piscines chauffées ou couvertes, etc.

- Les **espaces de contact** relient ou juxtaposent des entités spatiales que distinguent des frontières (les environs de Burlington, de Plattsburgh aux États-Unis et le nord du lac Champlain au Québec, par exemple), des diversités sociales et politiques (la région de l'Outaouais, à proximité de l'Ontario) ou encore des différences de milieux naturels (zones de littoral entre la mer et le continent, de piedmont entre la plaine et la montagne).

- Les **espaces typés** ou **spécialisés**, tels les lieux de pèlerinage (Sainte-Anne-de-Beaupré, Lourdes), les lieux thermaux ou de cure (Saratoga Springs, Bath, Évian) ou les lieux de casinos et de jeux organisés (Las Vegas, Atlantic City), s'adressent à des clientèles très spécifiques et leur offrent des équipements et des services en conséquence. Il faut maintenant y inclure les grands aéroports internationaux qui structurent l'espace à la fois dans les airs par leurs corridors d'approche et de décollage, et au sol par leurs pistes,

11. Les actuels bouleversements du cadre climatique ne sont d'ailleurs pas sans causer tout un remue-ménage dans l'univers du tourisme et des loisirs. La clémence de l'hiver 1998 et sa tempête de verglas ont brutalement rappelé, à plusieurs régions touristiques du Québec, leur étroite dépendance des soubresauts atmosphériques. A l'instar d'autres coins de la planète, le Québec subit déjà une centaine d'« événements climatiques violents » chaque année, qui créent des dégels hâtifs, des embâcles ou des crues subites, des pluies diluviennes et des glissements de terrain comme en a vécu le Saguenay en 1996. Autant de phénomènes qui pourraient s'amplifier avec la venue d'hivers plus courts et moins froids (de 2 à 6 degrés Celsius, d'après les spécialistes), de printemps plus précoces et d'étés plus chauds (de 1 à 4 degrés Celsius).

hangars, aérogares, aires de transbordements, hôtels et parkings, par les réseaux de circulation terrestre qu'ils exigent à leur périphérie <sup>12</sup>.

- Les **espaces polyvalents**, enfin, intègrent un tel amalgame d'attraits, d'équipements et de possibilités d'activités et ils contiennent un tel potentiel de diversité touristique qu'ils tirent de cette polyvalence leur capacité d'attirer et de garder les touristes. On peut mentionner les grandes métropoles, riches d'équipements de toutes sortes, nourries d'architecture, de vie culturelle intense, d'activités humaines variées, qui incorporent le tourisme à leurs rythme et animation quotidiens. La montagne, également, permet repos, cures, activités sportives en toute saison, tout en offrant de splendides paysages.

#### **4.2. LA VILLÉGIATURE: RÉSIDENCES SECONDAIRES, HÔTELLERIE DE SÉJOUR ET CROISIÈRES**

##### *Les résidences secondaires*

Dans le contexte québécois contemporain et sûrement dans l'esprit de la majorité des résidents de la province, la villégiature correspond d'abord, sinon uniquement, à ce véritable phénomène qu'est devenue la résidence secondaire. Nous n'expliquerons pas ici les raisons de son développement particulier, ni n'en ferons l'historique détaillé ; nous nous contenterons de rappeler que, depuis l'époque des colonies, les habitants de ce pays, villageois comme citadins, ont toujours apprécié la possibilité de pouvoir disposer d'un endroit d'évasion, situé parfois tout près, où ils pou-

12. D'équipements de transport, les grands aéroports sont effectivement devenus des espaces touristiques qui comportent leur lot de problèmes (pollution sonore et atmosphérique, encombrement spatial, stress, spéculation foncière, pressions immobilières, difficultés de voisinage, disposition des déchets, sans compter les querelles administratives et politiques comme l'a illustré la « saga » des aéroports de Mirabel et de Dorval à Montréal). Ils ont aussi leurs attraits : en Europe mais aussi aux États-Unis et même en Asie du Sud-Est, les voyageurs d'affaires ressentent de moins en moins le besoin de se rendre dans le coeur d'une ville pour y négocier des ententes, rencontrer des correspondants, etc. ; ils préfèrent le faire à l'aéroport, souvent situé loin du centre des affaires, évitant ainsi les bouchons de circulation, le temps perdu dans les aller-retour et les multiples déplacements d'un lieu de rendez-vous à l'autre. Et, si des gens viennent de plusieurs villes différentes, on fixe le point de rencontre dans un aéroport qui convient à tout le monde. L'aéroport du futur sera, semble-t-il, non plus une escale, un point de transit ou un accès à une région, mais une destination en soi. « Les aéroports, analysait *l'International Herald Tribune* (le 19 janvier 1996), ont fait beaucoup de chemin depuis qu'ils ont quitté le centre des villes pour leur périphérie et qu'ils sont devenus des centres d'achat pourvus de services et de commerces. Plusieurs nouveaux aéroports ont été aménagés si loin qu'ils ne desservent plus une ville en particulier mais des zones d'influence (*catchment areas*). La distance se mesure, non plus en kilomètres, mais en temps et l'espace à servir se décrit en termes de régions interreliées et de conurbations. »

vaient s'adonner à des activités autres, telles que la chasse, la pêche, le trappage, le repos. Que ce soit au Chenal-du-Moine ou dans les Paysd'en-Haut, notre littérature offre beaucoup de ces exemples où les Père Didace et Alexis Labranche alias Jos Branch sont fort représentatifs du phénomène<sup>13</sup>.

Ce furent, au début, de simples cabanes dans les bois ou de modestes chalets d'été au bord des plans d'eau, non loin des agglomérations. Rivière-des-Prairies, Lanoraie, Contrecoeur, L'Abord-à-Plouffe, Cacouna ou Berthier-sur-Mer rappellent un temps pas si lointain. Encore aujourd'hui, les villageois et ruraux de Portneuf et des comtés de la Mauricie, par exemple, ont de ces chalets d'été sur les rives d'un lac. De même, les Madelinots, qui vivent pourtant dans des villages très distendus auxquels il paraît parfois difficile de donner le nom d'agglomérations, partent régulièrement, sinon religieusement, tous les jours que l'été permet, vers leurs chalets situés à quelques kilomètres à peine, dans les dunes ou sur les falaises, tout à côté de la mer qu'ils chérissent tant, préférant louer leurs maisons aux touristes, au mois, à la semaine ou même à la journée.

Avec la transformation des conditions de travail et du pouvoir d'achat, avec le développement de l'automobile et des routes à grand débit, la résidence secondaire a pris un essor prodigieux, au point qu'il est devenu difficile de trouver des lots encore disponibles, en montagne comme en bordure des nappes d'eau, à l'intérieur d'un périmètre de deux heures des grands centres urbains du Québec. Plus encore, un néologisme fut inventé afin de traduire une révolution dans cette forme de villégiature : on a « hivernisé » les chalets. C'est justement cette opération - coûteuse, soulignons-le - qui a entraîné ici la popularisation de l'expression « résidence secondaire », expression qui a du poids. Quoique secondaire, cette résidence présuppose une gamme spécifique de services, parce que la notion de confort n'est vraiment plus la même. Le camp de chasse et le chalet d'été, malgré la prolifération de ce dernier, pouvaient - et peuvent encore - se satisfaire d'un minimum de services : leur pesée sur l'espace ou sur le milieu était en conséquence, elle aussi, minimale.

L'émergence et, par la suite, le déferlement des chalets quatresaisons dans les Cantons-de-l'Est, dans les Laurentides de l'Outaouais, de Montréal et de Québec, pour ne citer que ces régions, ont entraîné une transformation radicale de l'économie et du genre de vie de leurs habitants,

13. Lire à ce sujet le roman de Germaine Guèvremont, *Le Survenant*, et *Un homme et son péché* de Claude-Henri Grignon.

certes, mais aussi de leurs espaces. De ruraux et semi-ruraux, ceux-ci sont carrément devenus semi-urbains et urbains avec la croissance des services municipaux nécessaires (égouts, aqueduc, incendie, entretien de la voirie et déneigement, évaluation, secrétariat, etc.) et de la réglementation idoine (zonage, construction, affichage), avec la montée des valeurs immobilières et de la taxe foncière et avec la modification des paysages.

Dans un cadre que d'aucuns qualifient encore de « naturel » ou, plus modestement, de rural et d'agroforestier, ces espaces de villégiature quatre-saisons ont été assimilés à l'espace et au paysage urbains dont ils sont devenus un prolongement périphérique. En fait, ce sont les quartiers résidentiels et la banlieue qui ont pris une autre forme sous une autre appellation. Nombre de gens préfèrent maintenant être locataires en ville, demeurer dans un duplex ou dans un édifice à logements et posséder plutôt une résidence secondaire. Certains ont tranché : ils demeurent dans ce qui est une résidence secondaire pour d'autres et voyagent matin et soir, parfois sur d'assez longues distances, entre le boulot et le dodo. Quoi qu'il en soit, la duplication et la plus-value trouvent dans l'espace touristique de cette forme de villégiature une confirmation indéniable.

### *L'hôtellerie de séjour*

Contrairement à la résidence secondaire, l'hôtellerie de séjour ne vécut pas longtemps, ici, de la clientèle québécoise. Certains ont vu dans cette villégiature un mode plus authentique, plus réel du tourisme puisque, largement étrangère, sa clientèle satisfaisait plus immédiatement les canons des définitions touristiques.

Mais le terme significatif, ici, est celui de séjour : il implique en effet la notion d'une durée continue, d'un temps prolongé à un endroit. On a connu au Québec le Manoir Richelieu, les hôtels de Notre-Damedu-Portage, le Chantecler et le Château Montebello des années révolues. Ailleurs, ces établissements ont prospéré à Bethlehem et dans ces localités autour du mont Washington au New Hampshire, à Dover en Angleterre, sur les côtes de France, de Belgique, des Pays-Bas, du Danemark, dans les villes de cure européennes. Durant leur séjour, les clients de ces établissements étaient totalement pris en charge (repas, activités, blanchisserie, etc.), chaque établissement s'occupant « jalousement » de ses clients. Duplication et plus-value étaient manifestes.

Le développement des transports aérien et routier, la mobilité accrue des voyageurs, l'éclatement des périodes de vacances alliés au désir plus

généralisé de « découvrir du pays » ont entraîné, ici comme à l'étranger, l'essoufflement de l'hôtellerie de séjour qui enveloppait ses adeptes de son cocon. Une partie de l'espace touristique a ainsi disparu ou du moins s'est détériorée et il n'est pas rare de trouver, en Europe notamment, de ces lieux qui portent les reliques d'une gloire passée sans avoir pu trouver un nouveau souffle.

L'hôtellerie de villégiature, pourtant, n'a pas disparu. Mais ses structures d'organisation et celles de son espace se sont modifiées. Les formules elles-mêmes ont changé : la popularité, par exemple, de la formule de plan américain modifié ou PAM (hébergement et deux repas par jour) le démontre, clients et établissements se préservant de la sorte une marge d'autonomie dans l'organisation de leurs journées pour les uns, et de leurs services pour les autres. Les destinations aussi ont changé : ce sont maintenant les destinations du Sud qui, à l'aide de telles formules, concentrent une large part de cette nouvelle hôtellerie de séjour.

Parallèlement, un concept venu, bien sûr, des États-Unis s'est répandu. C'est celui du *resort*, qui désigne un établissement occupant un domaine assez vaste, dont l'aménagement a fait l'objet d'une soigneuse planification, dont l'implantation obéit à de sévères études de marché et qui offre des modes polyformes d'hébergement (hôtel, chalets, condominiums, etc.), associés à des possibilités de pratiquer sur place ou à proximité une variété d'activités sportives et culturelles. Tremblant, dans les Laurentides, et le Mont-Sainte-Anne en sont des exemples.

### ***Les navires de croisière***<sup>14</sup>

Un mot, enfin, sur les paquebots et grands navires de croisière qui constituent des espaces touristiques originaux, puisque ce sont des espaces mobiles. À l'instar des autres espaces touristiques, ils offrent des services et équipements liés à l'hébergement, à la restauration, au repos, à l'activité sportive ou artistique et même au travail. Parfois, ils seront plus complets à cet égard que bien d'autres espaces touristiques.

Ce sont toutefois des espaces clos, aux délimitations physiques très précises. Des espaces clos qui ont la particularité de pouvoir se déplacer, d'avoir l'insigne capacité d'entrer en contact, aux points d'escale, avec

14. La Cruise Lines International Association estime la clientèle mondiale intéressée par les croisières à 74 millions de personnes. Cette clientèle, dont l'âge moyen est de 49 ans, augmente constamment, en particulier chez les moins de 40 ans.

## Le Club Med

La localisation et la distribution des Clubs Méditerranée sont intimement liées aux qualités intrinsèques des sites d'accueil. Depuis ses origines, l'entreprise sélectionne avec grand soin les lieux où s'établissent ses « villages », de préférence dans des parties du monde recherchées par les vacanciers ou porteuses d'un fort exotisme (Antilles, Tahiti, Seychelles, etc.). L'image de beauté est le premier critère, puisque le Club vend du rêve. Pour les destinations soleil, il faut une mer splendide, une plage d'une exceptionnelle qualité, un décor de carte postale, une superficie assurant tranquillité et réclusion. L'équivalent est recherché pour la neige et la montagne également.

D'ailleurs, le terme « village » traduit avec précision l'intention initiale: il s'agit d'un espace convivial, « tribal » en quelque sorte, qui reprend et améliore, à l'échelle du microcosme, ce qui existe dans la société et dans la nature. Pour l'essentiel, c'est un espace prédéfini en fonction de la clientèle - les « gentils membres » ou GM - en vacances: il y fait bon vivre, les contraintes de la vie quotidienne y sont reléguées aux oubliettes, grâce au cadre préalablement qualifié d'enchanteur et aux bons soins des « gentils organisateurs » - ou GO. L'accent est - ou était ? - mis sur l'appartenance, le temps d'une période d'évasion, à un espace plus ou moins clos et à une collectivité dont les membres ne se connaissent pas mais qui en acceptent les règles fondées sur le jeu, la détente, l'absence de tracas et de responsabilités.

Les sites seront aménagés en conséquence: clôtures ou *no man's land* entourant la propriété pour affirmer la distinction avec l'espace environnant et le tissu social ambiant, aires d'hébergement (parfois des « cases » ou plus souvent des villas) nettement délimitées, séparées des zones vouées au farniente, à la pratique des sports, à la danse, etc., par de vastes espaces de rencontre où buffets et tables grand format tiennent un rôle privilégié. Qui plus est, tout est compris dans le prix du forfait: le GM appartient alors à un autre monde, à un espace autosuffisant, assimilé à une forte plus-value.

Le Club Med, il ne faut pas l'oublier, est né et a vécu d'une vision généreuse, altruiste, égalitaire. Offrir le soleil, la plage et, par la suite, la montagne et la neige aux meilleurs prix et sur les meilleurs sites. Offrir la camaraderie, l'amitié peut-être, le vin gratuit, la nourriture à volonté et le tout compris, les tables à huit, les cases sans clé et le collier au cou.

« Partir, écrivait en décembre 1950 le fondateur du Club, Gérard Blitz, dans *Le Trident*, bimestriel du Club, tout quitter, ranger les souliers cirés et les cols glacés, ne plus ouvrir un journal, ne plus écouter la radio, dire adieu aux pesantes conventions, tout laisser et devenir un autre pendant deux semaines, loin des autres et près de ceux qui aussi ont senti l'irrésistible envie d'un doux exil, d'une bouffée d'air... Et vivre enfin, mais alors ce qui s'appelle vivre, face au soleil, à la mer, au vent, et rire et chanter et pêcher et nager... »

Une aventure pour le moins hors du commun que celle du Club Med: à peine six ans après sa fondation, les quelque 10 000 adhérents de 1955 doublaient l'année suivante et à nouveau deux ans plus tard pour poursuivre une croissance échevelée et atteindre, lors de leur apogée en 1989-1990, plus de 1,2 million de clients et générer cent millions de dollars en profits.

Le Club, tous et toutes en conviennent, n'est cependant plus ce qu'il était. La concurrence, la conjoncture économique, le temps, les luttes intestines, les influx de capitaux extérieurs, le succès aussi, l'ont changé, ont miné sa magie. Comme ses adhérents, comme toute la société occidentale, il a prospéré, a vieilli, s'est embourgeoisé. Les clients ont voulu plus de luxe, ont accepté de payer de plus en plus cher, de se retrouver dans une espèce de niche dorée, loin du « militantisme du bénévolat de la vacance » des débuts. Le Club est devenu un « commerçant à part entière », comme l'a en quelque sorte officialisé son acquisition par le géant American Express. Ce que bien des gens<sup>15</sup>, qui cultivent toujours l'ambition ou la nostalgie d'un autre tourisme, lui reprochent encore.

15. Y compris Serge Trigano, ex-président du Club Med et fils de Gilbert, le cofondateur de l'entreprise avec Gérard Blitz. Lors de sa démission en juillet 1997, il affirmait « ne plus se reconnaître dans la nouvelle stratégie mise en place », en évoquant notamment les « nouvelles méthodes [...], atteinte à l'âme du Club et des gentils organisateurs ».

d'autres espaces touristiques qui, dans le cas des littoraux, peuvent être maritimes aussi bien que terrestres. Espaces touristiques mobiles, les navires de croisière n'appartiennent par conséquent à aucun milieu naturel particulier si ce n'est le milieu marin, à aucun climat défini - on les retrouve dans les mers froides comme dans les mers chaudes -, à aucun groupe social, culturel ou linguistique, à aucun espace politique (sinon juridique), à aucune frontière. Ils sont les seuls espaces touristiques qui peuvent aller au-devant des voyageurs, qui peuvent se déplacer physiquement avec eux.

### ***4.3. LES ITINÉRAIRES TOURISTIQUES***

Au sein des espaces touristiques, les itinéraires (ou circuits) tiennent une place originale. Comme leur nom le laisse entendre, leur forme est essentiellement linéaire, c'est-à-dire étroite et allongée. Les itinéraires touristiques sont en effet des couloirs ou des corridors qui canalisent la circulation des voyageurs entre des destinations. Ils peuvent être terrestres, aériens, maritimes ou fluviaux.

Si le voyageur a généralement toute latitude pour adapter l'itinéraire à son rythme, signalons que certains itinéraires ou circuits touristiques constituent des espaces linéaires, certes, mais discontinus, c'est-à-dire fragmentés en sections ou portions qui n'ont pas de liens organiques entre elles. Les avions assurant la liaison entre le Québec et la Floride empruntent des corridors aériens qui se transforment en circuits touristiques. De même, les paquebots de croisière qui sillonnent la mer des Antilles, la Méditerranée ou les océans du globe suivent des routes qui deviennent des circuits touristiques. Dans les deux cas, ces circuits touristiques consistent en une série de points - lieux de départ et d'arrivée et escales - réunis par des axes que les voyageurs ne peuvent fragmenter ou modifier à leur guise. Ils ne peuvent ni sortir de l'avion en vol, ni quitter le navire entre deux ports ou aéroports pour connaître autrement ou mieux ces parties du trajet, comme cela peut se faire dans le cas des liaisons routières, ferroviaires, fluviales ou même d'autres liaisons maritimes, celles des petits voiliers de croisière, par exemple, qui permettent plus de souplesse.

#### ***Les flux touristiques***

Les itinéraires sont dominés par le phénomène des flux touristiques, par ces déplacements de personnes qui, allant de lieux à d'autres, ont des

attentes, besoins et comportements qui leur sont propres. Ces flux se surimposent aux flots de circulation normalement engendrés par les populations vivant près de l'axe de circulation concerné. En raison de leur ampleur, qui peut varier dans le temps selon, par exemple, les saisons ou les périodes de la journée et de la semaine, ils vont impliquer, tout au long de l'itinéraire ou à ses extrémités, des modifications ou adaptations de la nature, de la qualité et du gabarit des installations ainsi que du nombre, de la taille et de la variété des services disponibles : largeur et revêtement d'une route, aménagement de ses abords, restauration, aires de repos, hébergement, dépannage, etc.

L'existence de tels itinéraires peut être ou non en relation directe avec la raison du déplacement. L'axe de l'autoroute Jean-Lesage (autoroute 20) entre Montréal et Québec connaît une imposante fréquentation touristique qui ne doit son importance qu'à son rôle de trait d'union entre ces pôles majeurs de l'activité touristique québécoise. Il en est de même pour l'autoroute Félix-Leclerc (autoroute 40), que de nombreux voyageurs préfèrent désormais, la trouvant nettement plus intéressante, « moins ennuyante », que la 20. De tels achalandages créent une situation paradoxale : ces tronçons d'autoroute, attirent, en effet, une forte concentration de services touristiques qui ne correspond nullement aux attraits et attractions touristiques de l'espace traversé.

Ailleurs, le circuit du tour de la Gaspésie constitue en lui-même l'attrait touristique principal, fondamental ; même s'il est, toutes proportions gardées, grandement équipé en établissements d'hébergement et de restauration tout au long de son parcours, la densité de ses services touristiques n'équivaut pourtant pas à celle du corridor de la Transcanadienne précité.

### *Jalons, étapes, escales*

Les itinéraires touristiques sont, en outre, parsemés de jalons et d'étapes - les fameuses escales de la navigation - qui pourront prospérer ou décliner selon les modifications des goûts et des intérêts, selon l'évolution également des axes et moyens de transport et de circulation ; ainsi, sur la route des Cantons-de-l'Est et des États de la Nouvelle-Angleterre, Saint-Jean-sur-Richelieu n'est plus l'étape qu'elle était au temps des relais de diligences, voici moins d'un siècle.

Ces lieux d'arrêt « obligés » concentrent, par essence, des services d'accueil, de restauration et d'hébergement. Ce sont les hôtels et restaurants dits de la Gare, si nombreux en Europe, les installations portuaires

### **L'espace du Saint-Laurent**

Au Québec, le vocable « fleuve » traduit une certitude: « le » fleuve est forcément le Saint-Laurent. C'est à partir des berges du Saint-Laurent, cet appareil hydrographique de démesure, que s'est organisé le territoire québécois. Sans le fleuve, le Québec, ses paysages, sa population, son histoire, sa culture, sa langue même ne seraient pas les mêmes.

Le Saint-Laurent a deux axes. L'un, essentiellement longitudinal et continu, est physique, géographique et historique. Le second, largement transversal et segmenté, est issu de l'organisation socioéconomique et politique du territoire québécois. En effet, l'universelle logique des hommes, qui veut organiser et régir le territoire, le domestiquer et le soumettre à leurs besoins et intérêts, a vite fait de compartimenter l'axe initial du fleuve par des structures dont plusieurs ont des territoires qui s'étendent de part et d'autre de son cours: partage entre la rive nord et la rive sud, limites des paroisses et diocèses, des villes et villages, des comtés provinciaux et fédéraux, des régions administratives, des municipalités régionales de comté, des associations touristiques régionales.

*Résultat:* ces divisions ont accentué l'effritement de la dimension unitaire du Saint-Laurent. De moins en moins, dans la vie administrative et politique, le fleuve est apparu comme un tout et il n'existe aucun organisme de ce ressort qui ait une réelle autorité horizontale sur l'espace du Saint-Laurent.

On a, par ailleurs, fait grand état du « retour » de certaines villes vers le fleuve, en citant l'exemple du Vieux-Port de Montréal ou encore celui du Vieux-Trois-Rivières; ces cas demeurent cependant rares et isolés et plusieurs dénoncent encore les « murs » que constituent toujours les corridors routiers entre Longueuil, les battures de Beauport, Rimouski et le Saint-Laurent.

D'autre part, les schémas d'aménagement des municipalités régionales de comté qui lui sont riveraines ne se préoccupent pas suffisamment du Saint-Laurent. Et, dans le domaine du tourisme, il a fallu attendre 1998 pour que les associations touristiques régionales (ATR) commencent à vraiment manifester de l'intérêt à l'endroit du fleuve. Par rapport au potentiel que représente le fleuve, ces démarches des ATR ne sont que des balbutiements. Elles laissent néanmoins espérer qu'un jour la vision économique, administrative et politique reliée aux activités humaines permettra de retrouver l'axe intégrateur et continu du Saint-Laurent.

particulières qui complètent les équipements des gares maritimes et fluviales, les vastes terrains et l'équipement sophistiqué nécessités par les aéroports et aéroports. Ce sont aussi les concentrations importantes de boutiques et de magasins ainsi que de lieux d'activité artistique, sportive ou récréative (cinémas, musées, gymnases, parcs, etc.). La puissance - ou la faiblesse - de l'économie de ces lieux d'étape est proportionnelle à l'ampleur donnée à de tels services.

La plupart des lieux d'étape doivent leur existence à une commodité géographique ; Drummondville, à mi-parcours entre Montréal et Québec, en est un bon exemple. D'autres, comme Rocamadour, Carcassonne et Rothenburg sur l'itinéraire des pèlerins d'autrefois, ont attiré l'attention des voyageurs par la variété de leurs ressources ou l'exceptionnelle beauté de leurs paysages qui ajoutaient des attraits supplémentaires à une position géographique favorable ; ces qualités intrinsèques leur ont permis de survivre aux transformations de l'histoire, de se « recycler » et de compter aujourd'hui parmi les lieux touristiques les plus recherchés et les plus fréquentés de toute l'Europe.

Les itinéraires naturellement ou accidentellement touristiques ont, on le sait, leurs paysages bien à eux. Qui ne sont malheureusement pas toujours à leur avantage. Souvent, en effet, les personnes et les entreprises commerciales qui sont riveraines de circuits routiers tentent, avec plus ou moins de bonheur selon les valeurs culturelles et la réglementation des contrées où ces entreprises ont été implantées, d'attirer l'attention des voyageurs, de les allécher, de les inciter à s'arrêter. Cette panoplie de signes, composés en grande partie d'enseignes lumineuses, de placards publicitaires, d'« annonces » de toutes sortes et de forte taille, contribue à modifier ou même à oblitérer le paysage initial, à l'enlaidir de toute façon<sup>16</sup>.

## **5. ESPACE TOURISTIQUE, RÉSIDENTS ET VISITEURS**

Sauf en Antarctique, des humains ont fait leur nid partout sur la Terre. Même dans les déserts les plus chauds ou les plus froids, même dans les montagnes les plus inaccessibles ou les profondeurs des forêts les plus

16. Il reste que l'omniprésence de la publicité dans l'espace touristique illustre bien la dimension profondément médiatique de ses paysages en général. Ceux-ci sont, en effet, imprégnés de messages apparents et immédiatement perceptibles dans l'affichage, par exemple; ou, au contraire, de messages moins apparents mais aussi efficaces dans l'inconscient: architecture des bâtiments et édifices, aménagement des lieux, importance des moyens de détente, de récréation, de plaisir.

### Itinéraires autour de paysages

À partir de Bergen, en Norvège, des agences proposent un forfait qui remporte un grand succès : il s'agit d'un circuit d'un jour, *Norway in a nutshell*, qui allie une excursion en train dans les montagnes, y compris une descente vertigineuse dans la vallée de Flam, une croisière de quelques heures en des fjords spectaculaires et le retour au point de départ, successivement en bus et en chemin de fer. Peuvent s'y greffer, pour qui le désire, des randonnées pédestres avec hébergement en refuges de montagne ou chez l'habitant. Même en des milieux aussi difficiles, tant en raison du relief que du climat, la Norvège reste habitée en permanence. Si les voyageurs lèvent des yeux admiratifs sur la majesté de tels paysages naturels, ils y observent constamment les traces de la présence humaine : pâturages, ports de pêche, villages et hameaux, cheminée d'une ferme qui fume, seule sur une corniche, routes et sentiers.

Au Vermont, le *Long Trail* fait la liaison entre la frontière québécoise et l'*Appalachian Trail* qu'il rejoint à la hauteur de Killington où les deux continuent une route commune vers le sud jusqu'au Massachussets, pour une longueur totale de 425 kilomètres. Il s'agit du premier sentier de randonnée pédestre de longue distance en montagne à avoir été aménagé en Amérique du Nord. De Jay Peak à Killington, son circuit emprunte l'alignement des principaux sommets des montagnes Vertes.

De tels exemples pourraient être multipliés à l'infini.

moites, des groupes humains se sont organisés et ont entretenu avec leur environnement immédiat une relation étroite, intime, de survie mais aussi d'identification. Partout, ainsi les humains ont pris pays.

Puis sont arrivés des gens d'ailleurs : des commerçants, des émissaires politiques, des militaires, des prêtres d'une quelconque religion. Tous ces pays, toutes les contrées habitées par des collectivités - fussent-elles les plus sauvages et retirées - ont reçu, plus ou moins régulièrement, des visiteurs. Qui prirent le nom générique d'étrangers. Et, malgré la méfiance, malgré les réticences, l'hospitalité s'est développée : à travers les sociétés et les civilisations, accueillir l'autre, le voyageur, l'étranger - même un ennemi -, lui offrir gîte et couvert, parfois au risque de se priver soi-même, est devenu un geste d'honneur, un geste sacré.

Puis sont arrivés les touristes. Une autre race de monde. On connaît l'histoire : ils existaient dans l'Antiquité, au Moyen Age, à la Renaissance, ils allaient assister aux premiers jeux à Olympie, se retirer dans

leurs villas à Pompéi, ils partaient en pèlerinage vers Jérusalem ou Saint-Jacques-de-Compostelle, faisaient, s'ils étaient riches ou enclins aux beaux-arts, la tournée des orgueilleuses cités italiennes. Mais ils étaient, au total, peu nombreux.

Au XX<sup>e</sup> siècle, avec l'avènement des lois sociales promulguant les congés payés, avec l'amélioration générale du niveau de vie dans les pays économiquement avancés, les touristes sont devenus légion. Ils sont partout. Et il n'est pas un endroit du globe où ils ne se répandent, entretenant avec les résidents du cru des relations ambiguës, tantôt apparemment amicales, tantôt carrément hostiles - qu'on se rappelle le cas récent de la Floride.

### ***5.1. VISITEURS ET VISITÉS: UN RAPPORT DIFFÉRENT AVEC L'ESPACE TOURISTIQUE***

Précisons davantage. Les visités expriment un état de permanence : on les appelle résidents, ce qui veut tout dire. Ils sont agents d'identification. Ils font partie de l'espace touristique, ils en sont des constituants. Même dans le cas des villégiateurs ou des touristes qui reviennent régulièrement ou souvent à une même destination, les visiteurs, eux, expriment un état de fugacité. Leur présence n'est que transitoire et passagère, deux épithètes que le langage touristique emploie abondamment. Les visités sont, à ce point de vue, des sédentaires : ils vont à l'intérieur d'un espace dont les limites sont définies par les activités de la vie quotidienne. Les visiteurs sont, quant à eux, des migrants, des itinérants, c'est-à-dire des personnes en déplacement d'un espace à un autre, avec l'intention avouée de revenir à leur point de départ. La mobilité - et tout ce qu'elle implique - s'avère l'une de leurs principales caractéristiques.

Comme on le voit, la réalité de l'espace joue un rôle prépondérant dans la caractérisation des visiteurs et visités. Car ce qui va sous-tendre valeurs et comportements sera précisément la nature des relations de l'un et l'autre groupe avec l'espace utilisé à des fins touristiques. Leur perception comme leur utilisation de cet espace seront, en effet, fort différentes, sinon antagonistes. La notion d'appartenance est très révélatrice de cet état de choses. Ainsi, des villégiateurs de longue date seront encore considérés comme des « étrangers » par les résidents, malgré leurs efforts parfois répétés et soutenus pour s'intégrer.

Fondamentalement, les visités ne percevront pas l'espace touristique comme un espace touristique mais d'abord comme leur espace ordi-

naire<sup>17</sup>, comme l'espace qui, dans une large mesure, leur appartient, ils en sont convaincus. C'est l'espace où ils travaillent, résident et exercent toutes les activités de leur survie quotidienne. Ils en auront, pour ces raisons, une perception à la fois utilitaire (espace de travail et de loisir habituel) et culturelle (espace d'identification). Leur connaissance de leur espace, qui est aussi un espace touristique, est empirique et fortement intimiste.

Les visiteurs sont, au contraire, attirés au point de se déplacer vers cet espace : intrinsèquement, il est pour eux un espace touristique. Quels que soient leurs motifs de déplacement, ils confèrent, à tort ou à raison, à tout espace touristique une forme de statut d'espace « meilleur » ; sinon, pourquoi iraient-ils en sa direction ? Consciemment ou non, les visiteurs prêtent à l'espace touristique un cachet de qualité, mérité ou non, qui s'identifie à une certaine conception du mieux-être, à une certaine conception également de l'esthétisme, qui leur est particulière. Leur attachement à un espace touristique pourra se révéler parfois plus profond que celui qu'un visité pourra porter à son propre espace ; cet attachement, toutefois, restera subordonné à la fréquentation momentanée et éphémère de cet espace qui n'est pour eux que touristique, à l'utilisation « secondaire » qu'ils en font, à la plus-value qu'ils lui accordent et à la connaissance somme toute extérieure qu'ils en acquièrent.

## **5.2. UNE APPROPRIATION SOUVENT CONFLICTUELLE DE L'ESPACE**

Les uns ont besoin des autres et vice versa. Les résidents offrent services, prestation et accueil. Les visiteurs viennent se faire servir, paient en conséquence et procurent des revenus aux premiers : ils sont envahissants, souvent arrogants ou irresponsables, heurtant sans s'en rendre compte les valeurs et l'organisation de ceux et celles qui vivent là, non comme eux en transit, mais jour après jour. La relation entre les deux groupes n'est pas toujours une lune de miel, loin s'en faut.

Le visiteur est un consommateur de destinations. L'espace est alors conçu comme un bien touristique à consommer au même titre que les autres équipements de services disponibles sur place. Ce consommateur

17. Lire, à ce propos, Béatrice GIBLIN (1978). « Le paysage, le terrain et les géographes », *Hérodote*, janvier-mars, n° 9, p. 74-89. « Il faut distinguer entre le paysage vu par un résident, à grande échelle, et le paysage vu par le touriste, à petite échelle [...]. Le regard quotidien de l'utilisateur et le regard occasionnel du touriste sont profondément différents: l'un est un regard pratique, l'autre est un regard esthétique. »

qu'est le visiteur paie pour les biens et services dont il fait usage. Parce qu'il paie - et souvent au prix fort -, il se développe chez lui un certain esprit de propriété : ce qu'il paie, ce qu'il achète lui appartient en quelque sorte, du moins durant la durée de son séjour. Et, parce qu'il paie, il veut aussi, de façon consciente, que ce qu'il achète corresponde à ses attentes et, de façon inconsciente, à ses goûts et à ses valeurs.

L'espace touristique n'y échappe pas, ce qui explique que le visiteur transpose manifestement dans ses formes et dans son organisation des traits venus d'ailleurs ; ce qui explique également que ces traits en viennent fréquemment à modifier, lorsqu'ils ne les masquent pas complètement, les traits de l'espace de support initial : rangées d'hôtels, édifices en hauteur, matériaux et architecture qui « détonnent » dans le décor, boulevards, centres de commerce et de services, aires d'amusement, quartiers périphériques constitués de villas, de chalets, de résidences secondaires, contrôle de la mairie et des fonctions électives, etc.

L'espace touristique porte donc les traces de cette concurrence qui pourra éventuellement se transformer en conflit, selon la force avec laquelle les valeurs importées des espaces d'origine des visiteurs imprimeront leur prépondérance sur l'espace des visités. D'autant que, pour plus de sûreté ou à des fins d'investissement, les visiteurs achètent des parcelles de l'espace touristique qu'ils contrôlent de la sorte depuis l'ailleurs, accentuant par le fait même la concurrence et possiblement les conflits entre eux et les visités, entre la propriété morale (sentiment d'appartenance, d'identification) et la propriété foncière (réalité légale et financière).

### **5.3. L'ENVERS DE L'ACHALANDAGE**

Les relations entre les touristes et les résidents des lieux qu'ils visitent sont souvent marquées de mécontentement, sinon d'orages. De même, les relations entre les touristes et les lieux qu'ils visitent ne vont pas sans heurts ni dangers pour ces derniers. Par définition, les touristes ne consacrent qu'une partie de leur temps au voyage, suivent les modes et vont le plus souvent où on leur dit d'aller. Conséquence : en certaines époques de l'année, dites de haute saison, il y a des lieux qui sont littéralement submergés de visiteurs, au point parfois de risquer non seulement les souillures mais la disparition bête et brutale.

On sait que les foules, à la longue, peuvent abîmer gravement les lieux qu'elles fréquentent. Durant deux ans, la façade de Notre-Dame, à Paris, a dû être voilée pour permettre d'y réparer l'outrage des ans et

surtout celui de ses 40 000 visiteurs quotidiens qui, sans le vouloir, attaquent ses pierres en dégageant 700 litres d'eau par le simple fait qu'ils respirent et en allumant 1,2 million de cierges par an. Sans oublier, à l'extérieur, les pluies acides et les gaz d'échappement...

Les touristes, pour leur part, s'ils trouvent plaisir et satisfaction à visiter des endroits renommés - qu'il faut voir -, en viennent à perdre tout intérêt si ceux-ci deviennent trop fréquentés, que ce soit des musées ou des plages. Car, on ne le sait que trop, surpeuplé, n'importe quel endroit, fût-il le plus beau au monde, perd tout son charme.

D'où la question : existe-t-il un seuil de tolérance maximal que les lieux touristiques, les résidents et les touristes eux-mêmes ne peuvent dépasser ? Là-dessus, des armées d'experts essaient chaque année de déterminer, avec une précision toute mathématique, le taux d'absorption maximal - sinon optimal - qu'un espace de dimensions données peut présenter. Ces évaluations permettent d'établir des normes utiles à la gestion de tels espaces et guident également le travail de ceux qui doivent en planifier l'aménagement.

Il est, par ailleurs, beaucoup plus ardu de cerner le niveau de tolérance psychologique puisque entrent alors en ligne de compte la culture, les valeurs et les besoins des personnes concernées, le temps de l'année, de la semaine ou de la journée, la conjoncture sociale et économique et bien d'autres facteurs difficilement quantifiables.

Toutes ces considérations mettent en cause la responsabilité des promoteurs et exploitants de sites et d'attrait touristiques. En cette ère de déréglementation, de mondialisation et de néolibéralisme, il revient aux promoteurs, du boutiquier aux édiles municipaux, de l'agent de voyage au planificateur gouvernemental, de définir leur action, non seulement en fonction des revenus et profits à générer, mais aussi en fonction de la satisfaction des visiteurs et des résidents, en fonction de la longévité des sites. Et de leurs commerces.

#### ***5.4. UNE ÉCONOMIE AUX PIEDS D'ARGILE***

Sauf dans ses zones urbaines et dans les auréoles de la Vieille-Capitale et de Montréal, le Québec souffre d'une faible densité démographique. Près de la moitié de sa population réside dans le périmètre immédiat de Montréal et plus de 90 %, sur moins du dixième de tout le territoire politique québécois, que les encyclopédies disent contenir trois fois et demie

la France, presque six fois l'Italie. Le vieux rêve de peupler le Québec jusque dans le Grand Nord, au-delà même de l'Ungava, a vécu<sup>18</sup>.

C'est avant la Seconde Guerre mondiale que l'écoumène ou l'espace « habité » québécois a atteint son extension maximale, sous la poussée du terroir agricole, des villages de pêche et des établissements pionniers, forestiers ou autres. Depuis, on ne compte plus, dans les régions dites éloignées, les fermetures de bureaux de poste et d'écoles, le nombre de kilomètres de rails arrachés à leurs dormants, les quais publics abandonnés. Tout cela a d'évidentes répercussions sur l'espace québécois. Des villages entiers deviennent plus ou moins fantômes ; des terres autrefois agricoles, défrichées, essouchées et travaillées à grand-peine par des générations d'hommes et de femmes, retournent à la friche, en *fardoche*. Des maisons se vident, s'écroulent, disparaissent. Une mémoire s'en va, que personne ne retient.

Or, que vaut un pays vide de ses habitants ? Et des paysages revenus à trop d'uniformité, sans la diversité imprimée par les activités humaines<sup>19</sup> ? Intervient alors le tourisme, le tourisme considéré comme sauveur. Partout, on souligne le pouvoir économique du tourisme. La toute puissante et très écoutée American Society of Travel Agents (ASTA) dit du tourisme qu'il est la principale activité économique de la planète, qu'il emploiera 338 millions de personnes en 2005. Ses populations temporaires, arguë-t-on, sauront remplacer les populations permanentes, insuffler un nouveau dynamisme économique, empêcher la fermeture de régions, permettre de garder vivants leurs paysages.

Il est pourtant très inquiétant de voir une économie se construire sur le tourisme. Certes, la création d'emplois y est plus rapide et moins onéreuse que dans tout autre secteur d'activité, d'où la tentation de se tourner vers lui pour faire tourner la roue quand l'économie bat de l'aile. Mais, pour des raisons structurelles encore plus que circonstanciées, le tourisme doit plutôt être conçu et développé comme un secteur d'appoint, qui vient épauler d'autres secteurs plus porteurs.

18. Il faut relire, à ce sujet, le roman *Erres boréales* de Florent LAURIN, paru dans les années 1940 à compte d'auteur.

19. Il est vrai que les Européens qui visitent le Québec ne cessent de s'étonner quand ils traversent des forêts pendant des heures sans rencontrer âme qui vive ; ils y retrouvent leurs images d'Épinal. Ils apprécient cependant tout autant le fait de pouvoir se reposer chez un pourvoyeur, dans une auberge, dans un village où les gens sauront les accueillir, souvent avec chaleur. La grande nature attire les voyageurs, certes ; mais, comme les guerriers cherchaient leur repos au sein de bras secourables, ils aiment en général retrouver les espaces habités et la compagnie des autres humains pour mieux assimiler les expériences de leurs périodes.

La plus grande faiblesse de l'économie touristique réside dans le fait que toute son activité est à la merci d'aléas sur lesquels elle a peu ou pas de prise. On peut nommer le poids relatif des diverses devises, les soubresauts de la politique, les hauts et les bas des cycles économiques, les comportements des consommateurs, le niveau des taux d'intérêt, les conflits armés et les épidémies, la rumeur publique qui porte soudain au pinacle des destinations ou les descend en flammes, les distances à parcourir et les cataclysmes naturels. Combien de temps faudra-t-il à l'économie touristique de la côte dalmate, hier si florissante, pour se remettre de la guerre de l'ex-Yougoslavie ? À la vallée du Nil pour chasser les frayeurs du terrorisme ? Tant de facteurs peuvent ainsi retenir chez eux les voyageurs ou les détourner vers des lieux apparemment plus cléments.

Les destinations et leurs alliés, les transporteurs, auront beau dépenser des sommes faramineuses et des trésors d'énergie et d'imagination en marketing et publicité, il feront toujours face à l'importante difficulté de décider les éventuels voyageurs à se déplacer pour consommer leurs produits et prestations, donc, pour devenir des visiteurs. Si une chambre d'hôtel ou une pente de ski peuvent se présenter dans une brochure ou sur un site Web, il reste qu'elles ne peuvent être « consommées » que sur place. Le produit touristique - qui est essentiellement une destination - est le seul produit de consommation que producteurs ou commerçants ne peuvent livrer à domicile.



**Visiteurs de la Vallée des Rois en Égypte** - Le visiteur est un consommateur de destinations. L'espace est alors conçu comme un bien touristique à utiliser au même titre que les autres équipements de service disponibles sur place. Malgré les efforts faits pour le protéger et le mettre en valeur, l'espace touristique en porte les traces.

Ces éléments mettent en lumière la grande fragilité de l'économie touristique. Quels que soient son dynamisme, sa vitalité et sa force apparentes, il suffit d'un pavé dans la mare pour que la belle surface s'embrouille et révèle des eaux pour le moins troubles. Aussi les gens du tourisme, tout comme les élus, ont-ils la responsabilité de définir la juste participation du tourisme tant à l'économie des régions qu'à celle du Québec tout entier. À cette fin, il serait valable qu'ils s'associent aux autres partenaires économiques pour en établir les balises et identifier des complémentarités souhaitables à l'échelle des régions dites touristiques.

### **Le tourisme aux îles de la Madeleine**

Depuis les années 1970, les touristes, québécois surtout, ont découvert les qualités de l'archipel des îles de la Madeleine : vastes plages, tranquillité, beauté des paysages, bonne nourriture, activités variées, accueil des Madelinots, prix abordables. L'été, notamment en juillet et août, et l'hiver durant la période des blanchons, les îles sont devenues une destination fort courue qui, de plus, s'est attachée une clientèle fidèle qui revient d'année en année.

Rêve de toute région éloignée, le tourisme y est devenu une activité d'appoint à la pêche, activité principale et sphère d'identification de la culture madelinienne. Jusqu'à présent, il a réussi à assurer une forme d'équilibre, sans prendre trop de place comme c'est souvent le cas. Deux facteurs en sont la cause : la relative brièveté de l'été, qui rétrécit la saison touristique, et l'éloignement des grands centres de population. Au milieu du golfe, les îles sont à l'écart et, dans une certaine mesure, à l'abri des grands circuits touristiques et des fortes vagues d'affluence qui en résultent.

Au cours des années, l'hébergement s'est étoffé et diversifié, de nouvelles activités sont apparues, la restauration s'est améliorée; bref, l'archipel s'est peu à peu doté d'un produit touristique capable d'épauler son potentiel, sans que celui-ci ou le genre de vie des îles aient à en souffrir. À l'Association touristique régionale, on évalue à 6 000 personnes le nombre de visiteurs maximal que les îles de la Madeleine peuvent accueillir dans les campings, hôtels, motels, auberges, chalets, gîtes et chambres particulières. Comme les Madelinots sont eux-mêmes plus de 15 000, ce n'est pas encore le raz-de-marée que vivent trop de destinations touristiques. Et puis, avec leurs 250 kilomètres de plage, les îles sont assez vastes pour que les estivants se dispersent aisément un peu partout, sans que leur présence devienne étouffante.

## 6. ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

### 6.1. *L'AUTHENTICITÉ DES PAYSAGES*

Les touristes sont prêts à ouvrir leurs bourses pour découvrir les paysages de la Pampa argentine, de la Ville Lumière ou de la campagne du Vietnam. Encore faut-il que ces paysages présentent, à leurs yeux, un réel intérêt. Et, redisons-le, ce qui ajoute une plus-value à tous les paysages est l'empreinte de l'homme. À condition, bien sûr, que celle-ci ne soit pas source de gâchis et d'enlaidissement à outrance.

Manifestations tangibles de l'évolution de l'univers et des liens, eux aussi changeants, qui unissent les groupes humains, grands ou petits, puissants ou infortunés, les paysages traduisent des équilibres ou des désordres, des accélérations ou des reculs. Dans le cas de la nature, on parlera de chaos, d'âpreté, voire de brutalité, quand l'équilibre semble perturbé. Dans le cas des paysages habités, on évoquera la lourdeur, la défiguration, la laideur, lorsqu'il y aura manifestement eu, de la part des hommes, des interventions « déroutantes » au sens premier du terme, sans discipline, qui répondent à des objectifs de rendement à court terme, de profits particuliers : une absence de respect.

Quand un paysage devient touristique, rappelons que sa plus-value transforme plus ou moins intensément le site initial qui, lui-même, traduisait préalablement des fonctions agricoles, résidentielles, commerciales, naturelles, etc. Les activités touristiques entraînent aussi, presque inévitablement, des pressions et des dégradations de l'environnement en raison de la densité des gens et des équipements, de la multiplication des activités, de la croissance des besoins et des attentes. Ces pressions engendrent des effets tout autant économiques, sociaux et culturels que naturels : eutrophisation des lacs et cours d'eau, érosion des berges et des versants, appauvrissement de la nappe phréatique, transformation du couvert végétal, spéculation, hausse des taxes et des prix, conflits sociaux, acculturation ou déperdition culturelle. C'est pourquoi le paysage touristique et, par le fait même, le tourisme sont souvent accusés de dénaturer le paysage initial, d'entacher son authenticité.

Trop souvent, on constate en effet que le paysage touristique a engendré, par la présence physique des touristes, dans sa structure et son organisation propres, non seulement l'appauvrissement mais la négation de ce qui était le matériau d'intérêt originel. Au point où celui-ci est à peine discernable : l'animal sera parqué dans un zoo ou une réserve, la

fleur ou l'arbre dans un enclos, quand ils n'auront pas été gommés au profit d'autres espèces importées par les touristes. Nous sommes des milliers, des millions, à fréquenter des lieux laids, envahis de trucs sans qualité dont le « meilleur » exemple est certainement le paysage dit touristique quand il est fait de couleurs criardes, de breloques et pacotilles et d'artificialisation à outrance du milieu naturel de support. Les résidents eux-mêmes, dans ce type de paysage touristique, deviennent subordonnés à la présence et au nombre de visiteurs, aux valeurs et au genre de vie que ces derniers imposent.

Au-delà des détails et quel que soit l'endroit au monde, rien ne pourra finir par ressembler davantage à un site touristique qu'un autre site touristique. Disney et le Club Med, qui ne cessent de faire école, l'ont bien compris. Chacune de ces entreprises reproduit, à sa manière, un modèle préétabli : absence d'authenticité s'appuyant sur des reconstitutions « plus vraies que nature » pour le premier ; espace autosuffisant, site ultra-planifié et ambiance imposée pour le second.

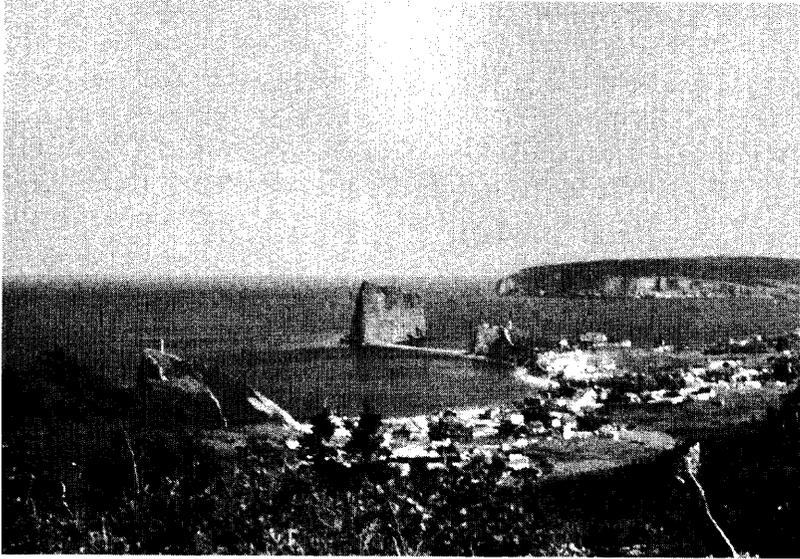
Ainsi le tourisme devient-il, comme l'a souligné Arthur Haulot dans ses nombreux écrits<sup>20</sup>, un agent fort actif d'agression environnementale. D'autant plus actif et efficace qu'il est, par ailleurs, très valorisé par la civilisation contemporaine et que ses effets pernicieux seront tolérés, sinon acceptés, au nom de ses diverses retombées.

Une difficulté majeure se pose donc à l'intervention touristique dans l'espace : planifier et aménager des espaces touristiques qui n'altèrent et ne détériorent pas les paysages mais qui soient, au contraire, l'expression et l'aboutissement d'une structure spécifique. Le faire en respectant le milieu naturel et en répondant aux attentes, à la fois des visiteurs et visités, des intervenants, des investisseurs et des gouvernements, constitue l'un des plus grands défis à relever dans l'amélioration des espaces touristiques actuels et dans l'aménagement de ceux à venir.

## **6.2. LA COMPRÉHENSION DES PAYSAGES**

Prenons l'Amérique du Nord. Dressons-en rapidement une liste des endroits les plus connus, sinon les plus visités. Qu'y trouverait-on ? Sûrement les chutes Niagara, le rocher Percé, le Grand Canyon du Colorado, Manhattan et ses gratte-ciel, Québec et, sur son cap Diamant, le Château Frontenac, l'hôtel le plus photographié du monde.

20. Lire notamment: *Un certain tourisme* et *Tourisme et environnement: la recherche d'un équilibre*.



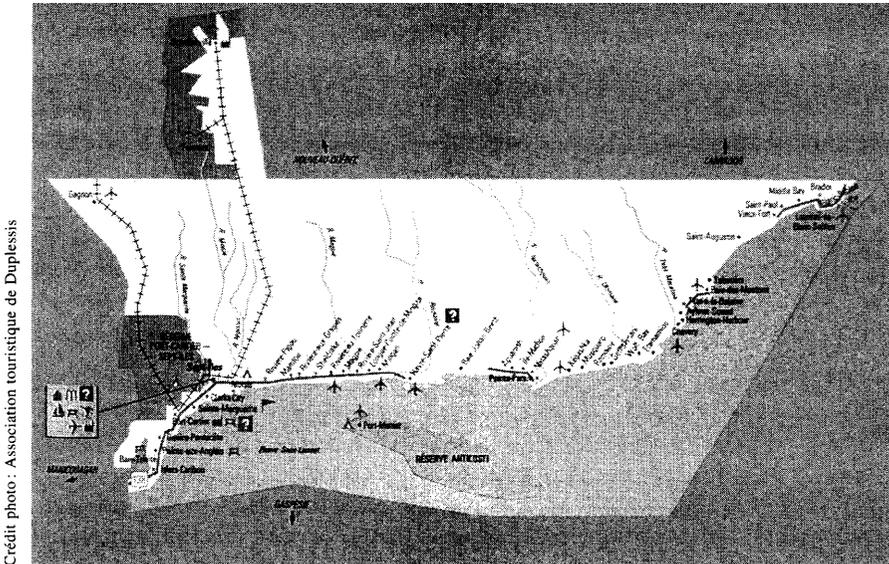
Crédit photo : Normand Cazellais

Percé - Des lieux s'imposent, tel ici le rocher Percé à l'extrémité de la péninsule gaspésienne, au cœur d'un espace spectaculaire dont le magnétisme sur l'appétit touristique ne laisse aucun doute.

Si les premiers sont des paysages naturels, c'est-à-dire construits au long des millénaires par l'eau, l'air, le vent, les contrastes climatiques, les poussées isostatiques et les forces de l'érosion, les seconds sont des paysages humanisés, c'est-à-dire transformés par les groupes humains qui se sont adaptés aux contraintes naturelles des lieux selon leurs besoins et l'évolution de leurs techniques.

Tous les paysages, y compris les déserts, portent des messages. Ils sont signifiants : ils expriment, dans leur apparence et leur agencement, un ensemble d'effets et d'interrelations, des états, des fonctions. Les paysages naturels sont montagneux, maritimes, de plaine ou de forêt, tropicaux ou polaires, secs ou arrosés. Les paysages humanisés, agricoles ou urbains, industriels, résidentiels ou commerciaux, reflètent des spécificités culturelles et l'extrême diversité des activités humaines. Paysages naturels et humanisés se jouxtent, se compénètrent : la mer et les côtes voient alterner caps et havres, falaises et plages où les hommes ont établi des villages de pêche, des ports et des villes, des stations balnéaires.

Entre les paysages peu marqués par la venue des touristes et ceux qui en sont imbibés, que propose-t-on, en fait, à la compréhension des visiteurs ? Pas grand-chose, vraiment : rarement sinon jamais explique-t-on à ces visiteurs comment sont constitués et changent les paysages



**Carte de la région touristique de Duplessis** - Très faiblement peuplée et inscrite à la marge du Québec, la région géographique de Duplessis couvre un très vaste territoire, de Port-Cartier à Blanc-Sablon aux confins du Labrador. Cette carte, à petite échelle, produite par l'Association touristique de Duplessis pour mieux faire connaître la région et ses produits, en donne une idée.

avec lesquels ils sont mis en contact. Montagnes, forêts, villes, plateaux sont pris tels quels. Les guides sont bourrés de pages sur l'histoire, les « merveilles » archéologiques ou architecturales, les lieux à découvrir et les activités à exercer ; mais à peine quelques lignes sont-elles parfois esquissées pour décrire, dans une perspective dynamique, les paysages. Pourquoi une forteresse, des vignobles, une route sont-ils apparus à tel ou tel endroit ? Comment ont-ils contribué à l'élaboration des paysages qui s'étalent sous nos yeux ? Savoir lire un paysage n'est plus une discipline à la mode... Pourtant, il n'est pas dit, loin de là, que le touriste de tout horizon n'apprécierait pas qu'on l'informe et qu'on favorise sa compréhension des destinations qu'il visite.

Au Québec, l'éducation au paysage se révèle particulièrement faible. S'il se trouve des aires d'interprétation du paysage, elles sont le plus souvent incorporées à une interprétation écologique qui relègue l'approche paysagère derrière l'analyse des écosystèmes. L'interprétation des paysages humanisés, pour sa part, est carrément ignorée. Il y aurait pourtant là matière à employer bien des gens et, peut-être, à redonner à l'ensemble des Québécois une nouvelle conscience du pays.

### 6.3. *TOURISME ET ÉCOLOGIE*

On compte 400 millions de déplacements internationaux et un milliard et demi de déplacements nationaux qui pourraient, d'ici quelques années, dépasser respectivement les 650 millions et les trois milliards. Le tourisme, à la portée jusqu'à tout récemment des seuls Occidentaux, fait de plus en plus d'adeptes chez les ressortissants de Taiwan, de la Corée du Sud et d'autres pays en voie d'enrichissement collectif. Déjà, on estime qu'au moins 40 millions de Japonais voyagent à l'étranger.

Cette spirale étourdissante n'est pas sans effets. Dans les hôtels seulement, des tonnes de serviettes laissées intactes par les voyageurs sont lavées inutilement chaque jour et, ainsi, des quantités faramineuses de détergent se déversent dans l'environnement. Mais les serviettes ne sont que la pointe de l'iceberg que les activités hôtelières font peser sur le milieu. L'eau des piscines, les restes de nourriture (souvent inentamée) qui vont à la poubelle, l'énergie nécessaire au chauffage, à l'éclairage, à la climatisation, les savonnets jetés après un seul usage, la quantité journalière des eaux usées. Toute la consommation immédiate qu'exige un hôtel est très lourde sur le plan écologique<sup>21</sup>.

Les transporteurs ne sont pas en reste, notamment les transporteurs aériens. Outre les diverses émanations polluantes ou les nuisances acoustiques causées par les avions, outre le trafic routier qui encombre le périmètre d'un aéroport, on doit, là aussi, «gérer » quotidiennement des quantités industrielles d'aliments et d'objets jetables après usage.

Aussi l'industrie touristique se préoccupe-t-elle toujours davantage d'environnement. Chaque semaine en donne de nouveaux exemples. Le groupe CP Hôtels s'est doté d'un plan vert, Disney et le Club Med font dans la planification environnementale, British Airways s'est lancée dans de vastes audits environnementaux, Swissair applique une politique écologique rigoureuse. Les associations et regroupements ont emboîté le pas la Pacific Asia Travel Association (PATA) et l'Australian Tourism Industry ont adopté un code de l'environnement ; l'American Society of Travel Agents (ASTA) diffuse régulièrement des conseils environnementaux aux consommateurs ; l'International Hotel Association (IHA) fait

21. Le personnel d'entretien actionne en moyenne trois fois la chasse d'eau de la toilette lorsqu'il fait le ménage d'une chambre d'hôtel : sont évacués de la sorte neuf litres de liquide à chaque reprise, donc 27 litres au total. Par la suite, les clients utilisent, à leur tour, la salle de bain à plusieurs reprises. L'ampleur de ce déluge quotidien est évidemment proportionnelle au nombre de chambres d'un établissement.

### **Swissair et l'environnement**

En matière de protection de l'environnement, certaines entreprises, et non les moindres, ne s'en tiennent pas aux belles paroles. Ainsi la compagnie aérienne Swissair est-elle devenue l'une des premières entreprises au monde à examiner scrupuleusement son action écologique. Elle fait œuvre de pionnière.

Un bilan de l'année 1996 a fait ressortir que les 55 avions de la flotte de Swissair avaient émis, dans la zone aéroportuaire de Zurich, 429 tonnes d'oxyde d'azote et 288 tonnes de monoxyde de carbone, soit respectivement 3,5 et 8 fois moins qu'en 1970. Les nuisances acoustiques ont été, quant à elles, sensiblement réduites: sur un total de 63 500 décollages, un cinquième seulement avaient dépassé la limite de 90 décibels en 1989 et, dès 1991, aucun des appareils de Swissair n'était allé au-delà.

La peinture et le décapage des avions, le dégraissage des pièces de moteurs et la révision des éléments des réacteurs et des avions ont émis 250 tonnes d'hydrocarbure: un système d'épuration interne a permis de réduire la pollution des eaux usées causée par les produits chimiques et les métaux lourds. Par ailleurs, pour préparer plus de 26000 repas par jour, quelque 1 000 personnes travaillent aux services alimentaires de Swissair à Zurich: en 1989, 7220 tonnes de produits alimentaires, de journaux, de matériel d'emballage, de verre, de matières synthétiques, d'aluminium et d'autres métaux avaient été livrées à Swissair; le tri des débris à bord de ses avions et aux services alimentaires a permis de recycler 2000 tonnes de matières issues de ces produits.

À la suite de ce bilan, la direction de Swissair à l'environnement a défini quatre orientations de courte et moyenne échéance: la création d'un support logistique et humain pour un traitement approprié des questions écologiques; la réduction locale et globale de la pollution causée par le trafic aérien, la circulation au sol et les activités techniques; la réduction des volumes de débris et l'optimisation de leur élimination; la réduction de la consommation d'énergie.

Alors que la très grande majorité des sociétés aériennes se débattent avec des bilans teintés de rouge et cherchent, par tous les moyens, à couper leurs frais d'exploitation et à trouver des partenaires, la stratégie du transporteur national suisse peut sembler à contre-courant. Elle démontre pourtant avec éloquence que les meilleures performances économiques, fussent-elles en transport et tourisme, sont étroitement liées aux meilleures performances environnementales.

appliquer, à la grandeur du globe, un programme de plantation d'arbres ; l'Association internationale des transporteurs aériens (IATA) finance à grands frais des recherches sur le bruit et la pollution atmosphérique.

Quant au World Travel & Tourism Council, puissant organisme dont le siège social est à Bruxelles, il a mis au point, à l'intention des entreprises, une série de documents spécialisés intitulés *Environmental Guidelines* et a inauguré, à Oxford en Angleterre, un centre de recherche, le World Travel & Tourism Environment Research Center, dont la mission consiste à élaborer une « approche globale » en la matière.

Il y a trop d'initiatives de la sorte pour n'en conclure qu'à un intérêt passager ou superficiel<sup>22</sup>. Certains pays font figure de précurseurs. On connaît, par exemple, les efforts consentis par l'Autriche pour appuyer son développement touristique sur une approche intégrant la protection et la mise en valeur de la culture et du milieu naturel ; pour civiliser le tourisme, en quelque sorte. Son voisin, l'Allemagne, axe une partie de sa promotion touristique sur les programmes écologiques que de nombreux sites et établissements proposent à leur clientèle. La province de Hesse, dont Francfort est la ville principale, publie un guide de près de 200 hôtels « écologiques » (*grün* ou « verts »), c'est-à-dire qui procèdent au triage des ordures, limitent l'usage des aliments emballés par portion, utilisent des produits de nettoyage inoffensifs et des robinets à contrôle de débit automatique, etc. La préoccupation du monde du tourisme pour l'environnement est inévitable dans la mesure où il y va de sa survie : pour prospérer ou tout simplement se maintenir, le tourisme a besoin d'un environnement naturel et humain en santé. Sinon, que resterait-il à apprécier et à visiter ?

#### **6.4. DES RESSOURCES NATURELLES FRAGILISÉES**

Les exemples, s'il en faut, sont légion. Les touristes devront dorénavant porter des vêtements propres et nettoyer leurs chaussures avant de débarquer en Antarctique, afin de ralentir la propagation d'un virus répandu dans nos poulaillers et qui affecte aujourd'hui les manchots d'une maladie que ceux-ci ne connaissaient pas avant de devenir une attraction. Dans le parc de la Gaspésie, au sommet du mont Albert, les milliers de randonneurs annuels ont poussé le troupeau de 200 caribous qui y habite à quitter les

22. Consulter à ce sujet les documents de l'International Hotel Environment Institute Initiative.

plateaux découverts pour se réfugier dans les forêts, sur les versants où rôdent pourtant ses prédateurs, le coyote et l'ours noir. Études à l'appui, on sait maintenant que les baleines modifient leur patron de plongée quand plus de cinq bateaux les approchent à moins de 2 000 mètres ; or, à l'embouchure du Saguenay, de juin à octobre, une quarantaine d'embarcations de toutes tailles naviguent près des rorquals de trois à cinq fois par jour. Dans les parcs nationaux de l'ouest des États-Unis, 29 espèces animales sont désormais disparues, estime la National Parks and Conservation Association. Et on ne parle même pas, ici, de vandalisme<sup>23</sup>.

Il y a un siècle déjà, pourtant, les gouvernements, un peu partout, commençaient à créer des parcs naturels, justement dans le but de protéger, à l'intérieur de périmètres définis, les paysages, les habitats et les espèces, animales et végétales, qui y étaient situés. Mais le genre humain étant ce qu'il est, les parcs naturels, sortes de vitrines d'un monde à l'abri de ses activités, sont devenus, dans tous les pays y compris au Québec, des lieux à visiter et des destinations fort populaires.

Ainsi, sans compter les parcs dits nationaux qui appartiennent au gouvernement fédéral, les 19 parcs québécois enregistrent plusieurs millions de jours-visites par an, un chiffre en progression d'une année à l'autre. Les 400 parcs nationaux des États-Unis, pour leur part, voient leur fréquentation augmenter de 6 % par année depuis vingt ans et sont aujourd'hui encombrés de touristes ; dans certains cas, les réservations sont faites plus d'un an à l'avance. Victimes de leur succès, les parcs naturels ? La chose serait un moindre mal si ce succès ne s'accompagnait, dans la foulée d'un mouvement néolibéral planétaire, d'une baisse des ressources financières et humaines qui, dénonce-t-on de toutes parts, ne permet plus au personnel des parcs de répertorier et de protéger adéquatement leur faune et leur flore.

Le grelot est pourtant attaché depuis bien avant notre ère de privatisation. Un Américain, Edward Abbey, travailla durant deux étés consécutifs, au début des années 1950, comme garde-moniteur au Arch National Monument, dans le sud-est de l'Utah. Il consigna, dans ses carnets, des notes sur son travail et, surtout, sur sa relation avec un milieu très particulier, celui du désert. Retourné dix ans plus tard, pour une troisième saison, Abbey put voir les changements qui s'étaient produits entre

23. Au Arch National Monument et dans des dizaines de parcs locaux du sud de l'Utah, les autorités doivent en outre affronter les pilleurs de vestiges amérindiens.

temps et les effets du « progrès<sup>24</sup> ». Une bonne partie de son analyse porte sur le conflit de conceptions et de perspectives entre les « aménageurs » et les « protecteurs » : les premiers sont portés à mettre l'accent sur l'accessibilité publique des parcs, qu'ils souhaitent toujours plus grande ; les seconds sont préoccupés par l'importance de léguer un héritage naturel intact aux générations futures. Ces deux visions sont en général simultanément contenues dans les énoncés de mission de la plupart des organismes responsables de parcs publics. C'est la quadrature du cercle protéger davantage les parcs tout en intensifiant leur fonction touristique.

Un chapitre du livre d' Abbey vaut son litre d'encre. Intitulé *Polémique : industrie touristique et parcs nationaux*, l'auteur y relève comment, à vouloir rendre accessibles les parcs nationaux, notamment au moyen de routes asphaltées, il y a danger d' « éliminer tout ce qui subsiste de vie sauvage » et de soumettre en entier « la nature aux exigences, non pas de l'homme, mais de l'industrie ». S'en prenant à ses concitoyens qui « veulent voir leurs parcs nationaux dans le confort, la sécurité et la commodité de leurs voitures » et relevant que le Arch National Monument, en quelques années, était passé de 3 000 à 300 000 visiteurs par an, Abbey lança ceci : « Le monde sauvage est une part nécessaire de la civilisation et la responsabilité première du système des parcs nationaux est de *préserver intact et non amoindri* le peu qui reste<sup>25</sup>. »

La situation a évolué depuis. Le fossé entre aménageurs et protecteurs s'est rétréci sous certains aspects, bien qu'il se soit agrandi sous d'autres. Moins de routes asphaltées sont construites dans les parcs nationaux et, de surcroît, les autorités de certains d'entre eux imposent désormais des quotas de fréquentation. Dans l'Ouest canadien, un débat a d'ailleurs cours sur les vocations et le contrôle de certains parcs à maintenir, à intensifier ou à atténuer. Le poids de l'industrie touristique continue néanmoins à s'accroître sur les parcs naturels, suffisamment pour qu'Edward Abbey, qui passait autrefois pour utopiste, soit aujourd'hui considéré comme un visionnaire. Un grand nombre de ses recommandations ont d'ailleurs été récupérées par les tenants de l'écotourisme - souvent, toutefois, en les déformant.

24. Amalgame de ses premières notes et du constat ultérieur, *A Season in the Wilderness* a été publié en 1968 chez McGraw-Hill à New York et réédité en traduction française sous le titre *Désert solitaire* aux Éditions Hoëbeke en 1992 et en édition de poche chez Payot & Rivages en 1995.

25. Les italiques sont de l'auteur.

### Les parcs nationaux : deux visions

Malgré les troubles qui l'affligent, la Corse reste une destination touristique populaire, surtout sur son pourtour balisé de magnifiques plages. De plus en plus, ses visiteurs ont appris, avec les années, qu'une autre Corse, peut-être plus « vraie » encore, vit à l'intérieur de l'île, dans la *mntagna abrupte, couverte de forêts de chênes verts et de châtaigniers*, parsemée de villages où s'est forgée l'âme de ces insulaires décidément différents du reste des Français. À l'inverse des parcs nationaux d'Amérique du Nord qui, dès leur création, évacuent les résidents de leurs limites, le Parc naturel de la Corse, comme celui de New Forest près de Southampton en Angleterre, a voulu faire revivre des activités traditionnelles telles que l'élevage et la transhumance, faire revenir des gens dans leur village d'origine et en attirer d'autres en intégrant, dans son concept initial, la préservation du cadre naturel et la permanence de la présence humaine afin, notamment, d'assurer une pérennité aux paysages de l'île.

Pour sa part, le concept nord-américain des parcs naturels reflète une conviction, que l'on retrouve d'ailleurs dans le vocabulaire anglosaxon, qui distingue *environment et human beings*. Dans la culture nordaméricaine à laquelle nous sommes intimement liés, l'homme ne fait pas partie de la nature ; c'est pourquoi tous les résidents d'un espace sont expropriés lorsqu'il s'agit d'y créer et d'y aménager un parc. Il est un prédateur auquel le parc présente une nature mise à part et protégée derrière une vitre.

## 6.5. L'ÉCOTOURISME

Pollution des lacs et des plages, ensembles immobiliers défigurant fronts de mer et versants de montagnes, spéculation foncière, augmentation des taxes, dépérissement des valeurs de résidents, dégradation des lieux et des modes de vie, conflits sociaux, circulation intempestive, bruit, surutilisation des sites touristiques... Ainsi s'expriment aujourd'hui les difficiles relations entre le tourisme et l'environnement. Dans ce contexte, l'écotourisme peut être une avenue privilégiée pour redonner un visage humain au tourisme. Car, fondamentalement, il recherche, par ses buts et ses pratiques, à réinsérer le voyageur au sein de la nature et des écosystèmes. Et, en rapprochant l'homme de la nature, il lui permet de se rapprocher de lui-même et de ses aspirations profondes.

Par ailleurs, on observe que, tout comme l'environnement lui-même qui est devenu une idée et une valeur de plus en plus importantes dans notre vie individuelle et collective, l'écotourisme gagne constamment en

popularité ; sa croissance serait actuellement de l'ordre de 15 % à 20 % par année. Ce tourisme dit vert, qui s'adresse aux voyageurs intéressés par les dimensions écologiques, fait donc des adeptes. Et sa vogue est si réelle que bien des États - l'Autriche, le Costa Rica, la Malaisie, l'Irlande, le Canada - s'inspirent, à des degrés variables, de ses principes de base pour mettre en valeur leur environnement naturel et promouvoir leurs activités touristiques.

Cet engouement pour l'écotourisme incite toutefois à une très grande vigilance sur sa véritable nature. Observer des lions ou des cerfs de Virginie à l'aide de jumelles ou à travers l'objectif d'un appareil photographique au lieu du viseur d'un fusil n'est pas écotouristique si les moyens utilisés sont plus énergivores ou mettent en danger le reste de la nature (circulation en quatre-quatre dans les milieux fragiles, déboisement, etc.). Aux îles de la Madeleine, l'observation des phoques par les touristes, avec survols d'hélicoptères, groupes de personnes qui se promènent sur les glaces, qui prennent à tour de rôle les blanchons sur leur poitrine pour des séances de photos, parfois en les séparant de leur mère, est-elle vraiment une forme d'écotourisme préférable à la chasse que leur faisaient traditionnellement les insulaires avec leurs gourdins ? L'observation des

Crédit photo : Normand Cazé



**La Corse** - Baptisée « Île de beauté » par les poètes, elle offre des paysages hors du commun et un milieu culturel qui n'a pas fini de fasciner. Comme bien d'autres insulaires, les Corses ont su, au cours des siècles, résister aux envahisseurs. Incorporée à l'espace touristique européen sinon mondial, l'île saura-t-elle rester fidèle à elle-même ?

baleines ou les collections de coraux, beaucoup moins écologiques qu'elles n'y paraissent, n'échappent pas, non plus, à leurs propres dangers.

Bien des activités en milieu naturel, en apparence inoffensives, ne le sont pas. Le ski alpin, par exemple : ses équipements exercent de fortes pressions sur l'environnement (parcs de stationnement, routes et chemins d'accès, bâtiments d'accueil et d'hébergement) ; ses pistes supposent des déboisements provoquant ruissellement et même érosion ; la production de neige artificielle exige des ponctions de la nappe phréatique ; sans parler de l'éclairage nocturne, de la pression sur les services municipaux et sur la valeur des terrains, des effets sur l'urbanisation et la densification domiciliaire, etc. On pourrait signaler des effets semblables engendrés par le golf, le *rafting*, la motomarine en rivière, le ski en hélicoptère, etc.

Insistons : l'écotourisme relève d'un état d'esprit, d'une culture qui exige une approche douce, mesurée, patiente, orientée sur le long terme. Par ailleurs, il ne faudrait surtout pas réserver à l'écotourisme seul la responsabilité de rendre possible une meilleure intégration des activités touristiques à l'environnement, et en faire une nouvelle pierre philosophale. C'est au tourisme tout entier, dans l'ensemble de ses facettes, qu'il appartient de définir de nouvelles règles, de nouvelles valeurs, de nouveaux impératifs pour satisfaire cet objectif.

Il faudra, comme c'est déjà commencé, dépolluer les lacs et les rivières, donner de vraies dents aux divers règlements municipaux de zonage et de construction, limiter le déboisement des rives et l'utilisation des embarcations à moteur, veiller activement à l'application des normes régissant, par exemple, l'aménagement des berges et des fosses septiques. Il faudra aller au-delà des modes et des goûts changeants de l'actualité et garder une indépendance certaine à l'égard des récupérations commerciales qui se constatent déjà dans les cas du vélotourisme, de la marche en montagne et autres où prolifèrent des nuées de gadgets sans relations avec les notions d'environnement. Enfin, il faudra que se transforment profondément les valeurs des voyageurs et vacanciers qui sont constamment sollicités par le « consumérisme », le court terme, l'hédonisme et autres valeurs fort éloignées des exigences de l'équilibre environnemental ou même de ce concept actuellement très en vogue qui a pour nom le « développement durable ».

En d'autres mots, vouloir lier les destins du tourisme et de l'environnement exigera de ne plus considérer l'espace, ses composantes et les gens qui y vivent comme des ressources à consommer, à monnayer et à jeter après usage, mais comme des partenaires fragiles et autonomes, à respecter.

## 7. CONCLUSION

Grâce à son organisation de plus en plus sophistiquée, le tourisme permet à des centaines de millions de gens de voyager, de tisser des liens entre eux, d'apprécier leurs cultures respectives et, à terme, de mieux se comprendre et se respecter. Mais, tel celui de Janus, ce visage heureux a son revers : le tourisme entraîne aussi des effets pernicioeux dont l'ampleur équivaut aux bénéfiques - et parfois les dépasse. Le tourisme est énergivore : il exerce de fortes ponctions sur l'environnement naturel et de grandes pressions sur les modes de vie. Il demeure également, malgré un apport économique indéniable, à la merci d'un trop grand nombre de facteurs sur lesquels les promoteurs auront peu de prise : on ne peut pas miser que sur lui pour prospérer.

L'aménagement d'espaces touristiques est donc, avant tout, affaire d'équilibre. On ajoutera, à l'espace initial, des équivalents temporaires de lieux permettant aux visiteurs de se loger, nourrir, déplacer et divertir. Mais cette duplication de fonctions n'inférera de réelle et durable plusvalue à l'espace, que si la culture et le décor touristiques ne prennent pas le dessus sur la culture et le décor d'origine.

D'où la nécessité fondamentale de ne jamais perdre de vue l'identité sociale, culturelle et économique d'une région. De protéger l'environnement naturel, social et culturel. D'accorder au touriste sa juste place - et non toute la place. De faire en sorte que les résidents se sentent respectés pour ce qu'ils sont et non pas considérés comme des faire-valoir. De ne jamais céder aveuglément au pouvoir monétaire des touristes.

À ce prix seulement survivront l'identité et l'authenticité des espaces touristiques. À ce prix seulement, leur pouvoir d'attraction pourra s'inscrire dans la durée.

*Chapitre 2*

**Tourisme  
et  
environnement**

*Roger Nadeau, Ph.D.  
Professeur au département de géographie de  
l'Université de Sherbrooke*

*La grandeur de l'homme, c'est d'avoir les pieds dans la glaise et la  
tête dans les étoiles.*

(CONFUCIUS)



« En 1985, on dénombrait plus de 1,9 milliard de déplacements touristiques, dont 310 millions internationaux, soit 12 fois les chiffres de 1950<sup>1</sup>. »

« Alors que la population mondiale fait un peu plus que doubler entre 1950 et 1990, les arrivées de touristes internationaux dans le monde se sont multipliées par près de 18<sup>2</sup>. »

« En 1991, on a dénombré environ 450 millions de touristes internationaux dans le monde. Bien entendu, certaines personnes sont comptées plusieurs fois, soit parce qu'elles ont passé plusieurs frontières lors du même voyage, soit qu'elles sont parties plusieurs fois. Cela correspond à environ 83 touristes internationaux par 1000 habitants. En 1950, on n'avait dénombré que 25,2 millions de touristes internationaux, soit environ 10 touristes par 1000 habitants<sup>3</sup>. »

À travers le monde, l'industrie du tourisme connaît une expansion fabuleuse. Déjà les déplacements par avion à travers le monde - affaires, tourisme, motifs personnels - atteignent six milliards de voyageurs par année. L'industrie du transport aérien compte pour 10 % de la croissance de l'économie planétaire. Et au cours des deux prochaines décennies, on s'attend à ce que les dépenses de voyages dans le monde se multiplient par cinq<sup>4</sup>.

## 1. PROBLÉMATIQUE

Le tourisme n'est pas un phénomène nouveau ; ce qui l'est, c'est son gigantisme, c'est l'ampleur sans précédent des mouvements touristiques à l'échelle de la planète. Jamais dans toute l'histoire de l'humanité connue a-t-on assisté à des déplacements de populations aussi considérables, aussi massifs. On ne compte plus ces vacanciers en termes de millions ou de centaines de millions, mais plutôt en *milliards d'individus*. On n'estime plus les retombées économiques de leur passage en milliards ou en centaines de milliards de dollars, mais plutôt en *trillions de dollars*, annuellement. C'est l'OMT (Organisation mondiale du tourisme) qui

1. G. CAZES, R. LANQUAR et Y. RAYNOUARD (1990). *L'aménagement touristique*, 3e édition, Paris, Presses universitaires de France, collection Que sais-je ?, p. 3.
2. J.-M. DEWAILLY et É. FLAMENT (1993). *Géographie du tourisme et des loisirs*, Paris, SEDES, dossiers des images économiques du monde, p. 7.
3. J.-M. DEWAILLY et É. FLAMENT (1993), *op. cit.*, p. 32.
4. Réal PELLETIER (1998). « La France est championne (aussi) du tourisme », La presse d'ailleurs, La Presse, 19 juillet 1998, p. A7.

annonçait au début des années 1990 que le tourisme serait la plus importante industrie de la planète au tournant du XX<sup>e</sup> siècle ; eh bien, voilà, c'est fait !

Pour bien saisir la problématique qui découle de cette situation, il est sans doute utile de se resituer au centre des caractéristiques propres à l'activité touristique qui évolue au sein de l'espace-temps. Techniquement, il est possible de faire du tourisme à n'importe quelle période de l'année et à peu près n'importe où sur cette planète terre. Mais la réalité est beaucoup plus circonscrite. Les vacanciers ont des préférences très marquées en ce qui concerne les lieux de vacances et aussi en ce qui concerne le temps de vacances. En fait, on pourrait presque dire que les touristes partent en vacances à peu près tous en même temps et qu'ils fréquentent sensiblement les mêmes endroits. Les périodes de pointe sont donc absolument démentiellles. Bien évidemment, la réalité touristique et sa grande fluidité sont infiniment plus complexes que ne l'indiquent les phénomènes de la concentration et de la massification (sans oublier celui de la densification) que nous voulons isoler ici. Dans une large mesure, en effet, c'est ce contexte particulier qui impose une pression (stress) parfois intolérable et destructrice, autant sur le milieu physique et biologique que sur les composants humains et culturels des espaces considérés.

### ***1.1. L'ESPACE TOURISTIFIÉ<sup>5</sup>***

Comme tous les goûts sont dans la nature, à peu près toutes les parcelles de notre planète peuvent servir d'assise à l'activité récréotouristique ; on parle donc de sa partie terrestre et souterraine autant que de sa partie aquatique et aérienne. « Des grandes métropoles occidentales hypertouristiques comme Londres ou Paris jusqu'à l'Antarctique, des cimes de l'Everest aux profondeurs des atolls polynésiens propices à la plongée, de la forêt ombrophile amazonienne à l'aride Ténéré, des campagnes denses de la Hollande à celles, vides, des Cévennes, tout est accessible au récréant, tout est praticable, tout est pratiqué<sup>6</sup>. »

5. Cette terminologie étant relativement neuve ici, au Québec, il peut être pertinent de préciser. « On peut apprécier, c'est-à-dire le caractère touristique fonctionnel (et non potentiel) d'un espace. La touristification est, elle, le processus d'appropriation de l'espace par le tourisme, donc l'évolution de la touristicité considérée dans le temps», Jean-Michel DEWAILLY (1993), *op. cit.*, p. 21.

6. Jean-Michel DEWAILLY (1993), *op. cit.*, p. 30.

Il n'en demeure pas moins que cette transhumance moderne qui caractérise le phénomène touristique donne lieu à quelques flux majeurs, à plusieurs flux secondaires et à une infinité de flux marginaux (numériquement parlant). Étant donné que la grande majorité des vacanciers sont regroupés au sein des quelques flux majeurs, la période des vacances se transforme très souvent en période de surcharge environnementale. Et les espaces les plus menacés sont ceux qui sont les plus recherchés par les touristes, soit les zones balnéaires et les flancs de montagne. Même si les comportements touristiques évoluent graduellement, le « Sea-Sun-Sand-Sex-Scotch-Snow » est toujours bien d'actualité. Les espaces situés sur les rivages des plans d'eau ou à flanc de montagne étant les plus convoités, ce sont ceux qui subissent le plus de pression et qui sont menacés constamment de dégradation et de destruction plus ou moins rapides. Assez paradoxalement, on doit noter que les espaces les plus désirés sont aussi les plus fragiles des écosystèmes. Les zones riveraines sont une zone de contacts et d'échanges multiples et complexes entre un espace terrestre et un espace aquatique. Rompre le fragile équilibre écologique qui existe entre ces deux milieux conduit habituellement à la mort du plan d'eau et à la disparition de toute vie terrestre qui avait pourtant contribué initialement à rendre cet espace attrayant et désirable.

À travers la nature, l'attrait du littoral est presque sans limite. Cela permet de mieux comprendre pourquoi l'extension touristique s'est faite de façon linéaire et envahissante. En effet, lorsqu'un site a fait le plein de touristes, ce qui l'a rendu attirant finit par lasser la clientèle, mobile par définition. Libre d'attaches et de temps, elle migre en d'autres lieux et reproduit à l'infini les mêmes modes de développement. Rien n'échappe alors au tourisme, ni les côtes à falaise, où la situation en belvédère est recherchée par l'habitat ou utilisée par les randonneurs, ni les marais maritimes, où les « marinas » qui combinent activités nautiques et résidences secondaires se sont multipliées<sup>7</sup>.

Parce qu'elle répond adéquatement aux critères climatiques, aux critères de distances et de structures d'accueil, la Méditerranée est sûrement le plan d'eau vers où convergent les plus importants flux touristiques au monde. Et il y a bien dix ou quinze ans que le commandant Cousteau a établi que le taux de pollution de cette mer intérieure avait atteint un point de non-retour, qu'il n'était plus envisageable de reconstituer l'intégrité écologique de la Méditerranée, qui n'est pourtant pas un

7. Alain MIOSSEC (1998). *Les littoraux entre nature et aménagement*, Paris, SEDES, Campus Géographie, p. 93.

**Tableau 1****QUI VOYAGE OÙ DANS LE MONDE**

<i>Les destinations les plus populaires dans le monde (séjour de plus d'un jour)</i>		<i>Les revenus du tourisme international (excluant les dépenses de transport)</i>		<i>Les touristes qui dépensent le plus dans le monde (excluant les dépenses de transport)</i>	
<i>Position 1996 (1985)</i>	<i>Arrivées Millions 1996 (1985)</i>	<i>Position 1996 (1985)</i>	<i>Revenus Milliards\$</i>	<i>Position 1996 (1985)</i>	<i>Dépenses Milliards\$</i>
1. France (1)	62,4	1. États-Unis (1)	64,4	1. Américains (1)	52,6
2. États-Unis (4)	46,3	2. Italie (2)	28,7	2. Allemands (2)	49,8
3. Espagne (2)	41,3	3. France (4)	28,4	3. Japonais (4)	37,0
4. Italie (3)	32,9	4. Espagne (3)	27,4	4. Britanniques (3)	25,4
5. Grande-Bretagne (6)	25,3	5. Grande-Bretagne (5)	19,3	5. Français (5)	17,8
6. Chine (13)	22,8	6. Allemagne (7)	16,5	6. Italiens (10)	15,5
7. Mexique (9)	21,4	7. Autriche (6)	14,0	7. Autrichiens (8)	11,8
8. Hongrie (11)	20,7	8. Hong Kong (12)	10,8	8. Hollandais (7)	11,4
9. Pologne (22)	19,4	9. Chine (21)	10,2	9. Canadiens (6)	11,1
10. Canada (7)	17,3	10. Suisse (8)	8,9	10. Russes (-)	10,6
11. Autriche (5)	17,1	11. Canada (9)	8,9	11. Belges (12)	9,9
12. Rép. tchèque (16)	17,0	12. Australie (27)	8,7	12. Suisses (9)	7,5
13. Allemagne (8)	15,2	13. Thaïlande (23)	8,7	13. Coréens du Sud (25)	7,0
14. Russie (18)	14,6	14. Pologne (77)	8,4	14. Brésiliens (19)	6,8
15. Hong Kong (19)	11,7	15. Singapour (15)	7,9	15. Taïwanais (17)	6,5
16. Suisse (10)	10,6	16. Mexique (10)	6,9	16. Suédois (14)	6,3
17. Portugal (15)	9,7	17. Pays-Bas (14)	6,3	17. Polonais (50)	6,2
18. Grèce (14)	9,0	18. Indonésie (43)	6,1	18. Singapouriens (24)	6,1
19. Turquie (27)	8,0	19. Turquie (18)	6,0	19. Australiens (15)	5,3
20. Thaïlande (25)	7,2	20. Belgique (13)	5,9	20. Espagnols (21)	4,9
21. Malaisie (21)	7,1	21. Russie (16)	5,5	21. Norvégiens (16)	4,5
22. Singapour (23)	6,6	22. Corée du Sud (35)	5,4	22. Thaïlandais (43)	4,2
23. Pays-Bas (20)	6,6	23. Argentine (29)	4,6	23. Danois (18)	4,1
24. Belgique (17)	5,8	24. Portugal (24 exaequo)	4,3	24. Chinois (40)	4,0
25. Irlande (24)	5,3	25. Japon (24 ex aequo)	4,1	25. Mexicains (11)	3,4

Sources : Conseil mondial du voyage et du tourisme ; Organisation mondiale du tourisme. Adapté et traduit d'un texte du *New York Times*, par Réal PELLETIER, *La Presse*, 19 juillet 1998.

plan d'eau de quelques dizaines d'hectares carrés. De l'avis de plusieurs spécialistes, cette mer est devenue « un dépotoir à ciel ouvert »...

On peut changer d'échelle. Si on n'est pas respectueux de l'environnement, le résultat sera le même. Les Grands Lacs à la frontière Canada-États-Unis (Supérieur, Huron, Érié, Ontario et Michigan) vivent une situation tout aussi dramatique car, en plus de subir les effets du tourisme, ils sont situés au coeur d'un des plus importants bassins industriels d'Amérique du Nord. Si on change encore une fois d'échelle, on peut relever que les propriétaires riverains de résidences secondaires du lac Memphrémagog ou du lac Magog en Estrie ont commencé à assister à la prolifération des algues et, de leur plan d'eau préféré, une odeur de décomposition était aussi charriée par la brise légère. Indisposés par cette situation, certains ont mis leur rêve en vente, mais ils se sont rapidement rendu compte que la dégradation de leur environnement et l'eutrophisation accélérée du plan d'eau avaient fait fondre au soleil la valeur de leur propriété, ce qui ne laisse aucun propriétaire indifférent ! Ce n'est pas la seule façon de se sensibiliser au respect du milieu naturel, mais celle-ci est particulièrement efficace !

Quelle que soit l'échelle qui sert de repère, il est évident que la touristification de l'espace progresse rapidement, et pas seulement en zone balnéaire ; dans les Alpes seulement, entre la France et la Yougoslavie, on compte 1500 stations de sports d'hiver, 3 600 000 lits et 7000 kilomètres de pistes aménagées, sans oublier les 13 500 remontées mécaniques... Le tourisme donc, est un grand consommateur d'espace et l'industrie n'est pas toujours consciente que la qualité de cet espace est la matière première de son succès. Et il ne manque pas de gens sérieux pour pointer du doigt le tourisme lorsque ces milieux recherchés mais fragiles se détériorent :

Il n'existe pas un « bon » et un « mauvais » tourisme, un tourisme qui serait respectueux de l'environnement et un autre qui le nierait [...] Car chacun des types de tourisme, même le plus doux, n'est pas sans effet pervers sur l'environnement. Il ne faut pas oublier que le tourisme, grand créateur de richesses, est à la fois une vision du monde [...] et une formidable force de subversion de la nature et de la culture, des territoires comme des sociétés. Il ne faut donc pas sous-estimer le caractère potentiellement pernicieux de tous les types de tourisme, y compris de ceux qui se présentent comme respectueux de l'environnement et armés de bons sentiments<sup>8</sup>.

8. R. KNAFOU (1992). *De quelques rapports souvent contradictoires entre tourisme et environnement*, Paris, La Documentation française, colloque Tourisme et Environnement, p. 16-23.

Saint-Tropez, petite ville bien connue de la Côte d'Azur en France, compte 6000 habitants mais reçoit, en saison, plus de 80 000 visiteurs par jour. On imagine les embouteillages, les attentes dans les restaurants, la promiscuité des lieux. Cet encombrement a aussi gagné la mer : en haute saison, environ 350 000 bateaux de plaisance fréquentent le golfe, c'est la surcapacité. [...] À Chamonix, au beau milieu de la mer de glace et à 2200 mètres d'altitude, on a recueilli, en moins de trois jours, un amas de détritiques de six mètres de haut. Ces déchets laissés par les randonneurs, les alpinistes et les skieurs sont si abondants qu'un amoncellement aurait pu être érigé à tous les cent mètres<sup>9</sup>.

Le tourisme consiste à amener des gens qui seraient mieux chez eux, dans des endroits qui seraient mieux sans eux<sup>10</sup>). On les appelle les Nouveaux Barbares, les hordes dorées. On les compare à des nuées de sauterelles. Le procès n'est pas celui de l'individu qui voyage. Le problème principal du tourisme moderne c'est celui de sa massification, constate l'universitaire suisse Jost Krippendorf. Ressource économique non négligeable, gisement d'or bleu, vert ou blanc (selon l'endroit) plus ou moins systématiquement exploité, l'affluence touristique peut constituer un véritable fléau. Que la plupart des communes, sous la pression de leurs électeurs, continuent malgré tout d'encourager. [...] Le rapport d'un comité d'experts du Congrès américain affirme, pour sa part, que « chaque jour, 650 000 récipients en matière plastique sont jetés pardessus bord [par des plaisanciers] »<sup>11</sup>

Quand on veut porter un jugement sur l'impact de l'activité récréative touristique sur l'environnement, il faut savoir être prudent et nuancé. Tout n'est pas noir et tout n'est pas blanc. D'un côté, la touristification de l'espace peut se transformer en agression mortelle, mais de l'autre elle peut être la dernière planche de salut à la protection de la planète, comme le prétendait Jean Dorst en 1970<sup>12</sup>.

9. Jacques DEMERS (1991). *Paysages et environnements touristiques*, Bernières (Québec), Institut nord-américain de recherche en tourisme inc., p. 84-85.

10. Jean PELLETIER (1994). « Tendances écotouristiques dans l'Ouest du Québec », *Téoros*, collection Colloques et congrès n° 8, Actes du Colloque sur l'écotourisme, Château Montebello, 18-19 novembre 1994, p. 15-23.

11. Catherine BERGERON (1987). « Tourisme de masse: les nouveaux barbares », *Le Point*, Édition internationale, n° 776, Paris, p. 56-57.

12. Jean DORST (1970). *La nature dénaturée*, Paris, Éditions Delachaux et Niestlé, collection Points, n° 9, 192 p.

## 1.2. LE TOURISME RÉFLÉCHI

L'objectif final de toute politique touristique consiste à assurer à long terme, à toutes les couches de la population, la détente physique et psychique ainsi que des activités sociales dans un paysage intact, aménagé selon les exigences de l'environnement, les besoins des vacanciers et les intérêts à long terme des populations indigènes<sup>13</sup>.

Du point de vue de l'environnement, le tourisme est souvent pointé du doigt à cause de ses *effets perturbateurs*. Il faut cependant reconnaître que le tourisme est bien souvent un allié de taille à la protection de l'environnement. Il semble clair que l'on est beaucoup plus sévère envers le tourisme pollueur qu'envers d'autres types d'industries polluantes. Par exemple, à Windsor, près de Sherbrooke, on construisait ces dernières années un gigantesque complexe industriel, une usine de pâtes et papiers de plus de 1,4 milliard de dollars, la plus performante et la plus avancée au monde technologiquement. Mais si avancée qu'elle soit, cette usine n'en déverse pas moins à la tonne ses déchets liquides dans la rivière Saint-François, une ancienne rivière à saumons ! Mais très peu de gens se scandalisent de cette situation ; on est très tolérant parce que l'usine de la Domtar « génère une énorme *activité économique* »... Par contre, si l'on doit fermer la plage Blanchard, sur la rivière Magog, à cause de la mauvaise qualité de l'eau, on créera tout un émoi. Loin de s'en plaindre, on peut sans doute dire qu'il est heureux que l'on soit aussi sévère avec le tourisme, parce que même si cette activité est une *source secondaire de pollution*, elle doit être à l'avant-garde de la protection du milieu naturel, par essence.

Il n'est, en effet, pas dans la nature de cette industrie de saccager le milieu, puisqu'elle a pour objet de répondre aux besoins et aux attentes des vacanciers à la recherche d'un cadre naturel, sain et propre, d'une eau pure, d'une ambiance calme et reposante. Les *agressions contre l'environnement* sont donc le fait d'un développement avec des objectifs économiques à court terme, d'un manque ou d'une absence de planification et de l'absence d'une conscience sociale et environnementale élémentaire<sup>14</sup>.

13. Just KRIPPENDORF (1977). *Les dévoreurs de paysages - Le tourisme doit-il détruire les sites qui le font vivre ?*, Lausanne, Editions 24 heures, p. 88.

14. Roger NADEAU (1991). « Le tourisme : un moyen de sensibilisation à l'environnement », *Téoros*, vol. 10, n° 1, Tourisme et environnement, Montréal, UQAM, p. 4.

Cette sensibilisation à l'environnement a tout de même réalisé des *progrès très importants depuis une quinzaine d'années* autant auprès des promoteurs touristiques qu'auprès des consommateurs du produit. Ainsi, aujourd'hui, chaque rivière a son comité de surveillance, chaque lac compte une association des propriétaires riverains qui veille à protéger le plan d'eau, ses berges, ses marais, sa flore et sa faune, et tous les autres milieux fragiles d'une quelconque agression. Ce n'est pas encore parfait, loin de là, mais on peut sans doute avancer que *l'espace touristifié est aujourd'hui mieux protégé*, non seulement dans les stations reconnues, mais aussi dans les arrière-pays qui tiennent à garder leur image intacte, avec raison.

Les atouts principaux du tourisme ne sont pas, comme on l'imagine souvent, les équipements sportifs et hôteliers, ni les dancings ou autres casinos. Les touristes recherchent au premier chef des sites séduisants, dont le charme et les particularités prennent le pas sur les aménagements touristiques auxquels les promoteurs attachent une telle importance. Aux yeux des vacanciers, ces équipements ne sont que des moyens pour mieux consommer la nature et le paysage [...] L'avenir du tourisme dépend beaucoup plus de la sauvegarde du paysage naturel que d'une mise en valeur intensive. Cela signifie que la protection des paysages reste en toute circonstance prioritaire sur les besoins économiques et techniques de l'industrie touristique [...] Ce qui caractérise le tourisme d'aujourd'hui et de demain, c'est l'aspiration à un changement radical du cadre de vie et, par voie de conséquence, la nécessité d'un paysage intact. On peut prédire sans risque d'erreur que cette motivation ira en se renforçant<sup>15</sup>.

On pourrait sans doute penser qu'il ne s'agit là que d'un beau discours qui se limite à des vœux pieux. Il y en a, c'est sûr, de ces vœux pieux, mais beaucoup moins. A la station Magog-Orford, on a sûrement bloqué des projets de développement touristique pour une centaine de millions de dollars ces dernières années en invoquant le respect de la qualité du milieu et le maintien de la qualité de vie des populations résidentes. Et quand le promoteur du centre de ski alpin du Mont-Orford veut ouvrir une nouvelle piste, il a bien des démonstrations à faire... à ceux qui veulent protéger les ravages de chevreuils !

Il y a donc des progrès importants qui se font. Pas assez, mais on est sur la bonne voie.

15. Just KRIPPENDORF (1977), *op. cit.*, p. 17, 47 et 90.

On n'en parle pas souvent mais le tourisme, à l'occasion, permet d'améliorer ou de récupérer des espaces laissés à l'abandon. Par exemple, prenons le cas du Parc de la gorge de Coaticook, dans la municipalité du même nom située à la frontière Québec-États-Unis. Pendant quelques millions d'années, la rivière Coaticook s'est creusé un lit de plusieurs dizaines de mètres de profondeur dans la roche tendre et friable du secteur. Le débit de l'eau y ayant beaucoup diminué au cours des derniers millénaires, ce site ne semblait présenter aucun intérêt, si bien que certains agriculteurs ne virent pas d'inconvénients à venir y déverser les résidus de leur exploitation ; les urbains, pour leur part, jugèrent que c'était un endroit acceptable pour se débarrasser sans complication de leurs vieux électroménagers, matelas éreintés et drapeaux canadiens. Puis, un jour, quelques visionnaires de Coaticook crurent qu'il serait possible et fort avantageux de mettre en valeur cette gorge à des fins touristiques. En quelques années, ce dépotoir dangereux, nauséabond et délabré est ainsi devenu un parc très propre et entretenu, mettant en valeur les ressources géologiques de cet environnement, les aires d'observation de la flore et de la faune. On a profité de l'occasion pour restaurer d'anciennes usines et un barrage hydroélectrique, en plus de présenter des pièces de théâtre et de développer une gastronomie régionale. Toutes ces interventions heureuses sont attribuables au tourisme, à une qualité d'environnement qu'on a voulu améliorer substantiellement pour la rendre acceptable aux touristes qui viennent maintenant au rythme de 60 000 environ à chaque été depuis<sup>16</sup>.

Le cas de la gorge de Coaticook n'est qu'un exemple très local. On peut citer plein de cas jouissant d'une notoriété internationale qui tendent à démontrer que le tourisme, souvent, devient l'agent principal d'un environnement amélioré. On n'a qu'à penser, par exemple, à la façon dont on a récupéré des espaces prestigieux mais délabrés et laissés en décrépitude, comme cela a été le cas avec les Docklands de Londres ou de Boston. La reconversion du Vieux-Port de Montréal va aussi dans ce sens. Ce dernier est devenu ces dernières années le cœur et l'âme du Montréal touristique et culturel, le lieu de convivialité par excellence donnant sur le fleuve. De même, la création du « Space World » par Nippon Steel, près de Kitakyushu, entraîne le recyclage de terrains jadis occupés par la sidérurgie, tout comme le fait le parc des Schtroumpfs à Hagondange, dans la Lorraine sidérurgique. Le « Cosmoworld » de Yokohama valorise

16. Roger NADEAU (1991), *op. cit.*, p. 4.

le site d'une ancienne raffinerie de pétrole, comme la « Powerhouse of Fun » reprend à Londres l'ancienne centrale thermique de Battersea<sup>17</sup>.

Georges Cazes va encore un peu plus loin dans son explication de la problématique à laquelle l'industrie touristique fait face.

Il faut bien prendre conscience que nulle autre activité dans l'espace ne se préoccupe autant que le tourisme et les loisirs de son décor et de ses paysages, de l'attractivité et de la spectacularisation de son environnement, de la protection de son image collective. Ce n'est pas l'espace dans son acceptation objective qui en constitue la « matière première » mais sa présentation, sa mise en scène et son entretien, son aménagement fonctionnel pour le regard extérieur. On peut aussi comprendre la double logique - apparemment contradictoire mais obligatoirement complémentaire - qui préside à toute opération volontaire : *d'un côté, mettre en valeur, faire produire et rentabiliser en ouvrant largement à la fréquentation rémunératrice ; de l'autre, préserver le capital environnemental, éventuellement en limitant son libre accès*<sup>18</sup>.

Tout le défi est là ! Comment peut-on à la fois mettre en valeur un espace présentant un haut potentiel récréotouristique, ce qui signifie presque automatiquement qu'il s'agit d'un espace se caractérisant par sa sensibilité, sa fragilité, sa précarité ou sa vulnérabilité, et rendre accessible le même espace à des hordes de touristes souvent impétueux ? Dans ce cas, il est fréquent de voir des sites intoxiqués par des « overdoses » de visiteurs, et une partie importante de l'explication à cette situation se trouve dans la concentration spatiale et temporelle qui caractérise le fait touristique à tous les niveaux.

A l'heure actuelle, on a fait des progrès importants :

L'on passe d'un stade complètement prédateur, conscient ou non, à un stade plus réfléchi. Cela transparaît dans l'architecture et l'urbanisme touristique (hauteur, formes, couleurs des constructions, plans des localités touristiques ou des marinas...) le fonctionnement (signalisation, propreté...). [...] L'environnement devient de plus en plus une partie du produit touristique, qu'il convient donc de soigner<sup>19</sup>.

17. J.-M. DEWAILLY et É. FLAMENT (1993), *op. cit.*, p. 267.

18. Georges CAZES (1992). *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, Paris, Éditions Bréal, Amphi Géographie, p. 124-125.

19. J.-M. DEWAILLY et É. FLAMENT (1993), *op. cit.*, p. 267.

Ces attitudes positives et ces gestes concrets sont encourageants, mais on peut sans doute avancer que ce n'est pas encore suffisant. Bien sûr, on a suivi les travaux de la Commission Brundland, en 1987, et au « Sommet de la Terre » en 1992, mais notre planète est loin d'être sauvée. Heureusement, le lien entre tourisme et environnement est maintenant reconnu. « Ce qui est différent aujourd'hui, c'est qu'on est de *plus en plus conscient que l'un ne peut exister sans l'autre*<sup>20</sup>. » Et, aussi, on se donne de meilleurs outils de travail.

### 1.3. L'ÉCOTOURISME

C'est dans le contexte de la relation étroite (pour ne pas dire intime) qui lie le tourisme à l'environnement qu'est née au début des années 1990 particulièrement la philosophie de l' *écotourisme*, laquelle s'abreuve à la même mamelle que le concept du « développement durable ». On parle donc de tourisme vert, de tourisme écologique, d' « écotourisme », de « *sustainable development* ». Cette pratique qui est qualifiée de « tendance lourde à l'échelle mondiale » propose une approche nouvelle du phénomène touristique, résolument plus respectueuse du milieu d'accueil. Cette « révolution » est-elle simplement une mode passagère ou s'agit-il d'une vague de fond ? Une chose est sûre : des spécialistes de la prospective<sup>21</sup> nous disent que ce sont de gigantesques pans de murs de l'industrie touristique qui sont en mutation rapide.

Selon monsieur Zins, la première constatation qu'il faut faire, c'est de noter que le *tourisme continue de croître de façon importante et constante*. Ce qui signifie qu'il y a de plus en plus de clients. L'auteur nous dit ensuite qu'une des grandes évolutions du tourisme dans les années 1990, c'est le phénomène de « démassification » et de fragmentation. Après une période de production de masse, de culture de masse, de mass média et bien sûr de tourisme de masse, on assiste à une hypersegmentation du marché qui aboutit à l'apparition de micro-segments de clientèle aux caractéristiques et aux besoins particuliers<sup>22</sup>.

20. Jean PELLETIER (1991). «Tourisme et environnement », dans *Les notes du CET*, Montréal, Centre d'études du tourisme, p. 1.
21. Michel ZINS (1994). « Stratégies d'adaptation au nouveau tourisme », *Téoros*, collection Colloques et congrès n° 8, Actes du Colloque sur l'écotourisme (ouest du Québec), Château Montebello, Québec, 18-19 novembre 1994, p. 39 à 42.
22. Roger NADEAU (1995). *Les enjeux du développement du lac Taureau*, conférence prononcée à Saint-Michel-des-Saints, à l'invitation de la Chambre de commerce de la HauteMatawinie, 4 juillet 1995.

C'est ça, paraît-il, le « nouveau tourisme ». Quel impact aura-t-il sur l'espace touristique ? Pour répondre à cette question, voyons donc les changements de comportement à prévoir chez les vacanciers (selon Michel Zins) :

- Il y a une propension plus grande à pratiquer des activités : touristes plus actifs et participatifs.
- Le touriste recherche un enrichissement intellectuel et culturel. Il y a chez lui une volonté de mieux comprendre la géographie, la culture, les modes de vie.
- Les touristes recherchent de plus en plus les vacances à thèmes ; par exemple, tour des vignobles, semaine de musique classique, circuit gastronomique ou tour des théâtres d'été.
- On observe une demande croissante pour des vacances sur mesure, plus personnalisées.
- On note une croissance notable du marché des vacances de longue durée et de longue distance chez les retraités.
- La sécurité devient une exigence majeure.
- L'écotourisme ainsi que le tourisme d'aventure, combinant plusieurs éléments dont l'environnement, le plein air, la nature, l'exercice physique, sont en forte croissance.

Évidemment, ces changements de comportement vont entraîner de nouvelles tendances, de nouvelles pratiques orientées vers ce que les Anglo-Saxons appellent le tourisme « soft »... Ce touriste donc :

- est plus expérimenté, plus capable de comparer nos produits avec ceux de la concurrence ;
- sait ce qu'il veut voir et faire ;
- veut être actif et bien informé ;
- est plus sensible à l'écologie et aux cultures locales ;
- est moins « rivé » sur le soleil ;
- est plus exigeant ;
- demande bien plus de voyages et de séjours de type écotouristique ;
- s'attend à aller dans des équipements de taille modeste qui auront une faible densité d'utilisation<sup>23</sup>.

23. Michel ZINS (1994), op. cit., p. 40-41.

On constate sans doute que ce nouveau tourisme est plus respectueux. Nous mentionnions précédemment que cette nouvelle approche de l'écotourisme n'était peut-être qu'une mode « politiquement correcte ». Ou bien une philosophie hédoniste ? Est-ce que cette nouvelle vision du monde se traduit par des attitudes nouvelles à l'égard du milieu, des divers milieux concernés ? Comment définit-on l'écotourisme ?

M. Guy Poulin, de Tourisme Québec, donne la définition suivante L'écotouriste est une personne ayant une éthique touristique qui appelle à la responsabilité et qui cherche à jouir de la nature tout en respectant scrupuleusement l'environnement, qu'il soit humain, naturel, historique ou culturel<sup>24</sup>.

Ce vacancier est donc à la recherche d'authenticité ; il veut avoir accès à des espaces éloignés, sauvages, uniques. Il veut qu'on lui transmette des informations éducatives et scientifiques de première qualité ; il préfère voyager par petit groupe et selon ses affinités et il cherche toujours une occasion de contribuer à la conservation. Cette personne veut observer, photographier, peindre, faire de la spéléologie, goûter à la cuisine locale, découvrir l'histoire du coin de pays visité...

À titre d'exemples, des produits comme la descente de rivière, les excursions grande aventure en motoneige, les excursions en traîneaux à chiens ou en skis nordiques, le trekking et l'escalade, les safaris photos, l'observation de la faune, les visites de sites historiques, industriels ou miniers, etc., peuvent être considérés comme des produits écotouristiques<sup>25</sup>. Mais attention ! Il s'agit d'un concept relativement nouveau et la définition de l'écotourisme varie encore beaucoup d'un auteur à l'autre. Ce qu'il convient peut-être le plus de retenir à cet égard, c'est d'abord l'éthique particulière qui anime les adeptes de l'écotourisme.

## **2. LA CAPACITÉ DE SUPPORT**

Il est certes connu que l'aménagement est l'art du compromis adapté à une finalité précise. Mais, dans le cas des parcs nationaux, cet art est d'autant plus difficile que la finalité est, elle-même, la résultante de deux

24. Guy POULIN (1994). « Réflexions sur l'écotourisme et sur sa place dans la stratégie de Tourisme Québec », *Téoros*, collection Colloques et congrès n° 8, Actes du Colloque sur l'écotourisme (ouest du Québec), Château Montebello, 18-19 novembre 1994, p. 51-53.

25. Roger NADEAU (1995), *op. cit.*, p. 9.

objectifs couramment perçus comme forcément antisomiques : la protection ou du moins la conservation de la nature et son ouverture au public<sup>26</sup>.

Notre propos n'est pas particulièrement orienté vers des espaces protégés, tels les parcs, mais on notera que la problématique de base est toujours la même : comment peut-on accueillir de plus en plus de gens dans les mêmes espaces sans que ceux-ci se dégradent rapidement ? Mais faut-il absolument accueillir de plus en plus de vacanciers au risque de détruire l'espace d'accueil ? Il faut une solide vision d'avenir, mais on constate aujourd'hui que beaucoup de sites dans le monde restreignent volontairement le nombre de visiteurs qu'ils acceptent d'accueillir, pour précisément assurer la pérennité de ces sites.

Et puis, il y a sans doute l'exemple du Costa Rica, qui fait réfléchir. Ce petit pays d'Amérique centrale s'est ouvert au tourisme il y a environ une décennie. Il a été un des premiers pays du monde à miser sur une image de marque résolument écotouristique. Au lieu de vendre les plages, le soleil et la mer, on a plutôt opté pour la nature, pour le nombre et la qualité de ses parcs protégés et on attire les visiteurs en leur parlant surtout du nombre impressionnant d'espèces de papillons, d'orchidées ou d'oiseaux tropicaux. Le succès a été plutôt fulgurant. Au point qu'aujourd'hui on a beaucoup de difficulté à contrôler les masses toujours plus importantes de touristes qui envahissent maintenant tous les espaces, lesquels ont commencé à se détériorer. Alors, faut-il se résoudre à limiter le nombre de visiteurs ? Ceux qui répondent positivement s'intéressent à la notion de « capacité de support ». Les chercheurs parlent aussi de « capacité de charge », tandis que les Anglo-Saxons traduisent par « *carrying capacity* ». Mais de quoi s'agit-il ?

Il s'agit du nombre de personnes (de touristes) qu'un écosystème peut accueillir sans que l'équilibre de ses composantes, en quantité et en qualité, soit rompu<sup>27</sup>.

Avec les concentrations temporelles et spatiales et les exigences du calibrage de pointe, la réflexion sur les *seuils* est au coeur de toute recherche touristique. [...] Le concept de la capacité de charge des espaces exposés à la touristification est d'une exceptionnelle richesse et en même temps d'une imprécision et d'une ambiguïté redoutables<sup>28</sup>.

26. G. RICHEZ (1992). *Parcs nationaux et tourisme en Europe*, Paris, L'Harmattan, collection Tourisme et Sociétés, p. 151.

27. J.-M. DEWAILLY et É. FLAMENT (1993), *op. cit.*, p. 228.

28. Georges CAZES (1992), *op. cit.*, p. 138.

Lime et Stankey<sup>29</sup> définissent la capacité de support récréatif comme le type d'utilisation qui peut être accepté pendant une période de temps spécifique, par une aire développée à un certain niveau, sans causer des dommages excessifs à l'environnement physique et sans préjudice à la qualité de l'expérience vécue par le visiteur. Cette définition implique l'établissement de différentes capacités de support, à savoir, écologique, physique et social<sup>30</sup>.

Le concept de capacité de charge vise à établir en termes mesurables le nombre de visiteurs et le degré de développement qui sont susceptibles de ne pas avoir de conséquences préjudiciables aux ressources. C'est la capacité qui peut être atteinte sans dommage physique pour le milieu naturel et pour le milieu artificiel, sans dommage social/économique pour la communauté et la culture locales et sans nuire au juste équilibre entre développement et conservation... En termes statistiques, c'est le nombre de visiteurs qui peuvent se rendre à un endroit à n'importe quelle période de pointe ou pendant une année sans qu'il en résulte une perte d'attraction ou des dommages pour l'environnement... On peut dire en termes généraux qu'il y a saturation ou dépassement de la capacité de charge lorsque les mouvements de personnes, nationaux ou internationaux, dépassent temporairement le niveau acceptable pour l'environnement physique et humain de la zone d'accueil ou destination<sup>31</sup>.

La capacité de charge touristique est la fréquentation touristique que peut admettre durablement le système socioéconomique régional sans se modifier durablement :

- au niveau des structures économiques, sans avoir besoin de faire appel largement aux structures non régionales ou étrangères ;
- au niveau des structures sociales, sans modifier radicalement les équilibres sociaux antérieurs ;
- au niveau culturel, sans modifier profondément le système de valeur qui prévaut ;
- au niveau environnemental, sans modifier les grandes caractéristiques écologiques initiales<sup>32</sup>.

29. D.W. LIME et G.H. STANKEY (1971). « Carrying Capacity; Maintaining Outdoor Recreation Quality », dans *Forest Recreation Symposium Proceedings*, Northwest Forest Experiment Station, Upper Darby, p. 174-181.

30. Martin LEMIRE, André POULIN, Léo PROVENCHER et Éric TREMBLAY (1995). *Système d'évaluation des ressources naturelles et maintien de l'intégrité écologique*, Parc national Kouchibouguac, N.-B., Bulletin de recherche n° 121-122, Département de géographie et télédétection, Université de Sherbrooke, p. 5.

31. OMT (1980). *Conférence de Manille*.

32. J.-M. THUROT (1980). *Capacité de charge et production touristique*, Cahiers CHET, EM 43, 92 p.

Bien sûr, nous avons là beaucoup de définitions, d'explications et d'appréciations, et c'est bien intentionnel. Il nous est ainsi apparu pertinent de faire intervenir les spécialistes les mieux cotés sur la question. Et là, on constate que chacun enrichit la réflexion par ses nuances et par son expertise particulière. Il semble bien que l'on soit conscient qu'il y a au sein de ce concept de capacité de support les pistes nécessaires à la résolution du fameux théorème « Conservation/Accessibilité ». Il faut cependant admettre qu'il faudra creuser la question, parce que les réponses sont encore trop fragiles

La difficulté provient évidemment de l'ambition de considérer simultanément des paramètres physiques et écologiques, sociaux et économiques, psychologiques, anthropologiques et culturels, donc à la fois des variables mesurables et d'autres essentiellement subjectives<sup>33</sup>.

Costa note très justement que la sensation de saturation dans la population autochtone dépend largement de sa relation économique avec le tourisme la « tourist-dependant population » qu'il a étudiée à Venise est disposée à accepter beaucoup plus de contraintes, donc à placer plus haut le « seuil » de tolérance perçu, que le reste des habitants occupés dans d'autres secteurs<sup>34</sup>.

Une station récréotouristique comme Magog-Orford peut très bien servir à illustrer ces difficultés. Il y a environ dix ans, la « station », au sens où on l'entend aujourd'hui, naissait. Avant 1980, Magog était surtout une petite ville manufacturière et c'est le secteur du textile qui procurait la majorité des emplois. Plus tôt, on avait construit une autoroute qui situait Magog à 90 minutes du centre-ville de Montréal, et c'est à partir de ce moment que les citadins aisés de la métropole ont commencé à réaliser que l'Estrie était une solution alternative de qualité par rapport à la région des Laurentides en ce qui a trait au tourisme de villégiature, les moustiques en moins ! Bien sûr, l'autoroute a grandement favorisé et facilité la pénétration de la région estrienne par une clientèle vacancière plus importante. Le Sommet socioéconomique de 1985 a reconnu la station de Magog-Orford comme le cœur du tourisme estrien et lui a permis l'accessibilité aux ressources financières pour l'aider à se développer, d'où une notoriété qui grandit toujours... et des flux touristiques qui deviennent, d'année en année, toujours un peu plus importants.

33. Georges CAZES (1992), *op. cit.*, p. 141.

34. P. COSTA (en collaboration avec E. CANESTRELLI) (1991). *Tourist Carrying Capacity: A Fuzzy Approach*, ATR, 18, p. 295-311.

Mais ce succès notable est loin de plaire à tout le monde. Bien sûr, les aubergistes, les hôteliers, les restaurateurs, les gestionnaires de salles de spectacles ou les propriétaires de terrains de golf se réjouissent et espèrent que le mouvement va continuer à s'amplifier. Mais la petite dame qui est habituée à faire son épicerie le jeudi soir au centre-ville et qui se bute à des artères de circulation complètement congestionnées, sans compter qu'il y a longtemps qu'il n'y a plus une seule place libre dans les stationnements situés à proximité de la rue Principale, cette dame donc risque de rugir, elle risque de maudire tous ces vacanciers qui lui compliquent sérieusement l'existence. Sa perception à elle, ce sera que les touristes occupent tout l'espace, et que c'est elle qui en fait les frais. Sa qualité de vie est diminuée.

Les touristes, on les voit beaucoup ; la population résidante aussi. Or, il y a une troisième catégorie de personnes que l'on voit très peu, mais qui joue quand même un rôle majeur dans les stratégies de développement de la station. Ces personnes sont au nombre d'une centaine, ou de deux centaines, tout au plus, et la plupart d'entre elles souffrent de la même maladie : le « syndrome à Clémence ».

Il s'agit de riches propriétaires fonciers qui se sont installés sur les sites les plus grandioses du lac Memphrémagog au cours des dernières décennies. Leurs propriétés valent habituellement entre 250 000 \$ et 750 000 \$. Ils proviennent en bonne partie de l'ouest anglophone de Montréal : ce sont des banquiers, des gens d'affaires, des politiciens avec grade, des artistes ayant réussi, des professionnels de haut niveau, des présidents de ceci ou de cela... bref, des gens pour qui l'argent n'est pas un problème. Quand ils se sont implantés dans ce paysage exceptionnel... et dans leur somptueuse villa, ils voulaient se transplanter dans un petit paradis de rêve, où ils pourraient retrouver quiétude, paix, discrétion et nature inviolée. La notoriété grandissante de la station de Magog-Orford est loin de les laisser indifférents. Cette notoriété pour eux est menaçante. Eux qui, il n'y a pas si longtemps, pouvaient disposer du majestueux lac Memphrémagog pour eux seuls doivent maintenant le partager avec ces milliers d'adeptes de planche à voile, de ski nautique, de motomarine, de pêcheurs, de marins d'eau douce... « Shocking ! » D'où le cri du coeur de cette artiste-fantaisiste, Clémence Desrochers, qui clamait en première page des journaux locaux : « On est assez ! »

Étant donné que cette clientèle jouit d'un grand prestige en raison des pouvoirs politiques et financiers qu'elle contrôle, elle influence très souvent la destinée des projets de développement envisagés pour la

station. Bien sûr, cela se fait habituellement de façon indirecte. Par exemple, on va financer discrètement des groupes locaux « de protection de l'environnement » qui auront à faire le plus de tapage possible pour démontrer que l'implantation de tel complexe récréotouristique projeté « est une agression inqualifiable contre un milieu naturel exceptionnel ». Depuis dix ou quinze ans, ce groupe d'intérêt, par toutes sortes de moyens indirects, a réussi à bloquer à peu près systématiquement tout projet majeur de développement touristique dans la station Magog-Orford, au point que même le ministère du Tourisme (Tourisme Québec) a à peu près renoncé à s'impliquer sérieusement dans le dossier de la station, qui reçoit environ 225 000 visiteurs en période estivale.

L'exemple de Magog illustre bien la *difficulté de se doter de normes précises pour situer à quel niveau se trouve le « dommage », acceptable ou non*. C'est pourquoi la récente recherche de Lemire *et al.* (1995) signale que l'applicabilité du concept de capacité de support « est avant tout théorique » et que :

puisque'il n'existe aucune méthode scientifique pour déterminer les seuils écologiques, l'expérience des gestionnaires basée sur leur intuition et leur connaissance approximative de l'équilibre homéostatique des différents systèmes écologiques est le seul outil valable pour résoudre ce problème. Et puisque les jugements de groupe sont meilleurs que les jugements individuels, un comité d'experts est tout désigné pour déterminer des seuils écologiques appropriés pour différentes activités récréatives<sup>35</sup>.

Il n'en reste pas moins que la recherche de Martin Lemire a contribué à faire progresser l'applicabilité de ce concept en mettant sur pied un système d'évaluation des ressources naturelles (qui ne représente, par ailleurs, qu'un seul volet de cette capacité de support - ou de charge). Le système mis au point par cette équipe comprend cinq matrices qui se concentrent sur la sensibilité des milieux, l'attrait des milieux, la capacité de support physique d'un site en rapport avec une activité, les risques (stress) naturels et anthropiques qu'une aire naturelle ou qu'une infrastructure peut subir et les impacts causés aux sites (milieux) par les activités récréatives.

35. Martin LEMIRE, André POULIN, Léo PROVENCHER et Éric TREMBLAY (1995), *op. cit.*, p. 24.

## 2.1. L'ÉTUDE D'IMPACT

Comme nous l'avons mentionné précédemment, une approche écotouristique généralisée et l'application concertée des notions conduisant à l'évaluation de la capacité de support d'un site ou d'un espace sont susceptibles de nous rapprocher d'un objectif recherché, de l'atteinte d'un équilibre acceptable entre l'accessibilité à un espace et sa protection, entre un impact réduit au minimum et une utilisation récréotouristique optimisée. On ne peut nier que, depuis dix ou quinze ans, la recherche de cet équilibre a fait des progrès constants, mais pour cela il a fallu raffiner constamment les outils dont nous disposons. Par exemple, de façon presque systématique maintenant, les gouvernements, qu'ils soient nationaux, régionaux ou locaux, avant d'autoriser la réalisation de travaux d'une certaine envergure affectant l'espace, exigent des « études d'impact ». L'objectif de l'étude d'impact est d'analyser et de déterminer les conséquences d'un aménagement sur le milieu, tandis que dans le cas de l'approche par capacité de support on vise plutôt à fixer les limites admissibles du nombre d'utilisateurs pour l'espace considéré.

Les études d'impact sont devenues des éléments essentiels des processus de planification. [...] Le concept d'impact a été défini par les spécialistes de l'environnement : c'est la différence entre l'environnement futur modifié tel qu'il résultera de la réalisation du projet et l'environnement futur tel qu'il aurait évolué normalement sans le projet<sup>36</sup>.

Techniquement, si la différence entre ces deux visions du futur se révèle inacceptable, le projet devra être rejeté ou, à tout le moins, ses concepteurs devront retourner à leur table à dessin, jusqu'à ce qu'une solution puisse rallier l'ensemble des intervenants. À cet égard, il est sans doute utile de tenir compte des compétences objectives de ces intervenants. Il y en a dont les pressions s'expliquent par les intérêts en jeu; il y en a d'autres qui parlent beaucoup et fort, mais dont les connaissances ne sont pas suffisamment rigoureuses - ou qui ne savent simplement pas de quoi ils parlent -, pour qu'on puisse vraiment en tenir compte. La consultation « ad nauseam » c'est peut-être bien, mais il faut savoir en reconnaître les pièges.

L'aménagiste qui s'en donne la peine peut cependant compter sur plusieurs autres outils de planification qui ont été mis au point au cours des dernières décennies et qui se raffinent continuellement. Par exemple

36. G. CAZES, R. LANQUAR et Y. RAYNOUARD (1980), *op. cit.*, p. 123.

## 2.2. LE ZONAGE

D'une façon générale, on doit dire que le zonage est un outil législatif par lequel les différents niveaux de gouvernement peuvent statuer sur la fonction exclusive - ou pas - d'un espace. La loi 90 sur la protection du territoire agricole, par exemple, promulguée à la fin des années 1970, a pour but d'éviter la dilapidation des espaces et des sols ayant de bons potentiels agricoles. Ces espaces deviennent donc « réservés » à de strictes fins agricoles. Dans le cas du Québec, ils doivent être considérés comme un patrimoine précieux. On en prend conscience quand on observe la répartition du territoire québécois : 44 % en toundra et taïga, 44 % en forêts commerciales, 10 % en eau douce et, finalement, 2 % en espaces urbains et agricoles<sup>37</sup>. Ces rares bonnes terres agricoles suscitent la convoitise d'autres champs d'activité, les principaux étant l'étalement urbain et le tourisme. La loi 90, donc, établit une forme de zonage, puisqu'elle précise la fonction et la vocation de ces espaces.

La loi 125, Loi sur l'aménagement et l'urbanisme, joue un peu le même rôle, en l'élargissant cependant à toutes les fonctions que l'on trouve sur un territoire. C'est ce texte de loi, en effet, qui impose à chacune des municipalités régionales de comté (MRC) de réaliser un schéma d'aménagement global de son territoire. La MRC et la municipalité peuvent donc décréter un territoire « zone verte » à des fins récréatives, de conservation, etc.

Selon le vocabulaire de Jacques Demers, le zonage appliqué à l'espace touristique, « c'est de l'urbanisme touristique ». Plus spécifiquement, par zonage, on entend la délimitation des parcelles de territoire, dont les fonctions touristiques se distinguent par leur importance et leur contenu. En d'autres termes, il s'agit de délimiter les zones dont le potentiel touristique permet d'y aménager un ensemble intégré d'équipements, ou tout simplement celles dont l'aménagement se résumera à une mise en valeur, ou encore celles qu'il faudra préserver<sup>38</sup>. Notons au passage que ce texte signale implicitement que ce n'est pas tout le territoire qui peut avoir une vocation touristique. Cette remarque peut sembler anodine *a priori*, mais il est souvent difficile de trouver une municipalité qui

37. Jacques DEMERS (1992), *op. cit.*, p. 35.

38. Jacques DEMERS (1987). *Le développement touristique - notions et principes*, Québec, Les Publications du Québec et ministère du Tourisme, p. 108.

concédera qu'elle dispose peu ou pas de potentiel touristique. Et, pourtant, il faudrait avoir la maturité de voir les choses telles qu'elles sont... et accepter le fait que les ressources touristiques sont inégalement réparties. Un zonage sérieux devrait permettre d'éviter cet écueil.

Le zonage se présente comme le moyen de concilier toutes les exigences définies à toutes les échelles, pour toutes les fonctions et pour tous les équipements, pour que le système fonctionne convenablement<sup>39</sup>.

Signalons enfin que :

une politique foncière ne saurait tenir lieu de politique d'aménagement. Elle en est une condition nécessaire mais pas suffisante. Elle peut en être un volet capital et en assurer la réussite, si elle est conçue et appliquée intelligemment, mais elle a souvent bien des difficultés à résister à certains appétits économiques ou politiques (dérogations, révisions circonstancielles de documents d'urbanisme, laxisme et laisser-faire ... )<sup>40</sup>.

### 2.3. NORMES ET RATIOS D'INTENSITÉ

Plus souvent qu'autrement les normes et les ratios d'intensité sont le fruit de l'observation, de l'expérience de spécialistes de l'aménagement du territoire. C'est ainsi que Bale<sup>41</sup> pouvait établir en 1989 qu'« un bon parcours de golf nécessitera entre 50 et 75 ha », que Lazzarotti<sup>42</sup> parlera « de 40 à 60 hectares de terrain dont 50 % en gazon » et que Dewailly<sup>43</sup> a pu estimer que les terrains de golf occupaient plus de 325 000 ha de terrain aux États-Unis seulement (en 1985) et qu'« un 18 trous consomme en France à peu près les mêmes quantités d'eau qu'une petite ville de l'ordre du 3000 à 3500 habitants<sup>44</sup> ».

C'est à force d'analyses et d'observations que l'on finit par réaliser, par exemple, qu'il faut un court de tennis par 2000 habitants, qu'un parc urbain de 50 ha est requis par 50 000 habitants ou qu'un stade public est nécessaire par tranche de 100 000 habitants. Ainsi, aux Pays-Bas, on estime qu'il ne faut pas dépasser à l'hectare

39. Jean-Michel DEWAILLY (1990). *Tourisme et aménagement en Europe du Nord*, Paris, Masson, collection Géographie, 248 p.

40. Jean-Michel DEWAILLY et Émile FLAMENT (1993), *op. cit.*, p. 231.

41. J. Bale (1989). *Sports Geography*, Spon, 268 p.

42. Olivier LAZZAROTTI (1995). *Les loisirs à la conquête des espaces périurbains*, Paris, Éditions L'Harmattan, p. 162.

43. Jean-Michel DEWAILLY et Émile FLAMENT (1993), *op. cit.*, p. 210-212.

44. Jean-Michel DEWAILLY et Émile FLAMENT (1993), *op. cit.*, p. 210-212.

- 3000 personnes pour les plages de bord de mer très fréquentées ;
- 1000 personnes pour les plages tranquilles ;
- 15 personnes pour les dunes dont l'accès est libre ;
- 20 personnes dans les zones aménagées en parc à proximité devilles;
- 8 embarcations de plaisance par hectare de plan d'eau, étant donné que dans la pratique la moitié de ces embarcations naviguent et que l'autre moitié restent amarrées, etc.

En Bulgarie, la densité moyenne sur le littoral de la mer Noire a été déterminée par les autorités touristiques : 1 personne par 14 m<sup>2</sup> de plage, soit à 10 m<sup>2</sup> en terrain plat et 30 à 40 m<sup>2</sup> dans les dunes<sup>45</sup>.

Il existe une infinité de normes et de ratios de toute nature et un très grand nombre d'ouvrages y font référence. Il n'entre pas dans l'objet de la présente réflexion d'en faire un inventaire complet ; des traités de plusieurs centaines de pages s'y consacrent déjà. Nous nous permettons seulement de regarder deux types de présentation et, puisque nos exemples ont porté sur la plage ou sur les zones littorales, restons-y. Dans le tableau qui suit, Provencher et Thibault<sup>46</sup> présentent les normes retenues par divers organismes quant aux espaces requis par utilisateur dans le cas d'une plage.

Le second type de présentation porte sur les normes d'aménagement s'appliquant au pourtour des lacs ou des rivières dans les zones de villégiature.

La législation devrait prévoir une unité d'aménagement régionale, dans laquelle la surveillance et les contrôles sur l'aménagement des berges protégeraient à la fois la ressource « eau » et la ressource « rive » c'est le couloir riverain qui s'étendrait sur un minimum de 300 mètres autour du lac et sur 100 mètres de chaque côté d'une rivière navigable (à partir de la ligne des hautes eaux).

45. G. CAZES, R. LANQUAR et Y. RAYNOUARD (1980), *op. cit.*, p. 45-46.

46. Léo PROVENCHER et Jean-Claude THIBAULT (1976). *Critères biophysiques pour le choix de sites récréatifs à la campagne - Volet I: Activités et équipements récréatifs reliés à l'eau*, Bulletin de recherche n° 26, Département de géographie et télédétection, Université de Sherbrooke, p. 27.

**Tableau 2***ESPACES REQUIS PAR UTILISATEUR - PLAGE SELON SOURCES DIVERSES*

<i>Auteurs</i>	<i>Plage submergée</i>	<i>Plage sèche</i>	<i>Arrière plage*</i>
California Public Outdoor Recreation Plan Committee (1960)	15,33 m2/baigneur	10,68 m2/personne	9,29 m2/personne
USDA (Soil Conservation Service) (1964)	9,29-18,58 m2/baigneur	4,65-9,29 m2 /baigneur	
Texas Parks & Wildlife Department (1965)	13,94 m2/baigneur	27,87 m2/pers.	
D.G. Wright, dans N.R.P.A. bull. n° 51 (1965)	4,65-9,29 m2/baigneur	6,97 m2/pers.	
Wisconsin Conservation Department (1966)		18,58 m2/pers.	3 fois la surface de la plage
U.S.D.I. (Bureau of Outdoor Recreation) (1966)		6,97 m2/pers.	16,72 m2/pers.
Louisiane Parks and Recreation Commission (1966)	15,79 m2 /baigneur	13 m2/pers.	10 acres (zone tampon) 40 470 m2 ou 0,04 km2)
T.H. Shaefer (1968)	18,58 m2/baigneur	9,29 m2/pers.	
Water Use Planning Committee (1969)	9,29-18,58 m2/baigneur	9,29 m2/pers.	
R. Matte (1971)	4,65-9,29 m2 /baigneur	6,97 m2/pers.	
M.T.C.P.Q. (1971)	4,65-9,29 m2/baigneur	6,97 m2/pers.	
G.E. Fogg (1975)	1,86-3,72 <sup>M2</sup> /baigneur	4,18-8,36 m2/pers.	
valeurs (en éliminant les extrêmes moyennes) :	Min.: 9,75 m2 /baigneur Max.: 13 m2/baigneur Moy.: 11,7 m2/baigneur	8,83 m2 /baigneur 9,75 m2/baigneur 9,57 m2/baigneur	

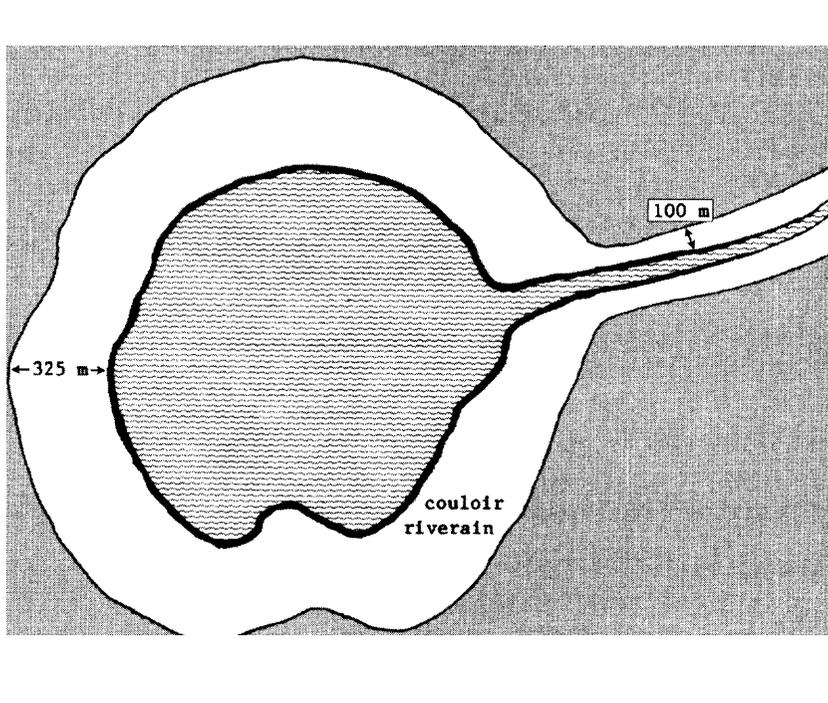
\* L'arrière-plage comprend la zone tampon, les services, le stationnement et les activités connexes s'il y a lieu.

Selon les écologistes, cette bande de 300 mètres pour les lacs représente un minimum nécessaire pour contrôler les aménagements qui pourraient affecter substantiellement les lacs et leurs berges. Les lacs sont plus sensibles aux sédiments et à la pollution, parce qu'ils n'ont pas la même vitesse de recyclage des eaux que les rivières, que leurs rivages sont plus souvent aménagés et que leur écosystème est plus fragile <sup>47</sup>.

47. CCE (1976). *Aménagement des berges (de lacs et de rivières)*, Québec, Conseil consultatif de l'environnement, Gouvernement du Québec, p. 140-142.

**Figure 2.1**

UNITÉ D'AMÉNAGEMENT : COULOIR RIVERAIN DU LAC ROND



Source : Roger Nadeau (dir.) (1982). *Le tourisme - Aspects théoriques et pratiques au Québec*, Montréal, Sodilis Éditeur, p. 153.

À l'intérieur du couloir riverain d'un lac, deux types de zonage se superposent : 1. celui de l'utilisation du sol et 2. celui des ceintures de protection.

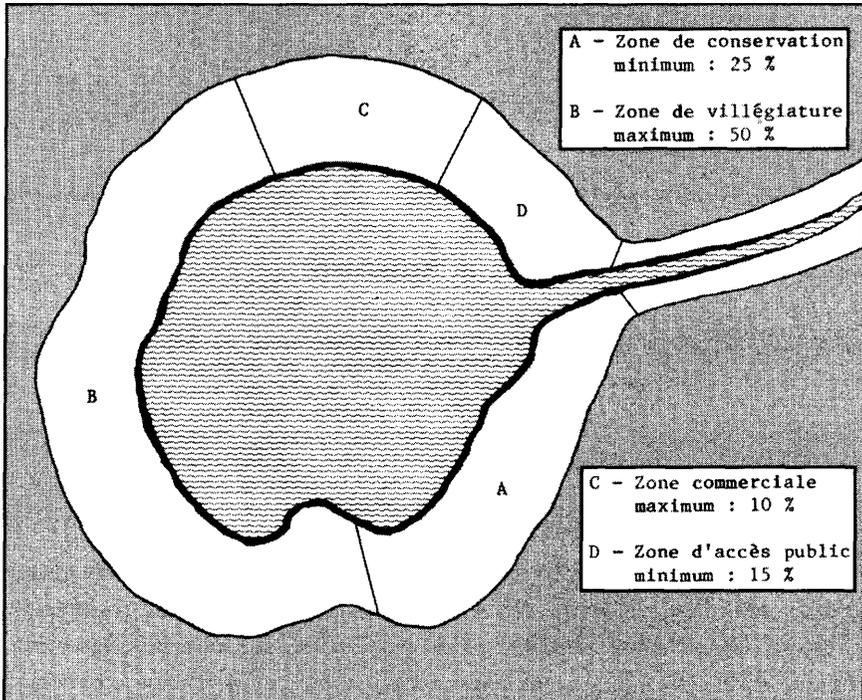
L'utilisation idéale du pourtour d'un lac devrait se répartir de la façon suivante :

- une zone de protection intégrale : 25 % du couloir riverain (les îles, marécages et tourbières font d'office partie de cette zone);
- une zone d'accès public : un minimum de 15 % du couloir riverain destiné à des activités comme le camping, les pique-niques, la baignade, etc. ;

- une zone commerciale : un maximum de 10 % du périmètre du lac réservé aux hôtels, aux restaurants, aux colonies de vacances, etc.

**Figure 2.2**

ZONAGE RELATIF À L'AFFECTATION SOUHAITABLE DU POURTOUR D'UN LAC



Source : Roger Nadeau (dir.) (1982). *Le tourisme - Aspects théoriques et pratiques au Québec*, Montréal, Sodilis Éditeur, p. 154.

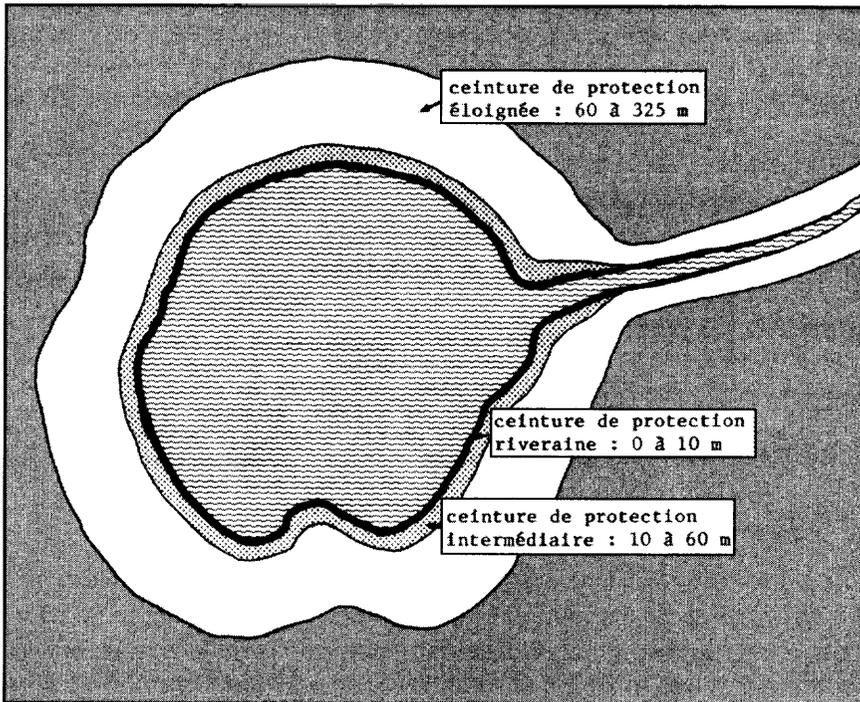
Pour ce qui concerne les ceintures de protection :

- La ceinture de protection riveraine devrait s'étaler sur une largeur de 11 mètres à partir de la ligne du rivage, sur tout le pourtour du lac. Cette partie ne doit pas être bâtie ni être soumise à un déboisement incontrôlé. Le sol ne devrait pas être mis à nu ou remplacé par un traitement artificiel ; on peut nettoyer les sous-bois, mais on n'abattra pas les arbres et les arbustes non malades. Le remblayage du littoral ainsi que la construction de

*mur de soutènement* ou de *quai de béton* sont à *proscrire absolument*. A l'intérieur de la ceinture de protection riveraine, il devrait être *interdit de déboiser plus de 30 % de la largeur du lot* pour se donner un accès au lac. C'est cette ceinture qui confère au lac son caractère sauvage tout en favorisant les échanges biologiques entre le littoral et l'encadrement forestier. En déboisant trop, on risquera d'altérer la beauté du paysage, les microclimats, la température de l'eau, le taux d'ensablement, le degré de fertilisation du lac, l'érosion et l'écran contre le bruit. « Le beau point de vue » que les villégiateurs recherchent, c'est du milieu du lac qu'on devrait l'avoir, et, de là, les chalets devraient être à peine visible...

**Figure 2.3**

ZONAGE RELATIF AUX CEINTURES DE PROTECTION D'UN LAC



Source : Roger Nadeau (dir.) (1982). *Le tourisme - Aspects théoriques et pratiques au Québec*, Montréal, Sodilis Éditeur, p. 155.

- La ceinture de *protection intermédiaire* s'étend sur 50 mètres, soit du 10<sup>e</sup> au 60<sup>e</sup> mètre. Cette limite correspond à la profondeur idéale d'un lot, et pas plus de 35 % de la surface correspondant à ce secteur ne devrait être déboisée.
- La ceinture de *protection éloignée* couvre une largeur de 265 mètres et se termine à la limite du couloir riverain, soit à 325 mètres de la ligne de rivage. Le déboisement maximum est de 30 %.

### ***Normes d'aménagement pour un site de villégiature***

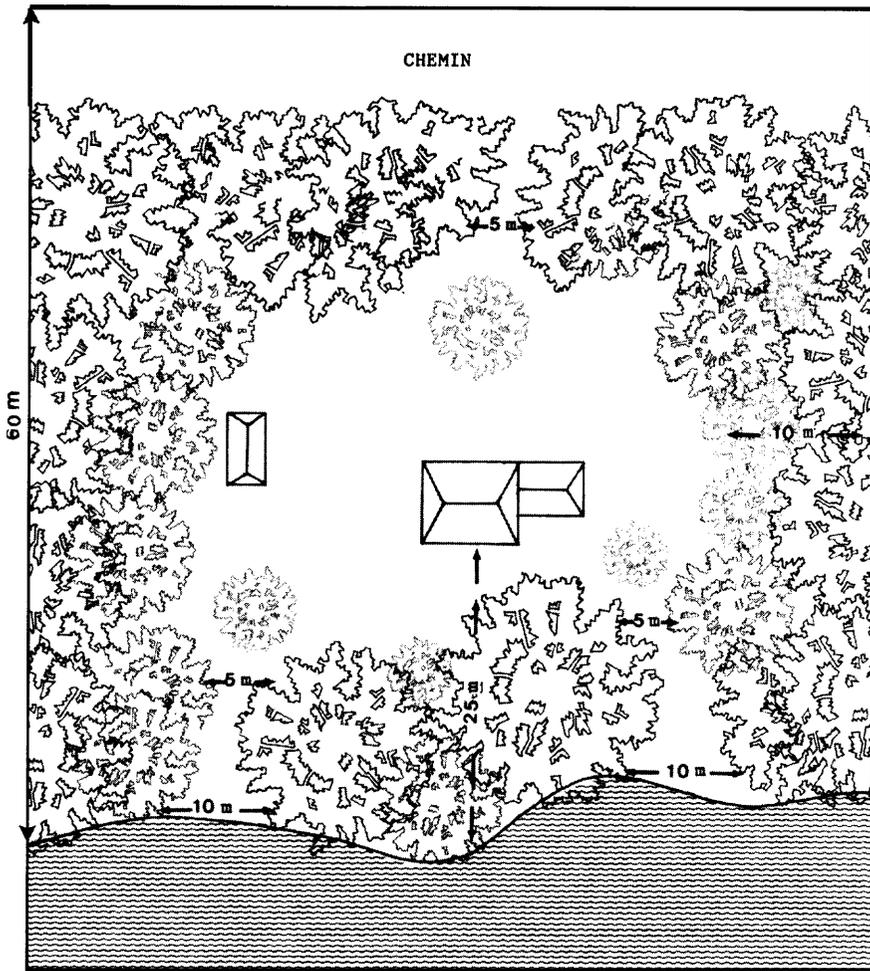
Selon le Service de protection de l'environnement du Gouvernement du Québec, pour un chalet de 3 chambres à coucher, la superficie qu'il est nécessaire de déboiser, afin de faire place aux accès de stationnement, au chalet, aux installations septiques et autres, équivaut à 1200 mètres carrés. Donc, pour un terrain de 4000 mètres carrés, il faudra déboiser 30 % de la superficie ; pour 3000 mètres carrés, la proportion atteindra 40 % ; pour 2000 mètres carrés, 60 %, et finalement, pour 1000 mètres carrés, c'est toute la végétation qui disparaît.

Les lots riverains devraient donc avoir un minimum de 3000 mètres carrés à proximité des zones urbanisées (avec 50 m de façade) et 4000 mètres carrés partout ailleurs (avec 66 m de façade). L'emplacement convenable d'un chalet serait au moins à 25 m de la ligne de rivage sur un lot de 4000 mètres carrés. Toutes les constructions, sauf les débarcadères et les abris pour bateau, devraient se situer à une distance égale ou supérieure à 25 m d'un marécage, d'une tourbière ou d'une ligne de rivage. Il serait alors possible au propriétaire riverain d'effectuer une première ouverture sur la ceinture riveraine de 8 m de largeur afin d'avoir un accès au lac. Une deuxième percée permettrait de construire un abri pour le bateau. Ces percées seraient effectuées de telle façon que du lac on ne voie pas le chalet. Derrière ces ouvertures devrait se trouver l'installation septique enfouie dans un terrain mesurant au moins 50 m sur 65 m. Cette installation devrait respecter les normes suivantes :

- une fosse septique et un élément épurateur ;
- des eaux souterraines situées à 2 m de profondeur ;
- une pente de terrain inférieure à 30°;
- un sol perméable (percolation minimale de 25 L/m<sup>2</sup>/jour).

**Figure 2.4**

PLAN D'AMÉNAGEMENT POSSIBLE D'UN LOT RIVERAIN



Source : Roger Nadeau (dir.) (1982). *Le tourisme - Aspects théoriques et pratiques au Québec*, Montréal, Sodilis Éditeur, p. 157.

Bien sûr, il serait possible d'écrire encore des dizaines de pages sur ce que devrait être l'aménagement des zones de villégiature, mais nous préférons renvoyer le lecteur à la bibliographie où il trouvera des sources concernant la construction de voies d'accès, l'emploi des produits<sup>48</sup>.

Pour compléter ce volet portant sur l'usage de normes et de ratios sur l'espace touristifié, rappelons encore deux types de considérations.

L'élaboration de normes devrait prévoir, entre autres mesures, *trois seuils fondamentaux* :

- le *seuil de tolérance en matière d'environnement*, c'est-à-dire l'importance des constructions qu'une région ou qu'une ville peut accepter ;
- le *seuil de confort*, soit les limites de la densité du tourisme par rapport aux terrains, à la densité de la population et aux espaces libres, afin d'éviter le surpeuplement et la diminution de la qualité des ressources ;
- des *seuils physiques pour limiter l'expansion du tourisme* : ratios du taux de fonction touristique à ne pas dépasser, quotas en raison de la fragilité d'un écosystème [...]<sup>49</sup>.

Pour déterminer à quel degré doivent être portés certains équipements, il est fréquemment fait appel à des normes. Les normes sont utiles dans l'aménagement mais il ne faut pas en exagérer l'importance [...] Les normes paraissent à la fois un élément indispensable pour l'aménagement récréatif et un risque pour l'adéquation demande/offre. Elles requièrent une utilisation souple, une connaissance raisonnée à plusieurs échelles, une compréhension convenable des pratiques et de la demande<sup>50</sup>.

Il faut effectivement être prudent dans l'utilisation et l'application de normes et de ratios. Il faut s'en servir comme d'un guide et non comme d'un maître. Il ne s'agit pas d'une science exacte, ni de paroles d'Évangile. Il s'agit plus d'un ordre de grandeur où le bon jugement gardera toujours une place prépondérante.

48. Roger NADEAU (1982). « Impact du tourisme de villégiature sur l'environnement », dans *Le tourisme : aspects théoriques et pratiques au Québec*, Association technique du tourisme, Montréal, Sodilis Éditeur, p. 153-157.

49. G. CAZES, R. LANQUAR et Y. RAYNOUARD (1980), *op. cit.*, p. 43-44.

50. Jean-Michel DEWAILLY (1990), *op. cit.*, p. 167.

## 2.4. D'AUTRES OUTILS

### *La méthode DELPHI*

Il existe bien sûr encore bon nombre d'outils qu'on peut utiliser efficacement dans le but de procéder à des aménagements réfléchis, lesquels contribueront à se rapprocher toujours davantage de l'objectif recherché, soit de permettre la plus grande accessibilité possible à l'espace touristique tout en assurant sa pérennité. Nous allons ici jeter un regard rapide sur certains de ces outils, en commençant par l'utilisation de la *méthode Delphi*.

Les techniques DELPHI et autres procédés technologiques de prévision, ce sont des *techniques de prévisions qualitatives couramment utilisées dans la planification à long terme*. La méthode Delphi est un *travail de groupe* : on obtient les points de vue d'un groupe d'experts afin d'arriver à un consensus intuitif de critères techniques, plus spécifiquement sur les facteurs qui peuvent influencer le développement du tourisme<sup>51</sup>.

Elle (la méthode Delphi) peut servir, tout comme l'entrevue de groupe, à *déterminer un certain nombre de variables*. En somme, elle s'apparente à l'entrevue tout en présentant certaines nuances. Elle consiste à confondre la connaissance et l'opinion d'experts, pour aboutir à un consensus sur une éventualité quelconque. [...] La nuance par rapport à l'entrevue de groupe tient au fait que les experts consultés le sont individuellement à partir, normalement, d'un questionnaire où aucune influence du groupe ne risque de modifier un point de vue. Il est normal, dans ce cas, que le tout se fasse anonymement et que plus d'un tour de consultation soit prévu, de façon à ce qu'une rétroaction aboutisse à un consensus final<sup>52</sup>.

Il existe un certain nombre de variables à l'application de cette technique. Il est fréquent en effet que la méthode Delphi « simplifiée » ou « modifiée » prenne la *forme d'une consultation* de groupe où les 10 ou 12 experts sont ensemble dans la même salle. On se rapproche alors de l'exercice « remue-méninges » ou « tempête d'idées », mieux connu sous l'expression anglo-saxonne de « brainstorming » ou « brainwashing ». Les *avantages* principaux de l'utilisation de cette technique, si elle est menée rigoureusement et si les experts ont été choisis avec soin, se résument habituellement en une économie de temps et d'argent, ce qui est susceptible de se révéler extrêmement appréciable dans bien des cas.

51. G. CAZES, R. LANQUAR et Y. RAYNOUARD (1980), *op. cit.*, p. 41.

52. Jacques DEMERS (1987), *op. cit.*, p. 46-47.

### ***Concentration ou dispersion***

Un autre sujet qui mérite qu'on y consacre au moins un paragraphe, c'est celui de la *concentration ou pas* des équipements et des activités récréotouristiques (que Lazzarotti appelle « touristico-ludiques »...). La question est très pertinente dans une perspective environnementale parce que, si la concentration et l'intégration permettent de sauver une quantité d'espaces, ceux qui constituent le pôle ou la station subissent une pression d'autant plus grande.

Là où c'est possible, notamment dans les pôles de développement, il faut éviter la ségrégation des activités. Autrement dit, il est souhaitable que les lieux d'activités récréatives soient regroupés et accessibles à pied de préférence. [...] Encore ici, l'aménagiste fait face au paradoxe du tourisme. Les occupants veulent que leur lieu de logement soit privé, intime mais sans être isolé du reste de la station ; ils ne veulent pas se sentir isolés entre quatre murs, mais bien se sentir en vacances. Dans le cas d'un aménagement sur le littoral, tous exigent une vue sur la mer, il faut donc éviter de créer un écran ; il en est de même en montagne où tous recherchent une vue sur les pentes de ski. La disposition intelligente des unités permet de se rapprocher de cette possibilité et, d'autre part, le regroupement des activités autorise également de composer avec le paysage. À cet égard, rappelons de nouveau le principe qui doit être respecté, soit que le pouvoir d'attraction et d'animation d'un ensemble d'éléments est plus élevé que la somme des pouvoirs d'attraction individuels de chaque élément dispensé. On aura *donc intérêt à regrouper, en stratifiant, l'ensemble des composantes d'une station*<sup>53</sup>.

Là encore, dans la disposition des espaces, il faut faire preuve de jugement. L'adepte de camping sauvage n'aime habituellement pas les foules. De même, il est normal qu'un champ de tir à l'arc ou à la carabine soit situé à l'extérieur du pôle...

### ***La banque d'espaces***

Un dernier point qu'il vaut sans doute la peine de considérer, c'est la constitution de banques d'espaces protégés, mieux connues sous le nom de « Land Trust ». Cette formule qui semble à peu près inexistante au Québec est fort populaire aux États-Unis et dans plusieurs pays d'Europe.

53. *Ibid.*, p. 109, 116-117.

L'exemple le plus spectaculaire est celui du National Trust en Angleterre, fondé en 1895, qui compte 1250 000 membres, possède 214 000 ha et en gère 31 000 supplémentaires, détient plus de 180 résidences, plus de 100 jardins, près de 800 km de côtes. C'est le plus grand propriétaire terrien de l'Angleterre après l'État et la Couronne. Huit millions de visiteurs payants fréquentent les propriétés et bien plus de non payants encore. Aux Pays-Bas, le Vereniging voor Behoud von Natuurmonumenten (Association pour la préservation de la nature), comptant près de 400 000 membres, *achète et gère des espaces destinés à devenir des réserves naturelles auxquelles le public peut avoir accès*<sup>54</sup>.

Cette façon de procéder pourrait-elle être appliquée chez nous pour protéger les espaces fragiles et à bon potentiel récréotouristique pour les générations à venir ? Sans doute que la réponse nous appartient.

### 3. L'AMÉNAGEMENT TOURISTIQUE

Aménager ! Voilà que le mot magique est lâché ! Voilà le remède à tous nos maux, pensent certains. C'est presque une panacée. « Attention, disent Lamothe et Bienvenu<sup>55</sup> qui réalisent des plans d'aménagement touristique depuis plus de 30 ans, il n'y a pas de recette miracle. »

#### 3.1. LES CONCEPTS

D'après le dictionnaire, « aménager, c'est disposer avec ordre, c'est prendre en compte ce qui existe pour l'améliorer ». En somme, il est normal que ce chapitre sur « Tourisme et environnement » consacre une partie de ses réflexions à l'aménagement ; c'est une suite logique, irréductible. Aménager, pourrait-on dire, c'est organiser l'espace au mieux, et les outils dont on a parlé précédemment se situent précisément dans cette perspective. C'est au sens large de modification physique du milieu préexistant<sup>56</sup> que nous entendons le terme « aménagement<sup>57</sup> ». Un peu

54. Jean-Michel DEWAILLY (1990), *op. cit.*, p. 170.

55. Claude LAMOTHE et Richard BIENVENU (1983). « Aménager une station touristique », *Téoros*, vol. 2, n° 3, Montréal, UQAM, p. 6.

56. Voir le modèle de MIOSECC, dans Douglas PEARCE (1993). *Géographie du tourisme*, FAC Géographie, Paris, Nathan, 351 p.

57. Jean-Michel DEWAILLY (1990), *op. cit.*, p. 2.

plus loin, le même auteur situe effectivement l'aménagement touristique dans une perspective de prudence environnementale : « Le milieu naturel, nord-européen (on peut en dire autant du Québec) offre bien des atouts déjà très, et de plus en plus utilisés. La difficulté existe de tenir un équilibre entre ce que permet le milieu naturel et ce qu'on lui demande. Le rôle de l'aménagement est justement de veiller à maintenir une certaine adéquation entre les deux termes, par des interdictions, des limitations ou de nouveaux équipements qui détournent la demande d'espaces trop sensibles<sup>58</sup>. »

L'aménagement est la réalisation intégrée d'un ou de plusieurs équipements et de mesures physiques d'accompagnement extérieures aux équipements proprement dits. Il y a alors concertation, coordination, synchronisation, en même temps que sont élaborées des dispositions connexes, non directement touristiques mais utiles ou nécessaires à un meilleur fonctionnement de l'ensemble d'équipements réalisés. Ainsi, la création de parkings, d'une voirie adaptée à une fréquentation touristique accrue, d'une station d'épuration. La publication de livrets-guides de découverte de la région, l'éducation aux dispositions réglementaires nouvelles en faveur de zones naturelles sensibles, la pose appropriée de clôtures [...] permettront à un village de vacances de constituer un aménagement réussi et plus qu'un simple équipement.

Le *développement* est cependant la véritable pierre de touche d'un aménagement réussi. Il suppose non seulement que les aspects matériels sont traités avec bonheur, mais que les retombées en profitent surtout aux sociétés d'accueil. Il est la vraie finalité de tout équipement et de tout aménagement. Dans ce but, accueillis et accueillants doivent tirer le maximum de satisfaction des réalisations effectuées. « L'aménagement touristique a pour but de valoriser au mieux les ressources touristiques d'un espace, mais il n'est ni une fin en soi, ni indépendant de son contexte. [...] Des compromis sont toujours nécessaires pour harmoniser les intérêts divergents en présence, et l'on pourrait presque dire que l'aménagement est l'art de trouver les compromis les moins mauvais possible entre intérêts divergents<sup>59</sup>. »

L'aménagement du territoire est donc une tâche fort complexe ; c'est pourquoi, de façon générale, les firmes de consultants qui s'attellent à cette tâche sont pluridisciplinaires et véhiculent des expertises variées. Un des premiers auteurs à écrire sur le sujet a été le Dr F. Prikryl, de l'Institut tchécoslovaque d'aménagement du territoire, à Prague, en 1971

58. *Ibid.*, p. 82.

59. *Ibid.*, p. 154-155.

Figure 2.5

**MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE (D'APRÈS MIOSSEC, 1976)**

Stations touristiques Évolution	Transport Évolution	Comportement des touristes Évolution	Attitudes des autorités et des populations de la région
<p>0</p> <p>Territoire traversé éloigné</p>	<p>0</p> <p>Transit Isolement</p>	<p>0</p> <p>Manque d'intérêt et méconnaissance</p>	<p>0</p> <p>Mirage Rejet</p>
<p>1</p> <p>Station touristique pionnière</p>	<p>1</p> <p>Ouverture</p>	<p>1</p> <p>Perception globale</p>	<p>1</p> <p>Observation</p>
<p>2</p> <p>Multiplication des stations</p>	<p>2</p> <p>Augmentation des liaisons entre les relations</p>	<p>2</p> <p>Progrès dans la perception des lieux et des itinéraires</p>	<p>2</p> <p>Mise en œuvre d'une politique d'infrastructure</p>
<p>3</p> <p>Organisation de l'espace-vacances de chaque station. Début de la hiérarchisation et de la spécialisation</p>	<p>3</p> <p>Circuits d'excursions</p>	<p>3</p> <p>Compétition et ségrégation spatiales</p>	<p>3</p> <p>Ségrégation Effets de démonstration Dualisme</p>
<p>4</p> <p>Hiérarchie, spécialisation, saturation</p>	<p>4</p> <p>Connectivité → maximum</p>	<p>4</p> <p>Désintégration de l'espace perçu Omniprésence de l'homme Départ de certaines catégories de touristes Formes de substitution Saturation et crise</p>	<p>4</p> <p>A Le tourisme intégral B Plan d'aménagement Garde-fous écologiques</p>

Source : Douglas Pearce (1993). *Géographie du tourisme*, Paris, Nathan, p. 29.

L'aménagement du territoire représente un effort systématique qui :

- fait prendre en conscience toutes les données existantes ;
- formule les objectifs à atteindre ;
- définit et met au point des moyens d'action.

En d'autres termes, l'aménagement du territoire tient compte du poids du passé, des contraintes du présent et des exigences de l'avenir<sup>60</sup>.

L' aménagement du territoire, comme activité complexe, se fondant sur la connaissance profonde des sciences naturelles et sociales, des conditions économiques, techniques et autres, doit satisfaire en particulier aux tâches suivantes :

- assurer la création d'un milieu humain sain et constituer des conditions pour son maintien, le cas échéant pour le renouvellement de l'équilibre macro-biologique dans le territoire envisagé ;
- délimiter, pour la perspective, les fonctions du terrain, décider des tendances du développement du peuplement et fixer les dimensions perspectives des activités principales ;
- répartir les surfaces pour des éléments respectifs du sol et du peuplement, déterminer leur grandeur et leurs relations mutuelles et régler le mode et l'étendue de leur utilisation optimale ;
- résoudre et régler la localisation et l'incorporation des bâtiments respectifs et de leurs ensembles ;
- déterminer les mesures nécessaires d'assainissement et de reconstruction sur le territoire et fixer la manière de son utilisation ultérieure ;
- délimiter les territoires protégés (les objets et les zones) et assurer l'efficacité de cette protection ;
- proposer l'utilisation des ressources et réserves locales en vue de leur développement le plus efficace du point de vue social et esthétique ;
- proposer les mesures techniques, économiques et organisatrices nécessaires pour l'utilisation du territoire selon les buts suivis<sup>61</sup>.

En fait, le processus qui est suivi dans la réalisation d'un plan d'aménagement est calqué d'assez près sur « la méthode scientifique » qui est très souvent recommandée, quel que soit le type envisagé. Ses étapes sont les suivantes :

60. Dr F. PRIKRYL (1971). *Aménagement touristique du territoire*, Centre d'études du tourisme, série C, n° 15, Aix-en-Provence, p. 3.

61. *Ibid.*, p. 4-5.

- déterminer la problématique ;
- établir les buts et objectifs recherchés lors de l'opération ;
- formuler les hypothèses à vérifier, le cas échéant ;
- mettre au point la méthodologie envisagée ;
- prévoir des scénarios alternatifs ;
- faire une recommandation justifiée ;
- prévoir un échéancier.

Les premiers soucis de l'aménagiste en s'attaquant au défi de proposer un plan d'aménagement d'une station touristique est de bien définir la problématique du développement actuel, potentiel et futur. L'élaboration de cette problématique est souvent la tâche la plus ardue de tout le mandat. Si cette problématique est bien comprise de l'aménagiste et entérinée par les intervenants publics et privés, elle devient l'assise de toute recherche subséquente en vue d'identifier des solutions aux problèmes posés et des propositions d'aménagement précises. L'établissement de la problématique ne nécessite pas d'inventaires ou d'analyses exhaustives mais une bonne connaissance générale des enjeux de l'offre et de la demande. [...] La conception d'une station touristique se fait la plupart du temps suite à un long cheminement où plusieurs scénarios et hypothèses ont été confrontés, comparés, amalgamés, modifiés, discutés, etc. Tellement de variables lourdes et de variables légères autant du côté de l'offre que de la demande sont à considérer que l'émergence d'une solution claire et unique, qui répond à tous les objectifs visés, apparaît rarement d'une façon spontanée. Une fois un scénario d'aménagement retenu dans lequel sont définis les types de clientèles visées, les capacités d'accueil des équipements, les types d'équipements à implanter, les éléments moteurs du développement, les relations entre les diverses entités fonctionnelles, les moyens de communication à l'intérieur de la zone d'aménagement, les accès à la station, le plan d'aménagement proprement dit commence à prendre forme. Dans une première étape, l'aménagiste exprime le concept d'aménagement sous forme d'un schéma, une échelle variant entre le 1 : 5000 et le 1 : 2500 et où apparaît clairement la structure organisationnelle de la station avec ses aires fonctionnelles et leurs principaux liens<sup>62</sup>.

Quand cette étape sera réalisée, l'aménagiste pourra alors se pencher sur le plan d'aménagement détaillé, c'est-à-dire qu'il travaillera à des échelles beaucoup plus grandes, par exemple au 1 : 500 ou au 1 : 200, ce

62. Claude LAMOTHE et Richard BIENVENU (1983), *op. cit.*, p. 7-8.

qui lui permettra d'aller à un niveau de détail très élevé dans l'affectation des espaces.

Ajoutons aussi qu'habituellement l'ensemble de ces étapes se réalisent, idéalement en concertation avec la population ou ses représentants, dans le cas d'un projet qui a une portée régionale ou avec le ou les promoteurs, dans le cas d'un aménagement plus circonscrit. Il faut dire cependant que dans beaucoup de projets d'aménagement on ne prend pas toutes ces précautions avant d'aller de l'avant. On voit encore trop souvent des gens qui se réveillent un bon matin et qui, de but en blanc, décident de transformer leur clos à vaches en terrain de camping, sans se demander si le site est adéquat quant à sa localisation et quant à ses caractéristiques biophysiques, sans se demander s'il y a une demande pour ce produit à cet endroit-là, sans savoir quoi que ce soit des tendances du marché, sans connaître les normes d'aménagement de la municipalité ou du ministère du Tourisme, sans savoir où ils seront dans trois ans, sans savoir si la Loi sur le zonage agricole peut autoriser ce type d'implantation à cet endroit, en n'ayant aucune idée des coûts associés à la réalisation de ce projet, de sa rentabilité éventuelle, etc. Oui, malheureusement, ce type de « spontanéité » et d'improvisation existe encore trop souvent.

On voit trop d'improvisations dans le domaine du tourisme pour ne pas réagir. Ouvrir une petite auberge, un petit hôtel, un restaurant, un camping, un centre de ski... semble être à la portée de quiconque. Il n'est pas nécessaire, se dit-on, d'avoir une formation particulière ; il s'agit simplement de s'y lancer et le tour est joué ! Cette présomption coûte parfois beaucoup d'argent et occasionne toujours de grands risques. Créer et gérer une entreprise touristique est un dur métier qui exige, pour sa réussite, un minimum de connaissances et, mieux encore, une expérience de quelques années<sup>63</sup>.

C'est pourquoi, jadis, nos vieux maîtres, tel Jean Labasse, nous enseignaient que l'aménagement, c'est une « géographie volontaire », c'est la guerre au laisser-faire, à l'improvisation. C'est le fait de prendre une décision au nom d'un principe de base et de tout faire pour l'encourager. L'aménagement, c'est une géographie interventionniste. Peut-être qu'un exemple serait pertinent.

63. Jacques DEMERS (1987), *op. cit.*, p. 171-172.

### 3.2. APPLICATION: AMÉNAGER UN TERRAIN DE CAMPING

On l'a souvent répété : le tourisme et les loisirs sont de très grands consommateurs d'espace. On n'a qu'à penser au phénomène de la villégiature, aux espaces consommés par les aéroports, les autoroutes, les voies de chemins de fer, les centres de ski alpin ou de fond, l'occupation des plages, les terrains de golf ou de camping, les sentiers pédestres ou à vélo, les parcs de toute nature, les terrains de stationnement qui y donnent accès, les hôtels, motels et autres types d'hébergement qui, habituellement, accaparent les sites les plus intéressants, les plus stratégiques, sans oublier tout le secteur de la restauration, etc.

Cet espace est donc précieux, parce que rare. C'est un patrimoine dont il faut prendre soin, pour ne pas le gaspiller. C'est pourquoi la science et les techniques de l'aménagement sont d'un très grand secours quand il s'agit d'entreprendre une réflexion portant sur la pertinence de lancer ou pas un projet touristique d'une certaine envergure. À partir donc du projet qui consiste à installer un terrain de camping, nous allons ici passer en revue, de façon synthétique, les étapes à suivre, idéalement.

Dans un premier temps, nous présentons donc cinq tableaux, qui représentent un sommaire des exigences biophysiques pour le camping. Ce sommaire récapitulatif est une synthèse de plusieurs milliers de pages de textes ; la compilation de ces données, normes, indices ou critères est le fruit du travail de MM. Provencher et Thibault<sup>64</sup>. Cette étape vise donc à établir le portrait de la localisation la plus appropriée, considérant le type d'activité recherché. On se rappellera ici les trois recettes miracles de Conrad Hilton : « l'emplacement, l'emplacement et l'emplacement !<sup>65</sup> ».

Les critères biophysiques envisagés ici portent sur la topographie (pente), les dépôts meubles, l'hydrographie (le drainage), le microclimat, la flore et la faune. Ce ne sont pas, bien sûr, les seuls facteurs de localisation qui doivent être pris en considération. Par exemple, avant de lancer un projet de camping, il faut se demander quel type de camping on veut aménager : s'agit-il d'un « terrain-destination » (de séjour ou de villégiature) ou d'un « terrain-transit » ? s'agit-il d'un camping sauvage ou d'un terrain « tout équipé » ? Les coûts d'aménagement et les superficies de terrain

64. Léo PROVENCHER et Jean-Claude THIBAUT (1976). *Critères biophysiques pour le choix de sites récréatifs à la campagne. Vol. II: Activités terrestres*, Bulletin de recherche n° 27, Département de géographie, Université de Sherbrooke, 60 p.

65. Olivier LAZZAROTTI (1995), *op. cit.*, p. 211.

**Tableau 3**  
SOMMAIRE DES EXIGENCES BIOPHYSIQUES POUR LE CAMPING. VALEURS RETENUES

<i>Facteurs primaires</i> <i>Caractéristiques topographiques</i> <i>pentés</i>		<i>Contraintes</i>	
<i>Nulle ou faible</i>		<i>Moderée</i>	<i>Sévère</i>
1-8 %	8-15 % et 0-1 % (sauf dépôt très bien drainé)	15 %	
<p>Caractères hydrographiques (drainage)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• textures (USDA)</li> <li>• position dans la pente                             <ul style="list-style-type: none"> <li>a) bas-de-versant/fond de vallée</li> <li>- inondations</li> <li>- formes particulières</li> </ul> </li> </ul>	<p>Texture moyenne si pente 8% et texture fine (type loam, argileux, silleux, argile sableuse ou limoneuse, limon et argile)</p> <p>Zone inondée en dehors de la saison: a fortiori pendant la saison</p>	<p>Texture moyenne si pente 8% et texture fine (type loam, argileux, silleux, argile sableuse ou limoneuse, limon et argile)</p> <p>Zone inondée en dehors de la saison: a fortiori pendant la saison</p>	
<p>Ideal: texture grossière homogène (gravier et surtout sable)</p> <p><i>Admissible:</i> texture grossière hétérogène</p> <p>Zone jamais inondée</p>	<p>Texture moyennement grossier hétérogène (type loam sableux) et texture moyenne (loams et loams limoneux)</p> <p>limon si pente entre 8-15 %</p> <p>Jamais inondée</p>	<p>Terrasses avec nappe à - de zone 20" pendant la saison</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zone de cône et/ou d'épandage alluvial vaste et difficilement endiguable</li> <li>• Tourbières et marais, même à proximité</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terrasses bien drainées (nappe phréatique à + de 30" pendant la saison)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terrasses avec nappe à +20" pendant la saison</li> <li>• Zone de cône et/ou d'épandage alluvial très localisée</li> </ul>		

**Tableau 3** (suite)

**SOMMAIRE DES EXIGENCES BIOPHYSIQUES POUR LE CAMPING. VALEURS RETENUES (suite)**

	<i>Nulle ou faible</i>	<i>Moderée</i>	<i>Sévère</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>b) M<sub>1</sub> et haut-de-versant</li> <li>• Profil et escalier</li> <li>• Profil ondulé, irrégulier</li> <li>• Profil rectiligne</li> <li>• Profondeur de la nappe (durant la saison)</li> <li>• Perméabilité des sols (USDA) pce/lire ou exprimé en K. (cm/sec.)</li> </ul>	<p>Zone de replats bien drainés</p> <p>Zone de résurgences très localisées (n'exigeant pas de réseau de drainage) Pentes faibles (1-8%) et moyennes (8-15%) bien drainées</p> <p>À + de 30 pouces de la surface</p>	<p>Replats légèrement hydromorphes facilement drainables</p> <p>Zone de résurgences généralisées (exigeant faible réseau de drainage) Pentes moyennes (8-15%) avec ruissellement en nappe modéré sur sol peu perméable</p> <p>À plus de 20 pouces de la surface</p>	<p>Replats hydromorphes, difficilement endiguables (ex.: cuvettes de colivonnement-alluvionnement) Zone de résurgences généralisées (exigeant important réseau de drainage) Pentes moyennes (8-15 %) et fortes (15 %) avec ruissellement en nappe intensive et zone aval particulièrement affectée</p> <p>À moins de 20 pouces de la surface</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Caractéristiques du dépôt meuble</li> <li>• Sensibilité à la compaction (texture USDA)</li> <li>• Profondeur du dépôt (densité des affluements; classes USDA)</li> <li>• Pierrosité (classes USDA)</li> </ul>	<p>Très rapide (+ de 10 pce/lire) à modéré (0,80 à 2,50) ou perméable (plus grand que 10<sup>-3</sup>)</p> <p>Texture grossière (gravier)</p> <p>Texture sableuse</p> <p>de 3 ans des emplacements)</p> <p>0 (- de 2% de la surface occupée par le roc à nu)</p> <p>Classes 0 et 1 (occupation de la surface totale du dépôt entre 0 et 0,1 % ou max. d'un bloc (0-12") à tous les 30 pieds</p>	<p>Relativement lent (0,20-0,80) à lent (0,05 à 0,20) ou peu perméable (10<sup>-3</sup> à 10<sup>-5</sup>)</p> <p>Texture loameuse grossière (exige un agrandissement des emplacements)</p> <p>Classes 1-2 (approx. 2 à 10%)</p> <p>(0,1 à 3 %) ou max. d'un bloc à tous les 5 pieds</p>	<p>Très lent (- de 0,05 pce/lire) ou imperméable (plus petit 10<sup>-6</sup>)</p> <p>Texture loameuse moyenne et fine; texture argileuse (peut exiger jusqu'à une rotation</p> <p>Classes 3-4-5 (approx. 10 à 90%)</p> <p>(3% à 90%)</p>

Caractéristiques microclimatiques (confort bioclimatique assuré par)

- Conditions d'ensoleillement

Emplacement des tentes: exposition SE.  
De façon générale, ensoleillement maximal: s (exposition de la pente ou trouée dans la végétation)

Zones régulièrement ventilées, position en mi-versant ou bon corridor de ventilation à bas-de-versant  
Minimales à mi-versant

- Conditions d'aération
- Variations thermiques

Ensoleillement modéré: exposition du SW au NMW ou du SE au NE

Zones de circulation trop vive (haut-de-versant, exposé au vent dominant ou bas-de-versant dans corridor concentré et turbulent)  
Modérées à bas-de-versant si la vallée n'est pas trop encaissée

Ensoleillement minimal: exposition du NE au NW

Zone de stagnation aérienne et forte humidité

- cuvette fermée
- bas-de-versant sans corridor de ventilation

Maximales à haut-de-versant et interfluvès; aussi bas-de-versant fond de vallée sous-exposé

Caractéristiques végétales

- Taux de couverture végétale
- Groupements végétaux

50-75% (forêt adulte bien développée aux trois strates)  
Feuillus avec sous-bois bien développé  
Mixte

25-50% (exige reboisement)  
75-100% (exige déboisement)  
50-75% (si absence totale de sous-bois)  
Conifères à milieu xérique mixte avec strate arbusive trop dense et/ou sol peu fertile, couverture herbacée peu résistante

Moins de 25% (le plus sévère, coupe forestière à blanc, re.: chap. lot résidentiel, section végétation)  
Déboisé  
Conifères à milieu hydromorphes  
Marécages et tourbières

Caractéristiques fauniques

- Moustiques
- Habitats à protéger

Peu de moustiques (éloignement des zones humides, fournissseuses d'insectes) (feuillus) (zone bien ventilée)  
Éloignement de zones à intérêt écologique (ex.: marécages, castorrie, ravages de chevreuils, frayères)

Abondance de moustiques mais zone régulièrement ventilée (proximité de zones productrices d'insectes)  
Proximité de ces zones alors accessibles et visitées

Présence excessive de moustiques (zones très humides, proximité immédiate/et zone mal drainée)  
Proximité immédiate ou occupation de ces zones

**Tableau 3 (suite)**  
 SOMMAIRE DES EXIGENCES BIOPHYSIQUES POUR LE CAMPING: VALEURS RETENUES (suite)

	<i>Nullie ou faible</i>	<i>Moderée</i>	<i>Sévère</i>
Superficies minimales • Rapport zone développée, zone non développée (zone-tampon) • Superficie totale • Superficies minimales de l'unité	Un acre développé pour 19 acres de réserve Minimum légal: 70 000 pie 2500 pis	1 acre pour 2 acres-tampon (norme québécoise) (MTCPO, 1973) minimum légal: 2000 pie	Pas de zones-réserves 2000 pie
<b>Facteurs secondaires</b> Caractéristiques topographiques • Profil de la pente	Profil ondulé, bosselé sans zones humides Profil en escalier sans zones humides Profil rectiligne en pente moyenne entre 5-8%	Profil ondulé, bosselé Profil en escalier avec petites zones humides Profil rectiligne en pente faible (1-3%)	Profil rectiligne plat Profil en escalier ou bosselé avec fortes zones humides et/ou contrôle directement par la roche
Caractéristiques hydrographiques (zone aquatique) • Proximité d'un plan d'eau • Qualité de la plage • Frange littorale entre rivage et emplacements	Présence d'un plan d'eau avec beaucoup de possibilités récréatives (baignade, activités nautiques, voile, canot, etc.) Normes de la plage communautaire, Re.: chapitre Activités nautiques, section « Baignade» 200 pieds de végétation intégralement conservée en pente douce (1-8%)	Présence d'un plan d'eau avec activités nautiques limitées (dit aux caractéristiques physiques) 50 pieds de végétation conservée ou 100 pieds en pente moyenne (8-15%)	Absence de plan d'eau ou présence d'un plan d'eau sans possibilités d'activités reliées à l'eau Moins de 50 pieds ou pente forte 15 %

Source: PROVENCHER, Léo et Jean-Claude THIBAUT (1976). «Critères bio-physiques pour le choix de sites récréatifs à la campagne. Vol. II: Activités terrestres», *Bulletin de recherche n° 27*, Département de géographie, Université de Sherbrooke, p. 72-76.

requis seront très différents selon les choix qui seront faits. L'entrepreneur doit aussi connaître les habitudes, les besoins et les équipements des campeurs, connaître les tendances de cette industrie, tout savoir sur la compétition, sur les flux de circulation, sur le zonage municipal, sur les lois susceptibles d'affecter sa décision, sur ses capacités financières et sur le financement de l'opération, etc. Quelques conseils à un entrepreneur :

- Dans votre région, situez les campings de séjour existants afin d'éviter la compétition avec un autre propriétaire, ce qui aurait pour effet de vous nuire réciproquement.
- Déterminez le marché régional du camping en essayant de connaître le nombre de membres des clubs et leurs habitudes de campeurs.
- Informez-vous auprès des promoteurs touristiques, tels les ATR, les Chambres de commerce, les organismes touristiques locaux, afin de connaître la demande générale.
- Prenez le temps de camper en semaine et en fin de semaine sur quelques sites de votre région et essayez de déterminer le taux d'occupation des campings visités. Interrogez de façon discrète quelques campeurs afin de connaître leur provenance et leurs goûts. Comptez les plaques d'immatriculation des voitures tout en essayant d'établir la répartition entre les visiteurs étrangers et résidants.
- Prenez le temps d'interroger vos amis campeurs, afin de connaître leurs goûts, leurs aspirations, leurs endroits de camping préférés, etc.
- Essayez d'inventorier et d'analyser toutes les études d'intérêt touristique qui ont été menées localement et régionalement, les données sur la fréquentation de divers sites, les comptages routiers, etc.<sup>66</sup>.

L'étape suivante serait de réaliser un plan général de mise en valeur de deux ou trois sites possibles, en retenant finalement celui qui offre le plus d'avantages. A cet égard, on peut s'inspirer de la démarche proposée par l'*Office du tourisme du Canada*<sup>67</sup> au moyen des *quelques croquis* qui suivent.

Rapidement, l'entrepreneur sera amené à utiliser sa calculatrice. La réalisation de son plan de mise en valeur lui aura permis d'établir une forme de zonage, laquelle l'aidera à déterminer les espaces susceptibles

66. Jacques DEMERS (1987), *op. cit.*, p. 185-186.

67. OTC (1974). *Planning des terrains de camping au Canada*, Ottawa (Ontario), ministère de l'Industrie et du Commerce, 113 p.

d'accueillir adéquatement des emplacements de camping. Sachant que cet espace peut habituellement accueillir entre 4 et 10 emplacements à l'acre, selon le type de camping (cette norme peut varier beaucoup d'un pays à l'autre), il aura alors une bonne idée de la capacité de son site et de la quantité de personnes pouvant y être accueillies. On compte entre 3,5 et 4 personnes par emplacement.

À partir de ce moment, il devra procéder à une évaluation rigoureuse des coûts de mise en valeur de l'éventuel terrain de camping : acquisition du terrain, construction des routes, accès, sentiers et emplacements de camping, centre récréatif, bâtiment administratif, entrepôt, boutique, casse-croûte, alimentation en eau et en électricité, système d'évacuation des eaux usées, piscine, tracteurs, tables, etc.

### *Le plan de mise en valeur*

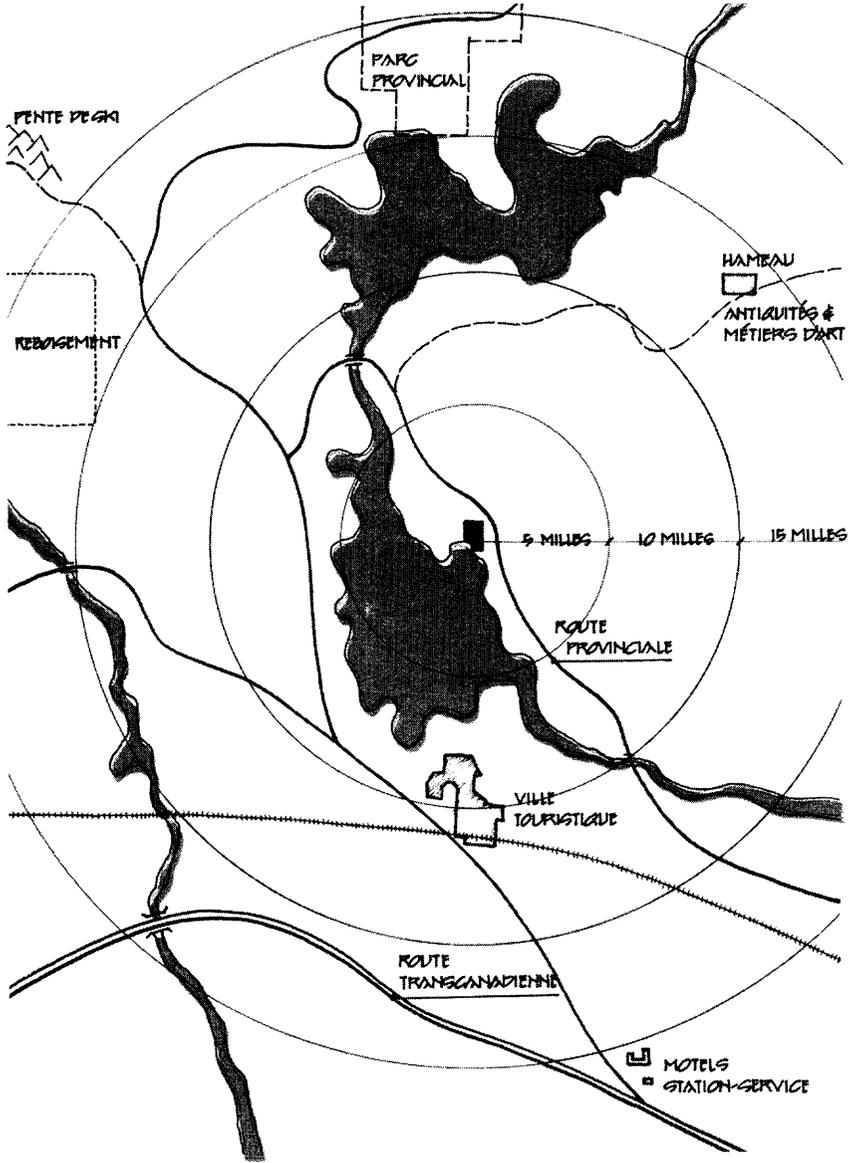
On arrivera alors à l'évaluation des coûts et des revenus d'exploitation annuels. Les dépenses porteront surtout sur les salaires, sur les taxes et permis, les assurances, la publicité, l'entretien et les fournitures diverses, tandis que les revenus seront fonction de la durée de la saison (60 à 85 jours), du taux d'occupation, du nombre d'emplacements, des tarifs d'entrée, ainsi que des autres revenus possibles, comme le casse-croûte ou le dépanneur, le service de buanderie, la vente de bois de foyer, etc.

Si finalement tout cela apparaît positif, on peut envisager d'aller de l'avant, ce qui ne signifie pas pour autant que la recherche et la réflexion ne seront plus nécessaires. Par exemple, on ne devrait pas implanter d'emplacements plus proches que 50 mètres d'un rivage. On devrait aussi rechercher les espaces disposant d'une importante couverture végétale et s'éloigner des espaces déboisés, des marécages et des tourbières. De même, entre chaque site, on devrait prévoir une zone tampon végétalisée.

On pourrait poursuivre encore longtemps la liste des recommandations pertinentes liées à l'implantation d'un terrain de camping. Nous n'en donnons qu'un aperçu pour bien démontrer que celui qui se lève un beau matin et qui décide d'installer un camping dans son clos à vaches, cet individu, donc, court d'énormes risques : gaspiller son temps, ses espaces et son argent.

**Figure 2.6**

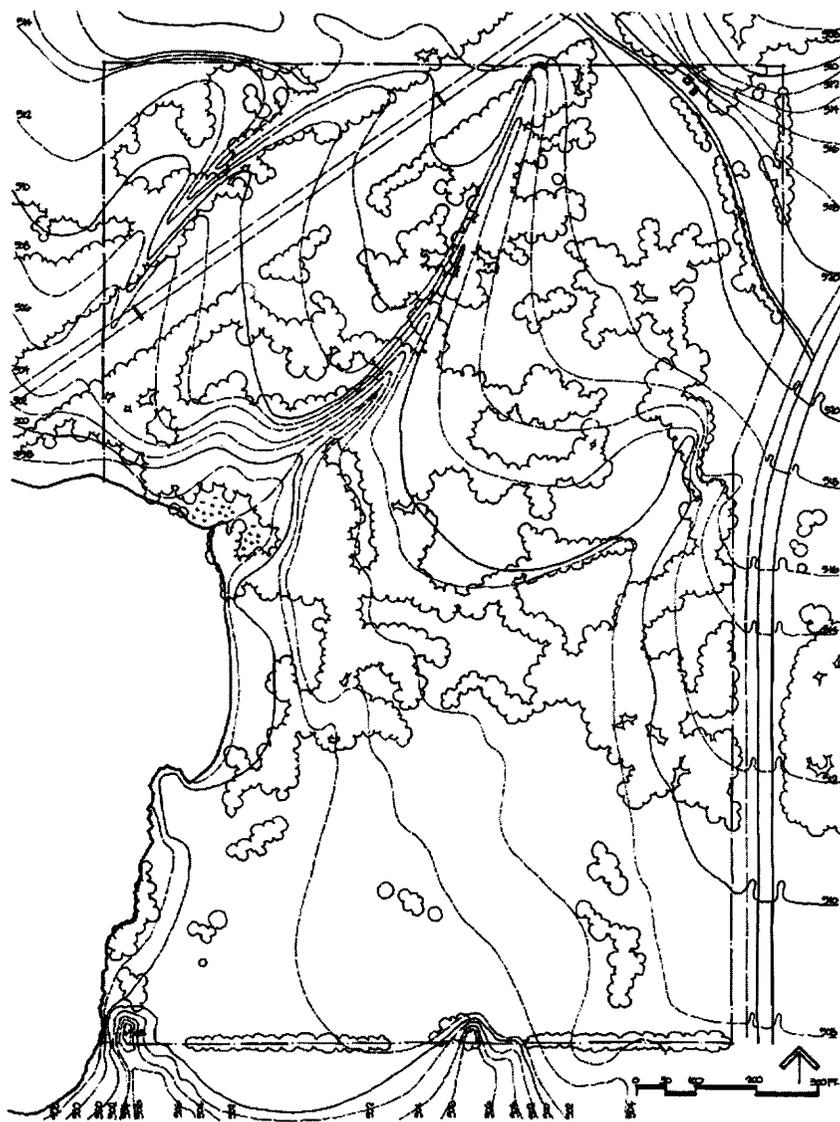
ÉTAPE POUR LA RÉALISATION D'UN TERRAIN DE CAMPING - LA RÉGION



Source : Ministère de l'Industrie et du Commerce du Canada (1980). *Planning des terrains de camping au Canada*, Ottawa, Office du tourisme du Canada, p. 49.  
Reproduit avec la permission du ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux du Canada.

## Figure 2.7

ÉTAPE POUR LA RÉALISATION D'UN TERRAIN DE CAMPING - LE SITE

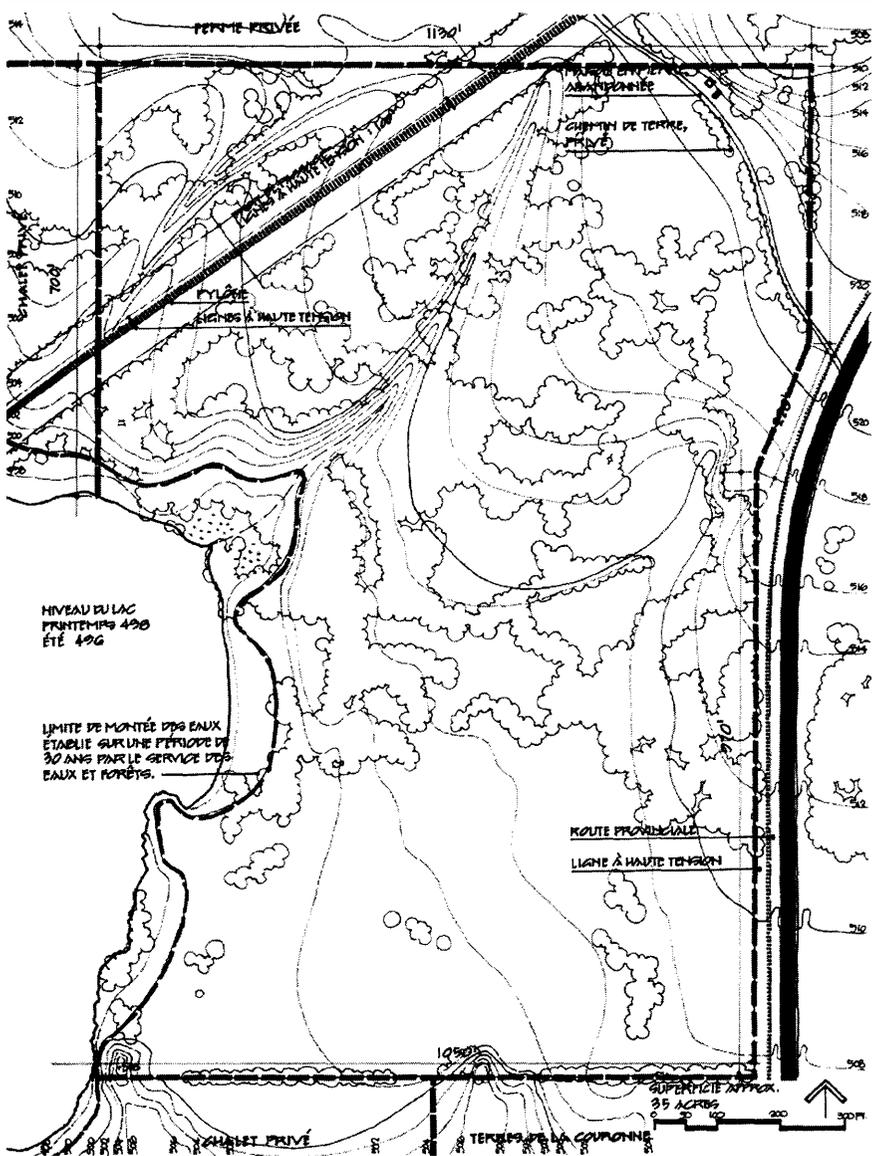


Source : Ministère de l'Industrie et du Commerce du Canada (1980). *Planning des terrains de camping au Canada*, Ottawa, Office du tourisme du Canada, p. 50.

Reproduit avec la permission du ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux du Canada.

Figure 2.8

ÉTAPE POUR LA RÉALISATION D'UN TERRAIN DE CAMPING - LES INTERVENTIONS HUMAINES

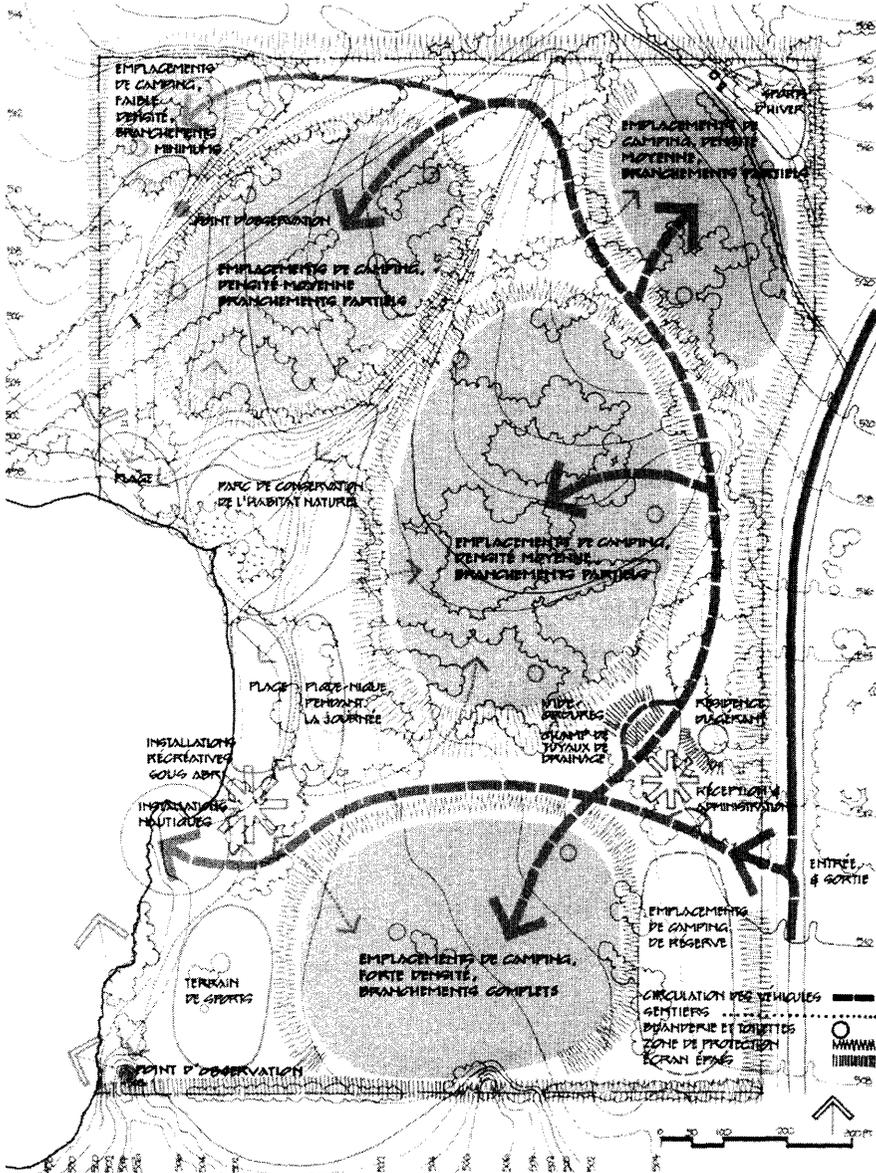


Source : Ministère de l'Industrie et du Commerce du Canada (1980). *Planning des terrains de camping au Canada*, Ottawa, Office du tourisme du Canada, p. 53.

Reproduit avec la permission du ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux du Canada.

Figure 2.9

ÉTAPE POUR LA RÉALISATION D'UN TERRAIN DE CAMPING - LE PLAN D'ENSEMBLE

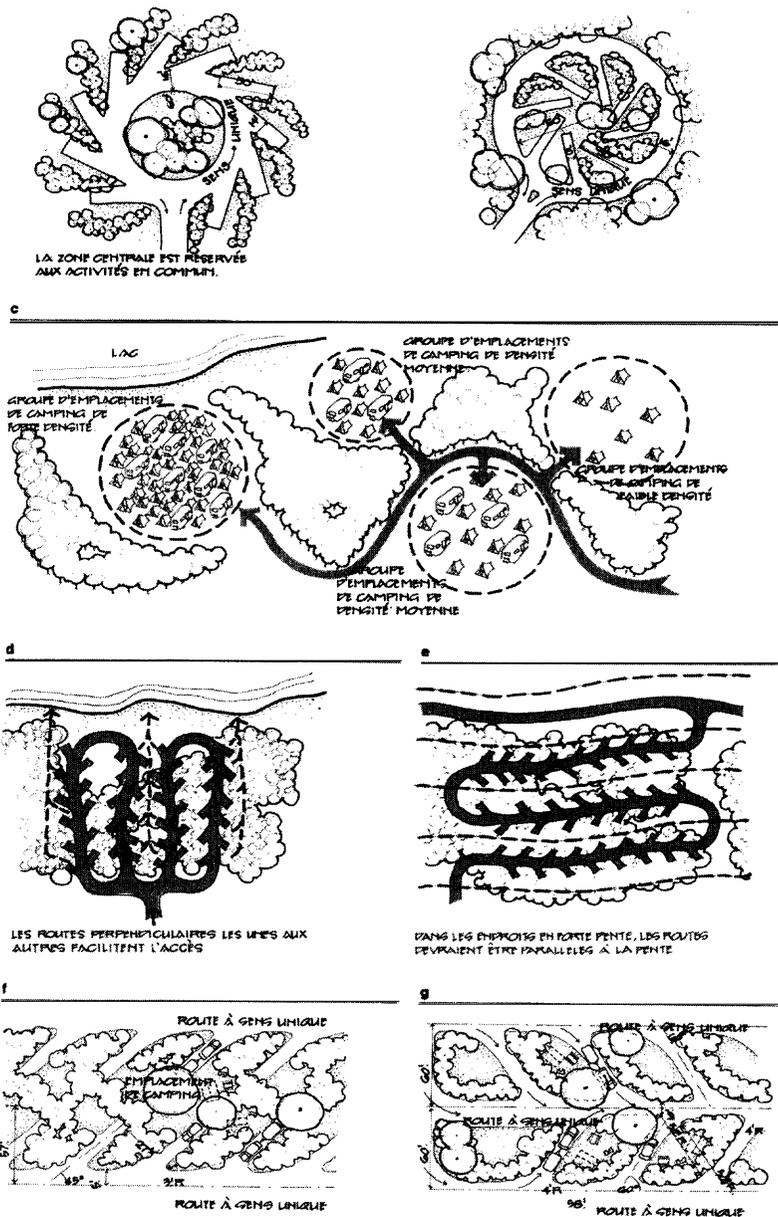


Source : Ministère de l'Industrie et du Commerce du Canada (1980). *Planning des terrains de camping au Canada*, Ottawa, Office du tourisme du Canada, p. 73. Reproduit avec la permission du ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux du Canada.



Figure 2.11

DIVERS DESIGNS APPLIQUÉS AU CAMPING



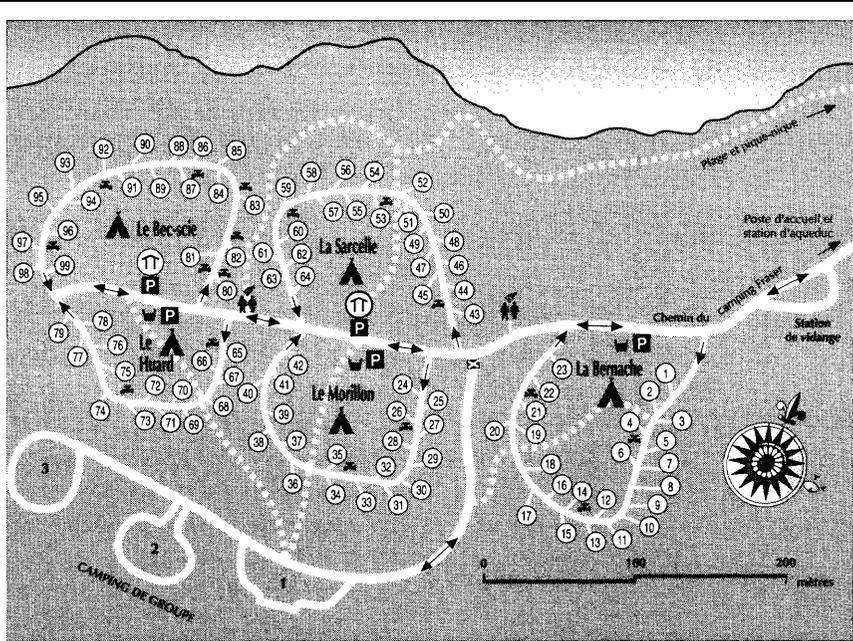
Source : Ministère de l'Industrie et du Commerce du Canada (1980). *Planning des terrains de camping au Canada*, Ottawa, Office du tourisme du Canada, p. 76-77.

Reproduit avec la permission du ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux du Canada.

En terminant avec le camping, il est peut-être utile de noter que les terrains situés à l'intérieur de parcs provinciaux ou nationaux ont la faveur populaire, de préférence aux terrains gérés par l'entreprise privée. Est-ce parce que les espaces y sont mieux aménagés ? parce qu'on y est plus respectueux de l'environnement ? parce que le rapport qualité-prix est meilleur ? parce que les gestionnaires des parcs doivent respecter rigoureusement l'objectif prioritaire de ce réseau, soit la protection des milieux naturels<sup>68</sup> ? Sans doute que l'examen du plan des terrains de camping du parc du Mont-Orford en Estrie pourrait fournir les réponses recherchées.

Figure 2.12

CAMPING DU LAC FRASER



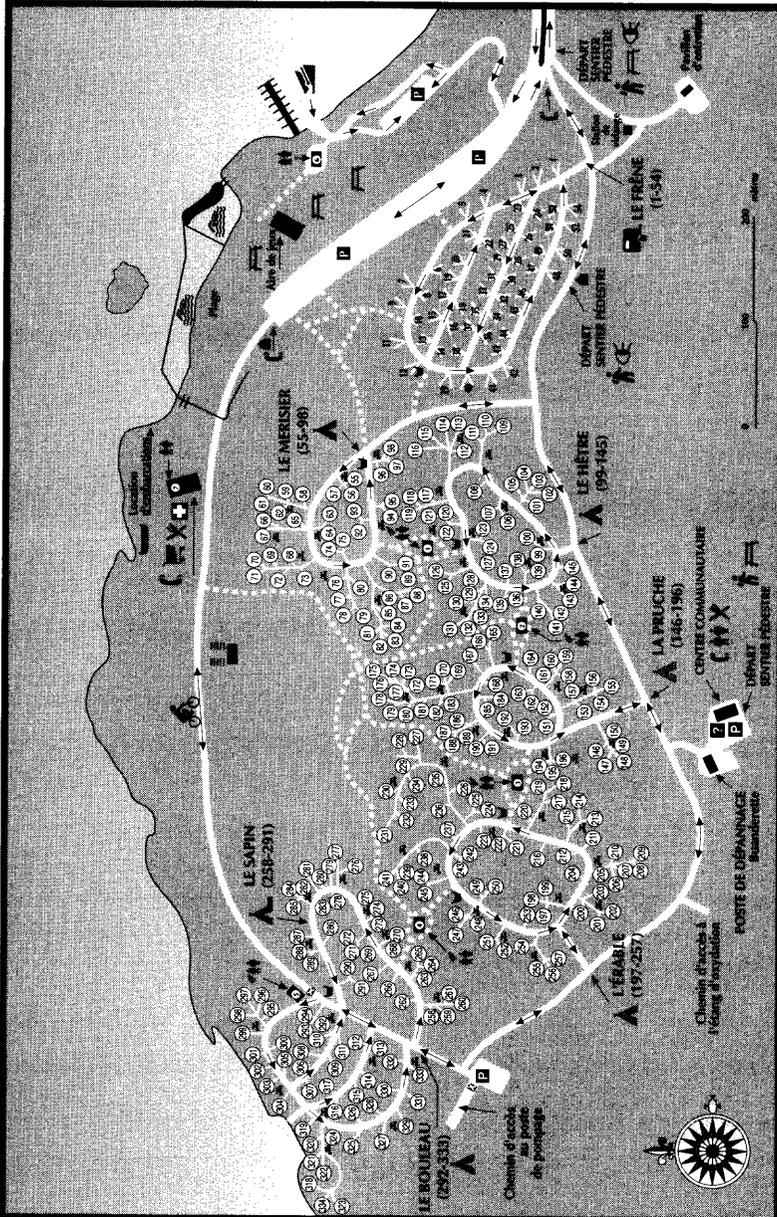
SERVICES				ACTIVITÉS • ACTIVITIES			
Stationnement	Parking	Flamme de mise à feu	Boat ramp	Emplacement	Site	Randonnée pédestre	Hiking
Casse-croûte	Snack-bar	Toilettes et douches	Toilets and showers	Emplacement sans services	Site without service	Point de vue, belvédère	Panoramic Viewpoints
Dépanneur	Food Store	Information	Information	Emplacement avec services sur terrain aménagé	Site with service on a prepared campsite	Aire de pique-nique	Picnic area
Téléphone public	Public telephone	Sentiers intersecteurs	Intersecting trails	Emplacement avec services d'eau et d'électricité	Site with water and power	Baignade	Bathing
Dépôt à déchets	Garbage disposal	Piste cyclable	Cycling trail	Emplacement avec services d'eau, d'épou et d'électricité	Site with water, sewage and power	Location d'embarcation	Small boat rental
Eau potable	Drinking water	Sens unique	One way			Barrière	Gate
Premiers soins	First Aid	Double sens	Two way			Kiosque d'interprétation	Interpretation booth
Abri-cuisine	Kitchen shelters						

Source : Parc du Mont-Orford (1999). *Mettez du piquant dans votre été... Vivez l'aventure au parc du Mont-Orford*, Magog, SOROMA.

68. Voir le numéro 1 du volume 14 de la revue *Téoros*, « Les parcs, des réseaux en mutation », revue de recherche en tourisme, UQAM, printemps 1995, 75 p.

Figure 2.13

CAMPING DU LAC STUKELEY



Conception et réalisation graphique : Groupe SODEM

Source : Parc du Mont-Orford (1999). *Mettez du piquant dans votre été... Vivez l'aventure au parc du Mont-Orford*, Magog, SOROMA.

### **3.3. AUTRES APPLICATIONS**

On pourrait bien sûr ajouter bien d'autres éléments d'aménagement qui s'appliquent au camping, mais l'objectif de cet ouvrage n'est pas de tout dire sur la question. Il s'agit plutôt de donner une série d'exemples qui viseront à démontrer que les outils servant à une gestion éclairée de l'espace touristique existent bel et bien. Ils sont le fruit de l'expérience des praticiens dans le monde. Il serait dommage de s'en priver, car bien souvent ils font la différence entre un aménagement réussi et respectueux et des interventions humaines qui conduisent à une détérioration du milieu.

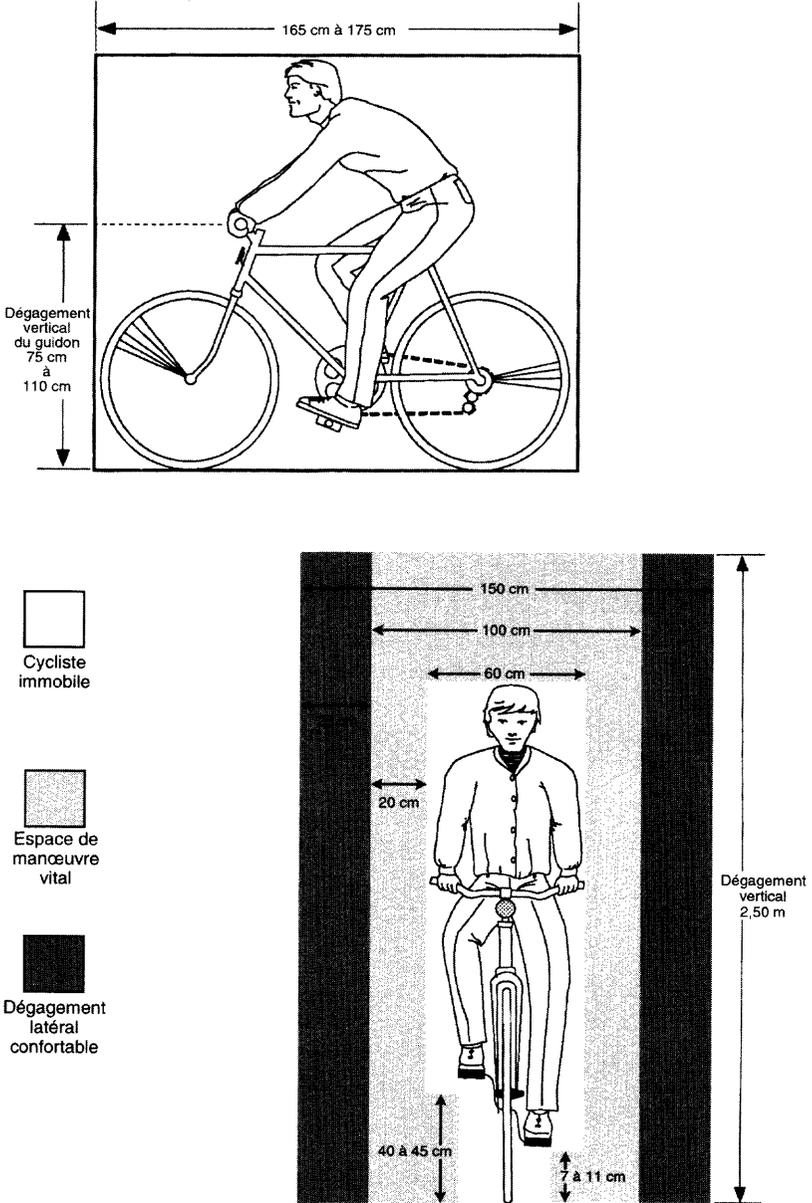
C'est dans cette perspective que nous présenterons ici quelques exemples rapides qui s'appliquent à l'aménagement d'espaces récréotouristiques liés à des activités telles que les pistes cyclables et corridors verts, les sentiers de ski de fond, les terrains de golf et les constructions associées à la pratique de certaines de ces activités.

#### ***Les pistes multifonctionnelles***

Une piste est dite multifonctionnelle à partir du moment où il est possible d'y pratiquer plus d'une activité sur une base annuelle. Par exemple, sur l'Estrade, entre Granby et Waterloo, on peut s'adonner au vélo, à la marche et à la pratique du patin à roues alignées (parce que le revêtement en asphalte le permet). Sur le réseau des Grandes Fourches, entre Sherbrooke-Lennoxville-North Hatley-Rock Forest, on pratique surtout la bicyclette l'été et le ski de fond l'hiver, sans oublier la marche ou le jogging qui peuvent se pratiquer une bonne partie de l'année. Dans certains cas, on fera alterner les motoneiges avec les VTT (véhicules tout terrain) ou avec les chevaux. Il faut faire attention : ce ne sont pas toutes les combinaisons qui sont acceptables. Il serait aberrant, par exemple, de faire cohabiter des cavaliers et des cyclistes.

Figure 2.14

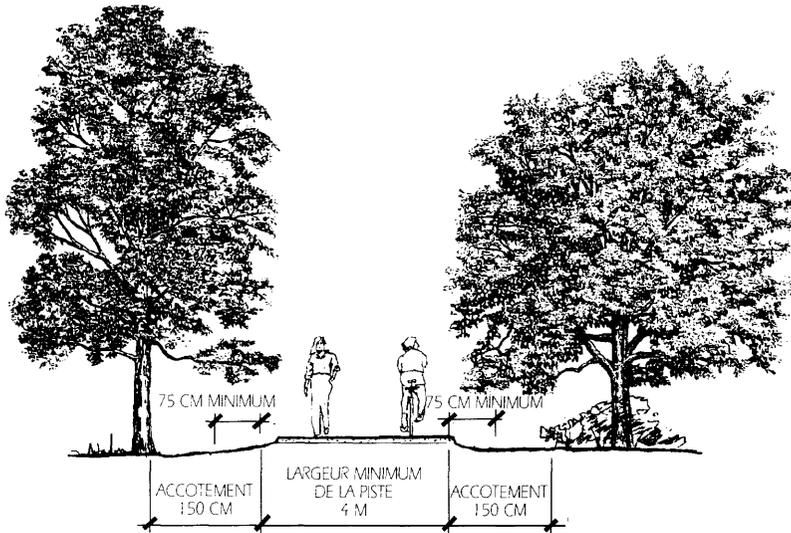
L'ESPACE OCCUPÉ PAR LE CYCLISTE



Source: Vélo Québec (1992). *Guide technique d'aménagement des voies cyclables - Planification - Design - Réalisation*, 2e édition, en collaboration avec le ministère du Tourisme du Québec, Montréal, p. 16.

**Figure 2.15**

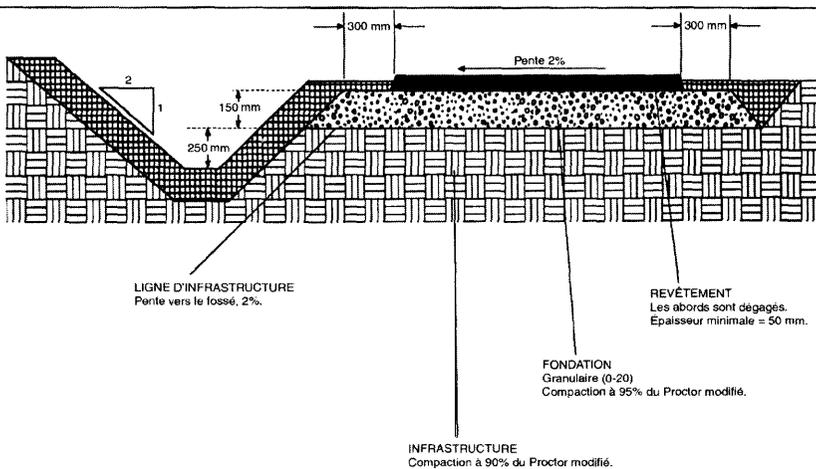
LA LARGEUR RECOMMANDÉE D'UN SENTIER BIDIRECTIONNEL



Source : Jean-François Pronovost, Marc Lusignan et François Marciel (1995). *Les sentiers du 21<sup>e</sup> siècle – Planification, design et gestion des sentiers polyvalents*, titre original américain : *Trails For The Twenty-First Century*, Montréal, Vélo Québec, p. 82.

**Figure 2.16**

STRUCTURE D'UNE PISTE CYCLABLE AVEC FOSSE

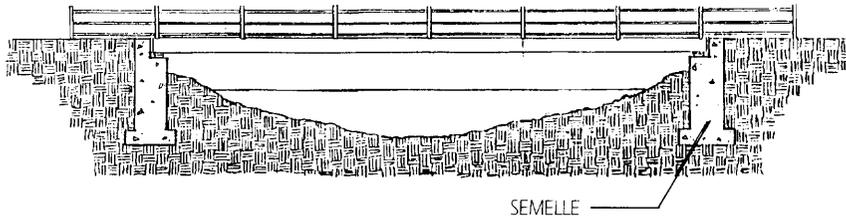


Source: Vélo Québec (1992). *Guide technique d'aménagement des voies cyclables - Planification - Design - Réalisation*, 2e édition, en collaboration avec le MTQ, Montréal, p. 62.

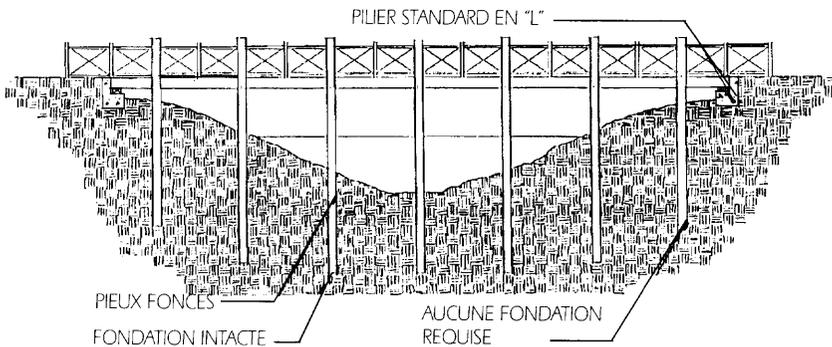
Figure 2.17

UN PONT SUR UN SENTIER

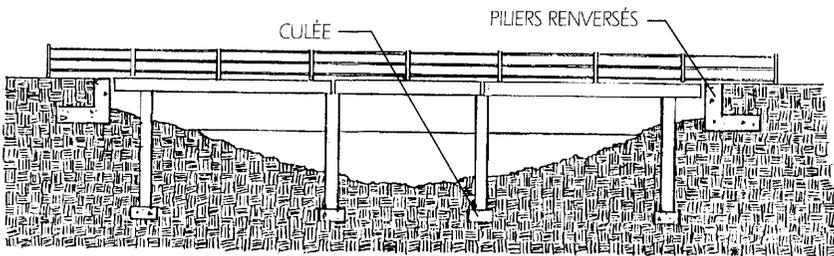
La largeur recommandée d'un sentier bidirectionnel.



Les piliers espacés d'un pont sur un sentier.



Des pieux utilisés comme support d'un pont sur un sentier.



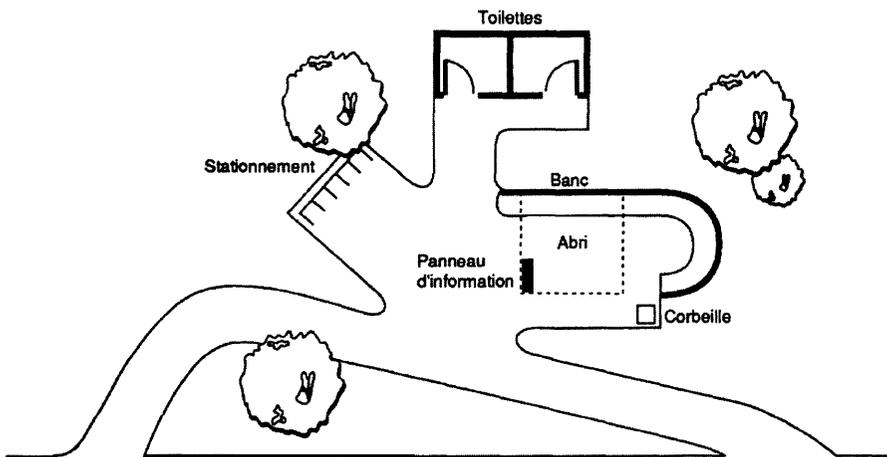
Les fondations des piliers d'un pont sur un sentier.

Source: Jean-François Pronovost, Marc Lusignan et François Marciel (1995). *Les sentiers du 21<sup>e</sup> siècle - Planification, design et gestion des sentiers polyvalents*, titre original américain: *Trails For The Twenty-First Century*, Montréal, Vélo Québec, p. 102.

Depuis bientôt une décennie, ces espaces que l'on nomme corridors verts/parcs linéaires/pistes cyclables pistes multifonctionnelles, etc., ont connu une très grande popularité et se sont développés très rapidement. Ce foisonnement de projets - et de réalisations -, qui se retrouve dans toutes les MRC du Québec, reflète une évolution des mentalités : on est soucieux de sa santé et de sa qualité de vie ; on est attiré par la pratique d'activités physiques, spécialement celles associées au plein air. Beaucoup d'expertises se sont donc développées dans la façon d'aménager ces espaces correctement : à preuve, les quelques croquis montrés ici et qui touchent plus particulièrement les pistes cyclables et les pistes de ski de fond.

**Figure 2.18**

EXEMPLE D'AMÉNAGEMENT D'UNE HALTE CYCLISTE

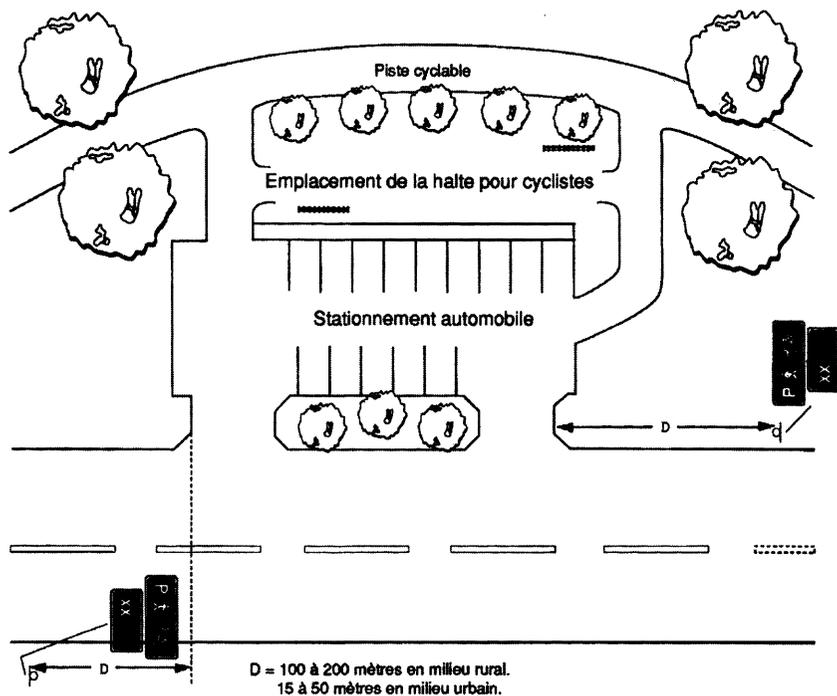


Source : Vélo Québec (1992). *Guide technique d'aménagement des voies cyclables - Planification - Design - Réalisation*, 2<sup>e</sup> édition, en collaboration avec le MTQ, Montréal, p. 144.

Ces quelques graphiques, croquis ou tableaux sont montrés ici à titre d'exemples, pour permettre à l'aménagiste en herbe d'avoir une bonne idée de la documentation pertinente existant dans son domaine de recherche. Il ne s'agit que d'exemples, car dans le secteur de l'application il existe plusieurs centaines de cas différents qui peuvent être rencontrés et qui exigent des réponses concrètes et adaptées aux particularités de chaque milieu. Ainsi, les normes d'aménagement peuvent - ou doivent - s'adapter à certains ajustements selon que la piste traverse un milieu urbain ou un milieu rural, selon l'importance des flux de circulation, selon

**Figure 2.19**

EXEMPLE D'UN STATIONNEMENT AUTOMOBILE CONNEXE À UNE PISTE CYCLABLE



Source : Vélo Québec (1992). *Guide technique d'aménagement des voies cyclables - Planification - Design - Réalisation*, 2e édition, en collaboration avec le MTQ, Montréal, p. 144.

**Tableau 4**

NOMBRE DE PLACES DE STATIONNEMENT AUTOMOBILE  
PAR KILOMÈTRE DE PISTE

Provenance de 75% des usagers	Moins de 1500 cyclistes/jour	1500 cyclistes par jour ou plus
Moins de 6 km	1 place/km (1 à 6 places)	2 places/km (2 à 12 places)
Entre 6 km et 20 km	2 places/km (12 à 40 places)	4 places/km (24 à 80 places)
Plus de 20 km	4 places/km (80 places et plus)	5 places/km (100 et plus)

NOTE : Si la piste a plus de 20 kilomètres, il est préférable d'aménager un stationnement à chacune de ses extrémités (si c'est possible) et un stationnement à tous les 10 km.

Figure 2.20

SIGNALISATION DE PRESCRIPTION ET D'INFORMATION

Couleur	Fonction	Lettrage et bordure
	Rouge Signalisation de danger élevé ou immédiat. On le retrouve par exemple sur les panneaux «arrêt», «cédez le passage» et «entrée interdite».	Blanc
	Jaune Panneau de danger.	Noir
	Orange Signalisation de travaux	Noir
	Vert ou brun (selon le cas) Panneaux d'indication, tels ceux indiquant la direction à suivre et la distance à parcourir. Le brun est réservé aux haltes sur le sentier et aux parcs et réserves relevant des gouvernements fédéral et provincial.	Blanc
	Bleu Affichage commercial : services aux usagers, destinations touristiques et publicité.	Blanc
	Blanc ou noir Panneaux de prescription, non directement reliés à un danger (à l'exception du panneau «zone scolaire», en bleu).	Noir Blanc

Signalisation de prescription et d'information.

Source: Jean-François Pronovost, Marc Lusignan et François Marcil (1995). *Les sentiers du 21<sup>e</sup> siècle - Planification, design et gestion des sentiers polyvalents*, titre original américain : *Trails For The Twenty-Fisrt Century*, Montréal, Vélo Québec, p. 103.

que la piste est en site propre ou en site partagé, selon que la piste ne sert qu'à une seule fonction ou qu'elle est polyvalente, selon que l'on traverse des espaces publics ou privés. L'intervenant désireux d'en savoir davantage sur le sujet aurait donc intérêt à se reporter aux ouvrages mentionnés précédemment.

Il n'en demeure pas moins que l'expérience sur le terrain est difficilement remplaçable. C'est l'expérience, par exemple, qui fixe les coûts de construction d'une piste cyclable dans une fourchette entre 20 \$ (piste construite sur les fondations d'une voie ferrée désaffectée) et 40 \$ (piste en site propre en milieu forestier ou humide) le mètre linéaire ; c'est l'expérience aussi qui permettra de déterminer le meilleur tracé, d'y introduire un design original, d'aller chercher sans trop de complications les autorisations requises (droits de passage), de préparer une planification budgétaire réaliste, de concevoir la maîtrise d'œuvre des travaux et la

structure de gestion, de négocier avec les entrepreneurs ou de prévoir l'entretien du réseau pour les années à venir<sup>69</sup>.

Il existe des normes techniques quantitatives, mais certaines, aussi, sont qualitatives. Par exemple, si on s'arrête brièvement sur le cas du ski de fond, on trouvera effectivement des normes de dégagement horizontal et vertical, mais aussi des informations permettant de porter un jugement sur des considérations associées plus particulièrement au type d'apprentissage que l'on peut vivre. Par exemple, le niveau de difficultés engendré par le relief traversé par une piste de ski.

Tout le monde n'a pas les mêmes attentes au pied d'une piste de ski ; tout le monde ne possède pas non plus les mêmes habiletés ou capacités. C'est pourquoi on a établi des classifications, lesquelles sont une évaluation des capacités des skieurs, d'une part, et du degré de difficulté rencontré sur les pistes, d'autre part. Ainsi le skieur pourra-t-il être considéré comme de niveau novice, intermédiaire ou expert.

En ce qui a trait à la classification des sentiers de ski de fond, celle-ci ne peut être faite en fonction de l'expérience du skieur mais en fonction des difficultés physiques inhérentes (montées, descentes, etc.) au terrain et de la longueur du parcours. Voici quelques explications pertinentes à chacune des trois catégories de sentiers : facile, assez difficile, très difficile.

#### a) Facile

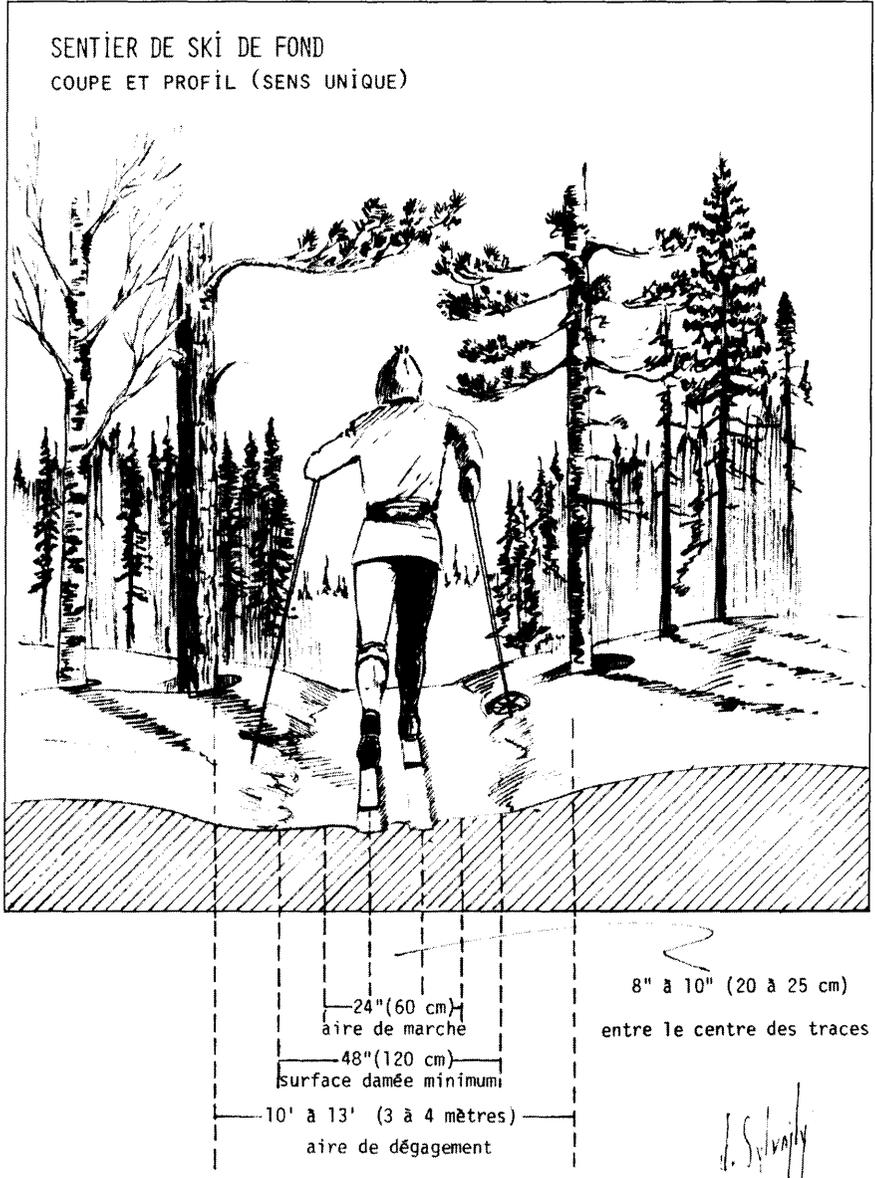
C'est le sentier encore utilisé par une bonne partie des adeptes du ski de fond : novices, familles, groupes hétérogènes, etc. L'aménagiste devra donc porter une attention particulière à l'aménagement et à l'entretien de cette catégorie de sentier accessible à tous. Voici quelques caractéristiques dudit sentier :

- longueur maximale : 5 kilomètres ;
- montées légères (5 % de pente) d'une longueur maximale de 150 mètres ;
- descentes légères (5 % à 10 % de pente) d'une longueur maximale de 400 mètres afin d'éviter les trop grands refroidissements chez les skieurs ;
- bonne signalisation, bon entretien et bonne patrouille de secours.

69. André PROULX (1997). « L'aménagement des corridors verts : les secrets du praticien », *Téoros*, vol. 16, n° 1, La région touristique de l'Estrie/Cantons-de-l'Est, Montréal, UQAM, DEUT, p. 58-61.

**Figure 2.21**

*SENTIER DE SKI DE FOND - COUPE ET PROFIL (SENS UNIQUE)*



Source : Ministère des Terres et Forêts du Québec (1977). *Ski de fond et interprétation en milieu forestier (Normes générales d'aménagement)*, Québec, p. 47.

## b) Assez difficile

En général, ce sont les randonneurs de la catégorie intermédiaire qui empruntent les sentiers classés « assez difficile ». Ces sentiers exigent une bonne technique et une bonne forme physique en raison de la longueur du parcours, de 10 à 20 kilomètres, et en raison des difficultés rencontrées, soit des montées et descentes de 5 % à 15 % de pente. Notons toutefois qu'un sentier de moins de dix kilomètres peut être classé « assez difficile » s'il présente des difficultés particulières.

## c) Très difficile

Cette catégorie de sentier n'est empruntée que par un nombre plutôt restreint de skieurs, soit ceux de la catégorie expert. En plus de comporter des montées et des descentes ayant de 15 % à 20 % de pente, le sentier peut mesurer plus de 20 kilomètres. Il va sans dire que cette catégorie de sentier n'est pas la plus commune dans les centres de ski de fond. Cependant, en raison de difficultés très particulières, un sentier beaucoup plus court (même de 5 kilomètres) peut être classé dans la présente catégorie<sup>70</sup>.

### 3.4. DU SOUCI DU DÉTAIL ET DU JUGEMENT

Les outils, normes, directives ou conseils visant à modeler et à aménager harmonieusement l'espace touristique sont multiples, comme on peut le constater. Dans les deux derniers exemples qui seront traités dans ce chapitre, on notera que les guides misa la disposition des aménagistes peuvent avoir un degré de précision presque chirurgical, tandis que d'autres font plutôt appel à l'expertise et au jugement du spécialiste. Quoi qu'il en soit, le jugement est toujours essentiel et aucune norme ne peut le remplacer. On voit trop souvent de jeunes intervenants prisonniers de normes rigoureuses d'aménagement. Chaque milieu est unique mais, au-delà des balises qui orientent l'action, on peut tenir pour acquis que la créativité et l'imagination font partie du jugement.

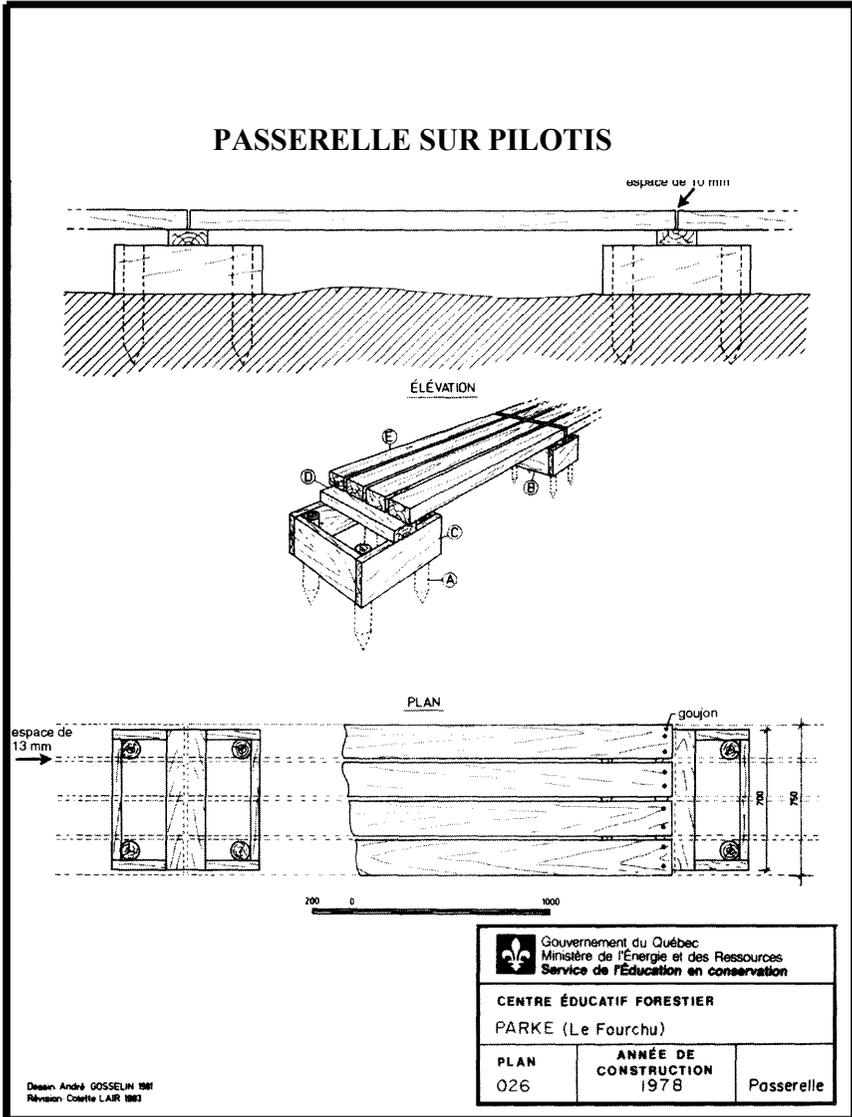
En 1984, le ministère de l'Énergie et des Ressources du Québec publiait un *Guide de construction en milieu naturel*<sup>71</sup>. Dans la description des plans, on va jusqu'à décrire les types de matériaux à utiliser, le nombre, la longueur et le type de clous à choisir, et cela à partir de réalisations déjà effectuées par le Ministère. Qu'on en juge à partir de la

70. MTF (1977). *Ski de fond et interprétation du milieu forestier - Normes générales d'aménagement*, Québec, ministère des Terres et Forêts, Service de l'éducation en conservation, préparé par Jean-J. MAREL et Jean SYLVAIN, p. 20, 21 et 22.

71. Ministère de l'Énergie et des Ressources du Québec (1984). *Guide de construction en milieu naturel - ponts, bancs, passerelles, tables à pique-nique et autres*, Québec, 300 p.

Figure 2.22

PASSERELLE SUR PILOTIS



Source: Ministère de l'Énergie et des Ressources (1984). *Guide de constructions en milieu naturel - Ponts, bancs, passerelles, tables à pique-nique et autres*. Québec, p. 42-43.

**Titre : Passerelle sur pilotis**  
**Plan n° : 026**

Matériaux requis

Désignation	Matériau	Caractéristique	Nbre de pièces	Dimensions en mm			
				Diam.	Épais.	Larg.	Long.
<b>1 pilotis :</b>		Par section de 2,44 m					
- Piquet d'ancrage	(A)	THØ	4	100			600
- Entretoise	(B)	"	2		50	250	600
- Entretoise	(C)	"	2		50	250	700
- Traverse	(D)	"	1		70	250	700
- Clou		Acier	16				100
- "		"	2				150

Résumé des matériaux:

Partie aménagée	Type de matériau	Nbre pièces	Volume		Poids (kg)	Long. (mm)
			(m <sup>3</sup> )	(p.m.p.)		
<b>Pilotis :</b>	Bois (THØ)		0,045	19,07		
	Bois (THØ) bille		0,019			
	Acier (clou commun)	16			0,24	100
	Idem	2			0,09	150
<b>Tablier :</b>	Bois (THØ)		0,166	70,33		
	Acier (clou commun)	16			0,24	100
	Bois (goujon)	16				19

Spécifications

- Ce type de structure est utilisé aux endroits où la capacité de support est faible.
- Le bois ayant servi à la construction de cette passerelle n'a pas été traité au préservatif.
- Le tablier est formé de pièces de bois taillées à la tronçonneuse.
- Le temps requis pour construire une longueur de 2,44 mètres de ce type de passerelle est de 0,50 jour / personne.
- Le relevé a été fait par Norman Leclerc.

Source: MER (1984), *op. cit.*,

construction d'une passerelle sur pilotis réalisée en 1978 au Centre éducatif forestier Parke.

À l'inverse, la façon dont sera modelé l'espace relève davantage de la « lecture » que l'aménagiste peut faire des potentialités de l'espace, mais aussi de ses goûts personnels, de son expertise dans le domaine et de son habileté à concevoir. Le cas des terrains de golf est à cet égard assez révélateur (on pourrait sans doute en dire autant du design des pistes de ski alpin). En fait, pour tracer le profil d'un terrain de golf, on a souvent recours à un professionnel jouissant d'une forte notoriété en tant que golfeur, qui a joué sur plusieurs dizaines (sinon des centaines) de terrains, qui a une facilité à en faire ressortir les forces et les faiblesses, et qui a pris soin d'enregistrer les commentaires et évaluation de ses collègues golfeurs sur ces terrains. Il n'en demeure pas moins que, si on présentait un terrain de 200 acres à cinq concepteurs différents de terrains de golf, il est probable que l'on obtiendrait cinq devis différents. La raison, c'est qu'il n'existe pas de règles très précises, si l'on fait exception de l'étiquette ou des règlements propres à chaque terrain.

C'est ainsi que certains terrains ont la réputation de miser sur des allées étroites pour favoriser la précision, alors que d'autres affectionnent davantage les allées larges afin de permettre à la puissance de s'exprimer. Certains terrains sont criblés de plans d'eau, tandis que d'autres mettent à rude épreuve les talents et les nerfs des golfeurs en semant partout rigoles, trappes de sable, zones humides très arbustives ou arbres matures innocemment placés au centre de l'allée. Il y a place à la créativité et au sadisme !

Nous avons mentionné précédemment que le domaine récréotouristique est un très grand consommateur d'espace. La vogue du golf y est bien sûr pour quelque chose :

- Un terrain régulier, c'est 18 trous, une normale de 72 et un terrain de 160 acres (65 ha). Le parcours minimum est de 6000 verges (2000 m) à partir de jalons de départ du milieu.
- Un parcours exécutif, c'est 9 trous, la normale se situe de 29 à 34 et le parcours s'étend de 1500 à 2000 verges (500 à 650 m), sur 30 acres (12 ha) de terrain.
- Le parcours de normale 3, c'est 9 trous (donc normale 27) s'étendant sur 1000 à 1300 verges (325 à 400 m).

- Une normale, basée sur la distance, représente le pointage d'un expert en considérant que celui-ci ne commette pas d'erreurs et effectue deux coups roulés une fois la balle sur le vert<sup>72</sup>.

Concrètement, à titre indicatif, voici comment on pourrait calculer la normale :

*RELATION NORMALE ET DISTANCE AU GOLF*

<i>Normale</i>	<i>Homme</i>	<i>Distance en verges</i>	<i>Femme</i>
3	0-250		0-210
4	251-470		211-400
5	471 et +		401 et +
6*	650 et +		575 et +

\* La normale 6 est rare et à éviter.

Source : Le Musée du golf du Québec, Granby, 1998.

Bref, le golf est un gros consommateur d'espace et l'activité est en progression rapide, surtout en raison du profil démographique des populations vivant dans les pays industrialisés et aussi parce que le produit s'est démocratisé (popularisé) au cours de la dernière décennie. Quelques indices fournis par le spécialiste de ces questions au Québec, François Giasson

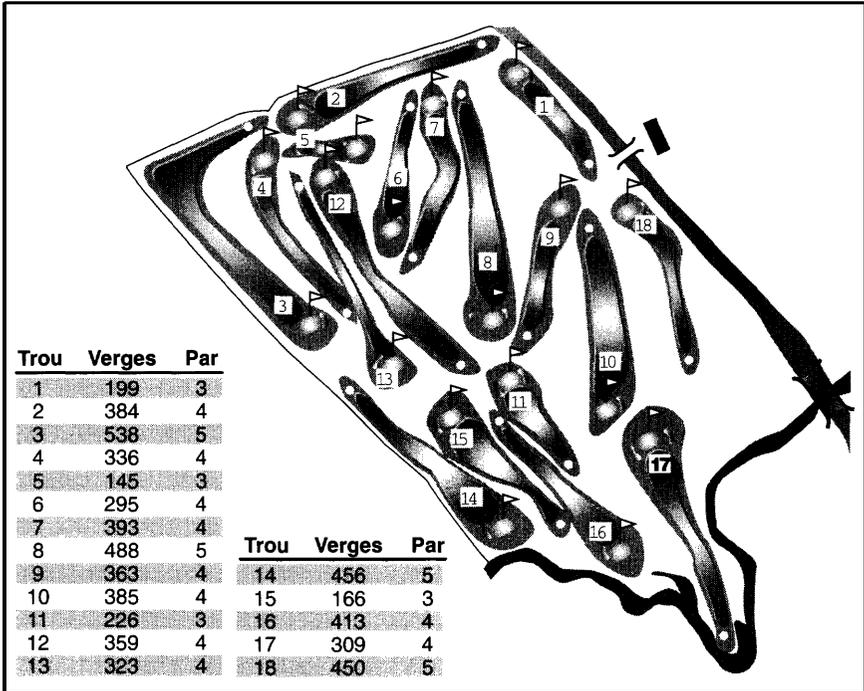
- Il s'est dépensé 300 000 000 de balles de golf dans le monde en 1996, où l'on compte approximativement 50 000 000 d'adeptes.
- On compte un peu plus de 15 000 terrains de golf aux États-Unis. Si l'on multiplie le nombre de terrains par 150 acres (60 ha) en moyenne, cela fait 2 250 000 acres (935 000 ha) de terrain consacrés au golf, aux États-Unis seulement.
- Au Québec, près de 700 000 golfeurs pratiquent cette activité sur 350 terrains (404 parcours), générant ainsi des retombées économiques d'environ 650 millions de dollars et 10 000 emplois<sup>73</sup>.

72. Le Musée du golf du Québec, situé dans l'édifice principal du Club de golf Les Cèdres, à Granby, 1998.

73. François GIASSON (1998). *Profil socio-économique des golfeurs et caractéristiques physiques des terrains de golf du Québec appliqués à la région touristique des Cantons-del'Est*, mémoire de maîtrise, Département de géographie, Université de Sherbrooke, p. 54-68.

Figure 2.23

PARCOURS DE GOLF



Source : Reproduit avec la permission du Club de golf Le Grand Portneuf.

Le terrain de golf est un bel exemple de la dichotomie qui peut exister entre l'accessibilité à l'espace et son aménagement, d'une part, et la préservation du milieu naturel, d'autre part. *A priori*, quand on arrive sur un terrain de golf, on sera peut-être porté à penser qu'il s'agit là d'un bel exemple d'aménagement réussi de l'espace. En effet, on a créé un environnement très beau : il y a du gazon partout, il est toujours bien taillé. Les allées et les verts sont... verts, verts, verts ! On a taillé les haies, planté des fleurs et des arbustes ici et là et les plans d'eau ont des abords très bien entretenus. On entend le murmure des ruisseaux et les petits oiseaux sont manifestement très heureux. On prend évidemment un soin méticuleux de ce grand jardin et si, par mégarde, une motte de terre est déplacée, on vous invite délicatement (la plupart du temps) à la remettre en place. N'est-ce pas merveilleux ?

On oublie souvent que pour répondre « aux standards de qualité et d'excellence », ce terrain a été tellement travaillé mécaniquement que, sauf exception, il n'y reste rien de naturel ou presque. Tout le sol a été chamboulé ; on a créé des pentes artificielles et on a ajouté ici et là de nombreux voyages de terre, de gravier, de sable ; on a intégré à tout cela un sophistiqué réseau de drainage et... d'arrosage, car la clientèle veut être capable de jouer 15 minutes après un gros orage et exige que ses allées soient d'un beau vert en santé. Et les verts ! Les verts doivent être impeccables, un beau gazon du Kentucky, bien fourni, bien arrosé, bien dodu, bien égal. Sauf que, pour obtenir ces résultats, on doit utiliser des quantités faramineuses d'eau et des fertilisants chimiques en quantité industrielle.

Au cours de l'été 1998, certains médias d'information ont fait timidement circuler la nouvelle suivante : un chercheur livrant les résultats d'une étude médicale canadienne disait que les données recueillies semblaient indiquer que les femmes en âge de procréer qui jouaient au golf y parvenaient moins (à procréer) que les autres. Bien sûr, on nous signale qu'il ne faut pas tirer de conclusions hâtives, que ce ne sont que des résultats préliminaires, qu'il faudra pousser plus loin la recherche pour vérifier s'il existe des relations probantes entre ceci et cela, sauf que...

#### **4. CONCLUSION**

Toute cette démarche est d'une logique implacable. Comme le prêchait Arthur Haulot déjà dans les années 1960, « le tourisme est condamné à la croissance » et effectivement, chaque année, des dizaines de millions d'adeptes nouveaux viennent s'ajouter aux masses grouillantes déjà existantes, ce qui crée des flux colossaux très visibles dans le temps et dans l'espace. Pour répondre aux attentes ou besoins de ces foules qui se déplacent avec des centaines de milliards de dollars dans leurs poches, on construit partout dans le monde de plus en plus d'autoroutes, d'aéroports, de stations de chemin de fer, de complexes hôteliers et de restaurants, on transforme les montagnes en centres de ski, les rivages des cours d'eau sont aménagés de façon à accueillir le plus de vacanciers possible, etc. Bref, on assiste à une véritable touristification de l'espace à l'échelle planétaire.

Cette transformation du territoire n'entraîne pas que des effets positifs. Depuis une décennie surtout, cette très puissante industrie est souvent pointée du doigt. On lui reproche, notamment, de servir de catalyseur aux déviations sexuelles des riches au détriment des plus pauvres, d'être trop souvent source d'acculturation, mais principalement d'avoir la fâcheuse tendance de détruire le milieu naturel qui lui sert d'assise. Le tourisme est donc actuellement en observation rapprochée. Nous avons enfin pris conscience que si le tourisme dégrade et infecte les environnements qui le font vivre, nous sommes dans un cul-de-sac insensé et, à la limite, c'est toute l'industrie qui est en train de s'automotiler. Heureusement, il y a un certain bon sens qui prévaut et, au cours de cette décennie, on a commencé à veiller le malade et à se doter d'outils et de prescriptions qui sont susceptibles non seulement d'enrayer le mal mais aussi de revitaliser et de dynamiser les régions infectées.

Bien sûr, nous avons créé de nouveaux vaccins et des médications efficaces, mais la pire erreur serait de croire que la bataille est gagnée. Au contraire, une vigilance de tous les instants est absolument nécessaire.



## Chapitre 3

---

# Esquisse d'une géographie structurale du tourisme et de la villégiature: l'exemple du québec<sup>1</sup>

**Gérard Beaudet**

*professeur agrégé, Institut d'urbanisme,  
chercheur à la Chaire en paysage de la  
faculté de l'aménagement,  
membre du comité de rédaction de la revue  
Téoros, président d'Héritage Montréal*

**Serge Gagnon**

*géographe, Programme de doctorat,  
Département de géographie, Université  
Laval, professeur au  
Centre d'études collégiales en Charlevoix*

1. Les auteurs remercient Gilles RITCHOT, pour l'aide apportée à la préparation du manuscrit de ce chapitre, et pour avoir autorisé la diffusion d'extraits d'une thèse de doctorat.



Depuis le milieu des années 1970, le phénomène du tourisme et de la villégiature a été pris en charge par de nombreuses disciplines des sciences humaines, dont la sociologie, l'anthropologie, l'économie et l'histoire. Plusieurs équipes de recherche se sont constituées, de nombreux articles et ouvrages ont paru et des revues spécialisées ont été fondées. Au Québec, la revue *Téoros* a été fondée en 1982 par des professeurs-chercheurs du Module de gestion et intervention touristique de l'Université du Québec à Montréal. La cinquantaine de numéros parus témoigne à la fois de l'importance de l'activité touristique dans nos sociétés, de l'éclatement de la notion et de l'élargissement des préoccupations des chercheurs et des professionnels.

Le champ du tourisme et de la villégiature s'est considérablement élargi tout en subissant un éclatement et des spécialisations<sup>2</sup>.

La sociologie s'est concentrée sur le rôle des acteurs et sur leurs profils socioéconomiques ainsi que sur les rapports entre le visiteur et le visite<sup>3</sup>. L'anthropologie culturelle s'est préoccupée davantage des types de touristes et de leurs comportements de consommateur<sup>4</sup>, alors que l'économie s'est penchée sur la rentabilité de l'activité et sur ses

2. J. STAFFORD (1985). « Les paradigmes de la recherche en téorologie : étude, analyse et critique », *Loisir et Société*, vol. 8, n° 21, p. 549-560.
3. M. BOYER (1997). « Le tourisme, une épistémologie spécifique en quête de paradigmes », *Loisir et Société*, vol. 20, n° 2, p. 455-477 ; (1995). « L'invention de distinction, moteur du tourisme ? Hier et aujourd'hui », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 45-47 ; (1990). « Le « Tour, english style » », dans *Les Vacances* (série Mutations, n° 111), Paris, Edition Autrement, p. 174181 ; (1987). « Typologie et changements dans le tourisme », *Cahiers du CHET* (série C n° 114), Centre des Hautes Études touristiques, Aix-en-Provence; (1982). *Le tourisme* (Coil.: Peuple et Culture), Paris, Seuil ; (1980). « Évolution sociologique du tourisme continuité du tourisme rare et rupture contemporaine », *Loisir et Société*, vol. 3, n° 1, p. 4982; E. COHEN (1979). «Rethinking the sociology of tourism », *Annals of Tourism Research*, n° 6, p. 18-35 ; (1974). «Who is a tourist ? : a conceptual clarification>>, *The Sociological Review*, vol. 22, n° 4, p. 527-549; M. LAPLANTE (1996). *L'expérience touristique contemporaine. Fondements sociaux et culturels*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec ; (1988). « La révolution du voyage d'agrément », *Loisir et Société*, vol. 11, n° 1, p. 11-32; M. MORMONT (1985). «La ville à la campagne : l'espace touristique », dans *Forme urbaine et pratique sociale* (Coil.: Science et Théorie), Montréal, Le Préambule, p. 147-171 ; J. JAFARI (1988). « Le système du touriste : modèles socio-culturels en vue d'applications théoriques et pratiques », *Loisir et Société*, vol. 11, n° 1, p. 59-80.
4. N.H.H. GRABURN (1983). « The anthropology of tourism », *Annals of Tourism Research*, n° 10, p. 9-33 ; (1980). « Enseignement de l'anthropologie du tourisme », *Revue internationale des sciences sociales*, n° 32, p. 59; D. MacCANNELL (1989). « Introduction : Semiotic of tourism », *Annals of Tourism Research*, n° 16, p. 1-6; (1976). *The tourist : A new theory of the leisure class*, Schocken Books, New York ; J.-D. URBAIN (1997). « Un voyage sans histoire », *Le Monde de l'éducation, de la culture et de la formation*, n° 248, p. 22-23; (1996). *Sur la plage. Moeurs et coutumes balnéaires*, Paris, Payot & Rivages;

effets structurants. Elle a également proposé des analyses statistiques détaillées du rapport coût-bénéfices<sup>5</sup>. L'histoire, quant à elle, a élaboré des scénarios sur l'évolution de la pratique touristique<sup>6</sup>.

Ces diverses approches, sectorielles et spécialisées, ont significativement enrichi le corpus des connaissances des multiples aspects du phénomène du tourisme et de la villégiature. Mais une dimension essentielle a été reléguée dans l'ombre : celle des contraintes spatiales. De nouveaux regards convergent cependant, tant en anthropologie<sup>7</sup> et en histoire<sup>8</sup> qu'en géographie<sup>9</sup>. Ils indiquent la nécessité de rompre avec les habitudes mentales qui tendent à restreindre le tourisme et la villégiature à leur dimension économique : « Chaque auteur appréhende le tourisme armé de la grille de sa seule discipline, sans se demander si elle est pertinente [et sans émettre] aucune grande hypothèse<sup>10</sup> ».

Or, ces phénomènes - le tourisme et la villégiature - sont incontestablement géographiques. Ils ne peuvent pas être réduits à une spatialisation de faits économiques. Aussi propose-t-on d'emblée un survol des

---

(1993). *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Paris, Payot & Rivages ; (1989). « The tourist adventure and his images », *Annals of tourism research*, vol. 16, n° 1, p. 106-118 ; (1986). « Le touttourisme : la xénomanie des borgnes et des aveugles? », *Sociétés : Revue des Sciences Humaines et Sociales*, vol. 2, n° 3, p. 24-26 ; (1986). « Sémiotiques comparées du touriste et du voyageur », *Semiotica*, vol. 58, n°S 3-4, p. 269-286 ; (1983). « Sur l'espace du touriste : un voyage en Tunisie. Éléments pour une sémiotique de l'espace touristique des Français », *L'Espace Géographique*, n° 2, p. 115-124.

5. J. DEMERS (1987). *Le développement touristique : normes et principes*, Québec, Les Publications du Québec ; J. STAFFORD (1996). *La recherche touristique*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec.

6. M. BOYER (1996). *L'invention du tourisme*, Paris, Découvertes Gallimard, n° 288 ; (1995). « Repères diachroniques du tourisme : choix de dates, de faits et d'inventions », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 42-44 ; M. CHADEFAUD (1987). *Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour (Du mythe à l'espace : un essai de géographie historique)*, Département de géographie et d'aménagement de l'Université de Pau et des Pays de l'Adour ; A. CORBIN *et al.* (1995). *L'Avènement des loisirs 1850-1960*, Paris, Aubier ; A. CORBIN (1988). *Le territoire du vide. L'Occident et le désir du rivage (1750-1840) (Coli.: Historique)*, Paris, Aubier.

7. J.-D. URBAIN (1993), *op. cit.*

8. A. CORBIN *et al.* (1995), *op. cit.*

9. J.-M. DEWAILLY et É. FLAMENT (1993). *Géographie du tourisme et des loisirs (Coli. Dossier des images économiques du monde)*, Paris, SEDES ; G. CAZES (1992). *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs (Coli.: Amphi Géographie)*, Bréal, Rosny ; R. KNAFOU *et al.* (1997). « Une approche géographique du tourisme », *L'Espace Géographique*, n° 3, p. 193-204 ; G. WACKERMANN (1997). « Loisir et tourisme dans la mutation de la société contemporaine », *Loisir et Société*, vol. 20, n° 2, p. 479-501 ; (1994). *Loisir et tourisme : une internationalisation de l'espace*, Paris, SEDES.

10. M. BOYER (1997), *op. cit.*, p. 466.

principales problématiques à cette enseigne, lequel sera suivi d'un bref examen de la situation de la connaissance géographique du tourisme au Québec. Après quoi on proposera la lecture de l'espace québécois du tourisme et de la villégiature, avec l'aide des concepts de la géographie structurale.

## 1. LA GÉOGRAPHIE DU TOURISME

L'étude des processus de spatialisation, de structuration et de transformation géohistorique des régions touristiques et de villégiature pose trois problèmes ayant trait à l'attractivité des sites, à la mobilité et à la compétence des acteurs ainsi qu'à la catégorisation des aires du tourisme et de la villégiature<sup>11</sup>. Examinons plus en détail chacune de ces rubriques.

### 1.1. L'ATTRACTIVITE DES SITES

Le problème géographique de l'attractivité des sites n'est pas nouveau. La géographie classique d'inspiration vidalienne reconnaissait déjà le rôle des attractions dans l'organisation des régions touristiques. Par exemple, pour Brière<sup>12</sup> et Blanchard<sup>13</sup>, les positions attractives jouent un rôle de premier plan dans l'organisation spatiale des régions. Selon ces auteurs, les régions se structurent à partir de pôles attractifs sur lesquels vient se brancher l'activité économique qui met en valeur les aires touristiques et de villégiature. Chez Blanchard, les critères pour déterminer les régions touristiques passent d'abord par une identification des attractions naturelles et culturelles, pour ensuite prendre acte des infrastructures en place. « Ayant ainsi pris une idée des attractions recherchées et de l'affluence des hôtes, il nous est possible de distinguer les vraies régions touristiques de la Province<sup>14</sup> »

11. G. WACKERMANN (1990). « Tourisme », *Encyclopaedia Universalis*, supplément Savoir, p. 1879-1901 ; (1988). *Le tourisme international*, Paris, Armand Colin.

12. R. BRIÈRE (1961-1962). « Les cadres d'une géographie touristique du Québec », *Cahiers de Géographie du Québec*, n° 11, p. 39-64.

13. R. BLANCHARD (1960). « Le tourisme », dans *Le Canada français, Province de Québec, Étude géographique*, Montréal, Fayard, p. 235-245.

14. *Ibid.*, p. 240.

Neil Leiper, de l'Université Massey en Nouvelle-Zélande, a dressé un bilan des théories sur les attractions touristiques<sup>15</sup>, allant jusqu'à proposer un modèle d'interprétation<sup>16</sup>. Avant lui, un chercheur américain, Allan A. Lew, a établi un cadre pour la recherche sur les attractions touristiques. Après avoir consulté plusieurs études anglo-saxonnes sur le sujet, Lew identifie trois types d'approche<sup>17</sup>.

Le premier type, *the idiographic perspective*<sup>18</sup>, fait référence aux qualités naturelles (panorama, faune, flore, climat, etc.) et culturelles (histoire, population, monument, institution, etc.) d'un site dans l'élaboration d'une typologie des attractions. La perspective idiographique est adoptée par Jean-Pierre Lozato-Giotart, qui pose comme étant crucial le rôle des « faits naturels, [des] faits de civilisations et économiques » dans la fréquentation et l'utilisation des espaces touristiques<sup>19</sup>. Pour en arriver à ce constat, Lozato-Giotart se base sur des propositions élaborées en 1966 et 1972 par Pierre Defert. Ce dernier avait classifié les attractions, qu'il nomme ressources et activités touristiques, selon quatre thèmes principaux : l'eau (hydrome), les autres éléments naturels (phythôme), les monuments et vestiges (lithôme) et les activités humaines (anthropôme)<sup>20</sup>.

Le deuxième type d'approche concerne moins l'attraction en tant que telle que les conditions en fonction desquelles elle opère (accessibilité, aménagement, planification, capacité de support du milieu, etc.). Lew nomme cette approche *the organizational perspective*<sup>21</sup>. L'attraction des lieux est liée à l'organisation de l'espace touristique, à ce qui permet la mise en valeur d'un contenu donné.

Le troisième type d'approche fait référence aux perceptions et aux expériences des touristes comme éléments qui structurent les attractions. Lew nomme cette approche *the cognitive perspective*<sup>22</sup>. Celle-ci est

15. N. LEIPER (1990), o Tourist attraction systems », *Annals of Tourism Research*, n° 17, p. 367-384, p. 367-370.

16. *Ibid.*, p. 370-382.

17. A.A. LEW (1987). « A framework of tourist attraction research », *Annals of Tourism Research*, n° 14, p. 553-575, p. 554-563.

18. *Ibid.*, p. 555.

19. J.-P. LOZATO-GIOTART (4e dir.) (1993). *Géographie du tourisme. De l'espace regardé à l'espace consommé* (Coil.: Géographie), Paris, Masson, p. 40-72.

20. P. DEFERT (1972). « Les ressources et les activités touristiques. Essai d'intégration », *Les cahiers du CHET* (série C : n° 19). Centre d'études du tourisme, Université d'Aix-Marseille, p. 3-13.

21. *Ibid.*, p. 558.

22. *Ibid.*, p. 560.

fondée en partie sur une étude de Dean MacCannell, qui définit une attraction touristique comme « an empirical relationship between a tourist, a sight, and a marker<sup>23</sup> ». Marc Laplante et Louise Trottier ont expérimenté cette méthodologie dans un ouvrage consacré aux attractions touristiques du Québec<sup>24</sup>. Marc Laplante signale qu'une attraction peut devenir effective à la condition qu'il y ait, d'une part, une sacralisation des lieux en cinq étapes (marquage, évaluation, enchâssement, reproduction mécanique et sociale) et, d'autre part, l'établissement d'un rituel d'approche de ces mêmes lieux<sup>25</sup>.

La problématique des attractions touristiques a été négligée au Québec depuis les années 1970. Jean Stafford et Marcel Samson en ont toutefois reconnu le bien-fondé<sup>26</sup>. À l'instar de Marc Laplante, Normand Cazalais a proposé une lecture de l'espace touristique québécois sous l'angle de la signification attractive des lieux<sup>27</sup>. Selon Cazalais, les déplacements touristiques représentent un désir de se conjoindre avec un autre espace, un ailleurs attractif. L'usage touristique des lieux réside dans ce potentiel d'attraction. L'argument se résume ainsi : tout peut être un attrait et provoquer des déplacements, par exemple la mer, une église. Cependant, ces phénomènes ont une « fonction première » qui n'est pas touristique. Le fait, pour un phénomène géographique, de devenir une attraction touristique confère donc une sorte de plus-value, une « fonction seconde » qui surdétermine la « fonction première ».

Est-il possible de cerner le rôle particulier des attractions dans la structuration de l'espace touristique ? Si le développement touristique n'est pas uniforme et si certains endroits sont plus attractifs que d'autres, comment comprendre qu'un site puisse être attractif depuis plus d'un siècle (Mont-Tremblant), tandis que certains sites proches de centres et malgré certains potentiels avérés deviennent répulsifs (Varenes, Laprairie) ? L'étude de l'attraction qu'exerce un lieu peut-elle se limiter

23. D. MacCANNELL (1989), *op. cit.*, p. 41.

24. M. LAPLANTE et L. TROTTIER (1985). « Guides touristiques, racontez-nous des histoires », *Téoros*, vol. 4, n° 1, p. 22-24; (1985). *L'évaluation des attractions touristiques au Québec : éléments de méthodologie*, Centre de recherche en gestion et département d'études urbaines, Université du Québec à Montréal.

25. M. LAPLANTE (1983). « Les attractions touristiques : un système à décoder », *Téoros*, vol. 2, n° 2, p. 14-22.

26. J. STAFFORD et M. SAMSON (1989). « La recherche en tourisme », *Téoros (Coil. Les fascicules, n° 4, p. 13)*, Montréal, Université du Québec à Montréal.

27. N. CAZALAI et R. NADEAU (1988). « L'espace touristique québécois », *Téoros (Coll. Les fascicules, n° 2, p. 12-13)*, Montréal, Université du Québec à Montréal.

à un inventaire de ses qualités physiques et culturelles ? Les facilités d'accès et l'aménagement d'un site déterminent-ils son potentiel d'attrait ? L'attractivité d'un site touristique est-elle liée au seul marquage du territoire ? Roger Brière posait ces questions en 1961.

Faut-il revenir au thème archaïque du rapport homme/nature ? On sait que ce rapport n'est pas direct<sup>28</sup>. La relation de l'humain à l'égard de la nature, surtout quand il s'agit de tourisme, est médiatisée par le filtre culturel des sociétés et investie de valeurs identitaires fortement prégnantes, par exemple le romantisme au XIX<sup>e</sup> siècle<sup>29</sup>. Des lieux seraient particulièrement investis de valeurs identitaires. Ils pourraient ainsi acquérir une polarisation attractive pour les sujets individuels ou collectifs dès lors désireux de s'y conjoindre.

L'étude d'un espace touristique, de son attractivité et des manifestations sensibles qui y sont attachées et identifiées ne pourrait se concevoir sans une analyse des conditions de découverte et de valorisation pionnière. Les valorisations d'un site touristique, autant pour ses attributs géographiques que pour sa conception urbanistique ou son architecture, demanderaient une réflexion approfondie<sup>30</sup>.

D'un point de vue historique, il semble que le tourisme a joué et joue un rôle important dans la diffusion de modèles culturels, de modes de vie, de références internationales diverses. On peut même penser que cela a été un moment important dans l'invention et la diffusion de nombreux caractères de la modernité : dans l'habitat et dans l'urbanisme par exemple, l'hôtellerie et les stations touristiques ont constitué des références significatives. [...] D'un point de vue anthropologique, [...] il faudrait analyser ce phénomène d'une nouvelle mobilité, périodique et saisonnière. Dans quelle mesure cette mobilité n'est-elle pas à mettre en correspondance avec l'installation nouvelle de population dans les villes, avec les phénomènes d'accession à la propriété, avec les indices de la recherche d'identité par les individus, les groupes, les institutions<sup>31</sup>.

28. B. DEBARBIEUX (1992). « La nature de « l'explication géographique » dans l'analyse du tourisme », dans *Géographie économique et représentations*, Paris, Anthropos / GIP RECLUS, p. 21-54, p. 25.

29. S. GAGNON (1996). *L'émergence du tourisme au XIXe siècle: l'exemple de Charlevoix. Une analyse morphologique, dynamique et sémiotique*, Université Laval, Département de géographie, Mémoire de maîtrise non publié, p. 30-55.

30. M. CHADEFAUD (1987), *op. cit.* ; B. DEBARBIEUX, *op. cit.*

31. F. ASCHER (1986). « Tourisme », *Société : Revue des Sciences Humaines et Sociales*, vol. 2, n° 3, p. 5-6.

Il semble pertinent de s'attarder au problème de l'investissement des valeurs dans l'espace.

## 1.2. LA MOBILITÉ ET LA COMPÉTENCE DES ACTEURS

La tradition empiriste, qui domine massivement les recherches consacrées aux divers aspects du phénomène touristique, n'a jamais développé ni théorie, ni même définition sérieuse de son objet<sup>32</sup>.

Le fait que les recherches n'aient pas conduit à une définition unitaire du tourisme n'est peut-être pas étranger à la « tradition empiriste<sup>33</sup> ». Les chercheurs, effectivement, ne s'entendent pas. La définition de l'activité touristique est cantonnée dans une approche quantitative, prisonnière d'un concept technique élaboré en vue d'analyses statistiques<sup>34</sup>. Des sociologues renvoient le tourisme à la nécessité de quitter des conditions de vie quotidienne aliénantes, comme à l'affirmation de valeurs auxquelles le sujet s'identifie<sup>35</sup>. La pratique s'organise, de ce point de vue, en fonction de l'inégalité des moyens économiques dont disposent les membres des différentes classes sociales<sup>36</sup>. Certains anthropologues, de leur côté, proposent une typologie des touristes en fonction de leurs parcours<sup>37</sup>.

Rares sont les études d'itinéraires suivis par les touristes, la plupart des recherches ayant été axées sur l'organisation globale des flux<sup>38</sup>. D'où une typologie énumérative d'« appellations contrôlées » des diverses formes de tourisme et de villégiature. Rémy Knafou en fait une nomenclature : « [...] tourisme vert, tourisme urbain, tourisme d'affaires, tourisme de séjour, tourisme résidentiel, etc., entretenant le flou sur la nature même du phénomène<sup>39</sup> ». « L'extrême émiettement des entreprises et la prolifération des initiatives et des partenaires rendent très délicate la tentative d'inventaire et de typologie des acteurs touristiques. L'occupation du

32. M. MORMONT, *op. cit.*, p. 147.

33. M. BOYER (1997), *op. cit.*, p. 465.

34. G. WACKERMANN (1997), *op. cit.*, p. 484; N. LEIPER, *op. cit.*, p. 371.

35. J. JAFARI, *op. cit.* ; M. Boyer (1997), *op. cit.*

36. M. MORMONT, *op. cit.* ; P. BRUNEAU (1985). « Le rôle de l'État et des bourgeoisies urbaines dans la production d'espace de loisirs au Québec », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 29, n° 76, p. 67-78.

37. N.H.H. GRABURN (1983), *op. cit.* ; J.-D. URBAIN (1993), *op. cit.*

38. D. PEARCE (dir.) (1993). *Géographie du tourisme* (Coll. : Fac. Géographie), Paris, Nathan Université, p. 167.

39. R. KNAFOU, *op. cit.*, p. 195.

territoire observée est la résultante d'interventions et de stratégies croisées toujours très difficiles à identifier et à démêler [...]»<sup>40</sup> » Jean-Michel Dewailly et Émile Flament adoptent le même point de vue<sup>41</sup>. Pourtant, au début des années 1970, Michel Chadeaud insistait sur la nécessité de préciser la signification des déplacements<sup>42</sup>.

Le constat qu'il existe une pluralité d'acteurs (touristes et promoteurs) inspire un questionnement à propos des rôles. Par exemple, comment certains acteurs sociaux (entreprise privée, gouvernement, etc.) peuvent-ils influencer ou favoriser la mise en valeur d'une région aux dépens d'autres territoires ? Ou, encore, quel est le rôle de ces mêmes intervenants dans le choix des destinations ?

Il est justifié de ramener la diversité empirique des acteurs - touristes et promoteurs - à un certain niveau d'analyse qui permettrait de déceler une organisation générale des rôles. Pour réaliser ce passage, il est nécessaire d'analyser les trajets et les itinéraires des touristes sous un autre angle que celui de l'analyse statistique des flux. La caractérisation des parcours touristiques pose un problème de nature théorique. Pour avoir accès au monde extérieur, l'être humain, surtout quand il s'agit de tourisme, doit pouvoir contrôler ses mouvements et négocier sa place. L'étude des trajets et des itinéraires doit être abordée sous l'angle du contrôle politique de la mobilité. Ces régulations de la mobilité, une fois connues, permettent de discerner les acteurs qui pratiquent le tourisme et la villégiature, par rapport à ceux qui dirigent le développement de ces activités.

On peut ainsi faire ressortir des régularités au-delà du foisonnement des acteurs et des événements associés aux activités concernées. Les valeurs investies dans les sites attractifs seraient prises en charge par certains acteurs sociaux qui rivalisent pour leur appropriation. Ceux-ci exploitent le potentiel d'attractivité des sites en question. Il reste à observer qu'ils contrôlent non seulement l'information par le moyen des guides touristiques, mais aussi l'accessibilité par l'intermédiaire des moyens de transport. C'est ainsi que ces acteurs dominants contrôlent la mobilité des clientèles vers des lieux chargés de significations.

40. G. CAZES (1992), *op. cit.*, p. 73-74.

41. J.-M. DEWAILLY et É. FLAMENT (1993), *op. cit.*, p. 159-172.

42. M. CHADEFAUD (1971). « Méthode d'analyse d'un flux touristique au niveau local et régional », Centre d'études du tourisme, Université d'Aix-en-Provence, vol. 35.

### 1.3. LA CATÉGORISATION DES AIRES DU TOURISME ET DE LA VILLÉGIATURE

En sciences sociales, l'espace est habituellement appréhendé comme une étendue uniforme, un substrat où se propagent, par diffusion centro-périphérique, les activités socioéconomiques. L'étude de la pratique du tourisme et de la villégiature n'échappe pas à cette prémisse selon laquelle l'activité se diffuserait par capillarité à l'ensemble d'un territoire donné. À ce jour, l'analyse du corpus sur la mise en place des régions touristiques fait ressortir une image fascinante : celle du rayonnement de la ville<sup>43</sup>.

Cette vision a inspiré l'élaboration de modèles tributaires d'une définition dite homogène de l'espace, en vue d'expliquer l'organisation locale, régionale et même internationale du tourisme. Ces modèles rapportent les caractéristiques spatiales du tourisme et de la villégiature à l'éparpillement des consommateurs à partir des lieux de la quotidienneté soumis à la densité des grandes villes. Quant au développement de l'activité touristique et de la villégiature, il est généralement associé aux progrès techniques des moyens de transport<sup>44</sup>.

Or, la réalité touristique ne concorde pas avec cette modélisation spatiale.

Ainsi les modèles, comme le modèle gravitaire, développés à partir de l'analyse des activités dominantes de la société industrielle, ne sont que partiellement opérationnels sur le champ du tourisme. Ni la métrique, ni le nombre ne suffisent pour comprendre la nature du tourisme, son avènement, son développement et, en particulier, les mécanismes de sélection des lieux devenus touristiques<sup>45</sup>.

43. J.O.J. LUNDGREN (1974). « On access to recreational lands », dans «Dynamic metropolitan hinterlands», *Tourist Review*, vol. 29, n° 4, p. 124-131 ; J.-M. MIOSSEC (1977). « Un modèle de l'espace touristique », *L'Espace géographique*, n° 1, p. 41-48 ; (1976). «Éléments pour une théorie de l'espace touristique », *Cahiers du CHET* (série C n° 36), Centre d'études du tourisme, Université d'Aix-Marseille; D. PEARCE (1981). « L'espace touristique de la grande ville », *L'Espace géographique*, n° 3, p. 207-213 ; F. RAJOTTE (1975). «The different travel patterns and spatial framework of recreation and tourism », dans *Tourism as a factor in national and regional development*, Peterborough, Department of geography, Trent University Occasional Paper 4, p. 43-52 ; N. YOKENO (1968). « La localisation de l'industrie touristique : application de l'analyse de Thunen-Weber », *Cahiers du CHET* (série C : n° 9), Centre d'études du tourisme, Université d'Aix-Marseille.

44. G. WAKERMANN (1988). « Le tourisme international », Paris, Armand Colin; M. POULIOT et J.A. LÉVEILLÉE (1995). « Tourisme et transport au Québec », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 32-35.

45. R. KNAFOU, op. cit., p. 196.

Pour beaucoup, la dimension spatiale du tourisme et les modèles traitant du phénomène composent une image théorique fragmentée, incohérente, difficile à confronter avec la réalité<sup>46</sup>. Est entrevue une organisation spatiale non homogène, qui s'apparente plutôt à un archipel dont le développement serait irrégulier. « La carte du tourisme mondial est fort loin d'illustrer l'image souvent invoquée de la « marée » ou de la « vague déferlante » uniformément répartie sur les territoires successifs dont elle s'empare [...]. À conditions géographiques similaires, des régions proches affichent un développement touristique très inégal<sup>47</sup>. » La carte mondiale dévoile des « vides inattendus à côté d'agglomérations ». Il existerait des « oppositions et des clivages brutaux » dans l'espace.

Comment dès lors peut-on reconstituer une description qualitative plus juste des lieux touristiques ? Ces lieux se réduisent-ils à un effet de débordement d'une agglomération vers une zone périphérique ? Pourquoi le développement touristique s'investit-il dans des lieux particuliers tout en laissant de côté les zones limitrophes ? Pourquoi la distribution spatiale de l'activité touristique demeure-t-elle inégale en dépit d'efforts consentis pour atténuer les disparités ? Pourquoi semble-t-on assister à une consolidation des positions du tourisme de prestige, tandis que plusieurs des aménagements réalisés au cours des quarante dernières années sont mis en péril en raison du désengagement de l'État ? Le modèle théorique permettant de rendre compte de l'évolution d'une région touristique n'est pas évident. On va y revenir.

## 2.LA GÉOGRAPHIE DU TOURISME A QUÉBEC

Malgré quelques exagérations, qui consistent par exemple à assimiler au tourisme tout déplacement où se mêle une part de loisir, on ne peut nier l'importance économique du phénomène<sup>48</sup>. Rares sont les coins de la planète qui, d'une manière ou d'une autre, ne profitent pas des retombées économiques des déplacements de masses de plus en plus nombreuses de voyageurs au long cours ou de promeneurs à la petite semaine

46. D. PEARCE (1993), *op. cit.*, p. 31-33; J.M. DEWAILLY et É. FLAMENT, *op. cit.*, p. 173174; V. VELITCHKO *et al.* (1994). « Dimensions spatiales du tourisme en Gaspésie », *Téoros*, vol. 13, n° 1, p. 38-39.

47. G. CAZES (1992), *op. cit.*, p. 43.

48. M. CÔTÉ (1984). « L'intervention gouvernementale dans le secteur touristique : le mythe des retombées économiques », *Téoros*, vol. 3, n° 2, p. 2-6.

« [...] le tourisme est une réalité complexe [il] est devenu un phénomène de civilisation<sup>49</sup> ». En cette fin de siècle, le tourisme est perçu comme l'une des activités économiques les plus lucratives. Pour l'an 2000, on prévoit que le tourisme constituera la première industrie créatrice d'emplois<sup>50</sup>. L'importance est telle que les autres dimensions associées ont été reléguées au second plan des préoccupations de nombreux organismes intéressés. Le Québec n'a pas échappé à cette tendance. On en donnera deux exemples.

Adoptée en 1992, la stratégie économique du ministère de l'Industrie et du Commerce identifiait le tourisme comme le quatorzième secteur d'activité pouvant constituer une grappe industrielle. La notion d'industrie touristique avait toutefois commencé à se généraliser dès le début des années 1980<sup>51</sup>. C'est ainsi qu'à compter de 1988 les programmes de l'État, jusqu'alors mis en oeuvre en vertu de la Loi sur l'aide au développement touristique, ont été assujettis à la Loi sur la Société de développement industriel. Cette requalification du tourisme s'est depuis traduite par la disparition du ministère du Tourisme et son remplacement par Tourisme Québec, une agence de promotion qui relève d'un ministre délégué.

Les années 1970 ont été caractérisées par la multiplication des schémas et des plans d'aménagement régional, de développement et d'équipement. Un peu partout, les inventaires des ressources et des potentiels étaient mis à contribution pour apporter une réponse à une demande croissante, pour étayer l'offre, voire pour créer de toutes pièces un produit dont la principale justification était la présence, dans le voisinage du Québec, d'un marché potentiel. Au milieu des années 1980, l'adoption de plans de développement par chacune des associations touristiques régionales a constitué comme une apothéose de ce vaste exercice entrepris et soutenu financièrement par l'État. Mais cette performance a poussé la planification territoriale à entonner son chant du cygne. Le gros des efforts consentis depuis le début des années 1990 a porté sur le positionnement stratégique, le marketing et le financement à responsabilité partagée des investissements.

49. J.-D. URBAIN (1993), *op. cit.*, p. 105.

50. G. WACKERMANN (1997), *op. cit.*, p. 486.

51. Marcel CÔTÉ adoptait, dès le milieu des années 1980, une position très critique à l'égard du recours de plus en plus répandu à la notion d'industrie touristique. Voir M. CÔTÉ, *op. cit.*

En raison de ce glissement, la géographie du tourisme a été passablement négligée ces dernières années. Seuls quelques auteurs ont abordé cet aspect, sans toutefois en faire une étude historique approfondie<sup>52</sup>. En fait, la dernière recherche complète concernant la géographie du tourisme au Québec remonte aux travaux de Roger Brière à la fin des années 1960<sup>53</sup>. La plupart des analystes de ce phénomène fondent d'ailleurs leurs arguments sur les écrits de ce géographe<sup>54</sup>. Philippe Dubé, un spécialiste de la villégiature au Québec, rend ainsi hommage aux études de Brière<sup>55</sup> « Il aura fallu attendre [ses] travaux pour satisfaire notre appétit de connaissance dans ce domaine. Il abordera, bien entendu, le tourisme comme un phénomène géographique mais il saura cerner l'ensemble du phénomène dans une perspective historique qui peut avantageusement servir encore aujourd'hui de référence sûre<sup>56</sup> ».

La géographie ne s'est quand même pas désistée entre-temps. Des années 1960 aux années 1970, elle s'est préoccupée, d'une part, de la diffusion de l'activité touristique et, d'autre part, des procédures d'aménagement du territoire. La montée d'un État planificateur ou « providence » y fut sans doute pour quelque chose.

52. G. BEAUDET et C. LAMOTHE (1996). « Du site au territoire : l'aménagement touristique du Québec », *Trames*, n° 11, p. 63-69.
53. R. BRIÈRE (1967). « Les grands traits de l'évolution du tourisme au Québec », *Bulletin de l'association des géographes de l'Amérique française*, n° 11, p. 83-95 ; (1967). *Géographie du tourisme au Québec*, Thèse de doctorat, Département de géographie, Université de Montréal.
54. N. CAZELAIS et R. NADEAU, *op. cit.* ; F. GAGNON (1992). « Du cheval au rail : l'évolution des circuits touristiques québécois au XIXe siècle », dans *Le pays laurentien au XIXe siècle*, Cahier 1, Université Laval, Université du Québec à Montréal, Université du Québec à Trois-Rivières, p. 101-133 ; (1992). « L'infrastructure touristique appréhendée à travers les guides touristiques et les annuaires : rapport de recherche », dans *Le pays laurentien au XIVe siècle*, Cahier 1, Université Laval, Université du Québec à Montréal, Université du Québec à Trois-Rivières, p. 153-178 ; M. SAMSON (1988). « La route des villégiateurs. Dans sa quête d'un refuge estival, une aristocratie de vacanciers a tracé l'esquisse du Québec touristique », Dossier : La villégiature au Québec, *Continuité*, n° 40, p. 12-15 ; (1987). « La villégiature, un lien historique », *Téoros*, vol. 6, n° 2, p. 6-8.
55. P. DUBÉ (1995). « La villégiature dans Charlevoix : une tradition séculaire, un patrimoine encore vivant », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 4-7 ; (1986). *Deux cents ans de villégiature dans Charlevoix. L'histoire d'un pays visité*. Québec, Presses de l'Université Laval ; (1985). « Charlevoix : nos châteaux de la Loire », *Continuité*, p. 34-35 ; (1983). « Faire l'histoire du pays visité : Charlevoix », *Loisir et Société*, vol. 6, n° 1, p. 211-228.
56. P. DUBÉ (1983), *op. cit.*, p. 212.

## 2.1. LA DIFFUSION DU TOURISME ET DE LA VILLÉGIATURE

Les recherches sur la diffusion du tourisme et de la villégiature furent consacrées à l'étude des mouvements migratoires des agents et à l'explication des origines, des destinations et des principaux flux. Cette approche diffusionniste s'est appuyée sur les modèles proposés par l'économie spatiale<sup>57</sup>. Ces modèles considèrent que l'activité touristique se propage à partir d'un centre en direction d'une périphérie. L'espace y est perçu comme étant homogène, sans structuration interne. L'étendue se trouve décomposée en aires de diffusion, de sorte que le problème de l'engendrement des différenciations régionales n'est pas résolu.

Rémy Knafou note de son côté les raisons d'un développement touristique qui bonifie des sites particuliers. Pour ce faire, il met en évidence « l'inadéquation des théories à la réalité touristique », par l'analyse de la genèse des sites touristiques en France.

Si l'on se place du point de vue de la hiérarchie urbaine, les modifications intervenues au XIX<sup>e</sup> siècle dans les lieux de villégiature sont exceptionnelles. À tailles égales, les localités non touristiques devront attendre le XX<sup>e</sup> siècle, parfois sa seconde moitié, pour connaître des innovations semblables aux lieux touristiques, dans le domaine des moyens de communication (réseau de transport, téléphone, etc.), du confort et de l'hygiène publique et privée (réseaux d'eau et d'évacuation des eaux usées, éclairage électrique, etc.)<sup>58</sup>.

Knafou poursuit sa réflexion sur les stations de villégiature, en spécifiant que les lois classiques de la diffusion et de l'innovation ne peuvent s'appliquer dans de tels cas

[...] des lieux situés très bas dans la hiérarchie urbaine possédaient donc des attributs propres à la centralité des très grandes villes. De nos jours, les lieux touristiques possèdent toujours des niveaux de services sans rapport avec le rang occupé dans la hiérarchie urbaine évaluée à partir de la population permanente<sup>59</sup>.

57. J.O.J. LUNDGREN (1974), *op. cit.* ; J.-M. MIOSSEC (1976 et 1977), *op. cit.* ; D. PEARCE (1981), *op. cit.* ; F. RAJOTTE, *op. cit.* ; N. YOKENO, *op. cit.*

58. R. KNAFOU (1997), *op. cit.*, p. 196.

59. *Idem* (1985), *op. cit.*, p. 150-151.

Marc Mormont ajoute :

L'image de l'espace touristique qui se propose à partir des lieux de tourisme [...] est une image nettement plus complexe [...] qui semble défier les lois habituelles du genre, comme si le tourisme se complaisait à jouer des morphologies habituelles pour se construire un monde propre<sup>60</sup> [...]

Incidentement, ces modèles ont donné prise à un cadre théorique pour expliquer l'évolution et la succession, sur un même territoire, de mises en valeur touristiques associées à divers potentiels<sup>61</sup>

## **2.2. L'AMÉNAGEMENT DES AIRES DU TOURISME ET DE LA VILLÉGIATURE**

L'approche aménagiste regroupe la géographie appliquée et la planification gouvernementale. Elle a donné lieu à d'importants travaux de cartographie du potentiel touristique des régions canadiennes, comme à de nombreuses études sectorielles d'aménagement de stations et de régions touristiques<sup>62</sup>, ainsi qu'à l'adoption, à la fin des années 1980, de plans de développement par chacune des associations touristiques régionales.

La satisfaction des différents marchés, en particulier métropolitains, et l'équité en matière de desserte et d'investissements ont constitué la justification première de l'approche aménagiste. Deux grandes catégories

60. M. MORMONT (1985). « La ville à la campagne : l'espace touristique », dans *Forme urbaine et pratique sociale* (Coll.: Science et Théorie), Montréal, Le Préambule, p. 147-171.

61. P. FRITZ-NEMETH et J.O.J. LUNDGREN (1996). « Tourist Attractions - from Natural to Industrial : the Potential of Industrial Tourism and Contemporary Settings : case the Eastern Townships », *Téoros*, vol. 15, n° 2, p. 23-30.

62. La région des Cantons-de-l'Est est un bon exemple de cette planification tous azimuts. On citera quelques-unes des dizaines d'études réalisées entre le début des années 1970 et le milieu des années 1980, parmi lesquelles plusieurs portaient sur le secteur Magog-Orford. SORÈS (1973). *Région Orford-Magog : schéma d'aménagement touristique*, Rapport préparé pour le ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche. MINISTÈRE DU TOURISME, DE LA CHASSE ET DE LA PÊCHE (1976). *Schéma régional de développement et d'aménagement: tourisme et loisirs de plein air*, Atlas, région n° 5 - Cantons-de-l'Est. H. MANHAS et J.M. LUCAS-GIRARDVILLE (1981). *La station touristique Magog-Orford: programme de développement*, ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme, Service d'analyse et programmation. SOTAR ET URBANITEK (1984). *Station touristique internationale Magog-Orford : plan directeur de développement*. RAYMOND, CHABOT, MARTIN, PARÉ (1989). *Avant-projet de station touristique : plan intermunicipal d'urbanisme Magog-Orford*, étude réalisée pour le compte des municipalités de la Ville de Magog, du Canton de Magog et du Canton d'Orford. SOTAR (1989). *Station touristique Magog-Orford : plan intermunicipal d'urbanisme*, Plan réalisé pour le compte des municipalités de la Ville de Magog, du Canton de Magog et du Canton d'Orford.

d'équipements ont été envisagées : certains de ces équipements sont tributaires de l'existence d'une ressource (centre de ski alpin, station balnéaire, lieu du patrimoine), tandis que les autres, qualifiés de *foot loose*, sont liés à la proximité d'un marché (terrains de golf, parcs thématiques). Les potentiels intrinsèques (quantité, diversité et qualité de la ressource, disponibilité de services, etc.) et extrinsèques (accessibilité, originalité, positionnement à l'égard de l'offre comparable, etc.) fondent l'attractivité du produit.

La distribution des usages, des infrastructures et des équipements répond du principe de rendement optimal. L'accent est mis sur les utilisations, les activités subordonnées et les aménagements qui les appuient. On fait habituellement référence à la compatibilité des occupations, des usages et des activités, strictement sous l'angle des nuisances. C'est le cas, entre autres, de la capacité de charge assujettie à des seuils destinés à préserver les équilibres écosystémiques<sup>63</sup>. Un ensemble de normes a progressivement conforté cette approche, de même que le savoir et le savoir-faire des aménagistes<sup>64</sup>.

Les plans de développement des associations touristiques régionales témoignent de cette approche. L'analyse des structures et des potentiels conduit à un schéma directeur d'organisation territoriale qui répond à un certain nombre d'objectifs se rapportant aux particularités du milieu, de même qu'aux anticipations et aux attentes des acteurs. L'identification des aménagements et des équipements projetés ou souhaitables, l'élaboration d'un plan de commercialisation et l'esquisse de montages financiers complètent l'exercice de planification.

Ces différents outils d'aménagement permettent habituellement de bien cerner les spécificités locales. Cependant, ils se limitent à décrire les phénomènes. Ils ne visent pas à expliquer les contraintes spatiales en place. Au surplus, les analyses en question ne rejoignent pas le contexte plus global des relations entre les régions touristiques.

63. J. LUNEAU (1983). « Quand la concurrence des espaces exige des choix », *Téoros*, vol. 2, n° 3, p. 17-19. N. CAZELAIS (dir.) (1991). « Tourisme et environnement », *Téoros*, vol. 10, n°1.

64. J. DEMERS (1987), *op. cit.* ; C.A. GUNN (1988). *Tourism Planning*, Taylor & Francis ; (1988). « Vacationscape : Designing Tourist Regions. Van Nostrand Reinhold Book » ; J.-P. ST-AMOUR (1979). *La villégiature au Québec : problématique de l'aménagement du territoire*, Hull, Éditions Astico.

Pour remédier à ces lacunes, on doit proposer un modèle spatial qui puisse rendre compte de la structuration hétérogène de l'espace touristique du Québec et des différences régionales qui en découlent. Ce modèle doit également permettre d'explicitier les processus dynamiques d'engendrement des espaces touristiques régionaux. Examinons plus en détail quelques-uns des problèmes auxquels nous faisons face.

Au Québec, dans le cours des années 1980, on a assisté à la consécration de l'ensemble du territoire de la *Belle Province* en tant que ressource touristique<sup>65</sup>. Les plans de développement adoptés par les associations régionales ont été le fer de lance de cette mise en tourisme hyperextensive. Le processus s'était toutefois mis en branle dans les années 1960, avec les études d'aménagement régional réalisées dans le cadre de la loi ARDA<sup>66</sup>. Le tourisme était en effet apparu comme un des moyens de contrer le déclin des régions et de requalifier les territoires. Un ensemble d'interventions réalisées ou lancées par l'État a dès lors contribué à disséminer les investissements, les infrastructures et les équipements, partout où s'exprimait une demande en ce sens. La fin des années 1960 et les années 1970 ont été, à cet égard, particulièrement productives<sup>67</sup>.

Aujourd'hui, les diverses manifestations du tourisme se partagent et se disputent les ressources ainsi que les territoires aménagés en stations, pôles, corridors, circuits et routes. Ces manifestations sont diversifiées : tourisme de plein air<sup>68</sup>, culturel<sup>69</sup>, social<sup>70</sup>, urbain<sup>71</sup>, rural, d'agrément,

65. N. CAZELAIS (1988), *op. cit.*, p. 14; L. JOLIN et J.M. DESCÔTEAUX (1995). « Interventions touristiques au Québec : chronologie des décisions marquantes situées dans un contexte historique », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 40.

66. Voir, entre autres : LA SOCIÉTÉ TECHNIQUE D'AMÉNAGEMENT RÉGIONAL (1964). *La vallée de la Rouge. Vol. 1 : infrastructure physique et sociale ; Vol. 2 : agriculture ; Vol. 3 : tourisme et autres secteurs non agricoles ; Vol. 4 : projets*, Gouvernement du Canada.

67. G. BEAUDET et C. LAMOTHE (1996), *op. cit.* On citera, entre autres : SOTAR (1969). *La sous-région Richelieu -Missisquoi : projet de mise en valeur touristique et récréative*, ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche ; SOTAR (1969). *L'ouest du Québec étude en vue de la création d'un réseau régional de parcs touristiques et récréatifs*, ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche.

68. R. NADEAU (dir.) (1995). « Les parcs : des réseaux en mutation », *Téoros*, vol. 14, n° 2.

69. R. BEAUDOIN, N. CAZELAIS et M. CÔTÉ (1993). Colloque « Tourisme et culture, une alliance d'avenir ? », *Actes du colloque, Téoros (Coil.: Colloques et congrès, n° 5)*.

70. L. JOLIN (dir.) (1982). « Les enjeux du tourisme social », *Téoros*, vol. 1, n° 3 ; J.M. VINCENT (1998). « Quelles mesures pour une cohabitation ? », *Urbanité*, vol. 3, n° 2, p. 22-23 ; A. CAZES et F. POTIER (dir.) (1998). « Le tourisme et la ville : expériences européennes », *Tourismes et Sociétés*, Paris, L'Harmattan.

71. G. CAZES (1996). *Le tourisme urbain*, Paris, Presses universitaires de France (Coil.: Que sais-je ?) ; M. ZINS (dir.) (1993). « Québec, capitale et région touristique », *Téoros*, vol. 12,

d'affaires<sup>72</sup>, religieux<sup>73</sup>, industriel<sup>74</sup>, gastronomique et vert, l'écotourisme, le tourisme autochtone<sup>75</sup>, l'agrotourisme, le cyclotourisme, etc.<sup>76</sup>.

Avec cette expansion des aires du tourisme et de villégiature, l'espace québécois devient très inégalement mis en valeur. On peut invoquer, pour expliquer cet aspect d'un point de vue empirique, la disparité des potentiels et de leur répartition<sup>77</sup>. On peut également l'attribuer à l'éloignement relatif par rapport aux grands marchés, aux qualités variables des infrastructures de communication, au vieillissement et à la désuétude de certains équipements, aux effets pervers d'une trop grande délégation de responsabilité, ou encore à l'insuffisance des investissements requis, en certaines situations potentiellement attractives, pour atteindre une masse critique<sup>78</sup>.

Mais se pourrait-il qu'un tel recours à des facteurs externes et dont l'influence est certes avérée puisse toutefois occulter une structuration profonde de l'espace, sous-jacente aux occupations concrètes : une structuration qui engendrerait des domaines qualitativement différenciés et qui contraindrait les occupations ? En d'autres termes, se pourrait-il que l'espace soit d'emblée catégorisé en domaines abstraits et se pourrait-il que cette catégorisation définisse des conditions de possibilité différenciatrices de mise en valeur ? Les formes concrètes du tourisme et de la

---

n° 1, P. BELLEROSÉ (dir.) (1991). « Destination Montréal d'hier à demain », *Téoros*, vol. 10, n° 3.

72. N. CAZELAIS (dir.) (1996). « Le tourisme d'affaires », *Téoros*, vol. 15, n° 3.

73. L. K. MORISSET (dir.) (1997). « Tourisme et religion », *Téoros*, vol. 16, n° 2.

74. G. BEAUDET et J.O.J. LUNDGREN (dir.) (1996). « Patrimoine industriel », *Téoros*, vol. 15, n° 2.

75. M. NOËL et L. K. MORISSET (dir.) (1998). « L'industrie touristique autochtone », *Téoros*, vol. 17, n° 2.

76. J.-M. GIRARDVILLE, L. DUMAS et C. LALANCETTE (1997). « L'agrotourisme au Québec : bilan et perspectives », Étude sur le tourisme rural au Québec relié au monde agricole, *Téoros* (Coil.: Colloques et congrès, n° 11), p. 21-24; J.-C. JAY-RAYON et B. MORNEAU (1995). « Les parcs humanisés... de troisième génération », *Téoros*, vol. 14, n° 1, p. 31-36 ; (1996). « Les nouveaux aventuriers touristiques », *Continuité*, n° 68, p. 3842 ; (1994). « Le tourisme d'aventure. Pour quelle aventure ? », *Téoros*, vol. 13, n° 3, p. 1116 ; R. NADEAU (1983). « Le milieu naturel québécois, « c'est beau en grand » ! », *Téoros*, vol. 2, n° 2, p. 23-28.

77. C. LAMOTHE (1986). « Le potentiel touristique des MRC du Québec : un essai de catégorisation », *Téoros*, vol. 5, n° 1, p. 28-29.

78. J. DEMERS (1983). *Le tourisme en péril: essai sur le développement touristique au Québec*, Nouvelle optique ; C. LAMOTHE et R. BIENVENU (1983). « Aménager une station touristique », *Téoros*, vol. 2, n° 3, p. 6-8 ; D. PILLETTE et L. JOLIN (1998). « Le tourisme au Québec : partenariat et réorganisation décentralisée », *Urbanité*, vol. 3, n° 2, p. 18-19.

villégiature ne pourraient-elles pas réaliser une valorisation qu'impliquerait une telle catégorisation différenciatrice de l'espace géographique ? Si tel était le cas, la valeur de la position ne serait pas tant produite par son aménagement qu'engendrée par une appropriation sélective préalable.

### **3. LE QUÉBEC DANS LE NORD-EST AMÉRICAIN ESQUISSE D'UNE GÉOGRAPHIE STRUCTURALE DU TOURISME ET DE LA VILLÉGIATURE**

Le phénomène touristique, plus précisément la villégiature, est apparu à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, principalement dans la région du Bas-Saint-Laurent<sup>79</sup>. Depuis lors, plusieurs régions du Québec se sont progressivement constituées et développées comme destinations touristiques. Ce développement ne s'est pas déroulé de façon continue. Ces régions n'ont pas été mises en valeur au même rythme. Des acteurs différents, la bourgeoisie, l'État, le clergé, la nouvelle classe d'affaires, ont présidé à leur formation et à leur développement. Ces acteurs ont joué des rôles spécifiques pour acquérir et conserver le contrôle d'espaces rendus attractifs. Bref, des phases de genèse distinctes se sont succédé, depuis le début du XIX<sup>e</sup> siècle jusqu'à nos jours, pour engendrer une catégorisation régionale des aires touristiques.

#### **3.1. LES TROIS PHASES DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME AU QUÉBEC**

À la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, le milieu naturel québécois était convoité par deux acteurs : l'aristocratie terrienne en déclin et la bourgeoisie marchande en ascension. Une lutte s'est engagée entre ces rivaux, la partie se jouant sur le terrain de l'appropriation territoriale du Saguenay. L'ouverture du Saguenay à la colonisation par les acteurs bourgeois (William Price en tête) a été la condition de possibilité d'une vaste opération de tourisme en Charlevoix. La nature y a été magnifiée et investie de valeurs culturelles liées au courant romantique<sup>80</sup>.

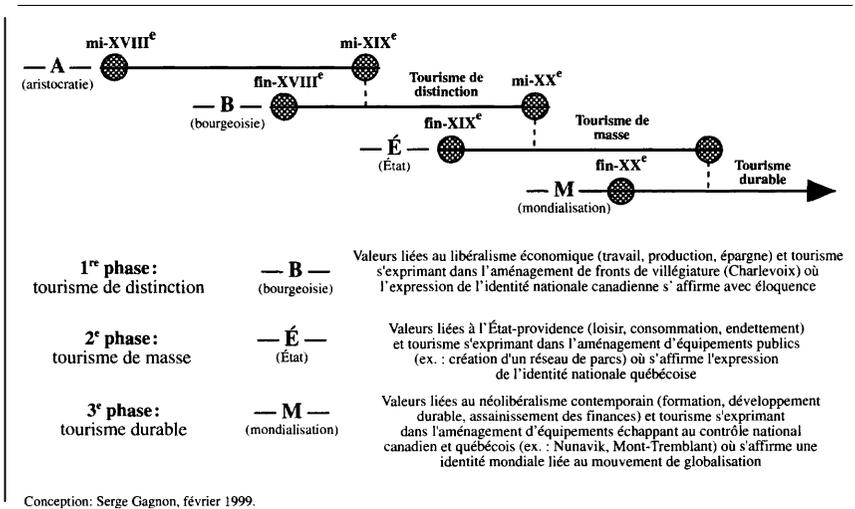
79. G. BEAUDET et C. LAMOTHE, *op. cit.* ; R. BLANCHARD, *op. cit.* ; R. BRIÈRE (1967), *op. cit.* ; P. DUBE (1986), *op. cit.* ; F. GAGNON (1992a et b), *op. cit.* ; S. GAGNON (1996 et 1998), *op. cit.* ; J.P. ST-AMOUR, *op. cit.* ; M. SAMSON (1987 et 1988), *op. cit.* ; J. STAFFORD et M. SAMSON (1986), *op. cit.*

80. S. GAGNON (1996 et 1998), *op. cit.*, p. 139-141.

Par la suite, trois phases de développement ont caractérisé la genèse spatiale du tourisme au Québec.

**Figure 3.1**

LES GRANDES PHASES DE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME AU QUÉBEC



**1<sup>re</sup> phase : le programme de la bourgeoisie**

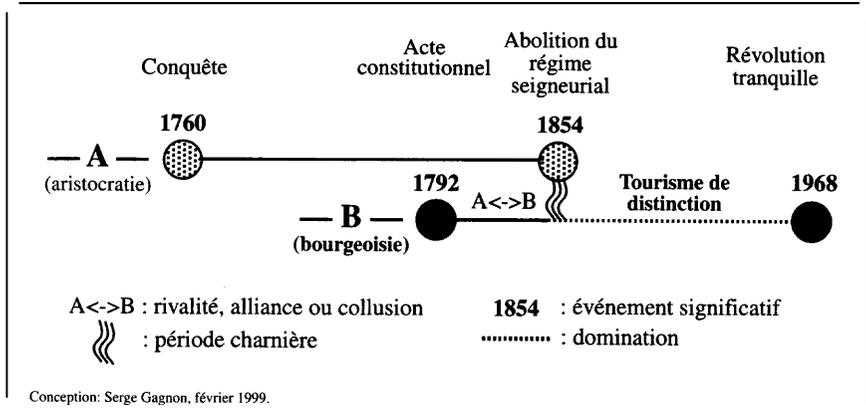
Au XIX<sup>e</sup> siècle et jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, l'aménagement de grands fronts de villégiature était polarisé par le développement des grandes villes, à partir desquelles ont été transportées les valeurs liées au libéralisme économique de la bourgeoisie industrielle (travail, production, épargne). L'exemple de Charlevoix est remarquable<sup>81</sup>. Cette première phase de genèse d'un tourisme de distinction magnifiait la nature (jardins et villas) et elle exprimait avec éloquence les valeurs identitaires nationales canadiennes<sup>82</sup>. Les positions touristiques ainsi épinglées ont

81. S. GAGNON (1998). « De « Lower St. Lawrence » à Charlevoix : l'émergence d'un haut lieu de villégiature de la bourgeoisie marchande canadienne », *Téoros*, vol. 17, n° 1, p. 1522; (1996), *op. cit.* (p. 139-141); P. DUBÉ (1983, 1986 et 1995), *op. cit.*; (1985). « Charlevoix : nos châteaux de la Loire », *Continuité*, p. 34-35.  
 82. F. GAGNON-PRATTE (1987). *Maisons de campagne des Montréalais, 1892-1924: l'architecture des frères Maxwell*, Éditions du Méridien; (1985). « Les villas des forêts », *Continuité*, p. 2-4; (1980). *L'architecture et la nature à Québec au dix-neuvième siècle*

fait l'objet d'une valorisation par l'entreprise privée que contrôlait la bourgeoisie marchande canadienne. Ce tourisme de distinction a perduré plus de cent ans.

**Figure 3.2**

**L'ÉMERGENCE D'UN TOURISME DE DISTINCTION (1792-1968)**



Les nombreuses stations de villégiature du Bas-Saint-Laurent (Cacouna, Kamouraska, Murray Bay, Tadoussac, Métis-sur-Mer) composent une aire touristique qui s'est développée au XIX<sup>e</sup> siècle. Celle-ci fut mise en valeur par les croisières sur les fameux « bateaux blancs<sup>83</sup> ». Les Cantons-de-l'Est, quant à eux, avaient acquis leurs lettres de noblesse dès 1860, avec l'avènement précoce du chemin de fer<sup>84</sup>. À cette époque, la région était le rendez-vous des bourgeoisies de l'Amérique du Nord (canadienne-anglaise au lac Memphrémagog, canadienne-française au Petit-Lac-Magog et américaine au lac Massawippi<sup>85</sup>).

*les villas*, Québec, ministère des Affaires culturelles ; Musée du Québec ; F. GAGNONPRATTE et P. DUBE (1988). « La villa : ou l'art de vivre en harmonie avec la nature », *Continuité*, n° 40, p. 22-25.

83. F. NORMAND (1997). *Naviguer sur le Saint-Laurent à la fin du XIXe siècle. Une étude de la batellerie du port de Québec (Coil.: Géographie historique)*, Québec, Les Presses de l'Université Laval ; L. TITTLE (1995). « Les croisières sur le Saint-Laurent... un peu d'histoire », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 12-14; M. LESSARD (1993). « La vogue des bateaux blancs », *Cap-aux-Diamants*, n° 33, p. 50-52.

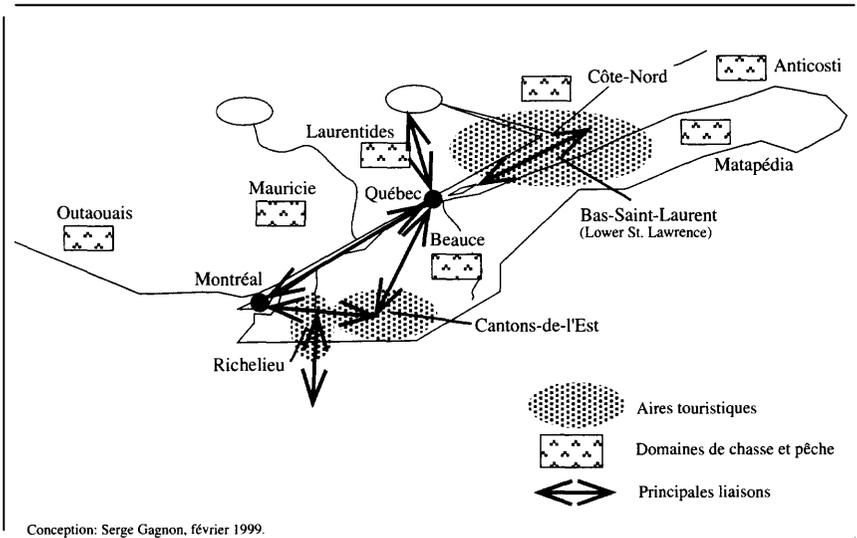
84. Y. CHARBONNEAU (1957). *Le tourisme dans les Cantons-de-l'Est*, Thèse de maîtrise, Département de géographie, Université de Montréal ; F. GAGNON (1992), *op. cit.*

85. C. AUGER (1993). « À la recherche du pittoresque dans l'Estrie », *Cap-aux-Diamants*, n° 33, p. 59-62.

À la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, les sites touristiques sont entièrement monopolisés par la bourgeoisie canadienne qui structure les régions de *Lower St. Lawrence* (Charlevoix, Bas-Saint-Laurent et Saguenay), des Cantons-de-l'Est ainsi que certaines zones de chasse et de pêche<sup>86</sup>.

**Figure 3.3**

*L'ESPACE TOURISTIQUE DE L'ACTEUR BOURGEOIS (FIN XIX<sup>e</sup>)*



**2<sup>e</sup> phase : le programme de l'État**

Dans une deuxième phase (1945-1975), alors qu'avait cours un étalement banlieusard, on a assisté à la consolidation d'un « tourisme de masse ». L'appropriation spatiale, dans le contexte, a reposé sur des valeurs promues par l'État-providence (loisir, consommation, crédit « mur à mur »). Le tourisme de masse magnifiait aussi la nature (avènement de la villégiature forestière dans les années 1940-1960<sup>87</sup>), mais il affirmait plus spécifiquement les valeurs identitaires nationales québécoises. La prolifération

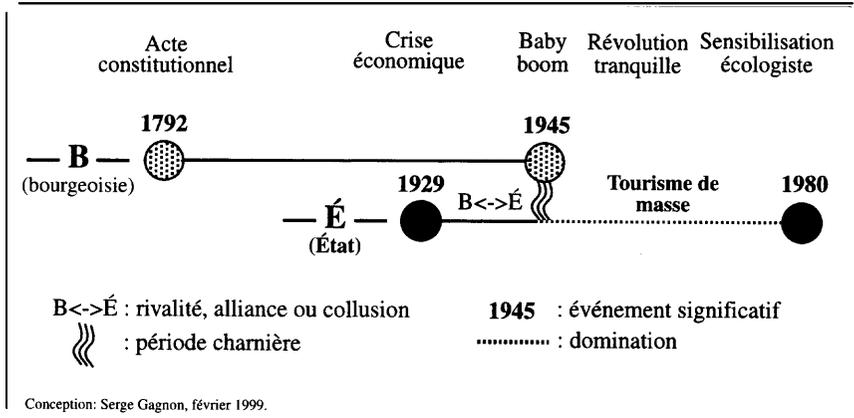
86. P.-L. MARTIN (1990). *La chasse au Québec*, Montréal, Édition du Boréal.

87. J. DÉSY (1967). « Quelques aspects de la géographie touristique des Petites Laurentides de Saint-Raymond », *Bulletin de l'Association des géographes de l'Amérique française*, n° 11, p. 123-126.

des chalets, réalisant en pleine nature ces valeurs spatialisées par la petite propriété individuelle, fut complétée par le recyclage des parcs nationaux et la création des réserves écologiques et fauniques, des campings, des zones d'exploitation contrôlée (ZEC), des pourvoiries, des haltes routières et des équipements récréotouristiques<sup>88</sup>. Ce tourisme de masse était déjà en marche dans les années 1930, entre autres avec le développement précoce de la Gaspésie. Le rocher Percé fut reconnu comme destination privilégiée après la crise économique de ces années. L'émergence du tourisme en Gaspésie fut particulièrement caractérisée par le rôle de concepteur que l'État a bien voulu y jouer<sup>89</sup>.

Figure 3.4

L'ÉMERGENCE D'UN TOURISME DE MASSE (1929-1980)



Véritable banc d'essai du tourisme moderne avec les premiers clubs de chasse et de pêche, les premiers centres de ski, les terrains de camping et les parcs nationaux, les Laurentides sont devenues à leur tour le lieu

88. R. ALLEN (1995). « Redéfinition du réseau des parcs québécois et vision d'avenir », *Téoros*, vol. 14, n° 1, p. 24-27; G. BUSSIERE (1990). « Le réseau des parcs du Québec : évolution et relation avec le développement durable », *Loisir et Société*, vol. 13, n° 2, p. 359-377; J.O.J. LUNDGREN (1987). « Tourism Development in the Northern Periphery », *Téoros*, vol. 6, n° 1, p. 13-19.

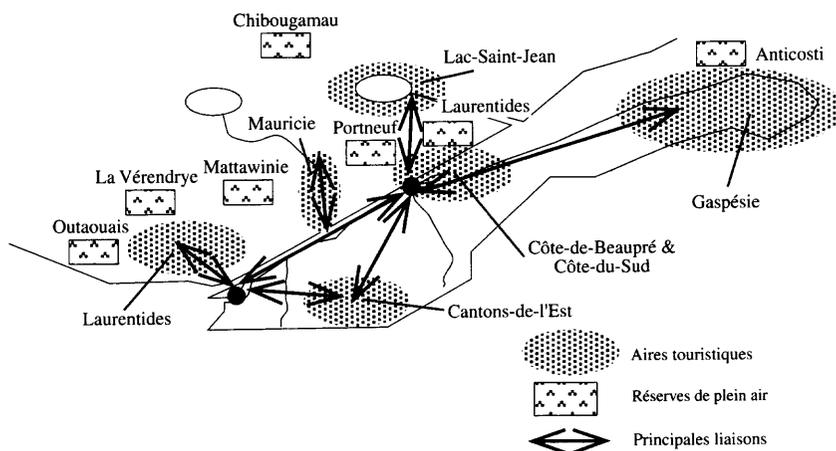
89. R. BRIÈRE (1959). « La Percésie touristique », *Revue canadienne de géographie*, n° 13, p. 39-52; (1958). *Le tourisme en Gaspésie*. Thèse de maîtrise, Département de géographie, Université de Montréal ; R. PRÉVOST (1995). « 1900-1929: affirmation du Québec comme destination touristique », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 15-19 ; QUÉBEC (1992). *Le tourisme québécois : histoire d'une industrie*, Québec, Direction des communications, ministère du Tourisme.

par excellence du tourisme de masse<sup>90</sup>. Cette région a logé le modèle de ce tourisme dans le cours des années 1950 et 1960<sup>91</sup>.

La mise en valeur du patrimoine naturel par les instances gouvernementales est passée par la création d'un réseau de parcs, par l'occupation du domaine public (terres de la Couronne) et par la création de réserves pour la chasse et la pêche (1895: parcs de la Montagne-Tremblante et des Laurentides ; 1937: parc de la Gaspésie ; 1938: parc du Mont-Orford ; 1939: réserve de la route Mont-Laurier-Senneterre, etc.). L'État s'affirme comme un nouvel acteur et prend position dans l'espace touristique.

**Figure 3.5**

*L'ESPACE TOURISTIQUE DE L'ACTEUR ÉTATIQUE (FIN XX<sup>e</sup>)*



Conception: Serge Gagnon, février 1999.

90. G. DUSSAULT (1983). *Le Curé Labelle : Messianisme, utopie et colonisation au Québec 1850-1900*, Montréal, Hurtubise-HMH ; H.-P. GARCEAU (1995). *Chronique de l'hospitalité hôtelière du Québec de 1940 à 1980*, Les Publications du Québec, Montréal, Éditions du Méridien ; (1990). *Chronique de l'hospitalité hôtelière du Québec de 1880 à 1940: les pionniers*, Les Publications du Québec, Montréal, Éditions du Méridien ; S. LAURIN (1993). « Le Nord des Montréalais : les Laurentides », *Cap-aux-Diamants*, n° 33, p. 65-68 ; (1989). *Histoire des Laurentides (Coil.: Les régions du Québec, n° 3)*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture.

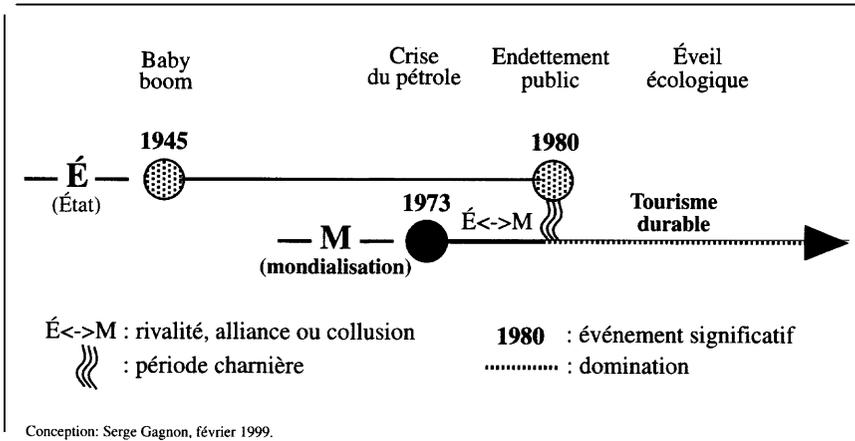
91. G. BEAUDET (1996). « L'aménagement touristique des Laurentides », *Téoros*, vol. 15, n° 1, p. 8-13 ; R. BRIÈRE (1967). « Les Laurentides montréalaises, pays de tourisme », *Bulletin de l'association des géographes de l'Amérique française*, n° 11, p. 97-106.

**3e phase : le programme du néolibéralisme et du développement durable**

Depuis les années 1980, nous assistons à une troisième phase d'appropriation en vue du tourisme, dictée cette fois-ci par les valeurs du néolibéralisme contemporain et de la mondialisation des échanges économiques (formation, développement durable, assainissement des finances). Le tourisme « durable » - l'expression est consacrée - magnifie également la nature (observation de la faune et création de réseaux cyclables), mais il accorde plus sélectivement une importance significative aux espaces vierges, aux lieux de mémoire et de culture<sup>92</sup>.

**Figure 3.6**

**L'ÉMERGENCE DU TOURISME DURABLE (1973-)**



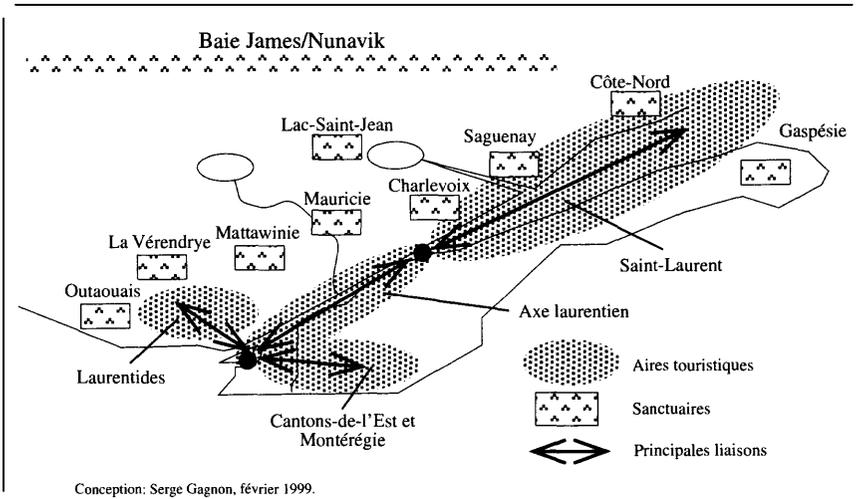
Les trois phases que nous venons de décrire brièvement font appel à un investissement spatial de valeurs culturelles. Ce processus a conditionné aussi bien l'appropriation territoriale conduite par les acteurs

92. A. BARABÉ (1995). « Parcs, tourisme et développement durable », *Téoros*, vol. 14, n° 1, p. 8-12 ; (1990). « Pérennité des environnements de loisir », *Loisir et Société/Society and Leisure*, vol. 13, n° 2, p. 271-296; G. BUSSIERE, *op. cit.* ; J.-C. JAY-RAYON et B. MORNEAU (1995), *op. cit.* ; (1996), *op. cit.* ; (1994), *op. cit.* ; M. LAPLANTE (1988). « Tourisme et cultures régionales devant la crise de l'identité québécoise », *Téoros*, vol. 7, n° 1, p. 3-4; J.O.J. LUNDGREN (1987), *op. cit.*

sociaux que la structuration spatiale des diverses régions valorisées par le tourisme. Le problème est donc de comprendre comment se réalise cet investissement de valeurs. En d'autres termes, comment un lieu devient-il un site attractif ? Pourquoi tel site est-il attractif plutôt que tel autre ? Pourquoi ici plutôt qu'ailleurs ? Comment cette attractivité conditionne-t-elle l'appropriation territoriale menée par les acteurs sociaux ? Comment ces sites attractifs polarisent-ils la structuration spatiale des régions touristiques ?

**Figure 3.7**

*L'ESPACE TOURISTIQUE DE L'ACTEUR MONDIAL (EN CHANTIER)*



Pour répondre à ces questions, nous proposons une analyse structurale de la dynamique génératrice des sites, des aires et des régions touristiques. Cette analyse reconstituera l'évolution et la transformation des positions attractives québécoises dans l'espace et le temps. Elle tentera également de rendre compte de la genèse des macro-organisations régionales (ordre de grandeur : le millier de kilomètres) en rapport avec les marquages touristiques. Cette méthodologie structurale consistera à analyser et à interpréter les multiples données empiriques sous l'angle des dynamiques d'investissement de sens (l'attractivité des lieux), d'appropriation territoriale (mobilité et compétence des acteurs) et d'occupation spatiale (valorisation).

### 3.2. UN MODÈLE D'ESPACE HÉTÉROGÈNE

Le modèle d'espace hétérogène proposé ici s'arrime à la théorie conceptuelle du « parcours morphogénétique de l'établissement humain » selon Gaétan Desmarais<sup>93</sup>. Ce parcours décline sept instances de médiation lors desquelles les espaces naturels sont transformés en espaces culturels.

Ce sont, par ordre d'implication: les significations socio-culturelles identitaires ; la règle de propriété qui actualise spatialement ces significations ; les trajectoires de mobilité qui engendrent les positions de l'espace géographique ; la structure de positions abstraites déterminée par les conflits entre les trajectoires ; la valorisation de ces positions par la rente ; l'édification des formes architecturales ; la rentabilisation de ces formes concrètes par les usages et les activités économiques<sup>94</sup>.

Il ressort de cette reconstitution que les établissements - dont les aires de villégiature et les espaces touristiques - ne résultent pas de la projection de valeurs anthropologiques (axiologies) sur un substrat spatial isotrope, ni de l'insertion de ces valeurs dans des structures sociales et économiques. Les établissements procèdent plutôt de la saisie esthétique de prégnances affectives investies dans des lieux privilégiés et qui agissent comme attracteurs. Ces attracteurs déterminent une dynamique d'appropriation qui confère du sens à la morphogénèse.

Les formes saillantes constituent donc « des « Objets de désir » dont la valeur est investie et saisie affectivement<sup>95</sup> » ; elles réalisent une « véritable manipulation figurative<sup>96</sup> ». Il arrive, comme ce fut le cas au Québec, que ces valeurs culturelles soient d'emblée véhiculées par les artistes avant d'être assumées sur un mode élargi par les sujets, en l'occurrence les villégiateurs et les touristes. Cette proposition rejoint les thèses d'Alain Roger relativement à la production des paysages. Pour ce dernier, le pays ne devient paysage que par un processus de double « artialisation » : *in visu*, c'est-à-dire dans et par le regard, et *in situ*, à

93. G. DESMARAIS (1995). *La morphogénèse de Paris, des origines à la Révolution*, Paris, L'Harmattan / CELAT ; (1995). « La formidable émergence d'une identité culturelle : le cas de Paris », dans L. NOPPEN (dir.). *Architecture, forme urbaine et identité collective*, Septentrion, p. 15-51 ; (1992). « Des prémisses de la théorie de la forme urbaine au parcours morphogénétique de l'établissement humain », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 36, n° 98, p. 251-273.

94. G. DESMARAIS et G. RITCHOT (1997). « La dimension morphodynamique des grands établissements humains : l'exemple de Montréal », *Visio*, vol. 2, n° 2, p. 43-57 (p. 47).

95. G. DESMARAIS (1998). *Dynamique du sens*, Septentrion, p. 96.

96. *Ibid.*, p. 94.

savoir sur le terrain. En d'autres termes, la montagne, la mer et la campagne ne deviennent des paysages - des lieux privilégiés de tourisme et de villégiature - que par un regard qui les produit littéralement pour ne pas dire « littérairement ». En ce sens, le « guide touristique est d'abord un viatique artistique, un manuel d'artialisation<sup>97</sup> ». Cet investissement de valeur - une émergence paysagère - se traduit ultérieurement par des aménagements qui réalisent le paysage en refaçonant le pays.

Le paysage ne serait donc pas réductible au pays, à ses formes sensibles, à ses attributs de surface. Il constituerait une saisie et un investissement de valeurs. Mais cette saisie et cet investissement étant affaire de perception, il ne saurait y avoir, selon Roger, de science du paysage<sup>98</sup>. L'émergence paysagère logerait à l'enseigne de la subjectivité.

En réponse à cet « interdit d'objectivité », Gaëtan Desmarais soutient que « les processus de structuration morphologique organisent les substrats matériels en un monde de formes sensibles. [...] [L]es formes signifiantes ne se réduisent pas à de simples apparences subjectives, mais [elles] constituent plutôt un tiers terme médiatisant les rapports entre les phénomènes extérieurs et le sujet qui reçoit des informations du monde physique et qui les structure perceptiblement et linguistiquement<sup>99</sup> ». Dans le cas de l'établissement, la valeur serait d'abord affaire de position. Les investissements de valeurs anthropologiques définiraient certaines positions privilégiées en tant qu'attracteurs susceptibles de déclencher des trajectoires d'appropriation. Or, cette dynamique spatiale est objective.

En d'autres termes, l'espace géographique est une structure objective de formes abstraites différenciées et investies de valeurs positionnelles. Certaines des positions jouent un rôle plus fondamental dans la structuration de l'écoumène : ce sont les « vacuums ».

Le vacuum est une forme creuse, abstraite, investie de prégnances et qui se comporte comme étant intrinsèquement signifiante. Chaque vacuum structure un écoumène et compose avec celui-ci un espace hétérogène *a priori*. Frappé d'un interdit d'occupation, le vacuum est répulsif, d'où la dispersion des sujets et leur installation dans l'écoumène environnant. Mais le vacuum est simultanément attractif. De prime abord, il

97. A. ROGER (1997). *Court traité de paysage*, Paris, Gallimard, p. 119.

98. *Ibid.*, p. 27.

99. G. DESMARAIS (1998), *op. cit.*, p. 15-16.

mobilise les sujets qui rivalisent entre eux en vue de s'y conjoindre. En d'autres termes, chaque vacuum attire les acteurs d'un espace donné pour aussitôt les repousser dans l'écoumène tout autour. Cette dynamique interne est source de conflits de trajectoires.

Les trajectoires, qui relient les positions de départ (inchoative) et les positions d'arrivée (terminatives), sont polarisantes ou diffusantes. Elles sont corrélées à des classes de mobilité : le rassemblement, l'évasion, la concentration, la dispersion. L'endorégulation des unes - le rassemblement et l'évasion - se traduit par des actes réfléchis et volontaires d'appropriation ou de renonciation aux positions, tandis que l'exorégulation des autres - la concentration et la dispersion - induit des actions transitives d'attribution ou de dépossession. Ce processus de structuration morphologique organise une géographie de formes dotées de valeurs positionnelles.

### *Le rural et l'urbain*

Les trajectoires et les positions associées à une mobilité endorégulée regroupent des qualités d'occupation spatiale « urbaines ». C'est là qu'en principe sont édifiées les formes somptuaires de l'établissement : les équipements institutionnels, les quartiers sélects, les villas, les squares, les grands parcs, les ensembles résidentiels et les banlieues pavillonnaires haut de gamme, etc. Les positions associées à une mobilité exorégulée réunissent les qualités d'occupation « rurales ». C'est là qu'en principe sont édifiés les infrastructures, les équipements industriels, extractifs et de transformation, les faubourgs, les banlieues sauvages, les installations agricoles, etc.

Cette distinction se démarque des définitions usuelles en vertu desquelles le rural est associé à la campagne (les formes diffuses de l'établissement) et l'urbain associé à la ville (les formes groupées et polarisées). Le couplage de seuils statistiques et d'indices de densité, variables d'un pays à l'autre, ou encore la dominance d'activités primaires en milieu rural ou d'activités secondaires et tertiaires en milieu urbain : ces critères sont insatisfaisants, arbitraires. D'où la proposition de la géographie structurale de définir le rural et l'urbain par rapport aux contrôles exercés sur la mobilité des acteurs : l'urbain est endorégulé et le rural est exorégulé.

Fondée sur la compétence politique des acteurs du point de vue du contrôle de la mobilité par l'appropriation, cette catégorisation n'exclut

surtout pas la présence de l'urbain à la campagne (exemple : un front de villégiature d'évasion) ni du rural en ville (exemple : un faubourg de concentration rurale).

Les valeurs positionnelles définissent davantage des conditions de possibilité ou des contraintes plutôt que des déterminants. On peut par conséquent observer des aménagements dont les attributs sont contradictoires au regard de la structure abstraite de positions<sup>100</sup>.

### **3.3. LES POSITIONS INCHOATIVES DES PREMIÈRES TRAJECTOIRES D U TOURISME ET DE LA VILLÉGIATURE**

L'argument qui suit va utiliser les concepts de « vacuum », de « contrôle politique de la mobilité », de « trajectoire de mobilité » et d' « espace hétérogène ». Il va reconstituer l'évolution et la transformation des positions attractives québécoises dans l'espace et le temps. Il tentera également de rendre compte de la genèse des macro-organisations à l'échelle sous-continentale (l'Amérique du Nord-Est), du point de vue de la spécificité des différentes aires touristiques du Québec.

Dans ses grandes lignes, l'établissement du Québec méridional, à l'arrivée du XIX<sup>e</sup> siècle, était constitué d'un vaste domaine de dispersion aux dimensions d'une aire seigneuriale. Ce domaine était polarisé par des formes élémentaires de rassemblement (villages et bourgs) et par quelques formes de concentration associées à l'exploitation des ressources du milieu : sidérurgie, tanneries, villages miniers, hameaux groupés autour de scieries, etc. Cette configuration, dans ses grandes lignes, persistera assez tard au XIX<sup>e</sup> siècle<sup>101</sup>.

100. G. RITCHOT, G. MERCIER et S. MASCOLO (1994). « L'étalement urbain comme phénomène géographique : l'exemple de Québec », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 38, n° 105, p. 261-300.

101. G. BEAUDET (1996). « Terroirs et territoires de l'économie marchande au Québec de 1608 à aujourd'hui », *Trames*, n° 11, p. 15-26 ; S. COURVILLE (1996). *Population et territoire* (Coil.: Atlas historique du Québec), Québec, Presses de l'Université Laval; (1995). *Le pays laurentien au XIX<sup>e</sup> siècle : les morphologies de base* (Coll.: Atlas historique du Québec), Québec, Presses de l'Université Laval ; (1990). *Entre ville et campagne : l'essor du village dans les seigneuries du Bas-Canada*, Québec, Presses de l'Université Laval ; R. HARDY (1996). *La sidérurgie dans le monde rural: les hauts fourneaux du Québec au XIX<sup>e</sup> siècle*, Québec, Presses de l'Université Laval ; W.G. ROSS (1996). *Trois villages miniers des Cantons-de-l'Est, 1863-1972: Albert Mines, Capelton, Eustis*, Éditions GGC (Coil.: Patrimoine) ; N. SÉGUIN (1977). *La conquête du sol au 19<sup>e</sup> siècle*, Sillery, Boréal Express.

Les pôles de Montréal et de Québec présentaient déjà des ébauches de gradients urbains d'échelle kilométrique. Les cités *intra muros* y accrochaient des antennes de faubourgs (gradients ruraux), cependant que les premières banlieues d'évasion étaient contenues en germe par les fronts de villégiature<sup>102</sup>.

C'est incidemment à partir de ces deux pôles qu'ont été amorcées les trajectoires d'évasion qui ont donné naissance aux premiers fronts de villégiature. L'aristocratie militaire - surtout à Québec - et la bourgeoisie montante - en particulier à Montréal - se sont en effet taillé de vastes domaines dans la proche campagne. Le site de Montmorency et le rebord de la haute-ville de Québec dans le premier cas, le mont Royal et certains des plans d'eau de l'archipel dans le second ont localisé les formes qui ont réalisé cet idéal romantique d'une nature opposée à l'insalubrité des agglomérations<sup>103</sup>.

Vers la même époque, une trajectoire longue engendrait, en plein domaine rural, une position urbaine : la villégiature de Kamouraska<sup>104</sup>. Celle-ci, la plus ancienne au Québec, était fréquentée par l'aristocratie. Son déclin à compter du dernier quart du XIX<sup>e</sup> siècle semble avoir signifié le déclassement de l'aristocratie par la bourgeoisie<sup>105</sup>.

### 3.4. LA FORMATION D'UN TOURISM BELT: 1850-1930

La bourgeoisie montante a créé l'essentiel des trajectoires d'évasion longues qui ont donné naissance aux stations *fashionable* de la deuxième moitié du XIX<sup>e</sup> siècle. Pas plus qu'aujourd'hui, le Québec n'était alors un espace exclusif, fermé, replié sur lui-même. Les trajectoires bourgeoises endorégulées se sont en effet appuyées sur les villes industrielles de l'ensemble du Nord-Est américain, qui se comportaient comme autant de massifs incohérents. Les espaces-buts n'étaient pas non plus confinés

102. G. RITCHOT *et al.*, *op. cit.* ; G. BEAUDET (1997). « Domaines « vides » et structuration morphologique de l'agglomération montréalaise », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 41, n° 112, p. 7-29; G. DESMARAIS et G. RITCHOT (1997). « La dimension morphodynamique des grands établissements humains : l'exemple de Montréal », *Visio*, vol. 2, n° 2, p. 43-57.

103. G. BEAUDET (1996), *op. cit.* ; S. GAGNON (1996 et 1998), *op. cit.* ; F. GAGNONPRATTE (1980-1987), *op. cit.* ; J.-C. MARSAN (1994). *Montréal en évolution : historique du développement de l'architecture et du développement urbain montréalais*, Montréal, Méridien architecture.

104. R. BRIÈRE (1967), *op. cit.*

105. S. GAGNON (1996 et 1998), *op. cit.*

au Québec. Non seulement les stations de villégiature québécoises étaient-elles fréquentées par la bourgeoisie des agglomérations industrielles alors en plein essor, dont Montréal, Toronto, New York, Boston et Philadelphie, mais elles faisaient partie d'un semis d'échelle souscontinentale qui s'étendait du littoral de la Nouvelle-Angleterre aux Maritimes, en passant par les Appalaches (les montagnes Vertes et Blanches), l'Est ontarien, l'Outaouais, les Laurentides, Charlevoix, le Bas-Saint-Laurent et la Gaspésie.

On avait affaire à un véritable *tourism belt* dont les hauts lieux avaient pour nom Saratoga Springs, Newport, Mount Desert Island, Kennebunk, Niagara-on-the-Lakes, Thousand Islands, Caledonia Springs, North Hatley, Georgeville sur le lac Memphrémagog, le Seiniory Club de Montebello, Sainte-Agathe-des-Monts, Murray Bay (Pointe-au-Pic), Tadoussac, Cacouna, Métis-sur-Mer, Carleton, St. Andrews. La villégiature et le tourisme québécois sont indissociables d'une catégorisation nord-américaine.

Comment ont émergé ces havres du « tourisme de distinction » ? Ainsi que l'a montré Serge Gagnon, les sites devaient d'abord être investis de valeurs anthropologiques profondes qui, dès lors, leur conféraient du sens. Ces investissements donnaient suite à une saisie esthétique des saillances du monde sensible qui, en l'occurrence, anticipait l'idéal romantique<sup>106</sup>. Cet idéal a déferlé sur l'Amérique au lendemain des épisodes révolutionnaires. Il retirait aux formes d'autorité traditionnelles la disposition des valeurs anthropologiques<sup>107</sup>. L'investissement de ces valeurs, dans les paysages, a ainsi suscité des valorisations positionnelles. Quelques décennies après les grands conflits révolutionnaires - la Conquête de 1760, la guerre de l'Indépendance américaine - les rentes foncières ont soudainement monté<sup>108</sup>. À compter de 1750, ces

106. P. DUBÉ (1986). « La villégiature dans Charlevoix : L'histoire d'un pays visité », Québec, Presses de l'Université Laval ; S. GAGNON (1996). « De « Lower St. Lawrence » à Charlevoix : l'émergence d'un haut lieu de villégiature de la bourgeoisie marchande canadienne », *Téoros*, vol. 17, n° 1.

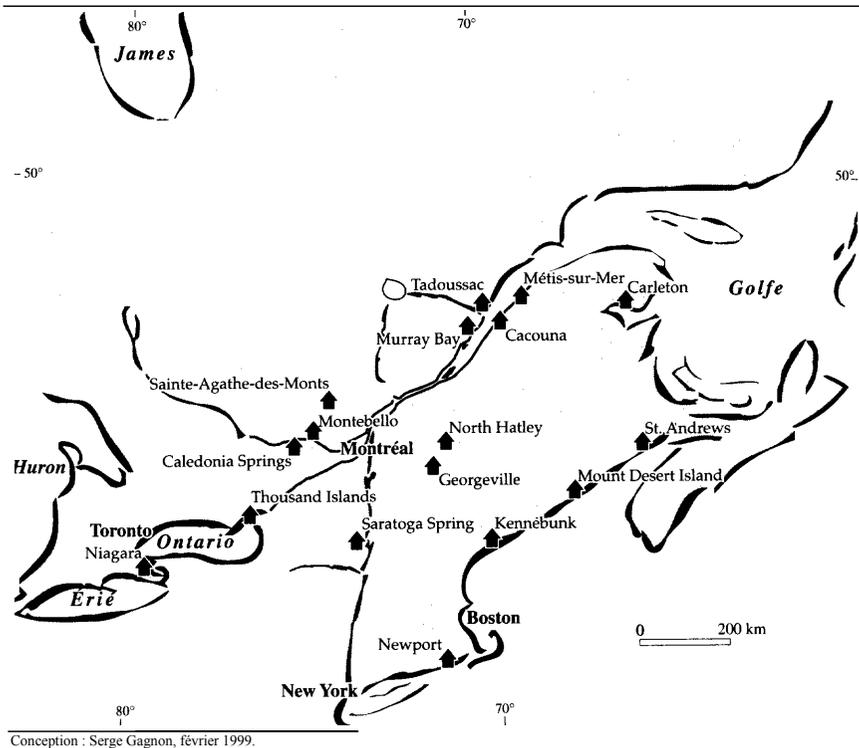
107. G. BEAUDET (1999). « Paysage et investissements de valeur », dans P. POUULLAOUÉC-GONIDEC, M. GARIEPY et B. LASSUS (dir.), *Paysage : territoire d'intentions*, Paris, L'Harmattan, à paraître.

108. S. COURVILLE (1980). « La crise agricole du Bas-Canada, éléments d'une réflexion géographique », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 24, n° 62, p. 193-224, et vol. 24, n° 63, p. 385-428 ; S. COURVILLE et N. SÉGUIN (1996). *Le coût du sol au Québec: deux études de géographie historique* (Coll. : Géographie historique), Les Presses de l'Université Laval, Québec.

rentes allaient témoigner de l'investissement romantique et elles devaient par conséquent être rachetées par des activités lucratives, dont le tourisme et la villégiature.

**Figure 3.8**

*LE TOURISM BELT AU XIX<sup>e</sup> SIÈCLE*



En Occident, le littoral, la montagne, de même que certaines campagnes, ont incarné l'idéal romantique à compter de la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle<sup>109</sup>. Au Québec, les artistes ont largement contribué à diffuser les valeurs associées à certaines formes sensibles de la vallée laurentienne et des massifs qui l'enserrent. Dans Charlevoix, George Heriot, de passage dans la région de Murray Bay à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, fut un précurseur. Au

109. M. BOYER (1997), *op. cit.*

milieu du siècle dernier, John J. Bigsby réalisa un grand nombre de gravures, publiées dans un ouvrage paru à Londres<sup>110</sup>. Livernois, W. Notmann et fils, Clarence Gagnon et Alexander Y. Jackson, pour ne nommer que ces derniers, allaient perpétuer une tradition vivace<sup>111</sup>. Au sud du Saint-Laurent, les Cantons-de-l'Est s'étaient acquis, dès le début du XIX<sup>e</sup> siècle, une renommée des plus enviables pour leurs panoramas d'une grande beauté. William H. Barlett y réaliserait l'équivalent de ce que Bigsby avait produit dans Charlevoix. John A. Fraser, J.M. Martin, F.S. Coburn, de même que William Notmann et fils, contribuèrent également à la renommée de ce pays loyaliste<sup>112</sup>. La région de Québec n'était pas en reste. James Patterson Cockburn y réalisa de nombreuses vues de la ville et de ses environs, dont plusieurs publiées dans un guide touristique paru en 1831<sup>113</sup>. Cet instrument de promotion allait contribuer, tout au long de la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, à la « construction » du paysage de la Vieille-Capitale<sup>114</sup>. Maurice Cullen, à la suite d'une visite au mont Tremblant en 1912, et d'autres peintres immortalisèrent pour leur part le paysage des Laurentides du Nord montréalais<sup>115</sup>.

Cette production picturale mobiliserait l'acteur bourgeois, qui chercherait par conséquent à s'approprier les positions correspondant aux formes déjà investies de valeurs. Au terme de cette appropriation, il réalisait l'investissement de valeurs en produisant un paysage conforme à sa représentation de la nature et de la place à occuper. C'est que les positions appropriées aux fins de villégiature consistent en règle générale en des portions de terroir d'abord caractérisées par leur dénuement et par les vues qu'elles permettent. C'est essentiellement la réalisation des aménagements paysagers qui leur confère les attributs que l'on célèbre

110. J.-J. BIGSBY (1850). *The shoe and canoe, or pictures of travels*, dans *The Canadas* ; cité dans J. DES GAGNIERS (1994). *Charlevoix, pays enchanté*, Québec, Presses de l'Université Laval, p. 362-363.

111. J. DES GAGNIERS, *op. cit.*

112. J.D. BOOTH (1984). *Les Cantons de la Saint-François*, Université McGill, Musée McCord ; D. GALLANT (1988). Catalogue d'une exposition commémorative à l'occasion du centenaire de la ville de Magog.

113. C. CAMERON et J. TRUDEL (1976). *The drawings of James Patterson Cockburn : a visit through Quebec's Past*, Gage.

114. M. GERÓNIMI (1996). « Le Vieux-Québec au passé indéfini. Entre patrimoine et tourisme », Mémoire de maîtrise, non publié, Faculté des études supérieures, Université Laval.

115. M. CONSTANTINIDI et H. DUFFY (1977). *Les Laurentides : peintres et paysages*, Gage Publishing S.A. et Les Éditions internationales Alain Stanké.

aujourd'hui<sup>116</sup>. On ne s'inscrit donc pas dans un paysage, on le produit pour ensuite se l'approprier et finalement l'occuper, c'est-à-dire l'aménager<sup>117</sup>.

Tous les paysages valorisés pour leur pittoresque ne mobilisent cependant pas les acteurs *de facto*. L'exemple de Shawinigan le montre bien.

La beauté sauvage des chutes de Shawinigan est reconnue depuis longtemps. Tout au long de la seconde moitié du siècle dernier, artistes, habitués du Saint-Maurice et visiteurs de passage fréquentaient le site. La réputation du lieu était telle qu'on y a construit, à la fin du siècle, un grand hôtel qui n'avait rien à envier à la plupart des équipements contemporains construits dans l'ensemble des grandes stations de villégiature. Il ne sera toutefois jamais achevé.

L'isolement et l'insuffisance des moyens de transport ne sauraient expliquer cet insuccès de manière satisfaisante. D'autres grands hôtels étaient tout aussi difficiles d'accès et ont néanmoins accédé à la notoriété. C'est le cas, entre autres, de l'hôtel Roberval<sup>118</sup>. Et quand certains d'entre eux ont disparu, des villégiatures cossues leur ont survécu. Il faut chercher l'explication de ces disparités du côté des valeurs positionnelles. La vallée du Saint-Maurice est en effet caractérisée par des qualités d'occupation rurale depuis le Régime français. Les forges du Saint-Maurice y polarisent, à compter du XVIII<sup>e</sup> siècle, un vaste domaine forestier qui sera interdit d'occupation jusque tard au XIX<sup>e</sup>. Le Saint-Maurice est lui-même aménagé, à compter du milieu du siècle dernier, pour faciliter le flottage du bois coupé dans les vastes concessions forestières du plateau laurentidien<sup>119</sup>.

Le XX<sup>e</sup> siècle naissant confirmera avec panache cette vocation. Le Saint-Maurice se transformera, à compter de 1900, en une imposante vallée industrielle, tout entière consacrée à la production de l'hydroélectricité, aux pâtes et papiers, à l'électrochimie et à l'électrometallurgie<sup>120</sup>.

116. P. DUBÉ (1986), *op. cit.* ; F. GAGNON-PRATTE (1980, 1987 et 1988), *op. cit.* ; J. DES GAGNIERS, *op. cit.*, p. 362-383.

117. G. BEAUDET (1999). « Du jardin au paysage : le façonnement des lieux de la villégiature et du tourisme au Québec », *Téoros*, vol. 18, n° 1, à paraître.

118. A. LORTIE (1993). « Hôtel Roberval : tout le monde descend », *Cap-aux-Diamants*, n° 33, p. 54-57.

119. R. HARDY et N. SÉGUIN (1984). *Forêt et société en Mauricie*, Boréal Express/Musée national de l'Homme.

120. C. BELLAVANCE (1994). *Shawinigan Water and Power 1898-1963: formation et déclin d'un groupe industriel au Québec*, Boréal.

La construction d'un vaste hôtel, aussi prestigieux fût-il, ne pouvait contrer cette catégorisation spatiale où prédominait l'exorégulation. Les seuls massifs urbains de la région - des formes correspondant à des positions terminatives de trajectoires endorégulées - seront produits sous l'impulsion des grandes entreprises qui en émailleront les villes construites à leur initiative. Et ces entreprises délaisseront progressivement les villes de concentration industrielle à compter des années 1930. Dès lors, les formes architecturales et civiques prestigieuses perdront rapidement de leur lustre.

Les premières véritables mises en réserve en région, menées dès le XIX<sup>e</sup> siècle, se produiront plutôt à l'écart des concentrations industrielles du Saint-Maurice, là où sera délimité le parc de la Mauricie. Elles permettront la création de certains des plus prestigieux clubs privés de chasse et pêche. Mais n'anticipons pas.

\* \* \*

Véritable réservoir de valeurs, un collier de « vacuums » romantiques déployé autour de la grande zone industrielle centrée sur New York a agi comme attracteur depuis deux siècles environ. Ce collier a attiré les trajectoires de mobilité de ceux qui désiraient s'y évader. Si certains de ces vacuums étaient parfois interdits d'occupation permanente - ce semble avoir été le cas des sources de Saratoga Spring et de Caledonia Springs constituées en site sacré par les Amérindiens avant leur découverte à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle<sup>121</sup> -, ils ont été plus généralement soumis à un interdit sélectif. La mise en place d'une trajectoire longue a induit une appropriation foncière qui, en vertu de la surdétermination des trajectoires exorégulées par les trajectoires endorégulées, a littéralement produit une évacuation partout où des occupants avaient auparavant été sédentarisés.

Une structure de positions abstraites a donc été engendrée par des conflits de trajectoires. Le collier de vacuums troue dès lors le domaine rural exorégulé et préfigure des positions urbaines d'évasion. Cette structuration de l'espace géographique en domaines urbains et ruraux a été rendue possible par le déploiement de discontinuités qualitatives qui

121. M. PRÉVOST (1997). *La belle époque de Caledonia Springs: histoire de la plus importante station thermale du Canada*, Lettres Plus ; R. MORTON (1988). *Saratoga, the place and its people*, Abrams.

contraindront les occupations. La valorisation foncière des formes abstraites, qui organise l'établissement et médiatise la transformation des espaces naturels en espaces culturels, a alors motivé et stimulé l'édification de formes concrètes que rentabiliseront des activités de loisir.

La catégorisation de l'espace géographique, en domaines dotés de valeurs positionnelles contradictoires, est objective. Elle rend compte de la diversité empirique des établissements. Dans le cas présent, elle organise l'ensemble du Nord-Est américain en un réseau de massifs incohérents - les concentrations industrielles petites et grandes - et de positions terminatives d'évasion - le collier des stations de villégiature.

### *L'exemple de Charlevoix*

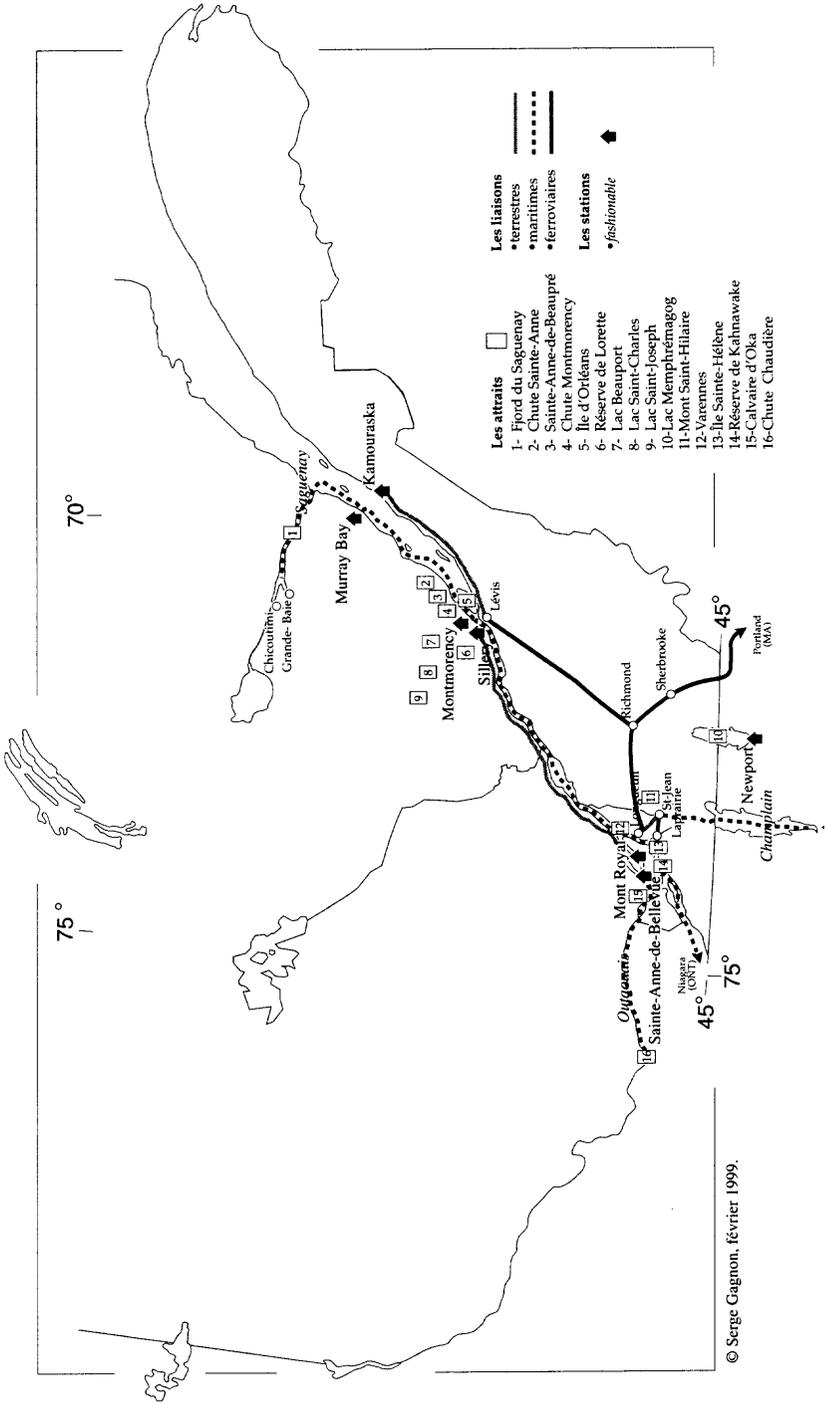
Un massif de villégiature *fashionable* a été mis en place à Murray Bay (Pointe-au-Pic) à compter de 1853<sup>122</sup>. La colonisation du Saguenay a été la condition de possibilité de cette appropriation et de cette valorisation bourgeoises. L'aristocratie seigneuriale occupait déjà la position convoitée par l'acteur bourgeois et elle contrôlait la mobilité des populations résidentes. L'espace ciblé par la bourgeoisie n'était donc pas immédiatement disponible.

En organisant la colonisation du Saguenay, la bourgeoisie est ainsi parvenue à saper le pouvoir de l'acteur seigneurial. Elle a dévalué temporairement les positions convoitées sur le littoral, en offrant une avenue de remplacement aux censitaires dont la mobilité était contrôlée par le pouvoir seigneurial, et ce grâce au verrouillage de l'arrière-pays du Saguenay décrété à partir de Londres. Cette dévalorisation a facilité la formation d'une réserve bourgeoise. L'investissement de valeurs romantiques dans un paysage devenu disponible a déterminé une revalorisation foncière, laquelle a stimulé l'édification des formes architecturales magnifiant le site. Cette mise en réserve a réussi à créer un ensemble cohérent que mettent en valeur et isolent quelques domaines vides stratégiquement distribués, notamment le Murray Bay Golf Club.

122. S. GAGNON (1996 et 1998), *op. cit.*

**Figure 3.9**

**LA MISE EN PLACE DE LA VILLÉGIATURE FASHIONABLE (DÉBUT XIX<sup>e</sup> → 1850)**



Le cas de Charlevoix fut exceptionnel, dans la mesure où il opposa sur le terrain les acteurs aristocratiques et bourgeois d'emblée animés par une quête des mêmes valeurs. Il pourrait cependant ne pas avoir été unique. Newport (Rhode Island) a été une destination pour l'aristocratie terrienne du sud des États-Unis jusqu'à la guerre de Sécession, après quoi la bourgeoisie industrielle yankee a pris le relais, forçant vraisemblablement le premier groupe à abandonner les lieux et à se rabattre sur d'autres positions, dont North Hatley à la sortie du lac Massawippi, non loin de Sherbrooke dans les Cantons-de-l'Est du Québec.

Mais, en règle générale, l'appropriation bourgeoise ne sera pas compliquée par de tels conflits de trajectoires endorégulées. Ou bien la position était soumise à la tenure en franc et commun soccage (propriété privée). Ou bien certaines modalités d'appropriation ont permis de lever les contraintes découlant de la tenure seigneuriale. La villégiature du lac Memphrémagog donna suite à la création du Hermitage Country Club en 1850, par simple acquisition de propriétés<sup>123</sup>. Dans le cas du Montebello Seniors Club, fondé en 1930, il a suffi d'un achat, par le Canadien Pacifique, du droit de propriété détenu par les héritiers de Louis-Joseph Papineau<sup>124</sup>. Ce site privilégié, au coeur duquel se dressent le manoir et l'hôtel, préexistait de longue date à sa mise en valeur récréotouristique intensive.

### *La mise en réserve*

La mise en réserve, déjà évoquée, n'a pas opéré une fois pour toutes. Elle a aussi guidé des consécrations récurrentes du collier d'évasion. Elle a réaffirmé l'interdit sélectif d'occupation en le faisant valoir et en le faisant valoir. Parmi les méthodes les plus usuelles de cette mise en réserve, on peut citer l'aménagement de vastes espaces ouverts, par exemple les terrains de golf.

Les restrictions ont pu également se prévaloir d'un discours conservateur. North Hatley constitue un exemple des plus intéressants de cette mise en réserve. Cette station de villégiature exceptionnelle, érigée dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, a été le théâtre de la fondation

123. J.-M. SCOTT (1993). « Georgeville : le calme serein d'un petit village », *Continuité*, n° 56, p. 20-23.

124. R. RUMILLY (1977). *Papineau et son temps : tomes 1 et 2 (Coil. : Vies Canadiennes)*, Montréal, Fides.

d'une des premières sociétés de conservation au Canada. Celle-ci a été constituée, au début des années 1920, sous le nom de The Village Improvement Society. Sorti de son isolement relatif par la redécouverte des Cantons-de-l'Est au début des années 1970, le village allait être l'objet de projets d'aménagement. La population s'est toutefois rapidement mobilisée pour empêcher la construction d'un ensemble résidentiel sur les hauteurs dominant le village<sup>125</sup>. La présence d'un ensemble architectural classé, aujourd'hui disparu, a facilité la tâche des résidents.

La municipalité de North Hatley a été l'une des toutes premières du Québec à se prévaloir des pouvoirs que lui conférait la Loi sur les biens culturels pour constituer, au milieu des années 1980, le village en site du patrimoine. Finalement, des propriétaires riverains ont réussi, au cours des dernières années, à s'approprier l'emprise de la voie ferrée abandonnée, bloquant ainsi l'aménagement d'un tronçon d'une piste cyclable d'échelle régionale. Celle-ci aurait maintenu la séparation entre les domaines privés et le lac Massawippi. Elle aurait au demeurant rendu plus difficile le contrôle de l'accès public au lac.

Parmi les autres moyens de mise en réserve, mentionnons les legs testamentaires assujettis à un interdit de démembrement des propriétés, de même que les ententes privées entre riverains de certains lacs concernant les modalités d'occupation, d'aménagement et d'utilisation du plan d'eau. Les interdictions de démembrement expliquent la rareté des morcellements des vastes domaines sur le pourtour du lac Memphrémagog, tandis que des ententes entre riverains, conclues dès le XIX<sup>e</sup> siècle, ont permis de conserver un environnement qui correspond à l'idée que l'on se faisait de la villégiature en milieu naturel.

La contestation du projet d'ensablement des plages de Magog a relevé de la même stratégie. Remontant au début des années 1990, cette contestation se déroula devant le Bureau des audiences publiques en environnement et permit aux opposants de bloquer l'aménagement des plages à la tête du lac Memphrémagog, réduisant ainsi la fréquentation du lac<sup>126</sup>. On peut finalement suggérer que la création de grands parcs, par exemple celui du Mont-Orford en 1938, visait à conforter la mise en réserve. Était

125. R. SUTHERLAND (1989). « The Athens of the North », dans J.M. DUBOIS (dir.), *Les Cantons-de-l'Est : aspects géographiques, politiques, socio-économiques et culturels*, Les Éditions de l'Université de Sherbrooke, p. 265-271.

126. BUREAU D'AUDIENCES PUBLIQUES SUR L'ENVIRONNEMENT (1992). *Projet d'ensablement de plages au lac Memphrémagog : rapport d'enquête et d'audience publique*, Québec.

consacré un interdit d'occupation permanente qui faisait valoir et valoir la position. On s'aperçoit qu'il y eut création de rareté moyennant la sacralisation de certaines formes pré-investies de valeurs anthropologiques.

La méthode de mise en réserve, exemplaire, a affecté tout le Nord-Est américain. Le parc national de l'Île-du-Prince-Édouard et Saratoga Springs, dans l'État de New York, constituent deux cas parmi beaucoup d'autres. Examinons-les rapidement.

La côte nord de l'Île-du-Prince-Édouard offrait, à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, un paysage de modestes fermes, de dunes et de barachois. L'écosystème littoral, passablement perturbé par l'intervention humaine, ne présentait aucun signe distinctif d'une quelconque valorisation jusqu'à la venue, en 1896, d'un riche Américain ayant fait fortune dans le pétrole. Ce dernier fit bâtir, à proximité du petit village de Stanhope, une imposante résidence secondaire plantée au coeur d'un vaste domaine.

Relativement isolée, cette mise en valeur s'articulait à un vaste domaine vide, jusqu'alors interdit d'occupation en vertu de caractères physiographiques, mais qui avait acquis ses lettres de noblesse au regard de la sensibilité romantique. Cet interdit fut externalisé aussi précocement qu'en 1937, avec la création du parc national qui engloba le domaine, plusieurs fermes abandonnées ainsi que l'ensemble de la côte. Le parc joua dès lors le rôle d'un attracteur touristique aux abords duquel ont été édifiés, ces dernières années, quelques ensembles résidentiels prestigieux.

Le cas de Saratoga Springs est encore plus fascinant, en raison de la succession des modes de mise en réserve qui y ont été appliqués. Le site fut découvert en 1771 par Sir William Johnson, alors conduit par des Amérindiens qui y firent valoir les vertus curatives de sources d'eau qu'ils connaissaient depuis longtemps. Fondée au tournant du XVIII<sup>e</sup> au XIX<sup>e</sup> siècle, une station de cure y connut ses premières heures de gloire vers 1850. Toutefois, à compter des années 1880, les sources furent menacées par une surexploitation causée par l'extraction d'acide carbonique utilisé dans la fabrication des eaux gazeuses. En 1909, l'État de New-York, alerté par les résidents du voisinage, se porta acquéreur de plusieurs sources ainsi que de superficies boisées pour y effectuer une mise en réserve.

Frappée par la crise des années 1930, la station de villégiature bénéficia, en 1935, de l'intervention du président Franklin Roosevelt. Cette renaissance fut toutefois de courte durée, mais Saratoga en connut une autre, au début des années 1950, grâce à l'intervention de la United States

Urban Renewal Commission. Cette relance fut finalement relayée, au cours des années 1960, par la construction d'un centre des arts et par la reconnaissance du site à titre d' *Urban Cultural Park*. Malgré quelques soubresauts, Saratoga conserve donc, deux siècles après sa fondation, son statut d'une des villégiatures les plus cossues du Nord-Est américain<sup>127</sup>.

### ***L'exemple de Québec***

Quelques villes font également partie de l'archipel de positions que nous venons de relever et qui définissent alors le territoire du tourisme et de la villégiature. Hôtellerie de luxe et promenades y sont les lieux de rendezvous de la bonne société<sup>128</sup>. Québec compte parmi ces destinations recherchées. Le cadre naturel de Québec fut davantage saisi sur le mode de l'affect que d'un point de vue utilitaire ou encore stratégique. Même la construction de la Citadelle, au XIXe siècle, aurait davantage visé la retenue d'un vacuum local que la réelle protection de la colonie<sup>129</sup>.

Le Québec romantique que nous connaissons est une création du XIX<sup>e</sup> siècle. Lorsque, en 1875, Lord Dufferin s'est opposé à la démolition des ouvrages fortifiés, il a littéralement créé le Vieux-Québec. Il ne s'agissait pas, en effet, d'une simple sauvegarde patrimoniale au sens où on l'entend aujourd'hui, mais bien d'une création<sup>130</sup>. « La place forte est alors devenue place publique<sup>131</sup> ». Des ouvrages avancés du côté ouest ont été détruits pour permettre un dégagement de portes à reconstruire sur le mode pittoresque. Les glacis ont été régularisés en vue de dégager les murailles. Du côté est, les entablements des murs ont été abaissés pour dégager le panorama. La construction d'un hôtel dans le style

127. R. MORTON, *op. cit.*

128. L. DROLET (1988). « Des vacances au château. Les grands hôtels où, le temps d'une saison, les villégiateurs deviennent rois ou reines. Dossier : La villégiature au Québec », *Continuité*, n° 40, p. 17-21.

129. M. LAFRANCE (1987). « Sous l'emprise de la place forte Cap-aux-Diamants », édition spéciale, p. 33-36; L. NOPPEN, C. PAULETTE et M. TREMBLAY (1979) ; P. PELLETIER, C. VALLÉE-TREMBLAY et R. MALO (1984). « La fonction symbolique des ouvrages fortifiés du Vieux-Québec », *Cahiers du Centre de recherche en aménagement et en développement*, vol. 8, n° 4.

130. M. GERONIMI, *op. cit.* ; Martine GERONIMI propose, dans le prochain chapitre, un survol du rôle des guides touristiques dans le façonnement du Vieux-Québec comme destination touristique et comme paysage urbain.

131. Y. MÉLANÇON (1997). « L'aménagement des parcs des Champs-de-Bataille et Victoria à Québec : une hypothèse structurale », Thèse de doctorat, Département de géographie, Université Laval.

néo-médiéval fut projetée en la circonstance. Dix-huit ans plus tard, on entreprendra la construction du Château Frontenac, dont la masse profile une silhouette depuis lors célébrée comme une image d'Épinal<sup>132</sup>. Le classement de la ville *intra muros* à titre d'arrondissement historique en 1963, et son inscription sur la liste des villes du patrimoine mondial en 1985, ont réaffirmé avec insistance cette mise en réserve.

### ***Le rôle des moyens de transport***

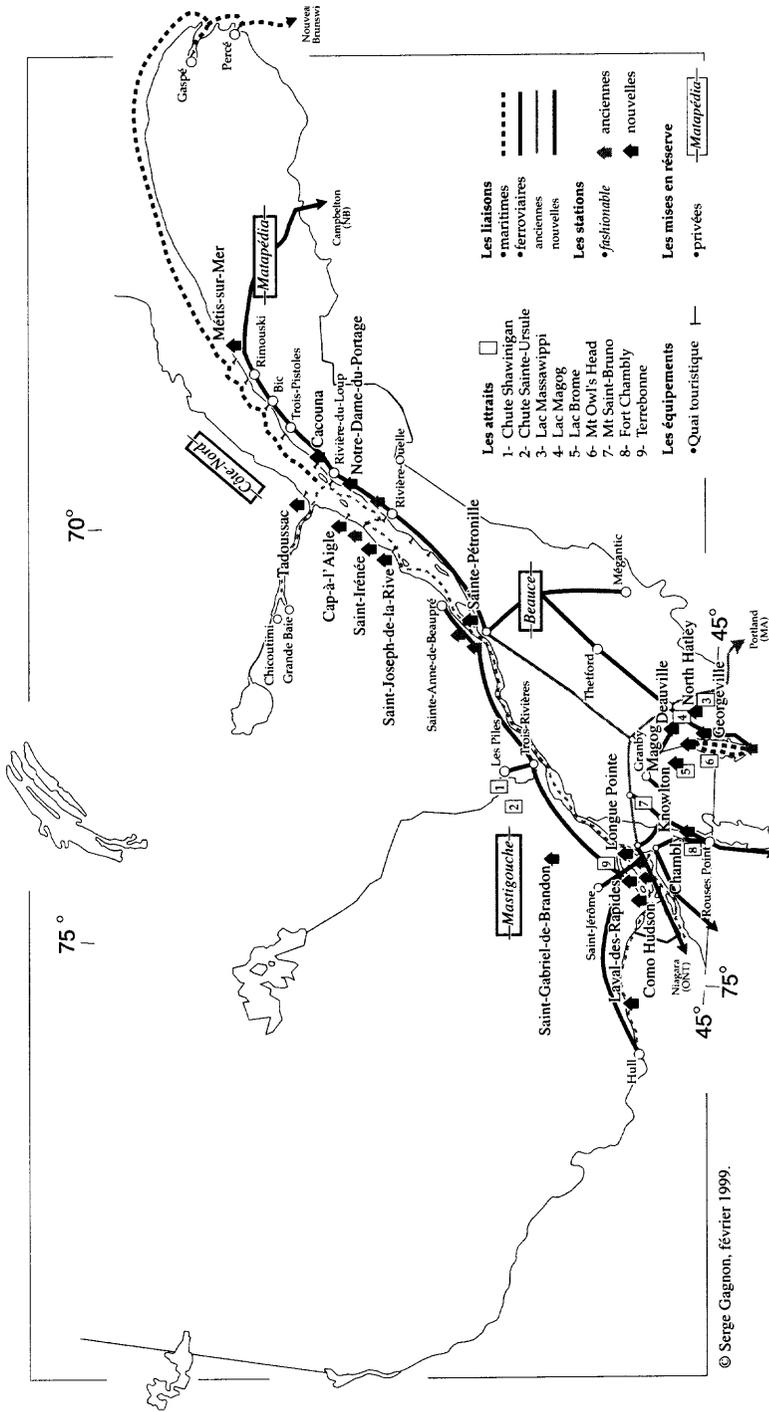
L'initiative de trajectoires d'évasion et la mise en réserve de sites de villégiature ont habituellement précédé le développement de moyens de transport adéquats<sup>133</sup>. D'où la question de leur rôle dans l'émergence des lieux de tourisme et de villégiature. Par exemple, dans Charlevoix, l'absence d'une liaison ferroviaire et routière pourrait avoir été plus voulue que subie<sup>134</sup>. L'isolement relatif de la sous-région de Murray Bay (Pointeau-Pic) aurait participé de la mise en réserve, favorisant ainsi le faire-vouloir auprès d'une clientèle périodiquement oisive. La croisière étant partie intégrante de l'évasion, la réalisation concrète de la trajectoire aurait en quelque sorte constitué le Saint-Laurent lui-même en vacuum, et ce, depuis les Grands Lacs jusqu'à la baie des Ha! Ha!<sup>135</sup>.

Nous comprenons sous un nouveau jour le lancement de bateaux à vapeur sur les lacs. Certains lacs étaient tellement difficiles d'accès qu'il fallait y transporter les embarcations en pièces détachées pour les assembler sur place<sup>136</sup>. Les lacs Memphrémagog, Massawippi, Témiscamingue ont ainsi été desservis à la satisfaction de la bonne société bourgeoise qui pouvait contempler son domaine privé depuis le coeur même du domaine interdit qu'il fallait traverser pour arriver à destination. Quant au transport

132. F. GAGNON-PRATTE et E. ETTER (1993). *Le Château Frontenac*, Éditions Continuité. 133. M. BOYER (1980). « Évolution sociologique du tourisme : continuité du tourisme rare et rupture contemporaine », *Loisir et Société*, vol. 3, n° 1, p. 49-82. 134. S. GAGNON (1996), *op. cit.* ; (1998), *op. cit.*
135. CANADA STEAMSHIP LINE CO. (1945). *The Saguenay Trip*. Montréal, La Patrie Printing ; F. GAGNON (1992). « L'infrastructure touristique appréhendée à travers les guides touristiques et les annuaires : rapport de recherche », dans *Le pays laurentien au XIX<sup>e</sup> siècle, Cahier 1*, Université Laval, Université du Québec à Montréal, Université du Québec à Trois-Rivières, p. 153-178; RICHELIEU & ONTARIO NAVIGATION CO. (1896). *From Niagara to the sea : descriptive of that delightful trip down the river St. Lawrence and up the world famed Saguenay*, Montréal.
136. J.D. BOOTH (1984). *Les Cantons de la Saint-François*, Université McGill, Musée McCord, p. 42; J.-M. SCOTT (1993). « Georgeville : le calme serein d'un petit village », *Continuité*, n° 56, p. 20-23.

**Figure 3.10**

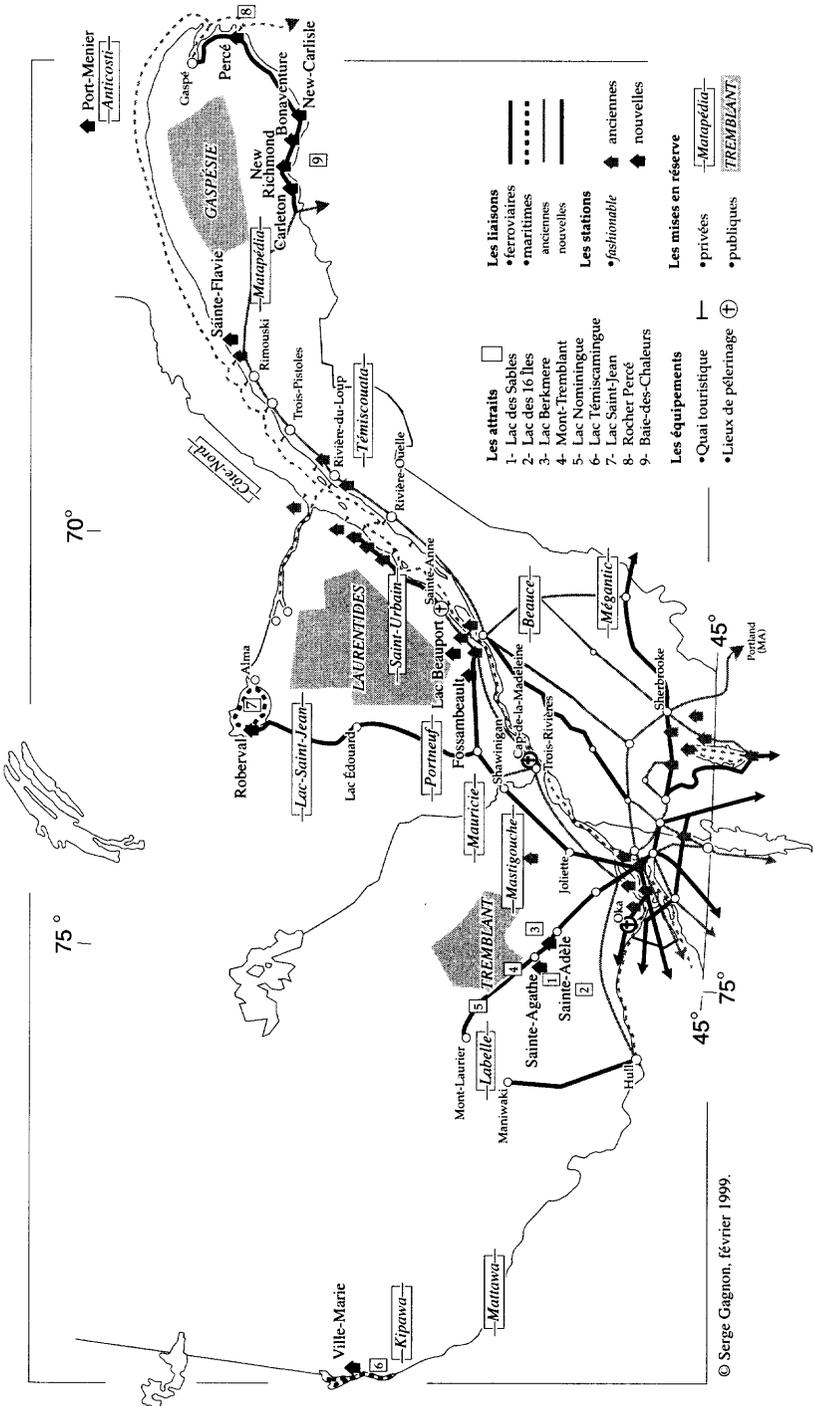
**LE RÈGNE DU TOURISME DE DISTINCTION (MI-XIX<sup>e</sup> → 1880)**



© Serge Gagnon, février 1999.

**Figure 3.11**

**LES DOMAINES DE CHASSE ET DE PÊCHE (FIN XIX<sup>e</sup> → 1920)**



© Serge Gagnon, février 1999.

de marchandises et de denrées agricoles, il fut le moyen de rentabiliser l'opération, bien plus qu'il ne l'a justifiée.

Il ne s'agit pas, évidemment, de nier le fait que le transport fluvial et ferroviaire ait favorisé le développement des villégiatures haut de gamme, ni même que ce développement pouvait permettre de rentabiliser les infrastructures qui se multipliaient. On propose plutôt que, si les moyens de transport ont appuyé le développement du tourisme et de la villégiature, c'est que certaines conditions de possibilité étaient déjà réunies. Au premier chef, parmi ces conditions, une catégorisation de l'espace géographique en domaines qualitativement différenciés et engendrés par des trajectoires ayant pour but la conjonction à des formes saillantes imprégnées de valeurs profondes. En d'autres termes, les stations de villégiature ont créé l'appel d'une desserte infrastructurelle qui, par la suite, a permis de rentabiliser une occupation indéniablement onéreuse.

### *Les clubs de chasse et de pêche*

Si le littoral et la montagne ont agi comme attracteurs, il en a été de même de la grande nature. Dans ce dernier cas, la mimésis à l'oeuvre semble avoir posé le coureur des bois comme une figure emblématique du héros romantique. Contrairement au célèbre Montreal Hunt Club, qui proposait la chasse à courre dans la proche campagne du centre-nord de l'île, ou à la propriété Menier à Anticosti qui, pour sa part, évoque le modèle aristocratique du vaste domaine, les clubs de chasse et de pêche qui sont apparus au début du XIX<sup>e</sup> siècle et se sont multipliés à compter de 1885<sup>137</sup>, auraient davantage répondu de l'attrait pour le genre de vie caractéristique d'un nomadisme sélectif perdu, que pratiquaient jadis certains grands nomades des bois. Les barons de la fourrure, premiers représentants de la bourgeoisie canadienne, n'avaient-ils pas eux-mêmes parcouru des trajectoires euphoriques menant aux confins de l'hinterland ? Les difficultés relatives d'accès, le séjour au coeur de la forêt, loin des commodités de la ville, et le cadre rustique de l'hébergement permettaient de se frotter à une nature sauvage, véritable complément des lieux plus policés de la grande villégiature.

137. C. BOUDREAU, S. COURVILLE et N. SÉGUIN (1997). « Atlas historique du Québec le territoire », Les Archives nationales du Québec/Les Presses de l'Université Laval, p. 45-54; P.-L. MARTIN (1990). *La chasse au Québec*, Montréal, Boréal.

La mise en réserve de ces domaines était évidemment facilitée par l'État qui concédait des superficies aux dépens des terres de la Couronne<sup>138</sup>. Ici également, la catégorisation abstraite de ces domaines s'imposait d'emblée. La mise en réserve ne pouvait toutefois se contenter d'une concession. C'est que la réalisation de l'idéal bourgeois était confrontée à l'exploitation des ressources forestières qui en constituait en quelque sorte le moyen. La bourgeoisie devait par conséquent exoréguler les trajectoires des forestiers de manière à protéger ses propres positions. C'est pourquoi auraient été créés les grands parcs, dont le parc de la Montagne-Tremblante et le parc des Laurentides en 1895, ainsi que le parc de la Gaspésie en 1937<sup>139</sup>. En d'autres termes, les grands parcs réservaient les vacuums et contraignaient les occupations concrètes qui ciblaient les mêmes territoires. C'est ce qui expliquerait la présence très engagée, voire militante, dans les comités de la Commission canadienne de conservation, de représentants de la grande bourgeoisie d'affaires et industrielle<sup>140</sup>. Cette commission fut créée en 1909, à l'image de commissions similaires aux États-Unis.

### ***L'exemple des Laurentides***

Préfigurant le rôle que l'État va jouer sur la scène de l'espace touristique à partir de la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle, le clergé a déclenché le processus d'investissement de valeurs dans l'espace dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Il s'agit des valeurs « mythologiques » de la colonisation de l'arrière-pays<sup>141</sup>, prêchées par le curé Antoine Labelle dans la région des Laurentides. Celui-ci fera appel à l'esprit « missionnaire » de ses colons, ainsi qu'à l'attrait du milieu naturel, pour susciter des déplacements vers les Laurentides<sup>142</sup>. La fascination du dépaysement, dans la foulée de l'époque « romantique », va motiver plusieurs départs en direction de ces marges septentrionales<sup>143</sup>.

138. P.-L. MARTIN (1990), *op. cit.* ; QUÉBEC (1914). *The fish and game clubs of the province of Quebec*, Ministère de la Colonisation, des Mines et des Pêches.

139. M.-C. GUÉRETTE et P. HÉTU (1995). « Le tour du bout du monde : un siècle de tourisme en Gaspésie », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 8-11 ; A.B. LEMAY, P. DUPUY, B. DUBÉ et J. FOREST (1995). « Le parc du Mont-Tremblant : 100 ans de nature ! », *Téoros*, vol. 14, n° 1, p. 3-7.

140. M.F. GIRARD (1994). *L'écologisme retrouvé. Essor et déclin de la Commission de conservation au Canada*, Presses de l'Université d'Ottawa.

141. C. MORISSONNEAU (1978). *La Terre promise : Le mythe du Nord québécois*, Montréal, Cahiers du Québec/Hurtubise-HMH.

142. G. DUSSAULT (1983), *op. cit.*

143. S. LAURIN (1989). *Histoire des Laurentides (Coil.: Les région du Québec, n° 3)*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture.

Le goût démesuré de l'aventure, celle-ci dût-elle échouer en milieu hostile, n'était pas sans liens avec la mythologie du « coureur des bois » ou du « colon défricheur » immortalisé par Arthur Buies en 1891. À cette époque, les valeurs identitaires évoquaient la bravoure et le courage. N'est-ce pas là le signe d'un modèle à imiter ? Peut-on formuler l'hypothèse que le citoyen, qui venait pratiquer l'activité touristique dans l'espace de la colonisation intérieure, réalisa une trajectoire endorégulée et motivée par une quête identitaire ? Le territoire des Laurentides constitua des lieux, des positions terminatives où les différents acteurs en présence (bourgeoisie, clergé, notables, colons, État, etc.) se rencontraient pour inventer un lien social inédit.

Les Laurentides ont constitué, tout comme Charlevoix, « un pôle majeur de définition figurative du Canada où le territoire se travestit volontiers, pour les besoins de la cause, en un emblème national signifiant que l'on doit, somme toute, porter haut<sup>144</sup> ». L'histoire des Laurentides au cours du XX<sup>e</sup> siècle a porté un modèle de mise en valeur.

### ***Le tourisme itinérant: le naturaliste, l'artiste et l'anthropologue***

Les hauts lieux de la villégiature de la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle et du premier tiers du XX<sup>e</sup> ont servi d'ancrage à un tourisme de type excursionniste. Cette activité se propageait dans la proche campagne tout en empiétant sur les cantons agroforestiers. Il s'agissait de trajectoires courtes, bouclées, qui ne nécessitaient pas d'appropriation, encore moins d'occupation.

L'objet de ce tourisme est rural, il est la ruralité même, au sens où il n'y a pas nécessité d'une « urbanisation » des positions. Il y eut lieu de s'inquiéter, à cette occasion, de la disparition des traditions, de la dilapidation de patrimoines architecturaux et ethnologiques<sup>145</sup>. La réponse à ces inquiétudes a notamment consisté à dresser des inventaires architecturaux et à multiplier les enquêtes ethnologiques et folkloriques. C'est ainsi qu'au cours des premières décennies du siècle les Percy E. Nobbs, Ramzay Traquair, Edmond Z. Massicotte, Marius Barbeau, Jean-Marie Gauvreau, Jean Palardy et Gérard Morisset, comme de nombreux autres, ont parcouru les campagnes du Canada français et contribué à en faire

144. P. DUBÉ (1995). « La villégiature dans Charlevoix : une tradition séculaire, un patrimoine toujours vivant », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 4-7 (p. 7). 145. P.-L. MARTIN (1990). *La chasse au Québec*, Montréal, Boréal.

connaître l'architecture, la culture matérielle du quotidien et les traditions<sup>146</sup>. Un courant architectural, néoquébécois avant la lettre, a témoigné de cet intérêt pour les formes du passé et a distingué certains hauts lieux du tourisme et de la villégiature<sup>147</sup>. On est même allé jusqu'à inciter hôteliers et aubergistes à renouer avec la tradition, notamment en matière de mobilier et de gastronomie<sup>148</sup>. Aucun aménagement particulier n'était toutefois réalisé, sauf l'amélioration lente et graduelle du réseau routier à compter de 1920<sup>149</sup>.

Cette consécration des attributs d'une ruralité, dont le pittoresque est reconnu depuis le dernier quart du XIX<sup>e</sup> siècle, relève d'une recherche identitaire<sup>150</sup>. Mais elle a également répondu d'une représentation destinée à l'« étranger », en l'occurrence le voyageur *canadian ou américain*<sup>151</sup>. En ce sens, les initiatives promotionnelles de l'État, qui ont pris le relais des démarches d'inventaires architecturaux et ethnohistoriques, ont renforcé l'exorégulation de la mobilité des populations hôtes<sup>152</sup>. On vantait les mérites du terroir pour favoriser la fixation des populations ou pour orienter les trajectoires de ceux qui étaient tentés par l'aventure de l'industrie manufacturière locale ou dans les concentrations industrielles de la Nouvelle-Angleterre. Cette exorégulation des mobilités des populations rurales au profit des campagnes de l'aire seigneuriale et des territoires de colonisation remonte au milieu du siècle dernier<sup>153</sup>. Elle prend

146. B. GENEST (1987). *L'ethnologie au Québec*, Ministère des Affaires culturelles ; F. VANLAETHEM (1995). « Modernité et régionalisme dans l'architecture au Québec : du nationalisme canadien de Percy E. Nobbs au nationalisme canadien-français des années 1940 », dans L. NOPPEN (dir.). *Architecture, forme urbaine et identité collective*, Septentrion, p. 157-177.
147. G. BEAUDET (1996). « Un bref regard sur l'architecture de la villégiature et du tourisme », *Téoros*, vol. 15, n° 1, p. 39-42; P. DUBÉ (1986), *op. cit.* 148. P.-L. MARTIN (1990), *op. cit.*
149. R. PRÉVOST (1995). « 1900-1929: affirmation du Québec comme destination touristique », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 15-19; H.P. GARCEAU (1990). *Chronique de l'hospitalité hôtelière du Québec de 1880 à 1940: les pionniers*, Les Publications du Québec et Le Méridien. 150. G.M. GRANT (1991). *Le Québec pittoresque*, HMH, Cahiers du Québec/Album. 151. Lucie K. MORISSET aborde ces deux dimensions de l'émergence du paysage de la villégiature au Québec dans le prochain chapitre.
152. La crise des années 1930 favorisa d'ailleurs l'idéologie agriculturiste, puisque le retour à la terre constituait, pour plusieurs familles des faubourgs industriels, l'unique planche de salut. On assistait alors à une ultime poussée de colonisation périphérique (le nord du Témiscamingue et l'Abitibi, le Témiscouata) et à une colonisation intérieure de terres jusqu'alors ignorées en raison de leur piètre qualité (Saint-Amable, Lanoraie, Lemieux, etc.).
153. R. OUELLET, A. BEAULIEU et M. TREMBLAY (1997). « Identité québécoise, permanence et évolution », dans L. TURGEON, J. LÉTOURNEAU et K. FALL. *Les espaces de l'identité*, Québec, Presses de l'Université Laval, p. 62-98.

toutefois un visage nouveau avec la mise en tourisme des terroirs du Québec. Ce faisant, on a transformé en produit touristique un genre de vie et en figurants ses acteurs<sup>154</sup>. On a ainsi défini, en cette période charnière de l'histoire québécoise récente, le matériau du façonnement de l'image distinctive d'un Québec profond, laquelle allait perdurer jusqu'en seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle.

Exemple remarquable de cette mise en scène : l'île d'Orléans. Ce berceau de la campagne laurentienne était déjà, au milieu des années 1930, une forme saillante investie de valeurs profondes<sup>155</sup>. Elle constitue d'ailleurs le massif terminatif du gradient urbain de Québec, Sainte-Pétronille ayant constitué, dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, une villégiature courue<sup>156</sup>. Or, la construction d'un pont reliant l'île à la côte de Beaupré, en 1935, menaçait l'intégrité du lieu, notamment en raison de l'arrivée de l'automobile et de son cortège d'équipements associés. Il n'en fallut pas davantage pour qu'une loi soit adoptée en vue de protéger l'île. Le Conseil du tourisme avait la responsabilité de son application, et non la Commission des monuments historiques<sup>157</sup>. Le fait n'est pas anodin.

### 3.5. LE TOURISME ET LA VILLÉGIATURE POPULAIRES: 1930-1980

Les années 1920 ont marqué les timides débuts d'un tourisme et d'une villégiature moins exclusifs. On était encore loin du déferlement des masses qui envahiraient les différentes régions du Québec à compter des années 1960-1970. La mise en tourisme n'est toutefois déjà plus limitée à quelques enclaves réservées aux mieux nantis.

Le tour de la Gaspésie, rendu possible depuis la première mise en service du « boulevard Perron » en 1929 (aujourd'hui la route 132), a en quelque sorte accordé une extension à la liberté de mouvement<sup>158</sup>. Si l'on excepte Montréal et Québec, dont on vantait depuis longtemps les mérites

154. QUÉBEC (1930). *Une belle maison dans une belle province*, Québec, Office du tourisme et de la publicité.

155. M. LESSARD (1998). *L'Île d'Orléans : aux sources du peuple québécois et de l'Amérique française*, Montréal, Les Éditions de l'Homme; M. PICHÉ (dir.). Dossier Île d'Orléans : le goût de l'île, *Continuité*, n° 73, p. 17-51 ; P.-G. ROY (1928). *L'île d'Orléans*, Louis Proulx.

156. G. RITCHOT, G. MERCIER et S. MASCOLO (1994). « L'étalement urbain comme phénomène géographique : l'exemple de Québec », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 38, n° 105, p. 261-300.

157. A. GELLY, L. BRUNELLE-LAVOIE et C. KIRJAN (1995). « La passion du patrimoine », *La Commission des biens culturels du Québec, 1922-1994*, Montréal, Septentrion, p. 172.

158. R. PRÉVOST (1995). « 1900-1929: affirmation du Québec comme destination touristique », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 15-19.

dans des guides touristiques, la péninsule gaspésienne a été la première région du Québec à faire l'objet d'une promotion systématique, d'abord destinée aux anglophones<sup>159</sup>. Dans les Laurentides du nord de Montréal, la mise en service du tronçon Saint-Jérôme-Sainte-Agathe-des-Monts de la ligne du « P'tit Train du Nord », en 1892, a également favorisé la tendance. Le ski y a été le principal vecteur, à compter des années 1905-1910, du développement d'un tourisme d'hiver. Hôtels de toutes dimensions et maisons de pension accueillaient les touristes itinérants ou les visiteurs désirant séjourner quelque temps dans la région<sup>160</sup>.

La villégiature populaire a progressivement envahi les rives des cours et des plans d'eau proches des diverses agglomérations, les lacs les plus modestes des Laurentides ou des Appalaches, certains terroirs ouverts au tournant du XX<sup>e</sup> siècle et rapidement abandonnés par les colons désabusés<sup>161</sup>. La multiplication de modestes chalets, cordés autour de lacs parfois minuscules comme des étangs, ou groupés en terrasses dans la plaine inondable de l'archipel montréalais et d'affluents du Saint-Laurent, témoignait d'une modification radicale des pratiques d'occupation spatiale<sup>162</sup>. Cette diversité des territoires du tourisme et de la villégiature, qui s'est accentuée à compter des années 1950, attesta en fait une transformation en profondeur avec, en filigrane, la publication des premiers rapports sur l'activité de l'après-guerre<sup>163</sup>.

### *Une catégorisation subjective de l'espace*

Les aires de villégiature et les destinations touristiques populaires ne s'inscrivent pas toutes, loin s'en faut, dans le prolongement des précédentes. Pour beaucoup, elles ne répondent plus d'une appropriation politique analogue à celle qui existait au XIX<sup>e</sup> siècle. Certes, les trajectoires

159. J. BÉLANGER, M. DESJARDINS et Y. FRENETTE (1981). *Histoire de la Gaspésie*, Boréal Express/Institut québécois de recherche sur la culture, p. 614; M.-C. GUÉRETTE et P. HETU, *op. cit.*
160. G. BEAUDET (1996). « L'aménagement touristique des Laurentides », *Téoros*, vol. 15, n° 1, p. 8-13 ; H.-P. GARCEAU (1990). *Chronique de l'hospitalité hôtelière du Québec de 1880 à 1940: les pionniers*, Les Publications du Québec et Le Méridien ; S. LAURIN (1989). *Histoire des Laurentides (Colt.: Les régions du Québec, n° 3)*, Québec, Institut québécois de recherche sur la culture.
161. P.-L. MARTIN (1990), *op. cit.* ; J.-P. ST-AMOUR (1979). *La villégiature au Québec : problématique de l'aménagement du territoire*, Hull, Éditions Astico.
162. J. DÉSY (1988). « La villégiature forestière en Sagamie », *Téoros*, vol. 7, n° 2, p. 17-19.
163. H. LAVOIE (1937). *Le tourisme dans le Québec en 1937*, Office du tourisme de la province de Québec, ministère du Commerce et de l'Industrie, Québec ; A. TESSIER (1939). *Rapport sur le tourisme*, Québec.



ont ciblé des sites investis de valeurs. L'État a assumé les mises en réserve de territoires relevant de la catégorisation objective de l'espace géographique, particulièrement en créant de nouveaux parcs, dont ceux de la Gaspésie en 1937 et du Mont-Orford en 1938, ou encore en concédant de nouveaux territoires aux clubs de chasse et de pêche fondés par des membres éminents de la bourgeoisie. L'amélioration du réseau routier a permis de fonder les premiers circuits touristiques (tours du Lac-Saint-Jean, des Laurentides, de la Gaspésie, etc.). Ces circuits incorporent des sites fortement valorisés, dont l'un des plus renommés sera le rocher Percé<sup>164</sup>.

Au début des années 1970, la création des parcs de la Mauricie - un territoire naguère occupé par le Winchester Club<sup>165</sup> - et de Forillon, de même que le classement de l'arrondissement naturel de Percé, perpétuaient le principe de la mise en réserve constitutive de vacuums. D'ailleurs, l'État s'y adonnera littéralement à un vidage, notamment dans le cas de Forillon et de l'île Bonaventure, où on a procédé brutalement en ce sens<sup>166</sup>. Cependant, et de plus en plus, tout se passe comme si l'endorégulation des mobilités était superficielle, plus stimulée et simulée que véritablement assumée. En conséquence, les acteurs de l'évasion ne parviennent plus à surdéterminer les mobilités exorégulées des occupants des espaces visés. Tout au plus semble-t-on capable de se substituer à l'occupant de l'emplacement convoité, sans pouvoir changer les attributs de la position.

Les trajectoires d'évasion auraient de la sorte franchi la discontinuité constitutive de la catégorisation objective, au lieu de la repousser. Les attributs des occupations ainsi engendrées seraient directement confrontés aux qualités intrinsèquement rurales des positions atteintes. La catégorisation d'une bonne partie de l'espace du tourisme et de la villégiature serait dorénavant subjective, dans la mesure où elle ne relèverait

164. QUÉBEC (1924-1929). Bulletin officiel du ministère de la Voirie, ministère de la Voirie, Québec ; QUÉBEC (1926). « Voyez Québec d'abord, see Québec first », ministère de la Voirie, Québec ; QUÉBEC (1927). « The French-Canadian Province : a harmony of beauty, history and progress », ministère de la Voirie, Bureau provincial du tourisme, Québec ; QUÉBEC (1929). « Sur les routes de Québec : guide du touriste », ministère de la Voirie et des Mines, Bureau provincial du tourisme, Québec ; QUÉBEC (1931). « The old world at your door : the French-Canadian Province of Quebec », ministère de la Voirie, Bureau provincial du tourisme, Québec ; QUÉBEC (1934-36). Bulletin officiel du tourisme, Office provincial du tourisme, ministère de la Voirie, Québec ; QUÉBEC AUTOMOBILE CLUB (1934). *Guide de route du club automobile de Québec*, Québec, J.-E. Renaud.

165. P.-L. MARTIN (1990), *op. cit.*

166. J. BÉLANGER, M. DESJARDINS et Y. FRENETTE (1981), *op. cit.*, p.721-722.

plus de la structure positionnelle mais serait dépendante des seules occupations concrètes.

Au début du XX<sup>e</sup> siècle, les aires du tourisme et de la villégiature ont reconduit à leur manière la multiplication d'aménagements civiques somptuaires dans les faubourgs-paroisses, au demeurant déployés en positions rurales<sup>167</sup>. Ces étendues ont présagé le syndrome de l'étalement urbain de l'après-guerre, à savoir un parachutage d'occupations à visage urbain, mais en milieu rural qui reste rural<sup>168</sup>. À compter de la fin des années 1950, l'accent est mis sur un accès direct, utilitaire et instrumental au territoire et à ses ressources. En effet, l'espace géographique est désormais envisagé comme un substrat isomorphe doté de potentiels divers. Son appropriation et sa mise en valeur répondent exclusivement d'une évaluation et d'une prise en charge des besoins par l'État, d'une exploitation raisonnée de la ressource, d'une production de l'offre au regard de principes d'équité sociale et régionale, de rentabilité économique, de rééquilibrage du développement régional et d'effets d'entraînement<sup>169</sup>.

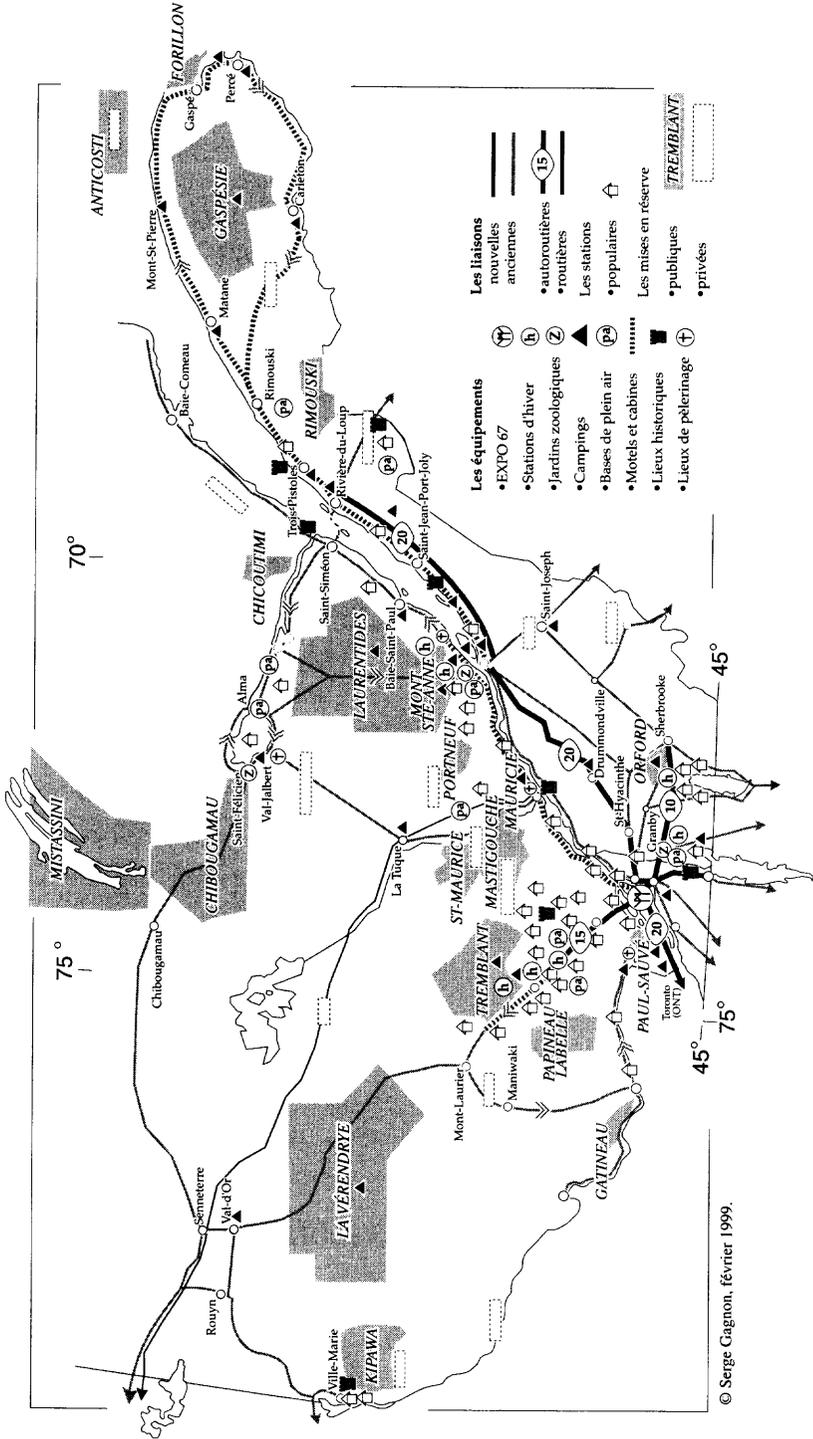
À compter de la fin des années 1960, l'État multiplie les interventions : mise au point d'inventaires et de plans de développement, création de parcs, consolidation du réseau routier aux marges de l'écoumène, ouverture de nombreux territoires publics à la villégiature, concession de nouveaux territoires de chasse et de pêche, abolition des privilèges des plus anciens clubs privés et appui financier à un grand nombre d'initiatives privées<sup>170</sup>. Les plans de développement touristique et les généreux programmes d'investissement des années 1980 ont confirmé ces tendances<sup>171</sup>.

La multiplication en toutes positions des mêmes aménagements et des mêmes équipements contredit de la sorte la structure morphologique

167. G. BEAUDET (1998). «Les disparités en matière d'habitat dans la région de Montréal tendances passées et actuelles », *Urbanité*, vol. 2, n° 4, p. 22-23. 168. G. RITCHOT *et al.*, *op. cit.*
169. J. DEMERS (1983). *Le tourisme en péril: essai sur le développement touristique au Québec*, Nouvelle optique ; (1987). *Le développement touristique : normes et principes*, Les Publications du Québec ; J. PELLETIER (1984). « Le Québec est un grand parc : un domaine à exploiter ou à conserver ? », *Téoros*, vol. 3, n° 2, p. 24-29.
170. R. ALLEN (1995). « Redéfinition du réseau des parcs québécois et vision d'avenir », *Téoros*, vol. 14, n° 1, p. 24-27, CORPORATION DES INGÉNIEURS FORESTIERS DE LA PROVINCE DE QUÉBEC (1974). *Plein air et conservation au Québec*, Québec, Comité des parcs en forêt.
171. J.-M. LUCAS-GIRARDVILLE (1986). « Le développement régional dans les politiques québécoises du tourisme », *Téoros*, vol. 5, n° 1, p. 36-38; G. BEAUDET et C. LAMOTHE (1996). « Du site au territoire : l'aménagement touristique du Québec », *Trames*, n° 11, p. 63-69.

**Figure 3.13**

**LE TOURISME DE MASSE (MI-XX<sup>e</sup> → 1975)**



© Serge Gagnon, février 1999.

profonde. Celle-ci, rappelons-le, ne peut être réduite aux occupations de surface. Le parachutage d'une forme concrète à visage urbain ne transforme pas magiquement une position rurale en position urbaine. Ce constat n'empêche évidemment pas les équipements de répondre aux besoins ni de connaître une popularité ou un succès parfois indéniables. Mais le franchissement dénoté a deux effets majeurs.

D'une part, les grands espaces publics qui trouvent l'écoumène constituent davantage une mise en valeur qu'un investissement de valeurs. Ils ne jouent donc pas vraiment le rôle d'attracteurs. En règle générale, ils ne déclenchent pas de trajectoires déterminant une colocalisation d'acteurs qui convoiteraient ces espaces. D'autre part, le franchissement des discontinuités ne met pas en cause la continuité d'occupations rurales d'emblée contradictoires ou contraignantes. Les conflits ne peuvent être alors évités ou surmontés que grâce à l'intervention de l'État qui adopte, au tournant des années 1970 et 1980, un ensemble de textes législatifs à portée spatiale, dont la Loi sur l'aménagement et l'urbanisme (L.R.Q., c. A-19.1 - 1979), la Loi sur la protection des territoires agricoles (L.R.Q., c. P-41.1 - 1978), la Loi sur la qualité de l'environnement (L.R.Q., c. Q-2 - 1972), la Loi sur les biens culturels (L.R.Q., c. B-4 - 1972) et la Loi sur les parcs (L.R.Q., c. Q-2 - 1977). De plus, la place de l'État en matière de tourisme s'affirme particulièrement au cours de la même période, où l'on assiste au découpage homogène du Québec en dix-huit régions touristiques chapeautées par autant d'associations touristiques régionales<sup>172</sup>.

### 3.6. RETOUR À LA CASE DÉPART: 1980-1998

Nous approchons d'une phase au cours de laquelle l'État abandonne certaines de ses prérogatives : son statut d'acteur de premier plan - l'État est propriétaire de très nombreux sites et équipements - et son rôle d'arbitre. Ce dessaisissement rend compte, au fond, des faiblesses de la catégorisation subjective (occupationnelle) au regard de la catégorisation structurale (positionnelle), telle que nous l'avons analysée à la section précédente.

En effet, les menaces qui ont pesé sur le site de Val-Jalbert, convoité par un producteur hydroélectrique, ou sur le domaine Joly-de-Lotbinière à la Pointe-du-Platon, délaissé par son propriétaire (en

172. L. VINCENT et N. BRISSETTE (1986). « Le développement et l'aménagement touristiques », *Téoros*, vol. 5, n° 1, p. 33-35.

l'occurrence l'État), les perturbations que fait peser sur les paysages du Val-Saint-François l'interconnexion Hertel-Saint-Césaire imposée par Hydro-Québec, la construction d'une centrale dans le parc des chutes de la Chaudière, le risque d'une exploitation trivialement économique de petites et moyennes rivières fréquentées par des amateurs de plein air, le sort incertain de l'agrotourisme, du cyclotourisme et d'itinéraires champêtres partout où s'accroissent les transformations profondes de l'agriculture - en particulier avec les méga-porcheries -, de même que l'abandon de plusieurs équipements qui, à l'instar du parc des Voltigeurs à Drummondville, étaient de qualité : voilà autant d'exemples d'un problème qui déborde les conséquences du seul désengagement de l'État.

La mise en tourisme de lieux industriels et reconnus d'intérêt patrimonial illustre également le fait que le désengagement de l'État n'explique pas tout<sup>173</sup>. La plupart des grandes installations des première et deuxième révolutions industrielles, de même que des infrastructures qui les accompagnent, se déploient en positions rurales. Leur mise en valeur à des fins touristiques pose régulièrement le problème d'aménagements concrets qui contredisent les qualités de la position. Si le recyclage du Vieux-Port de Montréal, situé en plein sur le gradient urbain d'échelle métropolitaine, s'est traduit par l'émergence d'un vacuum qui est déjà parvenu à structurer une couronne résidentielle et institutionnelle de qualité<sup>174</sup>, plusieurs autres recyclages de sites industriels sont rendus difficiles, s'ils ne sont pas bloqués, sous la contrainte de voisinages présentant des attributs peu compatibles avec une mise en valeur urbaine.

Le canal de Lachine constitue vraisemblablement l'exemple le plus manifeste de la difficulté qu'il y a à s'inscrire en contradiction avec les attributs de la position. Dans le même ordre de faits, le succès très relatif de Tourisme Hochelaga-Maisonneuve pourrait être attribué à des contraintes positionnelles qui atténuent le potentiel que représente la relative proximité du centre-ville et la présence de certains équipements indéniablement prestigieux (Jardin botanique, Biodôme, Château Dufresne, etc.). Dans les faits, la qualité des équipements implantés depuis plusieurs années et consolidés à grands frais ne parvient pas à freiner le déclin du

173. Jacques LECOURS, dans le prochain chapitre, propose un examen critique de la mise en tourisme des lieux de l'industrie. Le problème y est posé en fonction de l'authenticité du regard porté sur un héritage industriel caractérisé par ses dimensions territoriales.

174. G. BEAUDET (1997). « Domaines « vides » et structuration morphologique de l'agglomération montréalaise », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 41, n° 112, p. 7-29.

quartier, pas plus qu'à y supporter une fréquentation touristique véritablement significative. On reconnaît la problématique de la mise en valeur patrimoniale, qui dépend aussi des positions relatives à l'échelle de l'agglomération : la valorisation réussit habituellement à peu de frais en position urbaine, tandis que, même subventionnée, elle a plutôt tendance à rater en position rurale<sup>175</sup>.

L'évolution récente du paysage touristique résulterait donc, pour partie, des manifestations tangibles de conflits entre des utilisations contradictoires de territoires de plus en plus étendus. Ces contradictions gagneraient évidemment en acuité au fur et à mesure de l'abdication de l'État, qui laisse libre cours aux mécanismes d'occupation en entérinant, par exemple, le droit de produire des agriculteurs ou qui se retire lui-même du décor par la voie de partenariats et de privatisations. Le désengagement de l'État, sous toutes ses formes, ne serait toutefois pas la cause de cette contradiction qui se fait voir à la surface des choses. Il agirait plutôt comme révélateur d'une contradiction plus fondamentale et qui est inscrite dans la morphologie abstraite sous-jacente. Faute d'avoir composé avec la catégorisation objective héritée du XIX<sup>e</sup> siècle, la mise en tourisme du territoire québécois, parfois débridée, aurait produit une catégorisation subjective et relevant des seules occupations concrètes. Dès lors, il suffit que les positions ne conviennent pas pour que les occupations se dégradent.

Tant que les colocalisations occupationnelles et utilitaires des ressources du territoire restaient dans les limites du tolérable et que l'État assumait la gestion des conflits et des crises, on pouvait continuer d'espérer qu'avec un peu plus d'investissements, de meilleures infrastructures, plus de publicité et une bonne dose de concertation entre les acteurs on parviendrait au développement d'un tourisme durable. Les dernières années en auront toutefois fait déchanter plus d'un<sup>176</sup>.

Entre-temps, plusieurs des enclaves héritées du siècle dernier résistent. Certes, les clientèles sont moins sélectes, les grandes villas ont souvent été transformées en auberges et des aménagements résidentiels ou

175. G. BEAUDET (1996). « L'aménagement touristique des Laurentides », *Téoros*, vol. 15, n° 1, p. 8-13.

176. A. DÉSIRONT (1998). « Du tourisme de broche à foin », *L'actualité*, 1<sup>e</sup> mai, p. 54-62; N. ZINGER (1995). « Espaces protégés au Québec - une ressource menacée », *Téoros*, vol. 14, n° 1, p. 28-30; P. MARTIN *et al.* (1988). « Les pourvoiries du Québec », *Téoros*, vol. 7, n° 2, p. 38-40.

commerciaux d'un goût parfois douteux ont été tolérés. Il n'en demeure pas moins que la pérennité de la plupart de ces hauts lieux d'un tourisme distinctif est grande. On assiste même, depuis quelques années, à la renaissance de certains d'entre eux. La station Mont-Tremblant en constitue l'exemple le plus spectaculaire au Québec<sup>177</sup>. L'investissement de quelque 140 millions de dollars au Manoir Richelieu et la construction de l'auberge Sacacomí<sup>178</sup> à la porte de la réserve Mastigouche constituent d'autres exemples d'un ressaisissement des positions prestigieuses du siècle dernier. Une certaine forme de privatisation semble par ailleurs se dessiner dans les territoires de chasse et de pêche, l'État entendant conférer certains privilèges additionnels aux pourvoyeurs qui investiraient pour améliorer la ressource, et ce, au détriment des usagers du domaine public aménagé en ZEC<sup>179</sup>. Le Québec cassé en deux risque fort de retrouver droit de cité à cet égard également, moins de trente ans après de grands efforts de socialisation.

Un tourisme sélectif transnational, porté par des trajectoires longues, vise par ailleurs certains territoires qui ont toutes les apparences de vacuums. L'engouement de fraîche date pour le Nunavik en est un exemple<sup>180</sup>. Si les grandes étendues et la nature sauvage ont toujours la cote, il est intéressant de noter que l'investissement de valeurs se réclame de l'hygiénisme personnel et du développement durable, ce qui n'aurait certes pas confondu les membres de la bourgeoisie du siècle dernier.

Quant à la quête du paysage et aux requêtes de conservation qu'elle suscite, elle traduit, sur un mode patrimonial élargi, une réaffirmation de l'investissement de valeurs profondes en certaines positions<sup>181</sup>. On parviendrait ainsi à réactualiser la mise en réserve du vacuum. Québec et l'île d'Orléans, la vallée du Saint-Laurent en aval de l'embouchure du Richelieu, Charlevoix - à la fois réserve de la biosphère et région d'inscription du parc marin du Saguenay -, de même que les Cantons-de-l'Est, en sont les principaux territoires d'expression. Encore une fois, le

177. M. TURENNE (1997). « Mont-Tremblant : le gros train du Nord », *L'actualité*, s.d., p. 26-28.

178. S. GIRONNAY (1998). « Mon château au Canada », *L'actualité*, 1<sup>er</sup> octobre, p. 76-77.

179. P. MARTIN *et al.* (1988). « Les pourvoiries du Québec », *Téoros*, vol. 7, n° 2, p. 38-40; G. FRANCŒUR (1998). « Une ZEC en péril : un projet d'agrandissement d'une pourvoirie suscite la controverse dans la région de Lanaudière », *Le Devoir*, 4 septembre 98, p. A1 et A-12.

180. C. GIROUARD (1998). « Le tourisme au Nunavik », *Téoros*, vol. 17, n° 2, p. 26-27.

181. M. LANCTÔT et D. DANSEREAU (1998). « Petite montagne, grand patrimoine : quand la nature résiste », *Continuité*, n° 78, p. 44-46.

XIX<sup>e</sup> siècle n'est pas très loin. Le « développement durable » serait la condition de possibilité d'une mise en réserve renouvelée de certains territoires, plutôt qu'une panacée valable pour l'ensemble des mises en valeur touristiques. Il ne s'agit évidemment pas de nier le fait que sont actuellement repensés l'aménagement du territoire et l'exploitation des ressources au regard d'une volonté de ne pas compromettre le futur. Les projets de « forêts habitées » constituent un exemple de l'application des préceptes du développement durable<sup>182</sup>. Mais on traduit moins, en cette circonstance, l'affirmation d'un investissement de valeurs profondes qu'une volonté d'harmoniser les activités et les occupations.

#### 4. CONCLUSION

Notre analyse des formes spatiales du tourisme et de la villégiature au Québec, telle que nous venons de l'effectuer, traverse trois niveaux repérés en géographie structurale et qui permettent de repenser leur définition en fonction : 1. de l'« attractivité » des positions ; 2. de la mobilité et de la compétence politique des acteurs ; 3. de la catégorisation spatiale.

##### 4.1. L'ATTRACTIVITÉ DES POSITIONS

Concernant l'attractivité des positions sélectionnées en vue d'occupations touristiques et de villégiature, nous avons montré comment des lieux sont investis de valeurs culturelles et comment celles-ci sont d'abord véhiculées par la gent artistique (écrivains, peintres, poètes, etc.) avant d'être assumées par les « consommateurs ». Cette procédure d'innovation, qui investit des valeurs en certaines positions d'un espace géographique donné, permet de comprendre comment ces positions privilégiées acquièrent une polarisation attractive pour des acteurs individuels ou collectifs qui dès lors désirent s'y joindre. Dans cette optique, nous avons explicité en plus les *processus* qui sont à l'origine de l'engendrement des sites du tourisme et de la villégiature. Ceux-ci deviennent attractifs non seulement en vertu des valeurs investies, mais aussi pour avoir été soumis à des modalités de gestion des interdits spatiaux. Il est donc pertinent de porter une attention particulière aux conditions des levées partielles de ces interdits. Car un lieu totalement inaccessible est inconnaissable et un lieu complètement permis n'a pas de véritables frontières.

182. G.-H. GERMAIN (1998). « Une forêt pour les vivants », *Géographica*, vol. 2, n° 6, p. 4-11.

#### ***4.2. LA MOBILITÉ ET LA COMPÉTENCE DES ACTEURS***

Concernant la mobilité et la compétence des acteurs touristiques, nous avons montré comment les sites attractifs et investis de valeurs sont pris en charge par certains acteurs sociaux qui, d'emblée, rivalisent entre eux pour leur appropriation. Ces acteurs mobilisent le potentiel d'attractivité des sites et contrôlent, d'une part, l'information à leur sujet par l'entremise des instruments du « faire-valoir » - les guides touristiques, la publicité, etc. - et, d'autre part, leur accessibilité par l'entremise des instruments du « faire-pouvoir » - les moyens de transport.

#### ***4.3. LA CATÉGORISATION DES AIRES DU TOURISME ET DE LA VILLÉGIATURE***

Concernant le problème de la mobilisation du potentiel attractif des sites, la méthodologie proposée permet de ramener la diversité empirique, relativement aux déplacements et aux événements touristiques, à une unité d'organisation sous-jacente. Pour mieux ordonner et conceptualiser le foisonnement d'acteurs et d'actions, il a été nécessaire de rapporter cette phénoménologie à une catégorisation des aires du tourisme et de la villégiature.

À propos de cette catégorisation, nous avons montré comment l'appropriation (par les acteurs) du potentiel attractif des sites touristiques s'actualise dans l'espace et structure celui-ci selon des aires ayant des qualités spécifiques « urbaines » et « rurales ». Il a été pertinent à cette fin de reconstituer la façon dont les types d'appropriation engendrent des rapports de positions spatiales qui structurent les différentes aires touristiques. Ces aires composent ainsi un espace hétérogène qui est contraignant, par la suite, à l'égard de la valorisation et de l'occupation des positions.

Le modèle reconstitue la façon dont des gradients distincts et des polarités différenciées segmentent l'espace en domaines qualitatifs. La catégorisation qui en procède organise l'espace en une série de couches spatiales correspondant à une hiérarchie de niveaux allant du plus profond (anthropologique) au plus superficiel (économique), en passant par un niveau intermédiaire (géopolitique).

La diversité empirique des positions du tourisme et de la villégiature au Québec s'explique à la fois par une catégorisation spatiale objective qui contraint les occupations et les aménagements, d'une part, et par

une catégorisation de surface, qualifiable de subjective et qui confronte les attributs intrinsèques des positions, d'autre part. Si la catégorisation objective résiste à l'écoulement du temps et aux vagues successives d'aménagement du territoire, la catégorisation subjective est mise à mal et décourage ainsi les acteurs, y compris l'État qui alors se désengage. En effet, dans la mesure où de multiples interventions souscrivent à une négation de la structure des positions objectives de l'espace touristique, nous accumulons des résultats aléatoires, voire chaotiques. Dans cet éclairage, ce n'est pas le désengagement de l'État qui explique la morosité. C'est plutôt une morosité attribuable à la négation de la structure qui explique ce désengagement.

Certes, des établissements autrefois prestigieux ont perdu de l'éclat. D'autres ont été délaissés. Pensons à la station d'eaux Caledonia Springs, abandonnée depuis un siècle. Il s'agirait, dans ce cas, d'un désinvestissement de valeurs qui conduit à repousser les trajectoires de mobilité vers d'autres positions. En revanche, la déqualification de nombreux sites et d'équipements disséminés en positions rurales serait à porter au compte de la difficulté de surdéterminer l'exorégulation des trajectoires dans cette partie de l'écoumène et, partant, de maintenir à distance les occupations et les activités contradictoires. Le désengagement de l'État équivaut ici à la disparition d'une condition de possibilité de l'occupation touristique ou de villégiature dont il semble bien difficile de faire l'économie.



# **L'émergence des lieux du tourisme et de la villégiature**

## **A. PERMANENCE PAYSAGÈRE ET CONSOMMATION TOURISTIQUE le cas du Vieux-Québec**

*Martine Geronimi  
CÉLAT  
Département de géographie  
Université Laval*



La ville patrimoniale du touriste n'est pas celle de l'historien, ni celle du géographe. Elle est plutôt cette ville rêvée, construite essentiellement au gré des conceptions élaborées avant le départ. Au XIX<sup>e</sup> siècle, cette préconception se formait grâce à la lecture des relations de voyages fort nombreuses et des guides touristiques illustrés de gravures et d'aquarelles. Une fois sur place, en ce temps comme aujourd'hui, la ville était recomposée par le prisme du regard et, de retour chez soi, après « consommation », elle était racontée et remémorée en fonction des souvenirs et des représentations rapportés.

Le présent article propose une vision de la ville patrimoniale, en l'occurrence Québec, appréhendée comme un objet de culture universelle moderne. Le guide touristique se révèle un puissant outil de production de l'espace touristique. En effet, les rédacteurs de guides, ces « faiseurs d'images » du XIX<sup>e</sup> siècle, sont à l'origine de la création d'un paysage à consommer, espace construit, la plupart du temps, à partir de l'imaginaire collectif du romantisme anglais. Cette vision s'appuie sur l'examen d'une cinquantaine de guides portant sur Québec, de 1829 à 1932. Elle s'articule autour d'une typologie comportant trois styles de guides destinés à trois genres de touristes et mettant en évidence trois espaces touristiques. Le Vieux-Québec est un excellent exemple de la double valorisation patrimoniale et touristique.

Cet article montre qu'il y a une permanence dans la production des paysages de la ville en vue de les offrir à la consommation touristique. Cette production, dont l'initiative appartient aux « faiseurs d'images », est par ailleurs révélatrice de l'élaboration et du changement des formes urbaines.

## **1. LES GUIDES ROMANTIQUES: LES ANNÉES 1830 À 1860**

L'intention n'est pas de traiter l'ensemble des guides retrouvés de cette période pionnière, mais de s'intéresser en priorité aux tout premiers, ceux de la période 1829-1835. Il faut maintenant porter son attention sur un guide qu'on pourrait qualifier d'archétype des cicérones du XIX<sup>e</sup> siècle, le guide de G. Boume et de J. Smillie, dont la première version fut publiée en 1829 à Québec. Si l'oeuvre de Smillie est connue des historiens de l'art, et en particulier les 17 gravures de Québec qu'il fit pour ce guide, Boume reste pour la plupart d'entre nous un inconnu. Longtemps éclipsé par le guide de Cockburn, celui de Boume et Smillie fut en réalité édité

trois années de suite à Québec, New York et Trois-Rivières, à plus de 1500 exemplaires dès la première édition, ce qui en fait une source précieuse pour l'étude des guides romantiques.

### **1.1. LE CODE PITTORESQUE ANGLAIS ET L'ESPACE DE LA VILLE**

Le guide de Bourre et Smillie exprime le code pittoresque anglais en vigueur depuis les voyages de Gilpin au XVIII<sup>e</sup> siècle. Dès la première phrase on retrouve le vocabulaire cher aux romantiques avec l'emploi de l'adjectif *pittoresque*. La beauté et la sauvagerie des lieux sont relevées à maintes reprises dans le texte et le sentiment intime éclate avec force détails. Les descriptions sont méticuleuses et l'auteur s'adresse personnellement aux lecteurs dont il gratifie le nom d'une lettre majuscule (*Travellers*). L'anecdote historique est toujours présente, comme elle l'était par le passé chez les cicérones vivants. Le style est directif et le visiteur est conduit le long d'un itinéraire qui lui fait perdre le moins de temps possible, tout en lui permettant d'admirer les monuments principaux et les différents coups d'oeil en vogue à l'époque.

L'espace de la ville est appréhendé de plusieurs manières. Outre l'itinéraire, on trouve les 17 gravures de Smillie, dont plusieurs sont commentées minutieusement. Ainsi, dès l'introduction, trois figures classiques de la ville au XIX<sup>e</sup> siècle sont mises en évidence : l'incontournable monument à Wolfe et Montcalm, le point de vue général depuis la Pointe-Lévis avec la silhouette complète de la ville et, enfin, le Quebec Driving Club, portant le regard du visiteur sur un spectacle typique de la vie locale. L'itinéraire s'achève avec le fameux panorama indispensable à tous les voyageurs depuis l'existence des guides. Après le panorama, Boume propose des excursions aux Américains de passage. Alors que Cockburn dépeint la ville en la comparant avec les autres villes des Canadas (réunion des deux Canadas en 1840), Boume la décrit comme la ville la plus intéressante du continent nord-américain. Toutefois, tous deux s'accordent à l'évoquer de façon élogieuse. L'intérêt de Cockburn réside dans ses représentations picturales, tant les sept croquis à la plume du guide que l'ensemble de son oeuvre d'aquarelliste de talent, façonnant certes une version subjective du paysage, mais nous donnant à voir une ville vivante et animée.

Le guide de Bourre est un modèle du genre, car il n'omet pas d'adjoindre au texte un plan de la ville en 1829. Celui-ci est fort judicieux, précisant la physionomie générale de la ville. C'est en quelque sorte l'espace mis en carte. Les guides procéderont dès lors en réductions

successives de la ville mise à plat. L'itinéraire restreint la ville à une succession linéaire de lieux remarquables, le dessin - qu'il soit à la plume, gravé ou à l'aquarelle - limite la ville à son paysage perçu par l'oeil de l'artiste, tandis que le plan projette en la réduisant l'image de la ville sur la carte. La précision de l'ensemble est remarquable, à tel point qu'il nous serait possible de retracer sur un plan actuel l'itinéraire de 1830. L'auteur proposait alors un tour de la Haute-Ville commençant et finissant sur la place du marché, à l'emplacement de l'actuelle place de l'Hôtel de Ville. Le plan individualisait des quartiers hors-les-murs, appelés *suburbs* Saint-Louis, Saint-Jean et Saint-Roch. Même l'église Saint-Roch est signalée et représentée par une gravure de Smillie.

### ***1.2. LE VOYAGEUR-DÉCOUVREUR : L'AMI AMÉRICAIN***

L'étrange beauté médiévale des paysages du Vieux-Québec, le pittoresque des rues étroites et en pente, la vue magnifique sur le Saint-Laurent sont les caractéristiques principales sur lesquelles s'accordent les touristes américains ou européens. Les Américains venaient, depuis 1830, découvrir « l'étrange spectacle d'une ville encore enserrée de murailles et de fossés, *la seule cité fortifiée d'Amérique* ».

Autant dans les guides de Bourne et de Cockburn que plus tard dans ceux de Hawkins, de Hunter et de Russell, le client est un voyageur cultivé de langue anglaise, Américain ou Anglais de passage dans la ville. Le plus souvent un homme solitaire, c'est un romantique qui vient perdre le souffle à contempler la vue du port de Québec qui n'aurait rien à envier à celle de la baie de Naples. Ce premier touriste est attiré par l'histoire et les monuments. C'est un esprit pionnier qui cherche à explorer la lointaine forteresse canadienne. Très souvent, c'est l'ami américain pressé qui veut découvrir tous les trésors de la ville en un temps limité. Amateur de paysages bucoliques, il peut se doubler d'un esprit scientifique qui serait poussé par la curiosité de découvrir cette ville du Nord, réputée pour son passé célèbre et son éclatante nature. C'est, comme le souligne Kenneth Landry (1998), un artiste amateur parti « à la recherche du charme vieillot de l'emplacement historique ».

### ***1.3. LA VILLE HISTORIQUE OÙ IL FAIT BON VIVRE***

Tout l'arsenal des guides de cette période (gravures, textes, plans) concourt à décrire le paysage d'une ville accueillante, chaleureuse, aux charmes du passé; un paysage que l'étranger peut contempler et

consommer en toute sécurité. Mais quel était donc ce paysage qu'on offrait à la contemplation du touriste-explorateur ?

En 1831, la ville est devenue une place forte. Tandis qu'à Montréal on avait déjà détruit les fortifications pour permettre à la ville de se développer, le gouvernement anglais a décidé d'imposer sa marque sur Québec en érigeant le système défensif complet et en construisant de nouveaux édifices publics dans le style palladien déjà en vogue dans la métropole anglaise. Le touriste américain découvre une ville éclairée par les lampadaires à huile dès 1843 et l'éclairage au gaz à compter de 1849.

En 1857, l'intérêt pour la Citadelle n'a pas diminué; celle-ci est décrite comme « one of the most interesting objects to visitors ». Par leur monumentalisme spectaculaire, les murs de Québec deviennent rapidement le lieu privilégié des touristes qui découvrent la ville. La terrasse Durham prend le relais comme première station de choix pour la qualité de son panorama. La place d'Armes et l'Esplanade, entre la rue D'Auteuil et les Remparts, sont également dignes d'une visite.

Il faut admettre que le paysage de la ville est loin d'être statique. À peine le palladianisme installé, c'est au tour du néoclassicisme de le remplacer, avec, en 1823, la porte du Palais, en 1824, la chapelle de la Trinité et, en 1827, l'obélisque du Jardin des gouverneurs à la mémoire des héros Wolfe et Montcalm. En réalité, un certain éclectisme prend place dans le paysage construit du Vieux-Québec, car les maisons particulières suivent les tendances de la mode à leur tour et se transforment au gré des styles. Cependant, malgré les impératifs stylistiques, les architectes sont bien souvent contraints d'adapter leurs plans aux conditions québécoises, non seulement à cause des rigueurs climatiques, mais aussi en fonction des habitudes locales de construction, des matériaux disponibles et même de la main-d'oeuvre. Le style néoclassique inspire les restaurations de villas, dont Spencer Wood, qui acquiert les caractéristiques d'une villa anglaise avec colonnade en façade.

## **2. LES GUIDES DE L'ÈRE INDUSTRIELLE LES ANNÉES 1870 À 1890**

La deuxième étape, de 1870 à 1890, correspond à un monde en pleine mutation économique, sociale et politique. La ville de Québec n'échappe pas aux transformations urbaines et architecturales. Deux événements vont marquer la ville : la naissance de la Confédération en 1867 et le

départ de la garnison britannique en 1871. Québec retrouve ainsi son rôle de capitale, mais cède à Montréal la fonction de métropole économique. À Québec, le commerce du bois s'éteint, entraînant à sa suite les chantiers maritimes, tandis que Montréal devient en 1875 le premier port de la province. Après 1850, Québec ne se lit plus seulement en fonction des fortifications, qui sont réduites à « un objet de curiosité » (Pelletier *et al.*, 1984, 8: 4). C'est à ce moment qu'intervient lord Dufferin, nouveau gouverneur du Canada, pour tempérer les ardeurs modernistes de la municipalité et tenter de conserver à Québec son caractère romantique et son cachet pittoresque.

### **2.1. NAISSANCE D'UN CODE CONCRET D'UTILISATION DE L'ESPACE DE LA VILLE ET DE L'ESPACE DU GUIDE**

Cette période donne naissance aux guides anonymes commandités par des éditeurs spécialisés, des journaux, des compagnies de transport ou bien des hôteliers. Ainsi, l'œuvre pionnière de William Russell, propriétaire de l'hôtel Russell, a servi de modèle à plusieurs autres guides, comme *Traveller's Handbook of the City of Quebec and its Environs* ou *The Ottawa Hotel Traveller's Guide for Lewiston, Niagara River, Toronto, Lake Ontario, River St. Lawrence, Montreal, Quebec and the Saguenay*, édité en 1871 par le *Montreal Gazette*. L'éditeur de *Quebec Holiwell* donne son nom en 1872 au guide *Holiwell's Tourist Guide to Quebec*. Les guides Chisholms de Montréal, *All Around Route and Panoramic Guide of the St. Lawrence*, furent publiés tout au long des années 1870. Ces guides étaient diffusés à travers un réseau de distributeurs à Boston, Portland, Detroit, Toronto et St. John's. Les compagnies de chemins de fer, comme Les chemins de fer de Québec, Montréal, Ottawa, et Occidental, possédaient le *Tourist's Guide du Touriste*. Le Quebec Central Railway Co. a publié également en 1888 le *Tourist's Guide Between Quebec and New England via Quebec Central Railway and Lake Memphremagog*. La version canadienne du guide Appleton, *Canadian Guide-Book*, date de 1891, alors que les guides pour les États-Unis remontent à 1846.

Le guide touristique se transforme peu à peu pendant cette période (1860-1890), de telle sorte qu'il devient un outil publicitaire. D'ailleurs, la multiplication des guides et les rééditions nombreuses laissent présumer un engouement pour le voyage et une rentabilité certaine pour les entreprises touristiques et commerciales. Québec constitue une destination de choix et les Américains y affluent en provenance de villes de plus

en plus éloignées. Il en est pour preuve ce guide publié dans le Michigan (Battle Creek) en 1863 par un certain W.C. Gage, *Chicago to the Sea Eastern Excursionists : a complete Guide to the principle eastern summer resorts, including Niagara Falls, the White Mountains, Saint Lawrence and Saguenay Rivers, Montreal and Quebec, The New England sea beaches, etc. And How and When to Enjoy it.*

Parmi tant de guides, deux retiennent particulièrement l'attention le Chisholms, guide en anglais de 1875, et celui d'Eugène Gingras paru en 1880, qui serait le premier guide en français. Le Chisholms, déjà signalé, vise une clientèle américaine fortunée. Ce guide de près de 300 pages contient une liste de 95 annonceurs répartis en 15 rubriques. Les hôteliers figurent parmi les grands demandeurs d'espaces publicitaires, puisqu'on en dénombre 44. Deux hôtels sont signalés pour la ville de Québec, l'Albion Hotel et le St-Louis Hotel, contre cinq pour Montréal et trois pour Toronto.

Quant au *Guide de Québec* de Gingras, il comporte 30 pages publicitaires sur un total de 60 pages. Ce guide avait été édité pour les fêtes du 24 juin 1880 au moment où la ville attendait 100 000 visiteurs canadiens-français, en l'honneur de la nouvelle province de Québec. La ville francophone apparaît dans toute sa globalité, puisque la Basse-Ville compte pour la moitié des emplacements publicitaires. Le seul hôtel annonceur s'appelle l'hôtel Halle. Il était alors situé au 41-43 rue Saint-Pierre, une des rues les plus commerçantes de la ville. Cette notoriété est confirmée dans le guide Chisholms qui fait état de la présence des banques, assurances et marchands dans cette rue, axe principal de la Basse-Ville, alors que pour la Haute-Ville on mentionne la rue St-John comme première rue commerciale.

L'utilisation de l'espace du guide pour la publicité a restreint l'espace consacré à la ville. De plus, le propos du guide s'est dépouillé et s'est fait de plus en plus informatif et parfois extrêmement condensé. Le guide de Québec de 1880 en est un exemple marquant. Il semblerait que l'illustration ait de moins en moins de place dans les guides, encore que dans le Chisholms le texte soit truffé de vignettes décrivant par exemple les habitants canadiens-français ou les principaux monuments des villes traversées. Les renseignements donnés aux voyageurs se font de plus en plus précis, détaillant les horaires des trains, donnant les tarifs des hôtels ou encore le coût de la location d'une calèche (guide Appleton de 1891).

À la fin des années 1880, un effort de publication de plans de ville, de circuits de chemin de fer est notoire, inaugurant la période suivante.

Dans le guide Appleton de 1891, l'auteur signale sur la page de couverture la présence de cartes et « many illustrations », en l'occurrence un plan détaillé de Québec avec une légende comprenant un essai de typologie touristique. Trois types d'attrait sont mentionnés en fonction des besoins des touristes : les hôtels, les « prominent buildings », les églises.

## **2.2. LES TOURISTES DISTINGUÉS CEUX DES STEAMERS ET DU RAILWAY**

Le touriste de 1875 est un visiteur fortuné qui fait partie des classes aisées de la société américaine du nord-est des États-Unis ou de la région des Grands Lacs. C'est un urbain qui cherche à fuir les grands centres industrialisés, terriblement déstructurés par une modernité grandissante. À la recherche d'un idéal perdu, ce touriste voyage en famille, à la différence du voyageur-explorateur solitaire de la période précédente. Les familles américaines riches et exigeantes utilisent les moyens de transport de l'époque : le bateau à vapeur et le train. Elles suivent la populaire *Northern Route* inaugurée par les illustres voyageurs des années 1830 à 1860. Elles sont à la recherche du confort et même du luxe lorsqu'elles se déplacent. Les publicités des guides nous renseignent sur leurs habitudes et leurs goûts. On y souligne la qualité des trains « de grande classe » et compare les *steamers* à des « palaces flottants ». Ces touristes élitistes exigent la plus grande modernité quant au confort mais, en contrepartie, ils cherchent à se plonger dans un décor ancien inexistant dans l'Amérique qu'ils laissent derrière eux le temps de leur voyage.

L'hébergement semble être la première préoccupation du visiteur. La présence de bons hôtels rend la destination encore plus attrayante aux yeux des touristes américains. Ainsi qu'il a été signalé auparavant, les deux hôtels qui passent pour les meilleurs de la ville, pendant toute cette période, sont l'Albion, rue du Palais, et le St-Louis, auxquels on peut joindre le Russell House (futur Clarendon). Il est vrai que tous les guides soulignent l'importance pour les touristes de trouver des chambres, avant toute chose, lorsqu'ils arrivent à destination. Il s'agit pour les rédacteurs de rassurer le client en lui donnant les bonnes références des hôtels qui ont, le plus souvent, payé une publicité dans leur guide (Chisholms). La famille américaine qui arrive à Québec veut se sentir comme chez elle à l'hôtel; elle a besoin d'être tranquilisée en y trouvant le confort le plus moderne auquel elle est habituée. De plus, le monde extérieur étant différent, l'hôtel se transforme en véritable refuge. C'est pourquoi les guides n'omettent pas de parler des propriétaires et parfois de signaler s'ils sont

d'origine américaine. Enfin, ces touristes distingués prennent la sage précaution de souscrire à une police d'assurance pour leur voyage. Ainsi, dans le guide Chisholms, on relève les publicités de trois groupes d'assurances: Accident Assurance Co. of Canada, Canada Guarantee Co. et Travellers Insurance Co.

Le touriste est par ailleurs un consommateur de produits de luxe sur les lieux où il séjourne. Ainsi, à Québec, les belles dames choisissent leurs fourrures et chapeaux chez Renfrew, rue Buade. Ce voyageur demeure en Haute-Ville, a l'habitude d'y faire ses achats, tels les montres et les bijoux qu'il se procure côte de la Fabrique chez Sheffield House ou les portraits et reproductions de paysages qu'il fait exécuter par le photographe Webb au 40, rue Saint-Jean. La mode du daguerréotype bat alors son plein. Les portraits ou paysages, coloriés à la peinture à l'huile ou à l'aquarelle, font partie des souvenirs que tous les touristes aiment rapporter de leur séjour afin de le rendre unique. Visiteur cultivé, le touriste américain aime à se plonger dans ses journaux préférés et lire un bon roman. Aussi se rend-il volontiers dans les librairies des centres qu'il traverse.

### ***2.3. LA VILLE DIFFÉRENTE, HORS DU TEMPS ET EXOTIQUE***

Une différence se fait jour à partir de 1880, entre un tourisme élitiste américain déjà bien établi et un tourisme intérieur canadien-français qui en est à ses premiers balbutiements. Ainsi, au 24 juin 1880, 100 000 touristes intérieurs affluaient et posaient sur la ville un regard différent de celui des étrangers présents à la même période.

Pour les touristes distingués venus de l'étranger, le Vieux-Québec est une ville féodale. Bercés, à l'instar de lord Dufferin, par les romans de Walter Scott ou de Byron, ils y découvrent un lieu unique en Amérique, une ville entourée de ses murailles, un fragment du Vieux Continent. Une ville différente, hors du temps, de ce temps de la modernité américaine, exotique en particulier parce qu'on y parle français et qu'on y a des habitudes différentes, notamment en matière culinaire. Plus encore, c'est, selon les guides et en particulier le *Car Window Glimpses. En Route to Quebec*, une ville encore inconnue de la masse des voyageurs, ce qui permet aux touristes élitistes de contempler tout à leur aise les trésors que représentent les paysages de la ville.

Les circuits des années 1880 consacrent la terrasse Dufferin comme lieu panoramique par excellence, alors que la Citadelle, présentée en

quinzième position dès 1879, passe en arrière-plan. En effet, le touriste doit suivre la rue Sainte-Anne et contempler les différents édifices et places publiques sur le chemin. On lui fait admirer la nouvelle porte Saint-Jean, on le fait remonter vers l'Esplanade et la Citadelle, puis retourner par la rue Saint-Louis pour se consacrer à la visite des nombreuses églises catholiques et protestantes, en passant par des institutions culturelles comme l'Institut canadien. Le touriste est ensuite invité à se rendre sur la Grande Allée pour voir l'Hôtel du Parlement et le manège militaire, alors construit en bois. À compter de 1882, la grande nouveauté par rapport à ce qu'on trouve dans tous les autres guides précédents est la visite du port. Le fleuve et le front d'eau sont à l'honneur. Les guides signalent l'animation du port et les activités économiques de la ville. Certains rédacteurs n'oublient pas le statut de leur clientèle, qu'ils nomment parfois en employant l'épithète de capitaliste. Même en vacances, un capitaliste épris de paysages romantiques n'omet pas de se renseigner sur les perspectives d'avenir des villes qu'il visite.

### **3. LES GUIDES MODERNES LE TOURNANT DU SIÈCLE**

La troisième période démarre à la veille du XX<sup>e</sup> siècle. Dès 1891, les guides se renouvellent, tandis que la ville connaît une forte période d'embellissement qui commence par le Jubilé de la reine Victoria en 1887 et s'achève par le Tricentenaire de Québec en 1908. Grâce à ces célébrations, Québec devient une destination touristique très attrayante, non seulement pour les touristes américains, mais aussi pour les Européens qui utilisent les grands paquebots transatlantiques.

#### **3.1. LE CODE INSTRUMENTAL; VERS UN ESPACE ÉCLATÉ**

Les premiers changements majeurs dans le paysage du Vieux-Québec sont mis en évidence par la comparaison du Chamber's Guide de 1895 et du guide Appleton de 1899. En quatre années à peine, deux édifices d'importance transforment la silhouette et l'image de la ville. Le Château Frontenac, inauguré en décembre 1893, est la première construction de prestige. À l'emplacement d'un château disparu, on installe un hôtel aux allures de château ; la fonction quasi sacrée du pouvoir royal fait place au profane sacralisé de l'hôtellerie. La seconde réalisation est un hôtel de ville que Québec décide de s'offrir en 1893 et qui soit en rapport avec sa fonction de capitale. Le *City Hall*, que les guides incitent à visiter, est

Crédit photo : Martine Geronimi, avril 1998



Le Château Frontenac de nos jours.



L'hôtel de ville de Québec de nos jours.

Crédit photo : Martine Geronimi, avril 1998

construit sur l'emplacement du collège des jésuites, qui avait été transformé en caserne avant d'être démoli. Trois ordres de pouvoir se sont donc succédé en ce lieu, qui est passé du religieux au militaire puis du militaire au civil, c'est-à-dire au politique.

Le guide Baedeker, pour sa part, est à ce point différent qu'il laisse le touriste composer son propre itinéraire. La cartographie est si précise qu'en comparant l'édition de 1907 avec celle de 1922 on peut, d'un simple coup d'œil, constater les changements dans la ville: achèvement de l'aménagement du parc Victoria avec le tracé des allées et de celui du parc des Champs-de-Bataille en construction depuis 1908, prolongement des quais du bassin Louise, modifications du cours de la rivière Saint-Charles ou agrandissement du séminaire en Haute-Ville. Les touristes qui possèdent un minimum d'aptitudes à lire un plan sont ainsi capables de se diriger seuls et de découvrir la ville sans accomplir le rite d'un circuit obligatoire et contraignant.

### **3.2. LES TOURISTES INTERNATIONAUX CEUX DES PAQUEBOTS ET DE L'AUTOMOBILE**

La ville de Québec, dans les trente premières années du siècle, voit croître le nombre de touristes de façon constante. Blanchard dit de la Haute-Ville que c'est « le vrai Québec des touristes » et que le quartier « est une sorte de musée » habité « par une population bourgeoise » (Blanchard, 1935, p. 253).

En effet, les témoignages des habitants de Québec confirment une invasion américaine. Dès le début du siècle, Québec devient la ville d'eau par excellence des voyageurs du nord-est des États-Unis. Mais il en vient de partout en automobile, du Texas comme de la Californie. En 1928, Blanchard évoquait 500 000 voitures particulières, immatriculées aux États-Unis, dans la ville de Québec, ainsi que 300 000 à 400 000 visiteurs venus par bateau à vapeur. Ces touristes ne sont plus les grands bourgeois qui venaient jusqu'en 1908. Ils appartiennent à la classe moyenne supérieure et sont, la plupart du temps, des commerçants ou des petits industriels et même des employés de grandes firmes. Ce changement est capital, car ce sont des touristes au temps compté, qui ne peuvent s'arrêter qu'un jour ou deux à Québec. Mais ils viennent en masse.

On assiste donc, bien avant le développement des loisirs de masse en Europe, à l'assaut par les Américains de la seule ville fortifiée en Amérique du Nord. Ceux-ci transforment alors la vieille ville en une sorte de

« Mecque de pèlerins américains » attirés par un lieu de distinction fréquenté auparavant par l'élite économique. Cette dernière, grâce aux transatlantiques, préfère désormais se rendre en Europe. Ainsi, jusqu'au début de la crise économique, Québec est tenue en haute estime par les Américains de la classe moyenne. À telle enseigne que le tourisme, en 1930, est devenu la seconde industrie de la ville après la chaussure.

### **3.3. LA VILLE EUROPÉENNE IDÉALISÉE AU PASSÉ INDÉFINI**

Le touriste qui déambule dans Québec pour le tricentenaire de la fondation de la cité, le Baedeker en poche, découvre une ville moderne aux rues élargies, comme la rue Saint-Jean qui a été reconfigurée pour ouvrir une perspective sur le nouvel hôtel de ville. En dehors de la Haute-Ville, le touriste doit aller au parc des Champs-de-Bataille, qui est inauguré à cette occasion. Le gouverneur lord Grey, ayant repris à son compte l'idée du tricentenaire pour en faire une grande fête impériale, décide de créer un grand parc qui réconcilie les deux communautés linguistiques en reliant le parc des Braves et les Plaines d'Abraham par une allée monumentale. Cet ouvrage de longue haleine, confié à William Todd, disciple du grand paysagiste Olmstead, demeure l'un des principaux pôles d'attraction encore aujourd'hui. En 1908, il se trouvait à la campagne, sauf dans sa partie est. En 1922, il est annexé au quartier Montcalm.

Les autres embellissements que le touriste peut découvrir sont les monuments commémoratifs. Le guide *Sur les routes du Québec* de 1929 en dénombre plus d'une vingtaine, sans compter les statues dans les niches de la façade du Parlement, au nombre de quatorze. Le touriste à l'œil attentif remarque aussi les nombreuses plaques commémoratives, apposées çà et là dans la ville, « sacralisant » ainsi les lieux désignés.

La période se clôt par des constructions de tours qui marquent définitivement le paysage depuis lors. En 1922, c'est le donjon du Château Frontenac qui est érigé ; en 1930, c'est l'immeuble Price, haut de 16 étages. Ce dernier fera couler beaucoup d'encre, à tel point qu'en 1942 l'association des architectes se plaignait encore officiellement de la construction d'un tel édifice dans le paysage bâti du Vieux-Québec.

Tant à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle qu'au début du XX<sup>e</sup> siècle, Québec est marquée par une architecture qui se complaît dans l'appréciation du passé. On parle de *Revivals*, c'est-à-dire de renaissance de styles. Les idées de Ruskin circulent à Québec et les riches bourgeois anglais s'installent dans des demeures inspirées du Moyen Âge, entourées de parcs à l'anglaise

dans lesquels on installe de fausses ruines pour faire méditer les promeneurs sur le temps qui passe: ainsi en est-il pour Spencer Wood. Deux styles principaux s'imposent au touriste à l'aube du XX<sup>e</sup> siècle : d'une part, le style Second Empire, appelé *Modern Style* dans les guides, déjà signalé pour le Parlement de 1871, mais aussi pour le bureau de poste également construit en 1871 et dont on retrouve une variante plus tardive à la place D'Youville, celle du Capitole de 1897; d'autre part, le style Château, introduit à Québec par l'architecte américain Bruce Price et qui fera fortune dans tout le pays.

L'image qu'ont les Américains de Québec est alors une image ancrée dans un style médiéval a-historique. Aussi était-il normal de créer une silhouette de château pour le futur hôtel de la Canadian Pacific dont l'architecture s'inspire des châteaux de la Loire, alors que le traitement en briques rouges lui donne une allure victorienne largement accusée par la toiture cuivrée. La tour ajoutée en 1922 accentue encore le caractère anglais de l'ensemble. Le manège militaire qui, dès 1888, est très prisé des touristes ainsi que des habitants de Québec traduit également cette influence médiévale.

En fait, lorsque dans les années 1920 un demi-million de touristes défilent, chaque été, dans la Haute-Ville à la recherche de la ville romantique et médiévale, ils sont en présence d'une ville au style éclectique et à l'apparence médiévale dominée par la silhouette du Château Frontenac. Les touristes amateurs de rues pittoresques et curieux de voir le site où Richard Montgomery, général de brigade de l'armée américaine, est mort se risquent jusqu'à la rue Sous-le-Fort ou à la rue du Petit-Champlain, ou encore jusqu'à l'église Notre-Dame-des-Victoires. La plupart des visiteurs se limitent toutefois à la Haute-Ville. Une fois leur visite terminée, ils repartent vers leur Amérique moderne et trépidante, emportant avec eux l'image d'un haut lieu pittoresque, unique en Amérique du Nord.



Église Notre-Dame-des-Victoires de nos jours.

#### 4. CONCLUSION

Les guides dont il a été ici question se révèlent une source précieuse d'information, car ils content, à leur manière, l'histoire de la ville et montrent l'évolution de ses paysages architecturaux. Ils sont les témoins des états successifs de Québec. Ainsi trois types de guides concordent-ils avec trois moments précis de l'histoire de la ville : de 1830 à 1870, de 1870 à 1895 et de l'orée du XX<sup>e</sup> siècle jusque dans les années 1920. Malgré des différences notables, ces guides mettent en évidence une récurrence paysagère. En effet, à chaque époque, on retrouve une élaboration moderne de constructions à thème passéiste, sans référence précise à l'histoire de l'art, mais un simple passé indéfini que les touristes consomment comme un spectacle.

C'est là le résultat, transcrit dans le paysage de Québec, d'une attitude typique des autorités de la ville. Celles-ci ont cherché, de manière constante, à l'embellir tout en la modernisant, sans pour autant lui faire perdre son caractère de vieille ville pittoresque. On peut déduire de ces pratiques urbanistiques renouvelées qu'il existe bien à Québec une récurrence paysagère conjuguée au *présent antérieur*. Celle-ci n'est autre que la valorisation « d'un passé indéfini » consommable.

En propageant l'idée d'un paysage romantique, culturel et consommable, les guides ont forgé une image internationale de la ville comme objet de consommation, d'abord de distinction, puis de masse. En effet, les guides touristiques, en jouant le rôle de médiateurs entre le Vieux-Québec et les touristes, ont aidé la ville à être reconnue sur la scène mondiale comme un des sites les plus prestigieux d'Amérique. D'un autre côté, par leurs descriptions d'un passé aux origines françaises ancré dans la langue et la tradition ainsi que d'une Amérique différente, ils ont cédé aux attentes des touristes du temps en mal de pittoresque, *d'ailleurs* et de paysages du passé épargnés par l'industrialisation et la modernisation. Dans ce contexte, on comprend pourquoi les touristes ont répondu massivement à cette image projetée.

Les guides revendiquaient également pour leurs clients un certain type d'accueil hôtelier et l'on doit se rendre à l'évidence que la construction du Château Frontenac est l'exemple même de formes architecturales du *présent antérieur* générées pour les touristes, par l'industrie touristique et l'administration de la ville. En fait, la ville se veut à la hauteur d'une réputation que les guides ont significativement contribué à forger.

**B. VOYAGE AU PAYS DE L'IDENTITÉ**  
**De la définition d'un paysage touristique**  
**à la création de la spécificité culturelle**  
**canadienne-française<sup>1</sup>**

*Lucie K. Morisset*  
*Professeure,*  
*Département d'études urbaines et touristiques,*  
*École des sciences de la gestion, Université du*  
*Québec à Montréal Chercheure,*  
*Centre d'études interdisciplinaires*  
*sur les lettres, les arts et les traditions,*  
*Université Laval*

1. L'auteure tient à remercier le fonds FCAR, le CRSH et l'Université du Québec à Montréal pour le soutien financier que ces organismes accordent à ses travaux. Cet article prend appui sur les recherches menées à l'enseigne de trois projets de recherche : « La morphogenèse des hauts lieux de l'identité culturelle au Québec : histoire de la valorisation touristique du paysage construit » (financé par le fonds FCAR, programme « nouveaux chercheurs ») ; « Le rôle des paysages urbains dans la construction des identités collectives » (financé par le fonds FCAR, programme « soutien aux équipes de recherche ») ; « Histoire critique de la valorisation touristique du paysage construit au Québec » (financé grâce au volet I du PAFARC de l'Université du Québec à Montréal).



« Territoire de villégiature »... Ce syntagme, catalyseur de la réflexion que propose le présent article, surprend par le poids sémantique des mots qui y sont mis en rapport. Certes, innocemment, on y voit d'abord l'évocation de quelque lieu de plaisance bucolique auquel on associe aujourd'hui l'action de *villegiare*<sup>2</sup>. Mais le « territoire », à n'en pas douter, connote l'appropriation d'un espace géographique par une collectivité qui s'y identifie<sup>3</sup> ; et puis l'étymon *villa*, avant que le mouvement pittoresque ne lui fasse évoquer la campagne dans laquelle on exercerait la villégiature, désignait la construction (la villa) justement impliquée dans la transformation de la « campagne » en lieu de plaisance<sup>4</sup>.

Divertissant, ce jeu étymologique a aussi l'intérêt d'établir un rapprochement entre le thème des « territoires de la villégiature » qui nous fut proposé et le « paysage construit » ; plus précisément, cette compréhension du syntagme « territoire de villégiature » oriente notre regard vers les rapports entre la construction du paysage touristique au Québec et celle de l'identité canadienne-française, au sujet desquels nous entendons discourir. En cette voie, cet article examine la constitution symbolique de l'offre touristique au Québec, notamment pendant l'entre-deux-guerres. Du point de vue de l'histoire des idées en architecture<sup>5</sup>, en assumant la signification du paysage construit<sup>6</sup>, il s'agit, en somme, d'esquisser

2. Du latin *villegiare*, *villegiatura* est en usage au XVIII<sup>e</sup> siècle ; cet usage, codifié par l'abbé Antoine François PREVOST en 1755 (*Manuel lexique*, Paris), tenait alors davantage à son association étymologique avec la « villa », maison de plaisance / de campagne en Italie). La *villegiatura* ne devint toutefois en vogue qu'au XIX<sup>e</sup> siècle, en même temps que se popularisèrent les voyages vers les stations thermales ou balnéaires ; associant à de tels séjours le couple déplacement / plaisance déjà connoté par l'étymon *villa* (voir note 4), on désigna dès lors par « villégiature », voire par le verbe « villégiaturer », l'action de séjourner dans une « ville d'eau » ou à la plage.
3. « Territoire » partage d'ailleurs son étymon avec « terroir », popularisé au XIX<sup>e</sup> siècle au fil des études géographiques qui analysaient alors le rapport d'identité (ou d'identification) entre un lieu (une région rurale, par exemple) et ses habitants.
4. Plus généralement et plus anciennement, la *villa* connote l'appropriation d'un espace naturel par l'action d'y construire un établissement (la *villa* romaine, en l'occurrence).
5. Nous sommes évidemment redevables ici à l'ancien mais non moins fondateur *Genius Loci* de Christian NORBERG-SCHULZ (1979, p. 5 et s.). En matière d'histoire de l'architecture, l'exploration de KOSTOF (1985, p. 3-20), LE COUÉDIC (1995b) et MORISSET (1998, p. 16-39), outre l'ouvrage de NORBERG-SCHULZ, révélera notre position méthodologique.
6. Voir à cet égard, en matière de paysage touristique particulièrement, BARTHES (1970), MEINIG (1979), MacCANNELL (1976), Davallon (1991) et FRUSTIER (1997). Le cadre conceptuel auquel nous nous référons ici a été particulièrement développé lors de travaux sur les « hauts lieux » et sur les « lieux de mémoire » qui sont devenus populaires ces derniers temps ; au départ de tous ces travaux, il importe de mentionner NORA (dir.) (1984), CRÉPU, FIGUIER et LOUIS (dir.) (1990), puis KEMPF et MEIGS (dir.) (1995), de même que NOPPEN (dir.) (1995) et, quant au contexte de création du Québec de l'entre-deux-guerres à la lumière de telles problématiques, CARANI (dir.) (1995).

une histoire exégétique des « lieux de représentation » qu'on a destinés à exposer une dimension culturelle collective, particulièrement lorsque ces lieux - musées en plein air, sites reconstitués, hôtels et stations investis de référents<sup>7</sup> au patrimoine<sup>8</sup>, monuments décrétés « historiques »<sup>9</sup>, par exemple - ont participé au « territoire de villégiature » québécois.

## 1. DU *VACATIONSCAPE* AU *CULTUREScape*

Notre intention d'analyser les rapports entre ces sites touristiques et l'identité culturelle canadienne-française, telle qu'elle s'est forgée au Québec, repose sur deux postulats. Le premier pose une équation entre le *vacationscape*<sup>10</sup>, c'est-à-dire le paysage touristique constitué par la somme de tels sites, d'une part, et le *culturescape*, ou le paysage culturel, voire l'identité de la collectivité canadienne-française (aujourd'hui dite québécoise), d'autre part. Au premier degré, cette équation représente l'effet d'influence entre l'identité (culturelle) d'une collectivité - en l'occurrence, de la collectivité canadienne-française / québécoise - et le paysage construit des sites que cette collectivité offre au tourisme : en d'autres

7. Comme ce que l'on peut observer dans les stations balnéaires françaises, par exemple (voir notamment à ce sujet ROUILLARD, 1984), plusieurs hôtels et stations de villégiature québécois ont en effet adopté, pour leur architecture, des référents au patrimoine en guise d'image de marque : ainsi, en amont même du travail qui y fut fait quant au décor intérieur (voir plus loin dans le texte), dès 1928, on fit construire au Manoir Richelieu - comme pour rivaliser avec l'hôtel de Tadoussac, qui pouvait en matière « historique » compter sur la chapelle (voir note 8) -, pour abriter le casino, une réplique du château Ramezay (voir BERGERON, 1989, p. 133), l'un des premiers édifices classés en vertu de la Loi sur les monuments historiques, adoptée en 1922.

8. Pour une définition de ce que nous entendons ici par « patrimoine », en relation avec la notion « d'identité », voir NOPPEN et MORISSET (1997a, p. 23-52) ; pour une exploration des axiomes que nous sous-entendons ici, voir aussi CHOAY (1992).

9. Plusieurs reconnaissances officielles, à ce titre, ainsi que plusieurs gestes de mise en valeur ou de restauration ont été dédiés à l'intégration de ces monuments « historiques » à l'offre touristique du Québec. Un exemple, parmi les plus anciens, d'une lutte pour la conservation d'un bâtiment, motivée par des visées notoirement touristiques : celle de la chapelle de Tadoussac, dont la conservation en 1919 fut expressément réclamée par les propriétaires de l'hôtel Tadoussac. L'épisode de ce débat pour la conservation de la chapelle - nommée « chapelle des Indiens » dans l'acte de classement qui consacra sa reconnaissance en 1965 - a fait date ; le curé avait associé son éventuelle démolition à un « crime de lèse-patriotisme », arguant aussi, pour les propriétaires de l'hôtel Tadoussac, l'effet néfaste sur la fréquentation touristique que représenterait la démolition de la « vieille chapelle » (voir BERGERON, 1989, p. 133). Les hauts faits de la lutte pour la conservation peuvent d'ailleurs être retracés dans *La Revue nationale, qui* offrit alors une tribune à l'abbé Élie J. AUCLAIR (« À propos de la chapelle de Tadoussac », vol. 1, n° 8, août, p. 288-296).

10. Le terme reprend l'image exploitée par Clare GUNN (1988).

mots, comme plusieurs auteurs l'ont d'ailleurs déjà montré<sup>11</sup>, ce *vacationscape* représenterait le *culturescape* sur lequel il se fonde, alimentant l'offre touristique selon l'hypothèse voulant qu'il n'y ait de tourisme qu'en des lieux reconnus comme porteurs d'originalité (et donc, la plupart du temps, de spécificité / d'identité culturelle)<sup>12</sup>.

Notre deuxième postulat renvoie au volontarisme de la construction du paysage touristique : en corollaire, il révèle la bidirectionnalité de cette influence entre *culturescape* et *vacationscape*, exposant que le *vacationscape* serait responsable, à tout le moins partiellement, de la genèse et de la configuration du *culturescape*. Voilà qui reprend l'étymologie de la « villégiature » : le paysage touristique n'est pas donné naturellement<sup>13</sup>. Il est le fait d'une volonté de représentation, qui conduit à la construction d'une « spécificité attractive » ; en fait, nous croyons que la très large majorité des sites touristiques, qu'on les dise ou non « authentiques », sont le résultat combiné de l'élaboration d'un discours sur l'identité<sup>14</sup> (recherchant une spécificité locale) et d'un travail sur la matière - on peut parler de « fabrication » - destiné à inscrire celle-ci dans le paysage<sup>15</sup>. Du coup, ce que l'offre touristique comprend comme une « spécificité attractive » est aussi ce que la collectivité offrant le *vacationscape* comprend comme la matérialisation de son identité ; en ce sens, on

11. Parmi ceux s'intéressant à des problématiques reliées, les travaux de BONIFACE et FOWLER (1993) et de WARREN (1993) ainsi que l'incontournable *The Tourist* de MacCANNELL (1976) font la démonstration de ce rapport *culturescape / vacationscape*.
12. Ce paradigme se fonde évidemment sur la recherche de dépaysement inhérente au déplacement touristique ; dans la mesure où celle-ci motive la fréquentation d'une destination « différente » aux yeux du touriste, on peut évidemment prévoir que le succès de cette destination sera d'autant plus assuré que l'image de celle-ci est liée à quelque identité locale ; la destination est alors spécifique, puisque l'identité locale à laquelle elle ressortit n'est pas la même que celle que l'on trouverait ailleurs...
13. C'est ce que laissent entendre évidemment les études sémiologiques sur le paysage ; en matière de paysage touristique, Dean MacCANNELL (1976) s'est tout particulièrement intéressé à ce phénomène.
14. Les travaux qui ont démontré les rapports entre la construction de l'identité et la fabrication de l'histoire mise à profit dans la définition du patrimoine se sont multipliés ces derniers temps ; nous en avons établi une bibliographie, entre autres, dans NOPPEN et MORISSET (1996) et NOPPEN (dir.) (1995) ; un point de vue similaire est élaboré, à plus large échelle cependant, dans LE COUÉDIC (1995b).
15. Ce travail sur la matière, patent dans le cas de sites reconstitués, est aussi de plus en plus documenté dans le cas de sites historiques dont on aime pourtant à croire qu'ils ont franchi les âges, attestant ainsi quelque identité fondatrice d'un lieu. A cet égard, nous renvoyons le lecteur aux études sur la « restauration » de lieux historiques particulièrement éclairées que sont celles de LABLAUDE sur le Mont-Saint-Michel (1992), à qui nous empruntons d'ailleurs ce terme de « fabrication », et de Roer JACOBS sur Bruges (1997). Jean DAVALLON (1991), qui évoque ce rapport entre l'identité culturelle et le paysage touristique, met aussi en rapport la « valorisation touristique » et la « mise en valeur » du patrimoine.

peut imaginer que l'authenticité attribuée à certains sites n'est en réalité que le symptôme d'une construction identitaire « réussie », dans laquelle se confondent le *vacationscape* des touristes et le *culturescape* de la collectivité visitée.

En résumé, nous proposons à titre de cadre conceptuel, d'une part, que l'offre touristique appelle à la construction matérielle et intentionnelle d'un paysage *fabriqué*; d'autre part, qu'il existe entre ce paysage intentionnel et l'identité collective un rapport tel que, contrairement à l'idée reçue, le premier souvent modèle les contours de la seconde.

## 2. TOURISME ET NATIONALISME AU QUÉBEC

Au Québec, un phénomène particulier suscite l'intérêt quant à ce rapport *vacationscape* / *culturescape*. La constitution de l'identité culturelle, dans la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle, y a été largement alimentée par un discours nationaliste<sup>16</sup>. Or, un tel discours, prenant appui sur l'histoire - plutôt que sur une lecture géographique du paysage, par exemple -, pouvait se révéler extrêmement fertile au regard de l'offre touristique ; mais alors que c'est au XIX<sup>e</sup> siècle que d'autres « nations » - la France, par exemple - ont semblablement constitué un corpus « patrimonial » définitoire de quelque identité nationale, le Québec, dans l'entre-deux-guerres, s'est trouvé à définir simultanément son identité nationale, son patrimoine et son offre touristique, en parallèle avec le développement d'un tourisme de masse essentiellement d'origine étasunienne.

16. Nous avons déjà exposé un cadre théorique définitoire de l'émergence d'une telle identité nationale, des rapports de cette construction identitaire avec l'histoire et des différences qu'une « identité nationale » présente, par exemple, par rapport avec une « identité régionale ». On se référera à cet effet à MORISSET et NOPPEN (1995) ; qu'il suffise de retenir, ici, qu'une identité nationale a pour caractéristique - dans le cas du Québec comme dans d'autres cas - de se définir en contrepied de l'identité projetée d'une autre « nation » - le « Canada » (anglais) devant le Québec ou la France au regard de la Bretagne illustrent ceci -, d'une part, et de se légitimer largement par des fondements historiques, d'autre part, alors qu'une identité « régionale » ressortit plus généralement à l'identification de caractéristiques géographiques (le climat, par exemple). Quant au cas de la Bretagne, qui présente des similitudes frappantes et révélatrices avec celui du Québec, on se reportera aux nombreux et riches travaux de Daniel LE COUÉDIC qui, de surcroît, ont posé, bien avant que nous rédigeons cet article, un cadre d'analyse incontournable pour l'analyse des régionalismes ou des nationalismes architecturaux tels que nous les abordons ici ; voir donc, notamment, LE COUÉDIC, 1991 ; 1992 ; 1995a ; 1995b, pour ne citer que ces références parmi d'autres tout aussi utiles.

En d'autres mots, le *culturescape*, c'est-à-dire l'image « exportée » du Québec, s'est métamorphosé au fil de sa genèse en un *vacationscape* pour Étasuniens. Et on a défini ce *vacationscape* selon les mêmes paramètres que ceux dont on alimentait l'identité nationale, et ce, à une époque pendant laquelle, par surcroît, on a entrepris de véritablement construire le paysage québécois par de nouvelles édifications et de lourdes interventions matérielles destinées à en densifier le caractère « patrimonial ». Tant et si bien qu'on peut aujourd'hui se demander lequel, de l'identité nationale du Québec ou de son paysage touristique, a le premier forgé l'autre. Le « voyage au pays de l'identité » que nous proposons ici explorera quelques moments de cette création de la spécificité culturelle canadienne-française qu'on a offerte, finalement, autant aux Étasuniens qu'aux Québécois.

Les sites eux-mêmes, comme toutes les images (films, brochures, tableaux, cartes postales, etc.) à travers lesquelles on a voulu représenter le Québec, permettent à la fois de retracer l'évolution formelle du *vacationscape* et d'expliquer sa valeur et son poids en ce qui concerne la morphogenèse de l'identité nationale. L'histoire de la représentation s'y dessine en deux temps : d'abord, on aurait défini un *culturescape* que quelques premiers curieux étasuniens visitèrent au Québec, dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Puis, à partir de la fin des années 1920, le *vacationscape* logea à l'enseigne de grandes offensives de mise en marché destinées à appareiller l'offre et le développement du tourisme de masse; ce sont les liens tissés entre le *vacationscape* qu'on a alors construit et le *culturescape* s'affirmant qui particulariseraient la genèse de l'identité nationale canadiennefrançaise.

### **3. LA MISE EN PLACE DU DÉCOR: LE « PAYS » DES TRADITIONS PERDUES**

Le rapport entre l'identité nationale canadienne-française et l'offre touristique du Québec s'est d'abord, comme on peut s'y attendre, tissé autour de l'histoire : celle-ci, en effet, si elle justifiait « l'identité nationale » - le passé fondant la nation en y validant l'hégémonie d'un État à travers les âges<sup>17</sup> -, encore davantage motiverait les déplacements touristiques, profondément imprégnés des idéologies romantiques par lesquelles ils avaient vu le jour. De fait, si une coïncidence du *culturescape* et du

17. Voir NOPPEN (1995).

*vacationscape* apparaît déjà dans l'émergence de la « connaissance des objets » qui donnerait naissance au *tour* britannique, c'est bien davantage des mythes d'un passé préindustriel et d'une Nature rousseauiste, auxquels l'âme romantique se livrait tout entière, que naît le processus de « conjugaison patrimoniale<sup>18</sup> » liant le tourisme à l'identité. À ce chapitre, le Québec est un cas particulièrement riche et exemplaire : la représentation qu'on en fit d'abord, curieusement (?), fut celle d'une « nature naturelle », peuplée de personnages exotiques et de traditions séculaires. En d'autres mots, la première « identité » du territoire canadien-français apparut comme le stéréotype des attentes touristiques, dûment déterminé par le XIX<sup>e</sup> siècle ; et à bien y regarder, rétrospectivement, on découvre que cette première identification « ethnologique » s'est, par surcroît, imposée aux suivantes.

#### 4. MISE EN TOURISME OU MYTHIFICATION IDENTITAIRE ?

Le premier paysage culturel que le Québec exporta fut celui que peignaient les romantiques, tels Cornelius Krieghoff et, surtout, Horatio Walker. L'œuvre du premier, peuplée de bons paysans et de vieilles maisons de bois particulièrement pittoresques, se comprend facilement dans le contexte d'un XIX<sup>e</sup> siècle qui s'éteint dans la nostalgie, imprégné de mythes sur les « bons sauvages » et la vie rustique : cela explique que les toiles de Krieghoff, présentant le Québec foisonnant de mœurs folkloriques et d'Amérindiens, aient séduit la Grande-Bretagne où elles étaient exportées en nombre. Horatio Walker, qui deviendrait d'ailleurs de son vivant l'un des artistes les plus en vogue de sa génération, connut un succès plus grand encore, aux États-Unis cependant ; ses *Boeufs buvant* ou ses *Labours* ont longtemps dominé l'imagerie paysagère du Québec. Or, la popularité de Walker, comme celle de Krieghoff, reposait sur un phénomène auquel le tourisme ne serait pas indifférent : l'un et l'autre représentaient les scènes d'une « époque » qui, partout, paraissait alors révolue... sauf au Québec. Walker, qui succède à Krieghoff dans l'histoire, se distingue en cette voie du romantisme de son prédécesseur par un réalisme ethnologique traitant bien plus du labeur ouvrier, par exemple, que de la nature qui dominait encore les toiles de Krieghoff. De cette façon, Walker consacra véritablement le Québec comme le terroir

18. Voir à ce sujet FRUSTIER (1997), p. 119 et s.

d'une autre ère, où des paysans continuaient de vivre selon des habitudes issues d'un passé lointain. Le spectacle des œuvres de Walker, de surcroît, se situait en un espace géographique précis et « visitable » : cet espace-temps mythique de coutumes étonnantes et de paysages sublimes se trouvait à l'île d'Orléans<sup>19</sup>.

Cette localisation n'est pas sans intérêt, et n'est sans doute pas sans rapport avec l'offre touristique qui, chronologiquement, la suivit. À partir des années 1920, en effet, des publicités touristiques parmi les premières que l'on connaisse du Québec mettent en scène cette île d'Orléans que tous dorénavant connaissent : le vapeur L'île d'Orléans y propose six randonnées *quotidiennes*. Il y avait plus, toutefois, que cette seule vogue de l'excursion vers le monument consacré par Walker : un séjour dans l'île, apprenait-on par les publicités, offrait un « pèlerinage "Au berceau de la Nouvelle-France" ». Cette double évocation, d'un « berceau » (national) et de la « Nouvelle-France », contenait déjà l'embryon des rapports qui s'édifieraient entre le paysage touristique et l'imagerie nationaliste : dès le début du XX<sup>e</sup> siècle, à tout le moins pour l'élite étasunienne qui y voyageait, le Québec acquit l'identité d'un paradis de « traditions vivantes » où des paysans vivaient de coutumes ancestrales, avec, dans la foulée des toiles de Walker, de moins en moins d'Amérindiens, et de plus en plus de témoins d'une « survivance française ».

Dans ce contexte, il n'est guère surprenant que l'un des premiers albums publiés par la toute nouvelle Commission des monuments historiques de la province se soit justement intitulé « l'île d'Orléans » (1928)<sup>20</sup>. Le frontispice, entre les fleurdelisés, les armoiries et la devise provinciales, présentait l'image d'une paysanne, habillée de vêtements sans âge et portant sur ses épaules deux seaux. L'image se conformait au mythe qui s'affirmait déjà : Pierre-Georges Roy, secrétaire de la Commission, voyait d'ailleurs dans l'île l'étalon du patrimoine canadien. « Tout », écrivit-il,

... y évoque le souvenir d'un autre âge : moeurs, coutumes, langage, forme des habitations, disposition des champs, vieux moulins, vieilles églises.

19. L'historien d'architecture Luc NOPPEN a analysé le processus de mythification de l'île d'Orléans ; voir à ce sujet NOPPEN (1989).

20. La structure de l'ouvrage n'est elle-même pas sans intérêt au regard de la problématique que nous explorons ; on remarquera ainsi que, justifiant à la fois l'importance « nationale » du sujet et la profondeur historique de la « nation » dont il est question, l'ordonnance des chapitres s'ouvrant, les premiers, sur l'exposé que « les découvreurs » (Cartier, Roberval, puis Champlain) auraient fait du lieu. Voir notamment à ce sujet NOPPEN (1980a).

Et, remerciant

Horatio Walker, peintre de l'île d'Orléans [qui], depuis au-delà de quarante ans [...] n'a cessé de chanter l'amour de la terre canadienne, il poursuivait

Nous y rencontrons la population qui a le mieux conservé les traditions du passé. Nous y voyons à chaque pas des maisons au toit pointu, à peu près disparues partout ailleurs, des granges bien conservées mais qui datent d'un autre âge<sup>21</sup>.

Voilà donc ce que les « pèlerinages au berceau de la Nouvelle-France » proposaient de découvrir. À preuve de ces attraits, les illustrations de l'ouvrage, que ce fut « Madame Joseph Plante à son rouet » ou « Une cuisson de pain chez Madame Gagnon », attestaient le véritable caractère traditionnel du lieu, ainsi mis en scène à grands renforts de costumes « d'époque » et de personnages pittoresques à souhait.

Mais ce paysage touristique que l'on était à fabriquer se fondait essentiellement sur une appréhension ethnologique de l'univers culturel, matérialisé dans les mœurs, dans les coutumes et dans les pratiques des habitants ; l'image constituée se révélait d'autant plus fragile que la ressource, au moment où la Commission entreprit d'en consacrer le statut national, était évidemment en voie de disparition. Puis si cette offre, ainsi construite, pouvait suffire pour les quelque 10 000 Étasuniens qui visitaient le Québec au début des années 1920, elle se trouva littéralement écrasée, à la veille de la crise de 1929, devant le demi-million de touristes qui se précipitèrent pour visiter ce Québec « d'un autre âge ». Devant le four à pain de madame Gagnon, l'affluence devint telle qu'il fallut bien, au-delà des photographies alléchantes, créer un *vacationscape* capable de recevoir, sans les décevoir, ces touristes qui arrivaient en nombre croissant.

C'est dans ce contexte qu'on créa en 1927 un premier Service du tourisme, qu'on logea au ministère de la Voirie. Et qu'on entreprit, le long des routes du Québec, de mettre en scène le paysage que les touristes pourraient fréquenter.

21. P.-G. ROY (1928), V-VI.

## **5. LA FABRICATION DU *VACATIONSCAPE* DE LA « FRENCH CANADIAN PROVINCE »**

Au tournant des années 1930, le Québec vit ainsi se densifier son paysage touristique ; dès lors, peu à peu, à travers images et monuments, se matérialiserait l'identité traditionaliste que les décennies précédentes avaient instaurée.

Le guide *The French Canadian Province*, publié en 1926 par le ministère de la Voirie, donna le ton à la fabrication du *culturescape* qu'on mettait en tourisme. Deux paradigmes identitaires y apparurent : d'une part, la « province » s'imposait comme un lieu de tradition, comme en témoignait le paysage construit de vieilles maisons et de vieux moulins qui caractérisent l'illustration de l'ouvrage. D'autre part, la province était « d'essence française », c'est évidemment le sens du titre *The French Canadian Province*, ce qui promettait un dépaysement assuré aux Étasuniens à qui le guide était destiné.

## **6. LE PARADIGME « TRADITIONNEL/ HISTORIQUE » ET LE PARADIGME « FRANÇAIS »**

Cette définition du *culturescape* du Québec posait des bases solides sous la fabrication touristique et sous l'édification nationale qui s'ensuivraient, lourdement dominées par la position originelle ainsi adoptée devant l'histoire (le passé traditionnel) et devant « l'autre » (le Canada anglais, d'abord, engagé dans la contrepartie du « French Canada »).

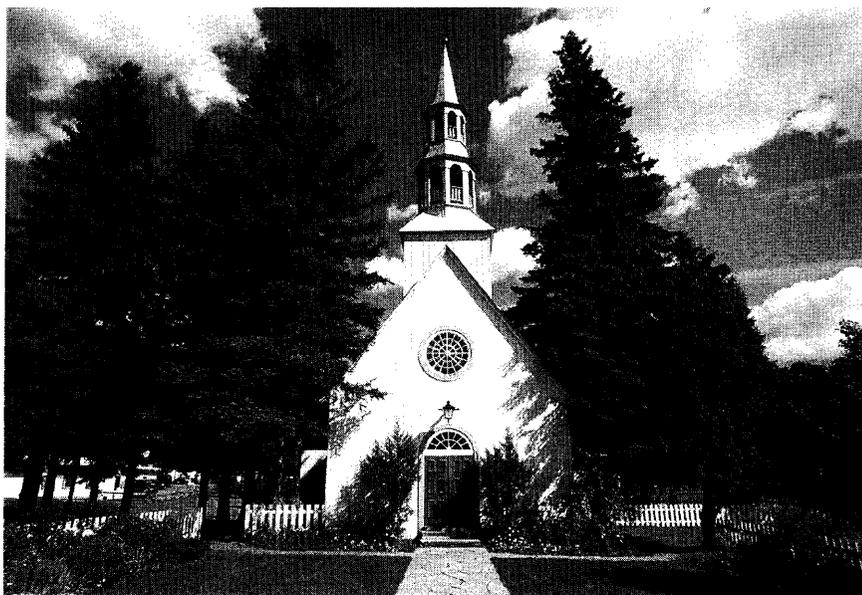
Les exemples de paysages touristiques fabriqués au départ de ce modèle, dès lors, abondèrent. S'il était jusque-là coutume d'emprunter aux figures pittoresques de « maisons en rondins » ou de « chalets suisses<sup>22</sup> » dans de semblables occasions, la nouvelle station de ski que l'Étasunien Joe Ryan aménagea à Mont-Tremblant, à partir de 1939, prit ainsi la forme d'un « French Canadian Village », comme on le désigna. Puis si, voué au dépaysement des Étasuniens dans le contexte d'une activité sportive, l'ensemble construit misa davantage sur le paradigme « français »,

22. Sur l'architecture des stations de ski et sur le modèle du chalet suisse, voir notamment GUBLER (1988) ainsi que ROUILLARD (1984).



Crédit photo : Luc Noppen

**Mont-Tremblant.** Le « French Canadian Village » érigé au bas de la station de ski, à partir de la fin des années 1930.



Crédit photo : Lucie K. Morisset

**Mont-Tremblant.** L'église Saint-Bernard, érigée à la fin des années 1930 sur le modèle de l'ancienne église de Saint-Laurent, î.O.

la forme de l'ensemble<sup>23</sup> importait assez peu : dire la « tradition », comme dans « French Canadian Village », suffisait à attester l'authenticité et l'intérêt de la re-création. En effet, ceux qui, parmi les skieurs étasuniens, se penchèrent sur la typologie stylistique de Tremblant furent certainement beaucoup moins nombreux que ceux qui furent séduits par son image, véhiculée dans d'éloquentes descriptions comme celle-ci

*All of this lines the snowy streets leading to the chair lift and all are in French Provincial architecture. Hand loomed 'catalogne' rugs and curtains, handmade French Provincial pine furniture and Habitant murals carry the theme through the interiors, along with Joe Ryan's collection of original paintings by Canadian artists<sup>24</sup>...*

## **7. CODIFIER LE « CACHET NATIONAL CANADIEN-FRANÇAIS » DU PAYSAGE TOURISTIQUE AU DISCOURS NATIONALISTE SUR L'IDENTITÉ**

La construction d'un paysage attestant les rémanences traditionnelles en terre québécoise, cependant, ne concernerait bientôt plus que les seuls Étasuniens que le « French Canada » devait dépayser. Que le Québec se pose comme un lieu distinctif, en soi, ne suffisait pas à étayer un véritable *culturescape* ; toutefois, dans la fabrication d'une offre touristique destinée en partie aux Canadiens français eux-mêmes, intervint bientôt le second paradigme, celui de la tradition, qui rapprocha inexorablement le paysage touristique et l'identité nationale. Il allait presque de soi que l'initiative d'un tel rapprochement serait gouvernementale : or, trois ans avant que Ryan construise Mont-Tremblant, le gouvernement de l'Union nationale de Maurice Duplessis, à peine élu, avait lancé le projet d'un jardin zoologique, à Charlesbourg.

Le paysage qui y fut construit témoigne éloquentement du contexte de la mise en tourisme : le zoo, en effet, se distingue par des édifices d'essence traditionaliste - une maison logeant des animaux, un moulin

23. Nous posons l'hypothèse que la codification des formes « traditionnelles » qui fut utilisée à partir de ces années provient, notamment, des travaux d'inventaires menés sous la direction de Percy NOBBS et de Ramsay TRAQUAIR à l'École d'architecture de McGill. Cette possibilité, que nous avons d'ailleurs déjà abordée dans une publication antérieure (MORISSET et NOPPEN, 1995), sera analysée en profondeur dans de prochains travaux ; on peut aussi lire au sujet de la codification par NOBBS et TRAQUAIR l'article de VANLAETHEM (1995).

24. Cette description, que nous tirons de l'ouvrage de John et Frankie O'REAR (1988, p. 33), provient sans doute d'une brochure promotionnelle « d'époque » que nous n'avons pas encore retracée.



Crédit photo : Luc Noppen

**Charlesbourg.** Le moulin du Jardin zoologique. Sylvio Brassard, architecte, 1931.

faisant office de poste du gardien, par exemple - destinés, comme l'écrivit l'architecte Sylvio Brassard, à « évoquer un cachet national canadienfrançais ». Certes, au premier abord, l'ensemble paraît n'être qu'une banale offensive touristique, venant elle aussi, un peu comme Mont-Tremblant, densifier le *vacationscape*. Mais il y avait plus.

C'est que la planification du zoo, contrairement à celle de Tremblant qui ne visait que la vague évocation d'une image, avait été basée sur de véritables recherches destinées à dépister des caractéristiques du paysage « ancien » du Québec que le zoo aurait, ainsi, sacralisées. Dès lors, on aurait pu imaginer que les porteurs de ces caractéristiques « typiques » seraient conservés et transportés au zoo, converti en musée en plein air ; mais on choisit plutôt d'en construire des copies améliorées, c'est-à-dire, en d'autres mots, d'ériger ce *culturescape* du Québec - ou à tout le moins quelques-uns de ses témoins - en Disneyland<sup>25</sup>. Ce qui n'a rien d'étonnant, puisqu'il s'agissait, somme toute, de fabriquer là une attraction touristique, fût-ce en dramatisant un peu les spécificités du paysage canadien-français que les discours sur le *culturescape* du Québec avaient précédemment identifiées.

Plus surprenante est l'attitude de l'ethnologue Marius Barbeau, qui, participant à la planification, compara le Jardin zoologique au Bronx Park de New York, jardin botanique où l'on a, véritablement cette fois, conservé des édifices anciens. Bref, tout comme on avait à Tremblant fabriqué un « caractère français », la planification du zoo, en misant sur le paradigme « traditionnel » du *vacationscape* québécois, semblait demander que l'on y fabriquât une « histoire ». Une phrase de Barbeau laisse croire que la création du *vacationscape*, ici, était en cette voie sur le point de contaminer l'identité nationale : les édifices du zoo, déclara-t-il,

... veulent nous rappeler toute une période de notre histoire. Ils reconstituent, dit-il, l'atmosphère traditionnelle qui a assuré notre survivance dans le passé<sup>26</sup>.

25. Sur les mécanismes et les résultats identitaires des « architectures » de Disney, voir MARLING (1997), et tout particulièrement, dans cet ouvrage, les articles de E. DOSS (p. 179-190) et de MARLING (p. 29-178). Le chapitre « L'espace public » de l'ouvrage de GHIRARDO (1997, p. 43-106), tout particulièrement l'exposé « Disney prend le commandement » (p. 45-62) est incontournable quant aux processus bidirectionnels de matérialisation du *culturescape* dans le paysage construit.

26. Marius BARBEAU, « Trésor caché près de Charlesbourg » ; AUL, fonds Sylvio Brassard, P255/11/6.

Aussi évident qu'il paraisse que l'image de ce *vacationscape* ne concernait plus que les touristes, il semble bien que l'alliance de l'histoire / tradition et de quelque spécificité canadienne-française, dans la création du paysage touristique, ait bel et bien servi dès lors le discours politique sur l'identité nationale<sup>27</sup>.

## 8. TOURISME INSTITUTIONNALISÉ ET IDENTITÉ STÉRÉOTYPÉE

Beaucoup d'encre et plusieurs ouvrages ont brossé divers tableaux du Québec sous Duplessis, à qui l'histoire a attribué la « Grande Noirceur », époque de repli de la province sur elle-même ; on rappellera simplement, pour mémoire, que Duplessis est crédité d'une définition ruraliste du Québec, qu'il voyait justement comme la terre d'un peuple profondément traditionaliste, aux moeurs et à l'avenir ancrés dans le passé<sup>28</sup>. On a cependant peu écrit sur le tourisme sous Duplessis, auquel la « Grande Noirceur » n'a pas porté ombrage. Tout au contraire.

En fait, dans l'histoire du tourisme au Québec, l'époque traditionaliste du gouvernement Duplessis fut déterminante ; avec la « Grande Noirceur » coïncida le mûrissement du tourisme, qui devint, au Québec, une affaire d'État<sup>29</sup>. L'arrivée au pouvoir du gouvernement Duplessis, dans l'entre-deux-guerres, marqua de surcroît le basculement définitif d'un *culturescape* abstrait vers un *culturescape* concret, certes dominé par une vision ethnologique - repli oblige -, mais qui se fit, avant tout, le creuset d'une campagne de construction sans précédent d'objets « typiques » venant, çà et là, densifier l'image du paysage du Québec. De 1936 à 1959 s'épanouirent ainsi simultanément le *vacationscape* d'essence traditionnelle, l'identité nationale traditionaliste, de même que le paysage construit d'ascendance « française » que les Québécois, dont l'intérêt collectif envers le « patrimoine » s'éveillerait plus tard, découvrirait à partir des années 1960. C'est dire que le paysage touristique du Québec

27. Nous avons antérieurement exploré le cas de l'architecture du Jardin zoologique de Québec dans une perspective similaire : voir à ce sujet NOPPEN et MORISSET (1996) ainsi que NOPPEN et MORISSET (1998a).

28. Sur l'époque et sur Duplessis, lire notamment LINTEAU, DUROCHER, ROBERT et RICARD (1989), les pages 203-420.

29. À ce sujet, on consultera l'article « Interventions touristiques au Québec : chronologie des décisions marquantes situées dans le contexte de l'histoire » (JOLIN et DESCÔTEAUX, 1995, p. 37-42).

de la « Grande Noirceur », qui évidemment fut d'abord le fait d'une construction imaginaire, apparaît, rétrospectivement, comme le paysage fondateur d'une identité nationale qui lui survécut largement.

## 9. INVENTORIER POUR SAVOIR REPRODUIRE, OU POUR CONSTRUIRE PLUS ET MIEUX

L'année 1937 fut celle de toutes les offensives. Cette année-là, le ministère des Affaires municipales, de l'Industrie et du Commerce annonça son intention d'encourager la consolidation de « l'ambiance québécoise » au Québec. Il requit d'abord des hôteliers qu'ils garnissent leurs auberges de meubles issus des mains d'artisans du Québec; puis il confia à Jean-Marie Gauvreau, directeur de l'École du meuble, la mission de mener une enquête sur l'artisanat et le tourisme dans la province. Enfin, et toujours dans l'objectif avoué de consolider l'offre touristique du Québec, il commanda à l'historien d'art Gérard Morisset la réalisation d'un Inventaire des oeuvres d'art.

Le transfert entre l'idéologie du discours nationaliste duplessiste et le paysage touristique est particulièrement patent dans les résultats de cet inventaire. Morisset, qui avait commencé une carrière de notaire et se tourna ensuite vers l'architecture, recensa tout ce qui lui paraissait d'intérêt, depuis les croix de chemin jusqu'aux vieilles maisons et aux vieux moulins, en n'oubliant cependant pas les oeuvres « modernes » du Québec, qui présentaient à ses yeux autant d'intérêt que les oeuvres anciennes. Le *vacationscape*, toutefois, n'en retint que les secondes - évacuant par conséquent les premières du *culturescape* comme la plupart des Québécois le connaissent encore aujourd'hui ; de surcroît, comme on avait construit le Jardin zoologique et le « French Canadian Village » de Tremblant, on entreprit, sous prétexte de restauration, « d'améliorer » un peu ces structures traditionnelles, lorsqu'il ne s'agissait pas nettement d'en implanter de nouvelles, plus crédibles en regard de l'identité que l'on était, simultanément, à fabriquer.

Jean-Marie Gauvreau fut explicite quant à l'attitude adoptée : lui qui voyait l'enquête qu'il menait sur l'artisanat comme devant permettre au Canada français « d'affirmer son identité » proposa, ni plus ni moins, de recenser les caractéristiques de la tradition « abandonnée depuis près de deux siècles », puis de la recopier en prenant appui sur les besoins de l'infrastructure touristique, jusqu'à ce que le Québec soit littéralement « réenvahi » par « sa » tradition.

## 10. FERME DE JACQUES CARTIER OU VALLONS CHARLEVOISIENS : DEUX MODÈLES, UNE IDEOLOGIE

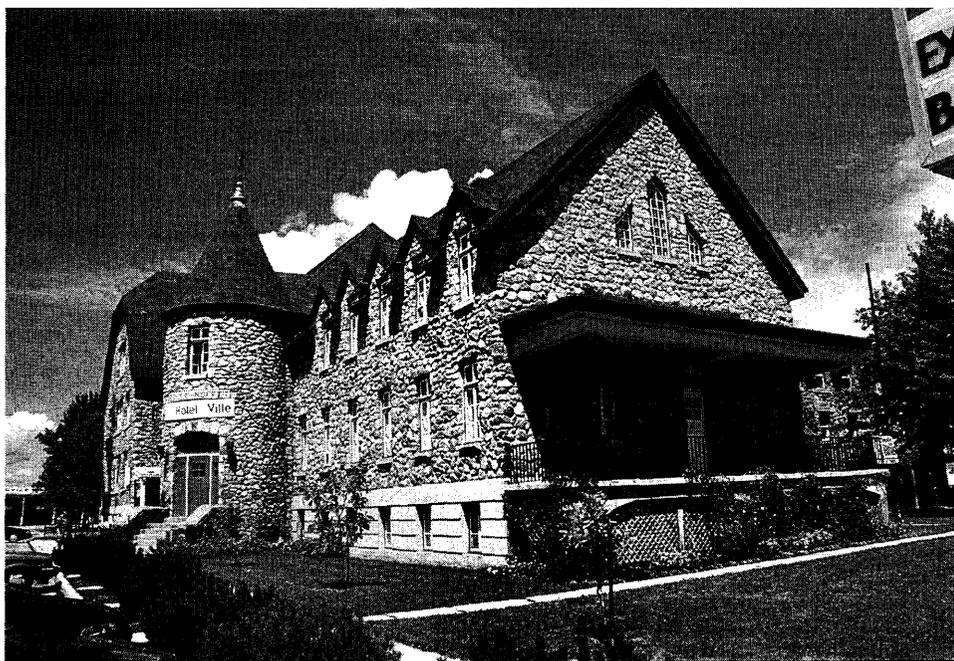
Dès lors, à travers la consécration de modèles satisfaisant aux contours du discours nationaliste, de nouvelles formes « typiques », que seule leur récurrence trahissait, parsemèrent le paysage québécois : ainsi le Manoir du Saguenay, construit en 1939 à Arvida (Jonquière), le Manoir de Mascouche, lourdement « restauré » en 1936, et l'École d'agriculture de Ville-Marie (Abitibi) partageaient-ils tous, parmi d'autres exemples du cas, cette apparence qu'on donnait pour être celle d'un « vieux Manoir français ». En arrière-plan, de fait, on trouvait... la maison de ferme de Jacques Cartier, sise à Limoilou, près de Saint-Malo (France), qu'on restaura en 1934 à l'occasion du quatrième centenaire de l'arrivée de ce « découvreur » du Canada français<sup>30</sup>. L'épisode, on l'aura compris, inspira aussi l'invention des caractères normands de la tradition canadienne-française<sup>31</sup> - maison normande, ancêtres normands, etc. - qui resurgit encore occasionnellement dans le panorama culturel québécois.

Le *culturescape* du Québec s'uniformisa et se traditionalisa hardiment. En matière d'arts picturaux, parmi les images que l'on continuait d'exporter, il faut par exemple remarquer qu'il est peu de contrées où l'on a peint autant de paysages ruraux, avant et après la Seconde Guerre mondiale. Plus curieux, encore : tous ces paysages, peu importe ce qu'ils prétendaient représenter, ressemblaient à ceux de la région de

30. Rappelons que le Canada anglais crédite plutôt Cabot de la découverte du Canada.

31. C'est en effet à cette époque que l'on vit apparaître des travaux tel *La conquête du Canada par les Normands : biographie de la première génération normande au Canada* (Émile VAILLANCOURT, 1930), ainsi que des attributions typologiques comme celles que Gérard MORISSET découvrit en ce qu'il nomma la « maison normande » (voir à ce sujet, entre autres, MORISSET et NOPPEN (1995) ainsi que, sur la morphogenèse de ces « maisons » du Régime français, l'article de NOPPEN et MORISSET (1998b)). S'il peut être aujourd'hui tout à fait difficile d'attester semblables ascendances, cette « normanditude », en revanche, se révèle fort intéressante à l'égard du contexte idéologique que nous esquissons ici : de fait, si le manoir de Jacques Cartier se situe en réalité à l'extrême limite de la Normandie, l'ascendance « normande » offrait pour le *culturescape* canadien-français un double avantage : celui, bien sûr, d'attester le sempiternel « héritage français » et celui, non moins important, d'assimiler la Conquête britannique et de « cautionner » en quelque sorte les Anglo-Canadiens, héritiers de Guillaume le Conquérant et, partant, issus des mêmes origines « acceptables ». L'invention de la « maison anglo-normande », permettant de « racheter » parmi le paysage construit canadien-français ces architectures auxquelles on ne peut attribuer quelque « Nouvelle-France » est particulièrement révélatrice. Dans *L'architecture en Nouvelle-France* (qui présente l'architecture au Québec des origines à 1950...), Gérard MORISSET, inventeur de la maison normande, fait de « l'anglo-normande » une présentation probante : « Depuis quelques années [il écrit en 1949] des architectes et constructeurs britanniques [...] introduisent en Nouvelle-France des modèles d'habitations importés d'Angleterre. [N'exagérons rien : ces modèles ne sont que deux, et ce ne sont pas tout à fait des nouveautés...] (p. 34).

Crédit photo : Archives nationales du Québec



Ville-Marie (Témiscamingue). L'ancienne École d'agriculture, érigée en 1939.



Arvida (Jonquière). Le manoir du Saguenay. H.L. Fetherstonaugh, architecte, 1939.

Crédit photo : Lucie K. Morrisset

Charlevoix, qu'on avait consacrée *vacationscape* par excellence; les tableaux recensés par l'Inventaire des œuvres d'art exemplifient cela éloquemment. Mieux encore, et plus explicite quant à la teneur idéologique de cette imagerie : en 1942, le panégyrique que publia le *Canadian Geographical Journal* sur les beautés du paysage touristique charlevoisien décrivit non pas les attraits eux-mêmes, mais ce qu'ils représentaient... « *a region where ways of life, changing little with the passing years, present today a distinctive, colourful charm delightful to experience* ».

Partout, toujours à l'enseigne des paradigmes d'une France fondatrice et particularisante ainsi que d'un passé pittoresque et vivant, uniformisation et traditionalisation densifiaient le *vacationscape* du Québec au regard de l'identité nationale qui, chaque jour, s'y reconnaissait davantage. Ainsi, des sites que l'on fréquentait pour leur modernité se traditionalisèrent ainsi eux-mêmes résolument, à tout le moins dans les images qui les situaient parmi les représentations du Québec touristique : Arvida, ville industrielle positionnée parmi les plus grandes productrices d'aluminium du monde occidental, qui était connue depuis les années 1920 par des cartes postales de ses usines, se trouva ainsi tout à coup présentée, partout dans le monde, par de nouvelles cartes empreintes de poésie pastorale et illustrant, en lieu et place de la ville moderne qu'on connaissait là, un petit hameau rural<sup>32</sup>.

## 11.LE PAYSAGE TOURISTIQUE, ORGANE AGISSANT DE LA VIE NATIONALE

Discours picturaux ou représentations architecturées, les images de sites touristiques qui ont ainsi densifié le paysage nationaliste du Québec existent en nombre. Même les centres urbains n'ont pas été épargnés, eux qui, pourtant, s'éloignaient naturellement de l'archétype « Canada français », fût-il *disneylandisé* : 1942 offrit par exemple l'occasion de proposer, à Montréal, la reconstitution des origines glorieuses du Québec dans un « village-musée de Ville-Marie ». Instigateur du projet, le peintre Clarence Gagnon y discernait trois objectifs : celui de profiter du tricentenaire de Montréal pour attirer des touristes, celui de « maintenir notre culture et nos traditions populaires » et, enfin, celui de constituer, en ce musée, « un organisme agissant de la vie nationale<sup>33</sup> ».

32. Au sujet d'Arvida, voir MORISSET (1998).

33. GAGNON, « Le Village-musée », dans TRÉPANIÉ (1940), p. 59.

« L'agir » du *vacationscape* que l'on avait construit, depuis les années 1930, affleurerait de fait déjà dans le discours nationaliste une quinzaine d'années plus tard, dès lors que les acquis du paysage touristique apparurent comme autant de monuments que l'on aurait véritablement préservés. De façon éloquente, c'est dans le journal *La Patrie* qu'on publia l'éloge du Jardin zoologique de Charlesbourg, en 1949; puis, en 1951, devant le *culturescape* qu'on avait constitué, Paul Gouin, conseiller culturel auprès du gouvernement Duplessis, cita délibérément Louis Hémon, auteur du roman *Maria Chapdelaine* auquel l'on venait de consacrer un musée ethnologique, à Péribonka : « Au pays de Québec rien ne doit mourir ni ne doit changer<sup>34</sup> », prophétisait-il.

Le discours préservationniste, qui dorénavant se préoccuperait de conserver ce « patrimoine » que l'on avait construit, ne peut dès lors être dissocié d'une sorte de vouloir de conservation de l'ethnie inhérent au discours des idéologues de la nation québécoise. Pendant cette époque où l'on déclara « qu'il n'est pas possible de faire un Anglais ou un Juif avec un paysan du Québec<sup>35</sup> », on postula évidemment que la préservation du paysage bâti québécois était un problème de « survivance de la race<sup>36</sup> ». On avait défini le *culturescape* ; on avait aussi inscrit dans le paysage le *vacationscape* en portant tangiblement les paramètres archétypiques ; dorénavant, c'étaient ces paramètres qu'il convenait de préserver. « La culture canadienne-française sera paysanne ou ne sera pas<sup>37</sup> », écrivit Claude-Henri Grignon.

Il n'est cependant pas fortuit, à la lumière de ce phénomène de construction identitaire que nous avons esquissé, que les tenants de la survivance de cette « race » mise en tourisme, dès lors qu'ils entreprirent, dans les années 1950 et 1960, de s'intéresser au « patrimoine », y cherchèrent le reflet de ces deux « liants » de la société québécoise : la tradition / la paysannerie (celle des « vieilles maisons » et des « vieilles églises<sup>38</sup> », par exemple) et « l'héritage français<sup>39</sup> ». La résurgence, sous forme de fondements de l'identité nationale du Québec, de ces deux paradigmes circonscrits au début de la création du *vacationscape* ne révèle pas le seul

34. GOUIN, 1951, p. 43.

35. GRIGNON, 1941, p. 543.

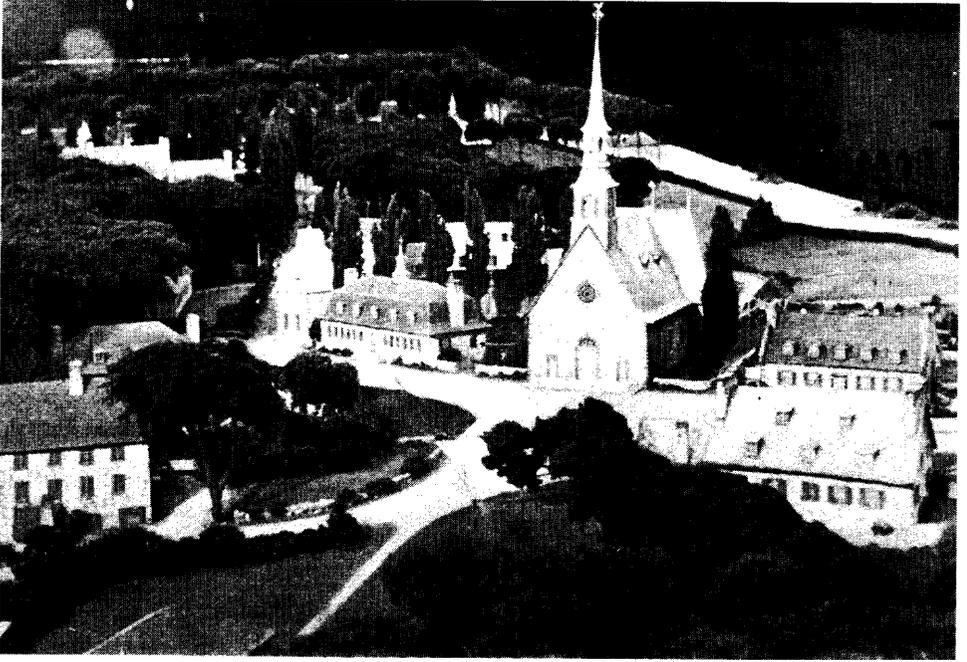
36. DUMAS, 1951, p. 5-10.

37. GRIGNON, 1941, p. 543.

38. TRUDEL, 1941, p. 12 et s.

39. « Conservons notre héritage français », par exemple (TRUDEL, 1951).

Crédit photo : Coll. Michel Doyon



**Montréal.** Projet du Village-musée de Ville-Marie de Clarence Gagnon, 1942.



it photo : Josée Vaillancourt

**Péribonka.** Église Saint-Édouard. Léonce Desgagné et Paul Boileau, architectes, 1949.

rapport entre la mise en tourisme du Québec et la définition de son identité culturelle : la coïncidence n'étonne pas, non plus, entre la construction d'une offre touristique pour les Étasuniens, au début du XX<sup>e</sup> siècle, et l'apparition, cinquante ans plus tard, de ce mythe voulant que les Étasuniens déroberent au Québec les trésors de son patrimoine national. Entre l'un et l'autre de ces moments, on imaginera que le Québec se sera simplement défini plus avant par rapport à « l'autre » : ce qui était un patrimoine à exposer, à offrir en tourisme, est devenu un patrimoine à protéger des invasions de « ceux qui ne sont pas comme nous ».

Ainsi bien encadré par le discours sur l'identité nationale, le *vacation-scape* s'épanouit et se démultiplia. Les exemples de ces constructions touristiques qui densifièrent le paysage nationaliste sont par trop nombreux pour qu'on en recense ici ne serait-ce que la diversité ; toutefois, révélant l'appropriation par le discours identitaire des thématiques du *culturescape* originellement destiné au tourisme, toutes ces constructions partagent cette confusion entre la mise en place d'une offre touristique *disneylandienne* et la mise en exergue du syntagme national québécois. Dans ce champ, le Québec continue de se distinguer en construisant littéralement les témoins d'une identité qu'il veut ancrer dans l'histoire : le cas de la prétendue « restauration » de Place-Royale (Québec) en est un autre exemple patent<sup>40</sup>. Là, à l'initiative d'abord de la Chambre de commerce du Québec métropolitain, on finit par construire - en lieu et place de ce qui existait à cet endroit - ce qui devait apparaître comme un « berceau de la Nouvelle-France », puisque l'idéologie de la Révolution tranquille demandait désormais à ce qu'un berceau « urbain » se substituât au berceau « rural » (l'île d'Orléans) promu par le gouvernement de Maurice Duplessis.

## 2. DE LA FABRICATION A L'EXÉGÈSE: CONSTRUIRE L'HÉRITAGE

On pourrait longtemps discourir sur les méfaits d'une construction identitaire prenant ainsi appui sur la fabrication du paysage, de même qu'élaborer sur ce qui pourrait, pour l'esprit moderniste, apparaître comme d'outrancières falsifications nées d'une vaste supercherie. Le glissement sémantique du *vacationscape* du Québec au *culturescape* national, parce qu'il a pris la forme d'une manipulation édicatrice de l'environnement artistique et architectural, a certes eu deux retombées

40. Au sujet de la « construction » de Place-Royale, lire entre autres NOPPEN (1994, p. 301-306), ainsi que NOPPEN et MORISSET (1997b).

que l'on peut déplorer à loisir. D'une part, le passage du paradigme touristique de la « tradition » dans la coloration de l'identité collective peut être tenu responsable de ce que la majeure partie du Québec s'est peu affirmée parmi les paysages modernistes de l'Occident. Ainsi, pendant la Seconde Guerre mondiale, quand des concours architecturaux pour de nouvelles habitations introduisirent un peu partout les formes du « style international » et de ses successeurs, le gouvernement du Québec lança quant à lui le concours « une belle maison pour une belle province », censé densifier simultanément l'habitat, le paysage touristique et l'expression de la culture nationale : les résultats intitulés « maison pour cultivateur s'établissant » par exemple, désignant des maisons résolument traditionalistes, sont probants quant au processus d'édification en cause. De même, on pourrait aussi regretter, bien sûr, les disparitions qu'entraînèrent tant d'interventions qu'on dirait « biaisées » sur le paysage construit : tenter de « faire entrer » le Québec du XX<sup>e</sup> et du XIX<sup>e</sup> siècle dans le moule du Régime français et de la paysannerie ne s'est pas fait sans heurt.

Il est toutefois possible, et beaucoup plus fertile, de comprendre ce phénomène de construction identitaire comme légateur d'un paysage d'une densité sémantique peu courante. S'il est probable que les « disparus » l'auraient semblablement été, en d'autres circonstances, sous quelque déferlement moderniste, il faut ainsi constater que le vacationscape construit au Québec est bel et bien responsable de la spécificité du territoire. Dans cet esprit, si l'on peut espérer qu'un regard critique sur l'idéologie nationaliste garde désormais le paysage d'interventions révisionnistes, le problème d'épistémologie que lègue aussi le « voyage au pays de l'identité » proposé ici pose sur la table des historiens et des « metteurs en tourisme » un échec de significations tout à fait particulières, dont la compréhension pourrait aujourd'hui enrichir l'interprétation d'un vacationscape ainsi renouvelé. Enfin, dans l'histoire des constructions identitaires en Occident, le Québec et son vacationscape construit au XX<sup>e</sup> siècle, destiné à une masse touristique sans précédent, représente un cas d'espèce qu'il conviendrait de ne pas ignorer d'une histoire ontogénétique des sites touristiques qui devinrent, ainsi, les parangons de quelque culture collective : aux côtés de Bruges, de la « Petite-France » de Strasbourg et du Mont-Saint-Michel, par exemple, pareillement fabriqués de toutes pièces, ou mis en relation avec la Bretagne, dont l'environnement bâti entretint une semblable imagerie, le Québec permettrait, ainsi vu dans une perspective critique, de mettre en lumière l'apport du XX<sup>e</sup> siècle aux relations entre le tourisme, le paysage culturel et l'identité.

**C. L'INSERTION DU PATRIMOINE  
INDUSTRIEL  
DANS L'INFRASTRUCTURE  
TOURISTIQUE**  
problèmes d'attrait et d'authenticité

*Jacques Lecours*  
*Urbaniste et conseiller*  
*en patrimoine à Hydro-Québec.*  
*Président fondateur de*  
*l'Association québécoise pour le*  
*patrimoine industriel*



## 1. L'INDUSTRIE ET LE TERRITOIRE

Les interrogations sur l'insertion des infrastructures et de l'activité touristique dans un territoire trouvent résonance dans la problématique fondamentale du patrimoine industriel. En tourisme se pose le problème de la nature très ponctuelle, discontinue, des implantations. Une discontinuité qui laisse pour compte une large part du territoire et qui, en dernière analyse, dénature le territoire et compromet l'appréhension qui peut en être faite. Une telle discontinuité compromet également la lecture juste de l'histoire de l'industrialisation. On peut dire que l'industrie de la deuxième moitié du siècle passé et de la première moitié du vingtième siècle a entretenu une relation étroite avec le territoire, dans la mesure où elle a modifié la répartition et l'organisation des établissements humains et où elle a parfois irrémédiablement marqué le paysage. On ne peut donc comprendre l'industrie que si l'on comprend pourquoi et comment elle s'est implantée dans un espace donné.

Notre histoire industrielle est tributaire de l'histoire des grands foyers de l'industrialisation occidentale. Nous avons connu une période proto-industrielle dont le bois était la matière première et l'eau la source d'énergie. Puis nous avons connu à notre manière la période de la fonte, de l'acier et de la vapeur qui ont été les assises de la grande révolution industrielle née en Angleterre : à notre manière, parce que nous n'avons connu qu'une première métallurgie, sans lendemain, en Mauricie, et parce que notre territoire est dépourvu de houille. Cette *première* révolution industrielle nous a cependant marqués, parce qu'elle a amené ici le grand capital et *l'entrepreneurship* anglais ; c'est l'époque des manufactures. Mais c'est surtout la *deuxième* révolution industrielle qui a transformé le Québec et qui a modelé son territoire ; c'est l'époque de l'exploitation massive des ressources naturelles grâce à de nouvelles énergies, le pétrole et le moteur à combustion interne et, surtout, l'hydroélectricité qui nous caractérise et nous distingue.

Aujourd'hui une bonne part de l'activité industrielle se déroule pratiquement en dehors de l'espace: l'industrie légère et l'industrie technologique, telle la production pharmaceutique ou informatique, se localisent essentiellement en fonction de considérations exogènes, comme la symbiose entre ces secteurs de production et les milieux de la recherche, la qualité du milieu de vie offerte aux gestionnaire et aux employés, ou, plus prosaïquement, en fonction de l'organisation interne, horizontale,

de l'usine ou, plus simplement encore, en fonction du coût du loyer. Cela explique la multiplication des parcs industriels.

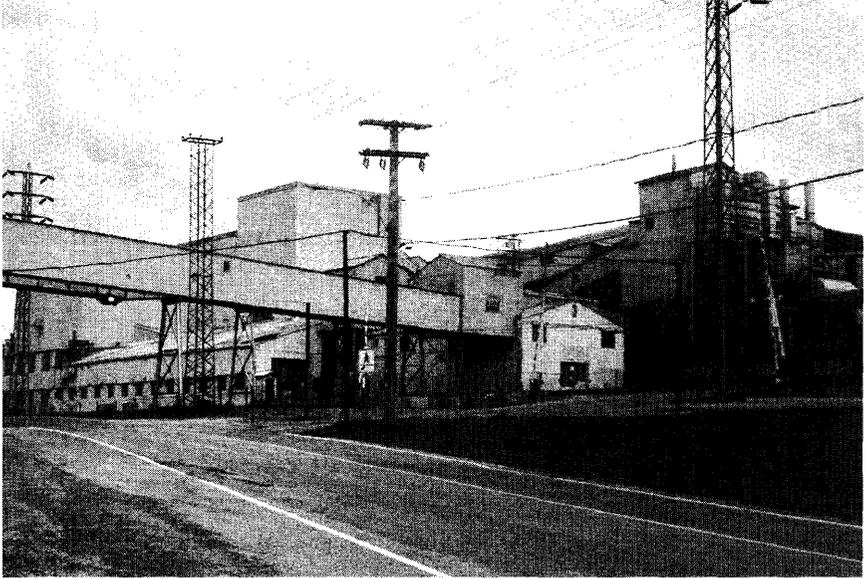
Mais pour ce qui est des industries qui ont pris racine à une époque antérieure, et c'est principalement ce patrimoine qui nous intéresse, la relation avec le territoire est primordiale : ces industries se sont implantées là où étaient la matière première (le bois, le minerai, la production agricole), l'énergie (l'eau dont on a tiré le pouvoir hydraulique dès le début de la colonie et bien plus tard l'énergie électrique), les transports (les cours d'eau d'abord, puis les ports, les chemins de fer et éventuellement les routes), la main-d'oeuvre (qui a été attirée vers les villes et vers les nouvelles régions périphériques - la Mauricie, l'Abitibi-Témiscamingue par exemple) et enfin, les marchés. Le territoire a été le support fondamental de cette industrialisation.

L'industrialisation a marqué presque toutes nos régions, maintenant riches d'un patrimoine considérable, diversifié et souvent étonnant. Gérard Beudet a présenté un excellent survol des lieux et des modes de mise en valeur du patrimoine industriel au Québec dans un récent numéro de la revue *Téoros* consacré au patrimoine industriel<sup>1</sup>. Depuis ce temps, l'Association québécoise pour le patrimoine industriel a complété un inventaire systématique des lieux du patrimoine industriel, un inventaire qui doit éventuellement être cartographié<sup>2</sup>.

Aujourd'hui, partout dans le monde, l'histoire ne se confine plus à la « grande histoire », celle des événements dramatiques, des personnages publics, des dates charnières. Au contraire, nous nous intéressons de plus en plus à l'histoire de la vie de tous les jours, à « l'histoire anonyme » telle que l'illustrent de nombreuses téléséries dont l'action se passe à la fin du dernier siècle ou dans les années 1920 ou 1940. Cette histoire de l'ordinaire nous permet de mieux comprendre qui nous sommes en cette époque de mondialisation et de perte d'identité.

L'étude du patrimoine industriel portera donc sur l'histoire des industries, des techniques et des machines, bien sûr, mais aussi sur l'histoire des villes et des territoires, l'histoire des travailleurs, de leur manière de vivre, de la vie familiale, des loisirs, bref, de tout ce qui a été transformé par la venue de l'industrie.

1. BEAUDET, G. (1966). « Patrimoine et tourisme industriels au Québec - les lieux et les modes de mise en valeur », *Téoros*, vol. 15, n° 2.
2. DORION, N. (1997). « Inventaire des sites industriels patrimoniaux au Québec », Association québécoise pour le patrimoine industriel, Montréal.



**Une mine dans la région de l'amiante** - Des installations inscrites sur un territoire et dans un paysage. Le musée minier de la région de l'amiante reconnaît l'importance de la territorialité des équipements. Aussi le bâtiment qui l'abrite comporte-t-il de vastes baies vitrées qui ouvrent sur l'environnement. Le visiteur doit toutefois circuler sur le territoire pour comprendre l'échelle et l'ampleur des sites d'extraction et des lieux de transformation.

## 2. LA « PRATIQUE » DU PATRIMOINE INDUSTRIEL

La *pratique* du patrimoine industriel consiste à extraire une connaissance des bâtiments, des machines et des appareils, des documents et des témoignages : le praticien cherche notamment à mettre en lumière la signification culturelle d'objets qui ont été conçus pour une fonction pratique et immédiate.

Comme il se devait, ce sont les Anglais qui se sont d'abord intéressés à l'histoire industrielle, notamment par l'étude de ses vestiges physiques. Ils ont donc créé une nouvelle discipline qu'ils ont nommée *l'archéologie industrielle*, l'appellation devenue par la suite courante aux États-Unis et dans les pays anglophones. Il est vrai que l'archéologie cherche essentiellement à documenter la logique des sites et, en cela, son approche se prête particulièrement bien à l'étude des artefacts qui témoignent de l'évolution industrielle. Dans d'autres pays, on parlera plutôt de *patrimoine industriel* pour englober dans l'objet d'étude non seulement

des manifestations physiques de l'industrialisation, mais aussi un patrimoine documentaire et un patrimoine immatériel.

Si l'histoire sociale est davantage mise en lumière dans les pratiques québécoises, l'étude au terrain n'est pas négligée, ainsi qu'en témoignent les congrès annuels de l'Association québécoise pour le patrimoine industriel. On y prévoit toujours, outre les communications, des visites, parfois privilégiées, de sites et de vestiges d'industries. Cette association est à l'image des pratiques au Québec et regroupe des personnes de toutes disciplines : historiens, ethnologues, archéologues, géographes, urbanistes, muséologues et muséographes, et, s'en surprendra-t-on, spécialistes et intervenants en tourisme. C'est d'ailleurs peut-être autour du patrimoine industriel que se vit le plus explicitement la relation entre le patrimoine, la muséologie et le tourisme, un partenariat qui se vit dans plusieurs régions du Québec.

### **3. LE PATRIMOINE INDUSTRIEL COMME RESSOURCE TOURISTIQUE**

Pourtant, la connaissance, la protection et la mise en valeur du patrimoine industriel sont assortis d'exigences et de difficultés qui posent problème aux stratégies de développement touristique axées sur des destinations précises et des sites bien circonscrits. Ces stratégies ne semblent pouvoir donner de résultat que si un nombre suffisant d'« attraits » sur un territoire donné permettent une « expérience » hors de l'ordinaire, dans le cadre d'une visite limitée et ponctuelle, souvent par un groupe qui se déplace en autocar. Or, le captage de masse ne permet pas la découverte graduelle, réfléchie.

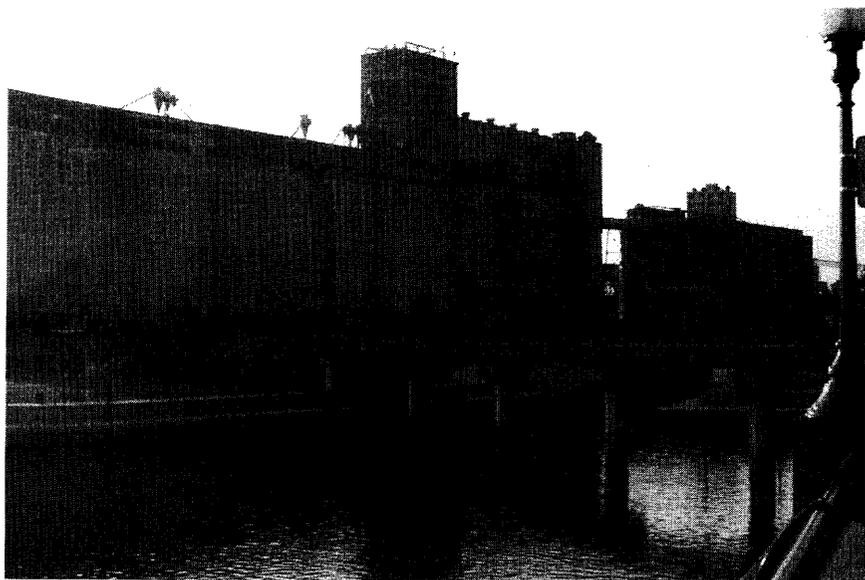
Plus spécifiquement, ce type de tourisme pose un certain nombre de défis à qui veut faire comprendre l'histoire industrielle sur le terrain. Le premier défi consiste à permettre au visiteur de surmonter les connotations négatives dont sont souvent teints les lieux industriels : ils sont sales, polluants et dangereux, et on les perçoit parfois comme des lieux de dur labeur et d'asservissement, de vie monotone et sans dignité. Le touriste, lui, recherche plutôt des lieux agréables et beaux, loin du monde du travail. Il est alors très tentant de vouloir attirer le visiteur en transformant le site industriel en havre de verdure et d'hospitalité. En occultant ainsi la réalité, comment faire comprendre la nature réelle du lieu ? Comment expliquer qu'il s'agit bien d'un lieu sale et bruyant ?

Comment, par ailleurs, gérer les grandes friches industrielles ? Nous avons souvent affaire à des établissements et à des machines gigantesques qui tous ne peuvent pas être conservés. S'agissant du patrimoine industriel, les choix sont fondamentaux. Dès lors apparaît la difficulté de faire comprendre des sites et des installations qui sont fragmentaires et, finalement, tous les sites sont fragmentaires. L'intégrité physique est illusoire, non seulement parce que l'industrie est en perpétuelle évolution, mais aussi parce que le contexte immédiat ou le contexte large dans lequel fonctionnait l'industrie a évolué ou est disparu. Qui n'a vu une ancienne usine ou un silo à grains abandonnés en plein champ, les accès routiers ou les dessertes ferroviaires disparus ? Comment reconnaître la nature fugace de l'industrie et comment faciliter la « lecture » d'un vestige dont les accès, les sources d'énergie, les résidences de travailleurs ont disparu ?

Plus encore, comment faire comprendre un site si les autres sites semblables sur un territoire ou dans une région sont disparus, abandonnés ou inaccessibles ? Comment expliquer au visiteur la signification du site qu'il visite - comment lui dire qu'il s'agit d'un site très représentatif d'une technologie courante à une époque passée ou, encore, d'un site qui a été témoin d'innovations marquantes ? Comment lui expliquer que chaque site est unique ?

Enfin, comment faire de l'industrie un « produit culturel » et éventuellement un « produit touristique » si les acteurs concernés au premier chef s'en désintéressent ? C'est le cas lorsque les travailleurs veulent avant tout oublier les industries qui les ont asservis ou lorsque les patrons ne veulent pas exhiber le passé, mais plutôt nous montrer uniquement une image d'entreprise « moderne », « à la fine pointe », « tournée vers l'avenir ». Cela est aussi le cas quand des agents culturels ou des agents de développement économique misent exclusivement sur le « beau » et le « propre ». Or, bien qu'on y trouve certains grands monuments architecturaux, le patrimoine industriel ne tire pas son intérêt ou sa valeur de ses qualités esthétiques.

Le pire scénario est celui d'une ville ou d'une région désindustrialisée qui développe une activité touristique fondée sur une perception écourtée, romancée même, de son passé industriel, en se gardant bien d'évoquer les conflits de travail ou les graves problèmes environnementaux et sanitaires qui ont ponctué son histoire. Ce serait tout simplement de l'histoire redorée pour consommation touristique superficielle.



Crédit photo : Jacques Lecours

**Le silo-élevateur n° 5 du port de Montréal** - Jusqu'à la fin des années 1960, Montréal a été le principal site d'embarquement des céréales destinées à l'exportation. Le silo-élevateur n° 5 est un témoin privilégié de cette époque où les équipements de transbordement sont à la dimension des convois ferroviaires et des cargos transatlantiques qui se rencontrent à Montréal et font du port un site stratégique à l'échelle continentale. Ce monument industriel remarquable est désormais inutilisé puisque les exportations se font depuis la Côte ouest vers les pays asiatiques. Sa conservation et sa mise en valeur doivent permettre de prendre en compte cette échelle continentale et ces dimensions colossales.

Heureusement, ce scénario n'est pas universel, puisqu'il se trouve des localités qui, au contraire, sont fières de leur histoire et de leur patrimoine industriels. Elles reconnaissent que le capital et le patronat étrangers, de même que parfois l'exploitation incontrôlée des ressources naturelles, leur ont laissé une histoire parfois sombre, mais une histoire de travail honnête, de fierté et d'attachement à leur coin de pays.

#### **4. L'INTERPRÉTATION, LA MISE EN VALEUR ET LE « PRODUIT TOURISTIQUE »**

Si le territoire a été le support fondamental de l'industrialisation, il faut comprendre le territoire pour comprendre l'industrialisation. L'interprétation et la mise en valeur du patrimoine industriel prendront donc en compte la dimension *spatiale* avant tout. Or, le territoire apparaît souvent complexe et incohérent, *a fortiori* quand s'y superposent les couches du temps.

C'est la raison pour laquelle l'interprétation se fondera sur le contexte spatial et temporel le plus large possible. La référence sera non seulement au territoire immédiat où s'est implanté tel ou tel établissement industriel, mais aussi au contexte global dans lequel fonctionne une entreprise. La vie de l'usine qui fait vivre une ville est souvent tributaire de l'évolution globale des marchés ou des technologies ou encore de décisions financières ou organisationnelles qui sont prises ailleurs.

Le patrimoine, et tout particulièrement le patrimoine industriel, doit nécessairement et inévitablement faire appel à l'interprétation, puisque nous ne sommes pas en contact direct avec le passé. Andreas Huyssen nous le dit avec conviction. Permettons-nous de traduire :

Le passé n'est pas simplement là dans la mémoire ; il doit être articulé pour devenir mémoire. Il se crée alors inévitablement une fissure entre l'expérience d'un événement et la mémoire qu'on en a par représentation. Plutôt que de s'en lamenter ou de l'ignorer, il faut entrevoir cette fissure comme un stimulant puissant pour la créativité culturelle et artistique<sup>3</sup>.

Ce qui nous amène aux musées d'histoire, d'ethnologie, de sciences, de technologie et d'industrie et au rôle qu'y joue la muséographie qui se voit comme une discipline créatrice de plein droit. Mais les mises en scène et les dispositifs d'exposition ne peuvent remplacer la réalité ; il faut donc s'en rapprocher le plus possible. Le musée doit s'ouvrir sur le territoire.

La difficulté de fond découle de l'orientation traditionnelle du musée qui retire l'objet de son contexte pour le présenter en vitrine par une opération de décontextualisation - recontextualisation. Cette muséification a cours dans la pratique patrimoniale aussi et elle s'appellera alors la monumentalisation. Or, s'agissant du patrimoine industriel, cette opération a pour conséquence de dénaturer le témoin, le vestige, le site, la machine, le travailleur. L'histoire industrielle n'a rien de sacré, et l'histoire ordinaire doit s'illustrer par un patrimoine ordinaire.

Les institutions muséales évoluent. Dans certains cas, les collections, si coûteuses à gérer, prennent de moins en moins d'importance, et le musée glisse imperceptiblement vers le centre d'interprétation, c'est-à-dire une institution muséale dont l'action ne s'articule pas au premier

3. Andreas HUYSSSEN (1995). «Twilight Memories - Marking Time in a Culture of Amnesia », New York / London, Routledge.

chef autour d'une collection. Dans cette lente mutation, cependant, la mission et les objectifs fondamentaux de certaines institutions ont parfois été laissés en suspens, de sorte qu'il arrive que l'on ne sait plus s'il s'agit d'institutions culturelles ou économiques, la préoccupation pour le « pouvoir attractif », la « segmentation des marchés » et le « nombre de nuitées générées » étant les paramètres principaux de leur « plan d'affaire ».

Par ailleurs, le musée devenu « attraction » a tendance à se limiter à lui-même, c'est-à-dire qu'il a tendance à vouloir seul, à l'intérieur de ses murs, porter un discours. Pourtant, le musée de l'industrie ne peut pas se permettre d'aborder le territoire et la population d'une manière incidente, parce que ce sont des dimensions fondamentales de l'histoire industrielle. Paradoxalement, la mouvance vers le centre d'interprétation évite cet écueil dans la mesure où le centre d'interprétation est axé sur une ressource culturelle *in situ* qu'il nous permet d'aborder plus directement et, souvent, plus franchement. Il y a là le début d'une ouverture du musée.

Depuis les années 1960, c'est l'écomuséologie qui veut résolument ouvrir le musée. Cette nouvelle muséologie dont les noms fondateurs sont Georges-Henri Rivière et Hughes de Varinne engage une population dans la compréhension d'elle-même, de son territoire, de son habitat et de son activité économique, habituellement industrielle. C'est l'histoire ordinaire plutôt que l'histoire événementielle, c'est l'histoire sociale plutôt que politique, c'est le patrimoine ordinaire plutôt que le patrimoine monumental. La notion de territorialité devient le fondement de l'action.

Ce mouvement a trouvé un pendant en Suède au début des années 1970 sous l'impulsion de Sven Lindqvist, qui a inspiré et animé un important mouvement d'histoire pratiquée par des amateurs. Lindqvist dit très simplement

Si les gens ordinaires, et non pas uniquement les artistes, peuvent chanter, faire de la peinture, de la musique, du théâtre ou écrire de la poésie, pourquoi ne pourraient-ils pas faire des recherches sur leur propre histoire<sup>4</sup> ?

Et leur propre histoire, bien sûr, ce sont leurs loisirs, leur vie quotidienne, leur travail, mais aussi l'occupation de leur territoire et la formation de leurs paysages.

4. Cité dans *Exposer son histoire*, Montréal, Écomusée de la Maison du Fier Monde / Université du Québec à Montréal, 1990, fascicule 1, p. 4.

Au Québec, nous avons connu une grande expérience écomuséale en Haute-Beauce, maintenant suspendue, mais qui nous a laissé notamment la Maison du Granit à Lac-Drolet. L'Écomusée du Fier Monde est actif depuis bientôt vingt ans dans le centre-sud de Montréal et a notamment publié en 1990 *Exposer son histoire*, un manuel à l'intention des groupes qui souhaitent faire des recherches sur leur propre histoire. Cet ouvrage s'est inspiré de l'approche de Sven Lindqvist, qui en signe d'ailleurs l'avant-propos. À Valleyfield, l'Écomusée des Deux-rives organise des expositions et est actuellement en renaissance grâce à des appuis du milieu et des animateurs convaincus de la nécessité d'engager le milieu dans la connaissance de son histoire et de son patrimoine. Ce sont des expériences à suivre.

## 5. UNE PERSPECTIVE ÉCOLOGISTE

L'industrialisation est une page marquante de notre histoire récente. Bien sûr, nous ne sommes pas les seuls à avoir été ainsi profondément marqués par de nouvelles technologies et de nouveaux modes d'organisation du travail, par l'exploitation de nouvelles ressources, par une nouvelle occupation de notre territoire ou, encore, par l'évolution soudaine des valeurs et des structures sociales. Mais chaque pays a vécu ces bouleversements à sa manière et à une époque précise. Chaque territoire est unique et chaque histoire industrielle est unique.

Reconnaître cette spécificité, c'est reconnaître la spécificité d'une culture et fixer les fondements d'une production culturelle authentique. Pour y arriver, on pourra examiner trois propositions sur les liens entre le développement du tourisme et l'utilisation de la ressource « patrimoine industriel ».

La première est maintenant reconnue par les écoles de pensée contemporaines en matière de tourisme, et c'est que le tourisme est une activité qui doit se superposer à un milieu de vie, sans compromettre la qualité de celui-ci. Cela signifie des infrastructures qui servent autant les citoyens que les visiteurs qu'ils reçoivent. Pour y arriver, il faut forger la matière qui est là *véritablement*, tant dans l'espace que dans le temps. Cela ne veut pas dire tout conserver du passé, mais entreprendre une démarche rigoureuse de connaissance et d'évaluation de notre patrimoine, afin que les interventions et les choix qui les sous-tendent s'intègrent à la

logique spatiale et temporelle qui a vu naître ce patrimoine et qui nous l'a légué.

De cette proposition en découle une deuxième qui concerne le patrimoine et l'économie. Le patrimoine n'a pas, comme tel, de valeur économique. À partir du patrimoine on peut développer des activités économiques qui sont des produits ou des services générateurs de revenus. Mais ce serait faire fausse route que de *substituer* la valeur économique à la valeur culturelle. La valeur économique doit plutôt se *superposer* à la valeur culturelle. Cela veut dire bien soupeser la valeur culturelle de la ressource avant de chercher à en tirer une activité économique.

Enfin, une troisième proposition envisage la mise en valeur du patrimoine dans une perspective *écologiste*. Le patrimoine, tangible ou intangible, est un ensemble au même titre que le milieu biophysique. La pensée environnementale contemporaine est globale et intègre la protection du milieu humain dans ses schémas, tout comme la protection du milieu naturel. Les écoles les plus novatrices retiennent toutes une définition de l'environnement où les interdépendances entre l'homme et les éléments biologiques, physiques et culturels sont prises en considération. Le rapport de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement d'il y a dix ans fondait la notion de développement durable sur une telle vision élargie de l'environnement. Dans son introduction, la présidente de la Commission précisait que « l'environnement ne peut être séparé des actions, des ambitions et des besoins de la personne humaine<sup>5</sup> ». Ne pourrait-on pas dire alors que ni le *patrimoine* ni le *tourisme* ne peuvent être séparés des actions, des ambitions et des besoins de la personne humaine ?

Le tourisme culturel n'est plus l'activité réservée à une minorité d'initiés. Dans son essence même, le tourisme est une activité culturelle, puisque son but premier est le dépaysement, c'est-à-dire le contact avec ce qui ne nous est pas familier. Il importe donc que le milieu récepteur conserve son identité propre, et c'est là que le patrimoine, le patrimoine industriel notamment, a un rôle primordial à jouer.

5. « Notre avenir à tous - Rapport de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement » (1989), Montréal, Les Éditions du Fleuve, p. XXII.

## *Conclusion*

---

Le territoire du tourisme - y compris celui de la villégiature - est un territoire d'emprunt, dans la mesure où la plupart des lieux de la mise en valeur touristique n'ont pas une vocation unique, ni même une telle vocation à l'origine. L'aménagement des espaces du tourisme se pose donc en des termes particuliers qui renvoient à des valorisations secondes qui se superposent aux valorisations premières, antérieures tout aussi bien que contemporaines. C'est là un des aspects fondamentaux abordés dans le texte de Normand Cazalais.

Cette première caractéristique de l'espace du tourisme se double d'une certaine forme de permanence. Plusieurs des hauts lieux conquis dès le XIX<sup>e</sup> siècle par les touristes et les villégiateurs ont conservé leur attrait. C'est ce qu'ont montré les textes de Gérard Beudet et Serge Gagnon et de Martine Geronimi.

Cette pérennité n'exclut pas des transformations profondes. L'espace touristique s'est considérablement élargi au cours du XX<sup>e</sup> siècle. La démocratisation de l'accès au temps libre, l'accroissement des revenus de la classe moyenne, l'amélioration des moyens de transport, de même que l'intervention de l'État, particulièrement à compter des années 1960, en ont été certaines des principales causes.

Cet élargissement a été porté par divers idéaux, dont ceux d'une distribution équilibrée des équipements, d'un rééquilibrage des économies régionales, d'un accès démocratique aux ressources. De ce point

de vue, la recherche identitaire et le désir d'une représentation destinée à l'autre ont souvent joué un rôle déterminant. Les ambitions et les impératifs de l'une et l'autre sont cependant parfois difficilement conciliables et posent des problèmes auxquels l'aménagiste ne saurait être indifférent. C'est ce qu'ont illustré les contributions de Lucie K. Morisset et de Jacques Lecours.

On doit également reconnaître que l'instrumentalisation croissante de l'espace - c'est-à-dire sa prise en compte au seul titre de support et de matériau de la mise en valeur - a engendré une catégorisation territoriale qui dépend souvent plus des aménagements et des équipements disséminés un peu partout que d'une valorisation plus fondamentale, porteuse d'appropriations et d'enracinements. Cette occultation des valorisations profondes se traduit par la difficulté de plus en plus grande à préserver l'harmonie des usages, partout où des occupations et des activités contraignantes subsistent. C'est là une des idées qui ont été soutenues par G. Beaudet et S. Gagnon. On éclaire ainsi sous un jour nouveau certains des conflits entre résidents et visiteurs auxquels s'est attardé N. Cazalais. Il s'agirait, dans certains cas, de véritables conflits d'appropriation mettant en scène des acteurs qui convoitent une même position investie de valeurs qui la rendent fortement attractive.

Le potentiel attractif concerne une ressource. Pour qu'elle devienne un produit touristique, cette ressource doit être mise en valeur, c'est-à-dire aménagée. L'aménagement touristique a des règles qui lui sont propres. Elles tiennent pour beaucoup à la performance technique et économique des équipements. L'espace du tourisme ne répond toutefois pas de cette seule considération. Il est aussi espace de désir, d'évasion et de représentation. C'est en ce sens que la prise en compte de la dimension environnementale n'échoit pas aux seuls critères de performance ou à la seule volonté d'éviter la dilapidation ou la détérioration des ressources. C'est ce qu'a traduit Roger Nadeau en montrant que l'environnement n'est pas seulement une préoccupation à la mode, mais est bel et bien une ressource de premier plan. On aménage dorénavant moins pour protéger l'environnement que pour y avoir accès. C'est pourquoi, aujourd'hui, presque aucun coin de la planète n'échappe à la mise en valeur touristique. Pourrait-on invoquer un argument plus percutant pour justifier les réflexions qui ont été réunies dans cet ouvrage sur l'espace touristique ?

## *Bibliographie*

---

- ABBÉY, E. (1995). *Désert solitaire*, Paris, Payot & Rivages, Édition de poche.
- ALLEN, R. (1995). « Redéfinition du réseau des parcs québécois et vision d'avenir », *Téoros*, vol. 14, n° 1, p. 24-27.
- AMERICAN EXPRESS TRAVEL RELATED SERVICES (1993). *Getting Started. How to Succeed in Heritage Tourism*, New York.
- ARCHAMBAULT, Y. (éd.) (1983). « Les multiples facettes de l'aménagement touristique », *Téoros*, vol. 2, n° 3, novembre.
- ARCHIVES DE L'UNIVERSITÉ LAVAL, fonds : Sylvio Brassard, p. 255.
- ARCHIVES NATIONALES DU QUÉBEC À QUÉBEC, fonds : Inventaire des biens culturels, p. 547.
- ASCHER, F. (1986). « Tourisme », *Société : Revue des Sciences Humaines et Sociales*, vol. 2, n° 3, p. 5-6.
- ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU CANADA (1994). *Code d'éthique et directives générales sur le développement touristique durable*, Table ronde nationale sur l'environnement et l'économie, Ottawa.
- AUDETTE, D. (1981). *Espace tourisme : vers une théorie de la spatialité touristique*, Thèse de maîtrise, Université de Sherbrooke.
- AUGER, C. (1993). « À la recherche du pittoresque dans l'Estrie », *Cap-aux-Diamants*, n°33, p. 59-62.
- BALE, J. (1989). *Sports Geography*, Spon.

- BARABÉ, A. (1990). « Pérennité des environnements de loisir », *Loisir et Société/Society and Leisure*, vol. 13, n° 2, p. 271-296.
- BARABÉ, A. (1995). « Parcs, tourisme et développement durable », *Téoros*, vol. 14, n° 1, p. 8-12.
- BARTHES, R. (1957). *Mythologies*, Paris, Éditions du Seuil, (réédition 1970), 247 p., collection Civilisation, n° 10.
- BEAUDET, G. (1996). « Patrimoine et tourisme industriels au Québec - les lieux et les modes de mise en valeur », *Téoros*, vol. 15, n° 2, p. 9-18.
- BEAUDET, G. (1996). « L'aménagement touristique des Laurentides », *Téoros*, vol. 15, n° 1, p. 8-13.
- BEAUDET, G. (1996). « Terroirs et territoires de l'économie marchande au Québec de 1608 à aujourd'hui », *Trames*, n° 11, p. 15-26.
- BEAUDET, G. (1996). « Un bref regard sur l'architecture de la villégiature et du tourisme », *Téoros*, vol. 15, n° 1, p. 39-42.
- BEAUDET, G. (1997). « Domaines « vides » et structuration morphologique de l'agglomération montréalaise », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 41, n° 112, p. 7-29.
- BEAUDET, G. (1998). « Les disparités en matière d'habitat dans la région de Montréal : tendances passées et actuelles », *Urbanité*, vol. 2, n° 4, p. 22-23.
- BEAUDET, G. (1999). « Du jardin au paysage : le façonnement des lieux de la villégiature et du tourisme au Québec », *Téoros*, vol. 18, n° 1 (à paraître).
- BEAUDET, G. (1999). « Paysage et investissements de valeur », dans P. POUILLAOUEC-GONIDEC, M. GARIÉPY et B. LASSUS (éd.), *Paysage, territoire d'intentions*, Paris, L'Harmattan (à paraître).
- BEAUDET, G. et C. LAMOTHE (1996). « Du site au territoire : l'aménagement touristique du Québec », *Trames*, n° 11, p. 63-69.
- BEAUDET, G. et LUNDGREN, J.O.J. (éd.) (1996). « Patrimoine industriel », *Téoros*, vol. 15, n° 152.
- BEAUDOIN, P. (1998). *La Fondation Golf Québec*, rapport de baccalauréat, Département de géographie, Université de Sherbrooke.
- BEAUDOIN, R., N. CAZELAIS et M. CÔTÉ (1993). Colloque « Tourisme et culture, une alliance d'avenir ? », *Actes du colloque*, *Téoros*, collection Colloques et congrès, n° 5.
- BÉLANGER, J., M. DESJARDINS et Y. FRENETTE (1981). *Histoire de la Gaspésie*, Montréal, Boréal Express / Institut québécois de recherche sur la culture.

- BELLEROSE, P. (éd.) (1991). « Destination Montréal d'hier à demain », *Téoros*, vol. 10, n° 3.
- BERGERON, C. (1987). « Tourisme de masse: les nouveaux barbares », *Le Point*, édition internationale, n° 776, p. 54-60.
- BERGERON, C. (1989). *Architectures du XX<sup>e</sup> siècle au Québec*, Montréal, Éditions du Méridien.
- BIGSBY, J.-J. (1850). *The shoe and canoe, or pictures of travels*, dans *The Canadas*; cité dans J. DES GAGNIERS (1994). *Charlevoix, pays enchanté*, Presses de l'Université Laval.
- BLANCHARD, R. (1935). *L'Est de Canada français, « Province de Québec »*, Paris, Masson et Montréal, Éditions Beauchemin.
- BLANCHARD, R. (1960). *Le Canada français, Province de Québec, Étude géographique*, Montréal, Fayard.
- BOIVIN, M., J.-M. LUCAS-GIRARDVILLE et L. MATTHEWS (1982). *Le tourisme industriel au Québec*, Québec, ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme du Québec.
- BONIFACE, P. et P. J. FOWLER (1993). « Heritage and Tourism », dans *The Global Village*, New York et Londres, Routledge.
- BOOTH, J.D. (1984). *Les Cantons de la Saint-François*, Université McGill, Musée McCord.
- BOUDREAU, C., S. COURVILLE et N. SÉGUIN (1997). « Atlas historique du Québec : le territoire », Les Archives nationales du Québec / Les Presses de l'Université Laval, p. 45-54.
- BOYER, M. (1980). « Évolution sociologique du tourisme : continuité du tourisme rare et rupture contemporaine », *Loisir et Société*, vol. 3, n° 1, p. 49-82.
- BOYER, M. (1982). *Le tourisme*, collection Peuple et Culture, Paris, Seuil.
- BOYER, M. (1987). « Typologie et changements dans le tourisme », *Cahiers du CHET* (série C : n° 114), Centre des Hautes Études touristiques, Aix-en-Provence.
- BOYER, M. (1990). « Le « Tour, english style » », *Les Vacances* (série Mutations : n° 111), Édition Autrement, Paris, p. 174-181.
- BOYER, M. (1995). « L'invention de distinction, moteur du tourisme? Hier et aujourd'hui », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 45-47.
- BOYER, M. (1995). « Repères diachroniques du tourisme : choix de dates, de faits et d'inventions », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 42-44.

- BOYER, M. (1996). *L'invention du tourisme*, Découvertes Gallimard, n°288.
- BOYER, M. (1997). « Le tourisme, une épistémologie spécifique en quête de paradigmes », *Loisir et Société*, vol. 20, n° 2, p. 455-477.
- BRIÈRE, R. (1958). *Le tourisme en Gaspésie*, Thèse de maîtrise, Département de géographie, Université de Montréal.
- BRIÈRE, R. (1959). « La Percée touristique », *Revue canadienne de géographie*, n° 13, p. 39-52.
- BRIÈRE, R. (1961-62). « Les cadres d'une géographie touristique du Québec », *Cahiers de Géographie de Québec*, n° 11, p. 39-64.
- BRIÈRE, R. (1967). « Les grands traits de l'évolution du tourisme au Québec », *Bulletin de l'Association des géographes de l'Amérique française*, n° 11, p. 83-95.
- BRIÈRE, R. (1967). « Les Laurentides montréalaises, pays de tourisme », *Bulletin de l'Association des géographes de l'Amérique française*, n° 11, p. 97-106.
- BRIÈRE, R. (1967). *Géographie du tourisme au Québec*, Thèse de doctorat, Département de géographie, Université de Montréal.
- BRUNEAU, P. (1985). « Le rôle de l'État et des bourgeoisies urbaines dans la production d'espace de loisirs au Québec », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 29, no 76, p. 67-78.
- BUCKLEY, C. (1996). *Pour un virage écologique de la PME*, Ottawa, Écodécision.
- BUIES, A. (1878). *Petites chroniques pour 1877*, Québec, Darveau.
- BUIES, A. (1978). *Lettres sur le Canada*, Montréal, L'Étincelle.
- BUREAU D'AUDIENCES PUBLIQUES SUR L'ENVIRONNEMENT (1992). *Projet d'ensablement de plages au lac Memphrémagog : rapport d'enquête et d'audience publique*, Québec.
- BUSSIÈRE, G. (1990). « Le réseau des parcs du Québec : évolution et relation avec le développement durable », *Loisir et Société*, vol. 13, n° 2, p. 359-377.
- CALVINO, I. (1996). *Les villes invisibles*, Paris, Éditions du Seuil, collection Points.
- CAMERON, C. et J. TRUDEL (1976). *The drawings of James Patterson Cockburn : a visit through Quebec's Past*, Gage.
- CANADA STEAMSHIP LINE CO. (1945). *The Saguenay Trip*, Montréal, La Patrie Printing.

- CANADIAN NATIONAL ABORIGINAL TOURISM ASSOCIATION (1994). *Issues of Heritage and Culture in a Comparative Context*, Crossing Frontiers International Symposium, juin.
- CARANI, M. (dir.) (1995). *Des lieux de mémoire: identité et culture moderne au Québec 1930-1960*, Ottawa, Presses de l'Université d'Ottawa.
- CAZELAIS, N. (1985). « Rôle et action des associations touristiques régionales », *Téoros*, vol. 5, n° 1, p. 30-32.
- CAZELAIS, N. (1993 et 1995). *Étrangers d'ici et d'ailleurs. Un tourisme à visage humain, Chroniques*, tomes I et II, Montréal, XYZ Éditeur.
- CAZELAIS, N. (éd.) (1987). « Le Saint-Laurent magnétique », *Téoros*, vol. 6, n° 2.
- CAZELAIS, N. (éd.) (1991). « Tourisme et environnement », *Téoros*, vol. 10, n° 1.
- CAZELAIS, N. (éd.) (1991). « Tourisme et environnement », *Téoros*, vol. 10, n° 1.
- CAZELAIS, N. (éd.) (1996). « Le tourisme d'affaires », *Téoros*, vol. 15, n° 3.
- CAZELAIS, N. (éd.) (1996). « Les Laurentides », vol. 15, n° 1.
- CAZELAIS, N. et G. RÉGALLET (1985). « Y a-t-il des destinations tabous ? », *Téoros*, vol. 4, n° 1, p. 7-8.
- CAZELAIS, N. et R. NADEAU (1988). « L'espace touristique québécois », *Téoros*, collection Les fascicules, n° 2, p. 12-13, Montréal, Université du Québec à Montréal.
- CAZES, A. et F. POTIER (éds) (1998). « Le tourisme et la ville : expériences européennes », *Tourismes et Sociétés*, Paris, L'Harmattan.
- CAZES, G. (1992). *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, collection Amphi Géographie, Rosny, Éditions Bréal.
- CAZES, G. (1996). *Le tourisme urbain*, Paris, Presses universitaires de France, collection Que sais-je ?
- CAZES, G., R. LANQUAR et Y. RAYNOUARD (1990). *L'aménagement touristique*, 3e édition, Paris, PUF, collection Que sais-je ?
- CHADEFAUD, M. (1971). « Méthode d'analyse d'un flux touristique au niveau local et régional », Centre d'études du tourisme, Université d'Aixen-Provence, vol. 35.
- CHADEFAUD, M. (1987). *Aux origines du tourisme dans les pays de l'Adour (Du mythe à l'espace : un essai de géographie historique)*, Département de géographie et d'aménagement de l'Université de Pau et des Pays de l'Adour.

- CHAMPLAIN, S. de (1973). *OEuvres*, 3 tomes (réédition), Montréal, Éditions du Jour.
- CHARBONNEAU, Y. (1957). *Le tourisme dans les Cantons-de-l'Est*, Thèse de maîtrise, Département de géographie, Université de Montréal.
- CHARRON, A. (1983). *Land Use Planning Legislative Supplement*, Montréal, Université McGill, Faculté de droit.
- CHOAY, F. (1992). *L'allégorie du patrimoine*, Paris, Seuil.
- CLAVEL, B. (1968). *L'homme qui voulait voir la mer*, Paris, Robert Laffont.
- COHEN, E. (1974). « Who is a tourist ? : a conceptual clarification », *The Sociological Review*, vol. 22, n° 4, p. 527-549.
- COHEN, E. (1979). « Rethinking the sociology of tourism », *Annals of Tourism Research*, n° 6, p. 18-35.
- COLLABORATION (1973). *Earth's Last Frontiers'(A History of Discovery and Exploration)*, Londres, Adlus Books / Jupiter Books.
- COMMISSION DE TOPONYMIE DU QUÉBEC (1994). *Noms et lieux du Québec. Dictionnaire illustré*, Québec, Les Publications du Québec.
- COMMISSION MONDIALE SUR L'ENVIRONNEMENT ET LE DÉVELOPPEMENT (1989). *Notre avenir à tous*, Rapport, Montréal, Les Éditions du Fleuve.
- CONSEIL CONSULTATIF DE L'ENVIRONNEMENT (1976). *Aménagement des berges (de lacs et de rivières)*, Québec, Gouvernement du Québec.
- CONSEIL FÉDÉRAL SUISSE, *Ordonnance du DFI du 16 janvier 1991 sur la protection de la nature et du paysage*, Confederatio helvetica, Berne, 1991.
- CONSTANTINIDI, M. et H. DUFFY (1977). *Les Laurentides: peintres et paysages*, Gage Publishing S.A. et Les Éditions internationales Alain Stanké.
- CORBIN, A. (1988). *Le territoire du vide. L'Occident et le désir du rivage (1750-1840)*, collection Historique, Paris, Aubier.
- CORBIN, A. (1995). *L'Avènement des loisirs 1850-1960*, Paris, Aubier.
- CORPORATION DES INGÉNIEURS FORESTIERS DE LA PROVINCE DE QUÉBEC (1974). *Plein air et conservation au Québec*, Comité des parcs en forêt, Québec.
- COSTA, P. et E. CANESTRELLI (1991). *Tourist Carrying Capacity: A Fuzzy Approach*, ATR, 18, p. 295-311.
- CÔTÉ, M. (1984). « L'intervention gouvernementale dans le secteur touristique le mythe des retombées économiques », *Téoros*, vol. 3, n° 2, p. 2-6.

- COURVILLE, S. (1980). « La crise agricole du Bas-Canada, éléments d'une réflexion géographique », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 24, n° 62, p. 193-224, et vol. 24, n° 63, p. 385-428.
- COURVILLE, S. (1990). *Entre ville et campagne: l'essor du village dans les seigneuries du Bas-Canada*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- COURVILLE, S. (1995). *Le pays laurentien au XIV<sup>e</sup> siècle: les morphologies de base*, Québec, Presses de l'Université Laval, collection Atlas historique du Québec.
- COURVILLE, S. (1996). *Population et territoire*, collection Atlas historique du Québec, Québec, Presses de l'Université Laval.
- COURVILLE, S. et N. SÉGUIN (1996). *Le coût du sol au Québec : deux études de géographie historique*, collection Géographie historique, Québec, Les Presses de l'Université Laval.
- CRÉPU, M., R. FIGUIER et R. LOUIS (1990). *Hauts Lieux*, Paris, Autrement, collection Mutations, n° 115.
- DAUZAT, A., J. DUBOIS et H. MITTERAND (1971). *Nouveau dictionnaire étymologique et historique*, Paris, Larousse, collection Références Larousse.
- DAVALLON, J. (1991). « Produire les hauts lieux du patrimoine », dans André MICOUD (dir.), *Hauts lieux. La construction sociale de l'exemplarité*, Paris, Éditions du CNRS, p. 85-102.
- DEBARBIEUX, B. (1992). « La nature de « l'explication géographique » dans l'analyse du tourisme », dans *Géographie économique et représentations*, Paris, Anthropos / GIP RECLUS, p. 21-54.
- DEBIÈVRE, A. (1996). « La diplomatie environnementale bute sur les Alpes », *Administration & nature*.
- DEBIÈVRE, A. (1996). « Propositions décapantes pour le tourisme français », *Administration & nature*.
- DEBIÈVRE, A. (1996). « Un tourisme durable est-il possible ? », *Administration & nature*.
- DEFERT, P. (1972). « Les ressources et les activités touristiques, Essai d'intégration », *Cahiers du CHET* (série C : n° 19), Université d'Aix-Marseille, Centre d'études du tourisme, p. 3-13.
- DEFERT, P. (19xx). « Éléments généraux de localisation touristique », *Cahiers du CHET* (Série C, n° 13), Université d'Aix-Marseille, Centre d'études du tourisme.
- DEMERS, J. (1983). *Le tourisme en péril: essai sur le développement touristique au Québec*, Montréal, Nouvelle optique.

- DEMERS, J. (1987). *Le développement touristique - notions et principes*, Québec, Les Publications du Québec, ministère du Tourisme.
- DEMERS, J. (1991). *Paysages et environnements touristiques*, Bernière, Institut nord-américain de recherche en tourisme inc.
- DÉSIRON, A. (1998). « Du tourisme de broche à foin », *L'actualité*, 1er mai, p. 54-62.
- DESMARAIS, G. (1992). « Des prémisses de la théorie de la forme urbaine au parcours morphogénétique de l'établissement humain », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 36, no 98, p. 251-273.
- DESMARAIS, G. (1995). « La formidable émergence d'une identité culturelle le cas de Paris », dans L. NOPPEN (éd.), *Architecture, forme urbaine et identité collective*, Québec, Septentrion.
- DESMARAIS, G. (1995). *La morphogenèse de Paris, des origines à la Révolution*, Paris, L'Harmattan et Québec, CÉLAT.
- DESMARAIS, G. (1998). *Dynamique du sens*, Septentrion, p. 94 et 96.
- DESMARAIS, G. et G. RITCHOT (1997). « La dimension morphodynamique des grands établissements humains : l'exemple de Montréal », *Visio*, vol. 2, n° 2, p. 43-57.
- DÉSY, J. (1967). « Quelques aspects de la géographie touristique des Petites Laurentides de Saint-Raymond », *Bulletin de l'Association des géographes de l'Amérique française*, n° 11, p. 123-126.
- DÉSY, J. (1988). « La villégiature forestière en Sagamie », *Téoros*, vol. 7, n° 2, p. 17-19.
- DEWAILLY, J.-M. (1990). *Tourisme et aménagement en Europe du Nord*, collection Géographie, Paris, Masson.
- DEWAILLY, J.-M. et É. FLAMENT (1993). *Géographie du tourisme et des loisirs*, collection Dossier des images économiques du monde, Paris, SEDES.
- DORION, N. (1997). « Inventaire des sites industriels patrimoniaux au Québec », Montréal, Association québécoise pour le patrimoine industriel.
- DORST, J. (1970). *La nature dénaturée*, Paris, Éditions Delachaux et Niestle, collection Points, n° 9.
- DROLET, L. (1988). « Des vacances au château. Les grands hôtels où, le temps d'une saison, les villégiateurs deviennent rois ou reines. Dossier : La villégiature au Québec », *Continuité*, n° 40, p. 17-21.
- DUBÉ, P. (1983). « Faire l'histoire du pays visité : Charlevoix », *Loisir et Société*, vol. 6, n° 1, p. 211-228.

- DUBÉ, P. (1985). « Charlevoix : nos châteaux de la Loire », *Continuité*, p. 34-35.
- DUBÉ, P. (1986). *Deux cents ans de villégiature dans Charlevoix. L'histoire d'un pays visité* (avec la collaboration de Jacques Blouin, photographe), Québec, Presses de l'Université Laval.
- DUBÉ, P. (1986). *La villégiature dans Charlevoix : L'histoire d'un pays visité*, Québec, Presses de l'Université Laval.
- DUBÉ, P. (1995). « La villégiature dans Charlevoix : une tradition séculaire, un patrimoine encore vivant », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 4-7.
- DUBÉ, R. et F. TREMBLAY (1989). *Peindre un pays - Charlevoix et ses peintres populaires*, Laprairie, collection Signatures Plus, Éditions Broquet.
- DUMAS, A. (père) (1987). *De Paris à Cadix. Impressions de voyage*, Paris, François Bourrin.
- DUMAS, S. (1951). « Un problème de survivance », *Notre héritage historique*, Québec, Société historique de Québec, 19 p., collection Cahiers d'histoire, n° 3.
- DUNCAN, J. (1993). « Sites of Representation : Place, Time and the Discourse of the Other », dans DUNCAN, J. et D. LEY (dir.), *Place / Culture / Representation*, New York, Routledge, p. 39-56.
- DUNCAN, J. et D. LEY (dir.) (1993). *Place / Culture / Representation*, New York, Routledge.
- DUSSAULT, G. (1983). *Le Curé Labelle: Messianisme, utopie et colonisation au Québec 1850-1900*, Montréal, Hurtubise-HMH.
- ÉCONOMUSÉE DE LA MAISON DU FIER MONDE (1990). *Exposer son histoire*, Université du Québec à Montréal, fascicule 1, p. 4.
- ENGLISH TOURIST BOARD (1991). *Tourism and the Environment, Maintening the Balance*, Londres, 1991.
- FAUJAS, A. (1996). *L'aventure du Club Med*, Paris, Flammarion.
- FLAUBERT, G. (1948). *Voyages*, Paris, Presses universitaires de France.
- FRANCŒUR, G. (1998). « Une ZEC en péril : un projet d'agrandissement d'une pourvoirie suscite la controverse dans la région de Lanaudière », *Le Devoir*, 4 septembre 98, p. A 1 et A-12.
- FRITZ-NEMETH, P et J.O.J. LUNDGREN (1996). « Tourist Attractions - from Natural to Industrial : the Potential of Industrial Tourism and Contemporary Settings : case of the Eastern Townships », *Téoros*, vol. 15, n° 2, p. 23-30.

- FRUSTIER, P. (1997). « Tourisme et patrimoine », dans A.-J. TUDESQ (dir.), *Patrimoine de l'Image, Images du Patrimoine en Aquitaine*, Bordeaux, Éditions de la Maison des sciences de l'homme d'Aquitaine, p. 119-137.
- GAGNON, F. (1992). « Du cheval au rail : l'évolution des circuits touristiques québécois au XIX<sup>e</sup> siècle », dans *Le pays laurentien au XIX<sup>e</sup> siècle*, Cahier 1, Université Laval, Université du Québec à Montréal, Université du Québec à Trois-Rivières, p. 101-133.
- GAGNON, F. (1992). « L'infrastructure touristique appréhendée à travers les guides touristiques et les annuaires : rapport de recherche », dans *Le pays laurentien au XIX<sup>e</sup> siècle*, Cahier 1, Université Laval, Université du Québec à Montréal, Université du Québec à Trois-Rivières, p. 153-178.
- GAGNON, S. (1996). *L'émergence du tourisme au XIX<sup>e</sup> siècle : l'exemple de Charlevoix. Une analyse morphologique, dynamique et sémiotique*. Université Laval, Département de géographie, Mémoire de maîtrise non publié, p. 30-55.
- GAGNON, S. (1998). « De Lower St. Lawrence à Charlevoix : l'émergence d'un haut lieu de villégiature de la bourgeoisie marchande canadienne », *Téoros*, vol. 17, n° 1, printemps, p. 15-22.
- GAGNON-PRATTE, F. (1980). *L'architecture et la nature à Québec au dixneuvième siècle : les villas*, ministère des Affaires culturelles et Musée du Québec.
- GAGNON-PRATTE, F. (1985). « Les villas des forêts », *Continuité*, n° 28, p. 2-4.
- GAGNON-PRATTE, F. (1987). *Maisons de campagne des Montréalais, 1892-1924: l'architecture des frères Maxwell*, Éditions du Méridien.
- GAGNON-PRATTE, F. et E. ETTER (1993). *Le château Frontenac*, Québec, Éditions Continuité.
- GAGNON-PRATTE, F. et P. DUBÉ (1988). « La villa : ou l'art de vivre en harmonie avec la nature », *Continuité*, n° 40, p. 22-25.
- GALLANT, D. (1988). Catalogue d'une exposition commémorative à l'occasion du centenaire de la ville de Magog.
- GARCEAU, H.-P. (1990). *Chronique de l'hospitalité hôtelière du Québec de 1880 à 1940: les pionniers*, Montréal, Les Publications du Québec - Le Méridien.
- GARCEAU, H.-P. (1995). *Chronique de l'hospitalité hôtelière du Québec de 1940 à 1980*, Montréal, Les Publications du Québec, Éditions du Méridien.

- GELLY, A., L. BRUNELLE-LAVOIE et C. KIRJAN (1995). « La passion du patrimoine », *La Commission des biens culturels du Québec, 1922-1994*, Québec, Septentrion.
- GENEST, B. (1987). *L'ethnologie au Québec*, Québec, ministère des Affaires culturelles.
- GERMAIN, G.-H. (1998). « Une forêt pour les vivants », *Géographica*, vol. 2, n° 6, p. 4-11.
- GERONIMI, M. (1996). « Le Vieux-Québec au passé indéfini. Entre patrimoine et tourisme », Mémoire de maîtrise, Faculté des études supérieures, Département de géographie, Université Laval, non publié.
- GHIRARDO, D. (1997). *Les architectures postmodernes*, Paris, Thames and Hudson, collection L'univers de l'art, n° 68.
- GIASSON, F. (1998). *Profil socio-économique des golfeurs et caractéristiques physiques des terrains de golf du Québec appliqués à la région touristique des Cantons-de-l'Est*, Mémoire de maîtrise, Département de géographie, Université de Sherbrooke.
- GIBLIN, B. (1978). « Le paysage, le terrain et les géographes », *Hérodote*, janvier-mars, n° 9, p. 74-89.
- GIRARD, M.F. (1994). *L'écologisme retrouvé ; essor et déclin de la Commission de conservation au Canada*, Ottawa, Presses de l'Université d'Ottawa.
- GIRARDVILLE, J.-M., L. DUMAS et C. LALANCETTE (1997). « L'agrotourisme au Québec : bilan et perspectives », Étude sur le tourisme rural au Québec relié au monde agricole, *Téoros*, collection Colloques et congrès, n° 11, p. 21-24.
- GIRONNAY, S. (1998). « Mon château au Canada », *L'actualité*, 1er octobre 98, p. 76-77.
- GIROUARD, C. (1998). « Le tourisme au Nunavik », *Téoros*, vol. 17, n° 2, p. 26-27.
- GOUIN, P. (1951). « Au pays de Québec rien ne doit mourir ni ne doit changer », *Culture*, vol. XII, n° 43.
- GOUVERNEMENT DU QUÉBEC (1982). *Loi sur l'aide au développement touristique*, Québec.
- GRABURN, N.H.H. (1980). « Enseignement de l'anthropologie du tourisme », *Revue internationale des sciences sociales*, n° 32, p. 59.
- GRABURN, N.H.H. (1983). « The anthropology of tourism », *Annals of Tourism Research*, n° 10, p. 9-33.

- GRANDBOIS, M. (1981). *Le droit de l'aménagement du territoire au Québec*, Thèse de doctorat en droit public, Université de Montpellier.
- GRANT, G.-M. (1991). *Le Québec pittoresque* (réédition), HMH, Cahiers du Québec / Album.
- GRIGNON, C.-H. (1941). « D'une culture canadienne-française : notre culture sera paysanne, ou ne sera pas », *L'Action nationale*, vol. 17, n° 6, juin.
- GRIGNON, C.-H. (1977). *Un homme et son péché*, Montréal, Éditions Stanké, collection Québec dix sur dix.
- GUBLER, J. (1988). *Nationalisme et internationalisme dans l'architecture moderne de la Suisse*, Genève, Éditions Archigraphie.
- GUÉRETTE, M.-C. et P. HÉTU (1995). « Le tour du bout du monde : un siècle de tourisme en Gaspésie », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 8-11.
- GUÈVREMONT, G. (1974). *Le Survenant* (version définitive), Montréal, Éditions Fides, collection Bibliothèque canadienne-française.
- GUNN, C.A. (1982). *Proposition de méthodologie pour déterminer le potentiel de développement des zones de destination touristique au Canada*, Ottawa, Office du tourisme du Canada.
- GUNN, C.A. (1988). *Tourism Planning*, New York, Taylor & Francis.
- GUNN, C.A. (1988). *Vacationscape : Designing Tourist Regions*, New York, Van Nostrand Reinhold.
- HARDY, R. (1996). *La sidérurgie dans le monde rural : les hauts fourneaux du Québec au XIX<sup>e</sup> siècle*, Québec, Les Presses de l'Université Laval.
- HARDY, R. et N. SÉGUIN (1984). *Forêt et société en Mauricie*, Montréal, Boréal Express et Musée national de l'Homme.
- HAULOT, A. (1974). *Tourisme et environnement, la recherche d'un équilibre*, Bruxelles, Marabout.
- HAULOT, A. (1982). *Un certain tourisme*, Recueil de textes (1951-1981), Bruxelles.
- HUYSEN, A. (1995). « Twilight Memories - Marking Time in a Culture of Amnesia », New York, London, Routledge.
- ICOMOS (s.d.) (Conseil international des monuments et des sites / International Council on Monuments and Sites), *Cultural Tourism. Tourism Handbook for World Heritage Site Managers*, s.l.
- JACOBS, R. (1997). *Bruges, une ville dans l'histoire*, Bruges, Van de Wiele.

- JAFARI, J. (1988). « Le système du touriste : modèles socio-culturels en vue d'applications théoriques et pratiques », *Loisir et Société*, vol. 11, n° 1, p. 59-80.
- JAY-RAYON, J.-C. et B. MORNEAU (1994). « Le tourisme d'aventure. Pour quelle aventure ? », *Téoros*, vol. 13, n° 3, p. 11-16.
- JAY-RAYON, J.-C. et B. MORNEAU (1995). « Les parcs humanisés... de troisième génération », *Téoros*, vol. 14, n° 1, p. 31-36.
- JAY-RAYON, J.-C. et B. MORNEAU (1996). « Les nouveaux aventuriers touristiques », *Continuité*, n° 68, p. 38-42.
- JOLIN, L. (1986). « Les aspects juridiques du tourisme », *L'Urbaniste*, vol. 4, n° 1.
- JOLIN, L. (éd.) (1982). « Les enjeux du tourisme social », *Téoros*, vol. 1, n° 3.
- JOLIN, L. et J.M. DESCÔTEAUX (1995). « Interventions touristiques au Québec : chronologie des décisions marquantes situées dans un contexte historique », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 40.
- JOLIN, L. et J.-M. DESCÔTEAUX (1995). « Interventions touristiques au Québec : chronologie des décisions marquantes situées dans le contexte de l'histoire », *Téoros*, vol. 14, n° 2, été, p. 37-42.
- JUNTA DE EXTRAMADURA (Espagne), *Ley de Turismo en Extramadura*, Mérida, 1997.
- KANDEL, R. (1995). *Le devenir des climats*, Paris, Hachette, collection Questions de science.
- KEMPF, J. et MEIGS (dir.) (1995). *Lieux de mémoire aux États-Unis (Annales de l'Université de Savoie)*, n° 18.
- KNAFOU, R. (1992). *De quelques rapports souvent contradictoires entre tourisme et environnement*, Paris, La Documentation française, Colloque Tourisme et Environnement, p. 16-23.
- KNAFOU, R., M. BRUSTON, F. DEPREST, P. DUHAMEL, J.-C. GAY et I. SACAREAU (1997). « Une approche géographique du tourisme », *L'Espace géographique*, n°3, p. 193-204.
- KOSTOF, S. (1985). *A History of Architecture : Settings and Rituals*, Oxford, Oxford University Press.
- KRIPPENDORF, J. (1977). *Les dévoreurs de paysages - Le tourisme doit-il détruire les sites qui le font vivre ?*, Lausanne, Éditions 24 heures.

- LABLAUDE, P.-A. (1992). « Le Mont-Saint-Michel ou la fabrication d'un monument historique », *De l'utilité du patrimoine*, Paris, Caisse nationale des Monuments historiques et des sites, vol. 188, n° 125, collection Actes des Colloques de la Direction du patrimoine.
- LAFRANCE, M. (1987). « Sous l'emprise de la place forte, *Cap-aux-Diamants* », édition spéciale, p. 33-36.
- LAMOTHE, C. (1986). « Le potentiel touristique des MRC du Québec : un essai de catégorisation », *Téoros*, vol. 5, n° 1, p. 28-29.
- LAMOTHE, C. et R. BIENVENU (1983). « Aménager une station touristique », *Téoros*, vol. 2, n° 3, p. 6 à 8.
- LANCTOT, M. et D. DANSEREAU (1998). « Petite montagne, grand patrimoine : quand la nature résiste », *Continuité*, n° 78, p. 44-46.
- LANDRY, K. (1994). « Visions et descriptions pittoresques du « Gibraltar d'Amérique » », dans *Québec plein la vue*, Québec, J.R. PORTER et D. PRIOUL (dir.), Musée du Québec et Les Publications du Québec, p. 267-286.
- LANDRY, K. (1998). « Une visite guidée de Québec : l'itinéraire touristique au XIX<sup>e</sup> siècle », inédit, Sainte-Foy, CRELIQ, Département des littératures, Université Laval.
- LAPLANTE, M. (1983). « Les attractions touristiques : un système à décoder », *Téoros*, vol. 2, n°2, p. 14-22.
- LAPLANTE, M. (1988). « La révolution du voyage d'agrément », *Loisir et Société*, vol. 11, n° 1, p. 11-32.
- LAPLANTE, M. (1988). « Tourisme et cultures régionales devant la crise de l'identité québécoise », *Téoros*, vol. 7, n° 1, p. 3-4.
- LAPLANTE, M. (1996). *L'expérience touristique contemporaine. Fondements sociaux et culturels*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec.
- LAPLANTE, M. (éd.) (1983). « Regards neufs sur les attractions touristiques », *Téoros*, vol. 2, no 2.
- LAPLANTE, M. (éd.) (1986). « Tourisme et régions », *Téoros*, vol. 5, n° 1.
- LAPLANTE, M. (éd.) (1994). « Bas-Saint-Laurent. Gaspésie. Îles-de-la-Madeleine », *Téoros*, vol. 13, n° 1.
- LAPLANTE, M. (éd.) (1998). « Le tourisme dans un pays à part. Charlevoix », *Téoros*, vol. 17, n° 1.
- LAPLANTE, M. et L. TROTTIER (1985). « Guides touristiques, racontez-nous des histoires », *Téoros*, vol. 4, n° 1, p. 22-24.

- LAPLANTE, M. et L. TROTTIER (1985). *L'évaluation des attractions touristiques au Québec : éléments de méthodologie*, Centre de recherche en gestion et Département d'études urbaines, Université du Québec à Montréal.
- LAROCHE, C. (1993). *Architecture et identité régionale : Hossegor 1923-1939*, Bordeaux, Inventaire général des monuments et des richesses artistiques de la France / Le Festin, 271 p., collection Cahiers du patrimoine.
- LAROCQUE, P. et collaborateurs (1993). *Parcours historiques dans la région touristique du Bas-Saint-Laurent*, Rimouski, GRIDEQ (Groupe de recherche interdisciplinaire sur le développement régional de l'Est du Québec).
- LAURIN, F. (1944). *Erres boréales*, Québec, Éditions Laurin.
- LAURIN, S. (1989). *Histoire des Laurentides*, collection Les régions du Québec, n° 3, Institut québécois de recherche sur la culture, Québec.
- LAURIN, S. (1993). « Le Nord des Montréalais : les Laurentides », *Cap-aux-Diamants*, n°33, p. 65-68.
- LAVERDIÈRE, C. (1975). « Les régions naturelles du Québec », *Annuaire du Québec*, 1975-1976, Québec, Éditeur officiel du Québec.
- LAVOIE, H. (1937). *Le tourisme dans le Québec en 1937*, Office de tourisme de la province de Québec, Québec, ministère du Commerce et de l'Industrie.
- LAZZAROTTI, O. (1995). *Les loisirs à la conquête des espaces périurbains*, Paris, L'Harmattan.
- LE COUÉDIC, D. (1991). « Les ressorts communs des régionalismes architecturaux du Québec et de la Bretagne », *International Journal of Canadian Studies / Revue internationale d'études canadiennes*, n° 4, automne, p. 49-75.
- LE COUÉDIC, D. (1992). «La géographie de l'habitat rural, l'architecture et l'invention de la région 1910-1948 », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 36, n° 98, septembre, p. 215-233.
- LE COUÉDIC, D. (1995a). « Le désir inassouvi d'une architecture bretonne », dans L. NOPPEN (dir.), *Architecture, forme urbaine et identité collective*, Sainte-Foy et Sillery, Université Laval (CÉLAT) et Septentrion, p. 135-156, collection Les Nouveaux Cahiers du CÉLAT, n° 12.
- LE COUÉDIC, D. (1995b). *Les architectes et l'idée bretonne : d'un renouveau des arts à la renaissance d'une identité*, Rennes, Société d'histoire et d'archéologie de Bretagne.
- LEIPER, N. (1990). « Tourist attraction systems », *Annals of Tourism Research*, n° 17, p. 367-384, p. 367-370; p. 370-382.

- LEMAY, A.-B., P. DUPUY, B. DUBÉ et J. FOREST (1995). « Le parc du Mont-Tremblant : 100 ans de nature ! », *Téoros*, vol. 14, n° 1, p. 3-7.
- LEMIRE, M., A. POULIN, L. PROVENCHER et É. TREMBLAY (1995). *Système d'évaluation des ressources naturelles et maintien de l'intégrité écologique*, Parc national de Kougibouguac, Nouveau-Brunswick, bulletin no 121-122, Département de géographie et télédétection, Université de Sherbrooke.
- LESSARD, M. (1993). « La vogue des bateaux blancs », *Cap-aux-Diamants*, n° 33, p. 50-52.
- LESSARD, M. (1998). *L'Île d'Orléans: aux sources du peuple québécois et de l'Amérique française*, Montréal, Les Éditions de l'Homme.
- LEW, A.A. (1987). « A framework of tourist attraction research », *Annals of Tourism Research*, n° 14, p. 553-575, p. 554-563.
- LIME, D.W. et G.H. STANKEY (1971). « Carrying Capacity : Maintaining Outdoor Recreation Quality », *Forest Recreation Symposium Proceedings*, Northwest Forest Experiment Station, Upper Darby, p. 174-181.
- LINTEAU, P.-A., R. DUROCHER, J.-C. ROBERT et F. RICARD (1989). *Histoire du Québec contemporain, Tome II. Le Québec depuis 1930*, Montréal, Boréal.
- LORTIE, A. (1993). « Hôtel Roberval : tout le monde descend », *Cap-aux-Diamants*, n° 33, p. 54-57.
- LOZATO, J.-P. (1987). *Géographie du tourisme*, Paris, Masson, collection Géographie.
- LOZATO-GIOTART, J.-P. (4e éd.) (1993). *Géographie du tourisme. De l'espace regardé à l'espace consommé*, collection Géographie, Masson, Paris, p. 40-72.
- LUCAS-GIRARDVILLE, J.-M. (1986). « Le développement régional dans les politiques québécoises du tourisme », *Téoros*, vol. 5, n° 1, p. 36-38.
- LUNDGREN, J.O.J. (1974). « On access to recreational lands », dans « Dynamic metropolitan hinterlands », *Tourist Review*, vol. 29, n° 4, p. 124-131.
- LUNDGREN, J.O.J. (1987). « Tourism Development in the Northern Periphery », *Téoros*, vol. 6, n° 1, p. 13-19.
- LUNEAU, J. (1983). « Quand la concurrence des espaces exige des choix », *Téoros*, vol. 2, n° 3, p. 17-19.
- MacCANNELL, D. (1976). *The Tourist : A New Theory of the Leisure Class*, New York, Schocken Books.

- MacCANNELL, D. (1989). « Introduction : Semiotic of tourism », *Annals of Tourism Research*, n° 16, p. 1-6; (1976). *The tourist; A new theory of the leisure class*, New York, Schocken Books.
- MANHAS, H. et J.-M. LUCAS-GIRARDVILLE (1981). *La station touristique Magog-Orford : programme de développement*, Québec, Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme, Service d'analyse et programmation.
- MARIQUE, D. (1988). « Vers une écologie du tourisme, une nouvelle éthique ? », *Bulletin du Centre international de documentation touristique Georges-Dopagne*, Bruxelles.
- MARLING, K.A. (1997). *Designing Disney's Theme Parks : The Architecture of Reassurance*, Paris et New York, Flammarion.
- MARSAN, J.-C. (1994). *Montréal en évolution : historique du développement de l'architecture et du développement urbain montréalais*, Montréal, Méridien architecture.
- MARTIN, P. *et al.* (1988). « Les pourvoiries du Québec », *Téoros*, vol. 7, n° 2, p. 38-40.
- MARTIN, P.-L. (1990). *La chasse au Québec*, Montréal, Édition du Boréal.
- MARTIN, P.-L. et collaborateurs (1977). *Rivière-du-Loup et son portage, Itinéraire culturel*, Québec, Librairie Beauchemin et Éditeur officiel du Québec.
- MEINIG, D.W. (1979). *The Interpretation of Ordinary Landscape*, Oxford et New York.
- MELANÇON, Y. (1997). « L'aménagement des parcs des champs de bataille et Victoria à Québec: une hypothèse structurale », Thèse de doctorat, Département de géographie, Université Laval.
- MILL, R.C. et A.M. MORRISSON (1985). *The Tourism System: An Introductory Test*, Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall Inc.
- MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC / VILLE DE MONTRÉAL (1997). *Vieux-Montréal, Plan d'action. Clientèle touristique et régionale*, Rapport final réalisé par le Groupe DBSF pour le Bureau de promotion et de mise en valeur du Vieux-Montréal, Montréal, Société de développement de Montréal.
- MINISTÈRE DE L'ÉNERGIE ET DES RESSOURCES DU QUÉBEC (1984). *Guide de construction en milieu naturel (ponts, bancs, passerelles, tables à pique-niques et autres)*, Québec.
- MINISTÈRE DE L'ENVIRONNEMENT DU QUÉBEC (1985). *Environnement et plein air*, Québec.

- MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE DU CANADA (1980). *Planning des terrains de camping au Canada*, Ottawa, Office du tourisme du Canada.
- MINISTÈRE DES TERRES ET FORÊTS (1977). *Ski de fond et interprétation du milieu forestier - Normes générales d'aménagement*, Québec, Service de l'Éducation en conservation (préparé par J.-J. MARTEL et J. SYLVAIN).
- MINISTÈRE DU TOURISME DU QUÉBEC (1984). *Le tourisme au Québec: bilan et perspectives d'action 1985-1988*, Québec.
- MINISTÈRE DU TOURISME, DE LA CHASSE ET DE LA PÊCHE (1976). *Schéma régional de développement et d'aménagement: tourisme et loisirs de plein air*, Atlas, région n° 5 - Cantons-de-l'Est.
- MIOSSEC, A. (1998). *Les littoraux entre nature et aménagement*, Paris, SEDES, Campus géographie.
- MIOSSEC, J.-M. (1976). « Éléments pour une théorie de l'espace touristique », *Cahiers du CHET* (série C : n° 36), Centre d'études du tourisme, Université d'Aix-Marseille.
- MIOSSEC, J.-M. (1977). « Un modèle de l'espace touristique », *L'Espace géographique*, n° 1, p. 41-48.
- MORISSET, G. (1949). *L'architecture en Nouvelle-France*, Québec, Éditions du Pélican, réédition 1980, 150 p.
- MORISSET, L. K. (1998). *Arvida, cité industrielle. Une épopée urbaine en Amérique*, Sillery, Brest (France) et Sainte-Foy, Septentrion, l'Institut de géoarchitecture et le CÉLAT, 251 p.
- MORISSET, L. K. (éd.) (1997). « Tourisme et religion », *Téoros*, vol. 16, n° 2.
- MORISSET, L. K. et L. NOPPEN (1995). « À la recherche d'identités : usages et propos du recyclage du passé dans l'architecture au Québec », dans L. NOPPEN (dir.), *Architecture, forme urbaine et identité collective*, Sillery et Sainte-Foy, Septentrion et CÉLAT (Université Laval), p. 103-134, collection Les Nouveaux Cahiers du CÉLAT, n° 12.
- MORISSONNEAU, C. (1978). *La Terre promise: Le mythe du Nord québécois*, Montréal, Cahiers du Québec / Hurtubise-HMH.
- MORMONT, M. (1985). « La ville à la campagne : l'espace touristique », dans *Forme urbaine et pratique sociale*, collection Science et Théorie, Le Préambule, Montréal, p. 147-171.
- MORTON, R. (1988). *Saratoga, the place and its people*, Abrams.
- NADEAU, R. (1982). « Impact du tourisme de villégiature sur l'environnement », dans *Le tourisme : aspects théoriques et pratiques au Québec*, Association technique du tourisme, Montréal, Sodilis Éditeur, p. 135-136.

- NADEAU, R. (1983). « Le milieu naturel québécois, « c'est beau en grand » ! », *Téoros*, vol. 2, n° 2, p. 23-28.
- NADEAU, R. (1991). « Le tourisme : un moyen de sensibilisation à l'environnement », *Téoros*, vol. 12, n° 1, p. 3-7.
- NADEAU, R. (1995). *Les enjeux du développement du lac Taureau*, conférence prononcée à St-Michel-des-Saints à l'invitation de la Chambre de commerce de la Haute-Matawinie, 4 juillet 1995.
- NADEAU, R. (éd.) (1995). « Les parcs : des réseaux en mutation », *Téoros*, vol. 14, n° 2.
- NADEAU, R. (éd.) (1997). « La région touristique de l'Estrie / Cantons-del'Est », *Téoros*, vol. 16, n° 1.
- NOËL, M. et L. K. MORISSET (éd.) (1998). « L'industrie touristique autochtone », *Téoros*, vol. 17, n° 2.
- NOPPEN, L. (1980a). « L'île d'Orléans, essai de Pierre-Georges Roy », dans *Dictionnaire des Oeuvres littéraires, II*, p. 577-579.
- NOPPEN, L. (1980b). « Une maîtrise d'art en Canada, essai d'Émile Vaillancourt », dans *Dictionnaire des Oeuvres littéraires, II*, 1980, p. 1112-1113.
- NOPPEN, L. (1989). « L'île d'Orléans: mythe ou monument » ? *Cap-aux-Diamants*, vol. 5, n° 1, printemps, p. 23-29.
- NOPPEN, L. (1994). « Place-Royale, chantier de construction nationale », dans Patrick Dieudonné (dir.), *Villes reconstruites : du dessin au destin, vol. II*, Paris, L'Harmattan, p. 301-305.
- NOPPEN, L. (dir.) (1995). *Architecture, forme urbaine et identité collective*, Sainte-Foy et Sillery, Université Laval (CÉLAT) et Septentrion.
- NOPPEN, L. et L. K. MORISSET (1996). « À la recherche d'une architecture pour la nation canadienne-française : entre le paysage et la patrie. De la Crise à la Seconde Guerre mondiale », *Les Cahiers d'histoire du Québec au XX<sup>e</sup> siècle*, n° 5.
- NOPPEN, L. et L. K. MORISSET (1997a). « De la production des monuments paradigmes et processus de la reconnaissance », dans L. TURGEON, J. LÉTOURNEAU et Khadiyatoullah FALL, *Les espaces de l'identité*, Sainte-Foy, Presses de l'Université Laval, p. 23-52.
- NOPPEN, L. et L. K. MORISSET (1997b). « John Bland et le Vieux-Québec une page de l'histoire de la conservation architecturale au Canada », *ARQLa Revue d'architecture*, n° 97.
- NOPPEN, L. et L. K. MORISSET (1998a). *Québec de roc et de pierres : la capitale en architecture*, Québec, Éditions Multimondes et Commission de la capitale nationale du Québec.

- NOPPEN, L. et L. K. MORISSET (1998b). « The Architecture of the French Regime », dans *Canadian Encyclopedia*, Toronto, MacMillan, C.D. Rom.
- NOPPEN, L., C. PAULETTE et M. TREMBLAY (1979). *Québec, trois siècles d'architecture*, Québec, Libre Expression.
- NORA, P. (dir.) (1984). *Les lieux de mémoire*, Paris, Gallimard.
- NORBERG-SCHULZ, C. (1979). *Genius Loci : Towards a Phenomenology of Architecture*, New York, Rizzoli.
- NORMAND, F. (1997). *Naviguer le Saint-Laurent à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Une étude de la batellerie du port de Québec*, collection Géographie historique, Québec, Presses de l'Université Laval.
- O'REAR, J. et F. O'REAR (1988). *The Mont Tremblant Story Including Skiing the Mont Tremblant Way*, Mont-Tremblant, Les Éditions Altitude.
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME (1974). *Planning des terrains de camping au Canada*, Ottawa, ministère de l'Industrie et du Commerce.
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME (1980). *Conférence de Manille*.
- OUELLET, R., A. BEAULIEU et M. TREMBLAY (1997). « Identité québécoise, permanence et évolution », dans L. TURGEON, J. LÉTOURNEAU et K. FALL, *Les espaces de l'identité*, Presses de l'Université Laval, p. 62-98.
- PAVY, D. (1998). « La Venise en carton », *Le Nouvel Observateur*, 19-25 mars, 46-47.
- PEARCE, D. (1981). « L'espace touristique de la grande ville », *L'Espace géographique*, n°3, p. 207-213.
- PEARCE, D. (1993). *Géographie du tourisme*, Faculté de géographie, Paris, Nathan.
- PÊCHES ET OCÉANS CANADA (1998). *Atlas du Saint-Laurent, du Cap de Bon-Désir à Trois-Rivières*, Ottawa.
- PELLETIER, J. (1984). « Le Québec est un grand parc : un domaine à exploiter ou à conserver ? », *Téoros*, vol. 3, n° 2, p. 24-29.
- PELLETIER, J. (1991). « Tourisme et environnement », *Les Notes du CET*, Montréal, Centre d'études du tourisme.
- PELLETIER, J. (1994). « Tendances écotouristiques dans l'Ouest du Québec », *Téoros*, collection Colloques et congrès, n° 8, Actes du Colloque sur l'écotourisme (Ouest du Québec), Château Montebello, les 18-19 novembre 1994, p. 15-23.
- PELLETIER, P., C. VALLÉE-TREMBLAY et R. MALO (1984). « La fonction symbolique des ouvrages fortifiés du Vieux-Québec », *Cahiers du Centre de recherche en aménagement et en développement*, vol. 8, n° 4.

- PELLETIER, R. (1998). « La France est championne (aussi) du tourisme », *La Presse*, La presse d'ailleurs, édition du 19 juillet 1998, p. A7.
- PICHÉ, M. (éd.) (1997). « Dossier Île d'Orléans : le goût de l'Île », *Continuité*, n° 73, p.17-51.
- PILLETTE, D. et L. JOLIN (1998). « Le tourisme au Québec: partenariat et réorganisation décentralisée », *Urbanité*, vol. 3, n° 2, p. 18-19.
- POITRAS, J. (1990). *La carte postale québécoise. Une aventure photographique*, Laprairie, Éditions Broquet, collection Signatures Plus.
- POULIN, G. (1994). « Réflexions sur l'écotourisme et sur sa place dans la stratégie de Tourisme Québec », *Téoros*, collection Colloques et congrès, n° 8, Actes du Colloque sur l'écotourisme (Ouest du Québec), Château Montebello, les 18-19 novembre 1994, p. 51-53.
- POULIOT, M. et J.-A. LÉVEILLÉE (1995). « Tourisme et transport au Québec », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 32-35.
- PRÉVOST, M. (1997). *La belle époque de Caledonia Springs: histoire de la plus importante station thermale du Canada*, Lettres plus.
- PRÉVOST, R. (1995). « 1900-1929: affirmation du Québec comme destination touristique », *Téoros*, vol. 14, n° 2, p. 15-19.
- PRIKRYL, F. (1971). *Aménagement touristique du territoire*, Aix-en-Provence, Centre d'étude du tourisme, série C, n° 15.
- PROULX, A. (1997). « L'aménagement des corridors verts : les secrets du praticien », *Téoros*, vol. 16, n° 1, p. 58-61.
- PROVENCHER, L. et J.-C. THIBAUT (1976). *Critères biophysiques pour le choix de sites récréatifs à la campagne - Vol. 1: activités et équipements récréatifs reliés à l'eau. Vol. 2: activités terrestres*, Bulletins de recherche nos 26 et 27, Département de géographie, Université de Sherbrooke.
- QUÉBEC (1914). *The fish and game clubs of the province of Quebec*, ministère de la Colonisation, des Mines et des Pêches.
- QUÉBEC (1924-29). Bulletin officiel du ministère de la Voirie, ministère de la Voirie, Québec.
- QUÉBEC (1926). « Voyez Québec d'abord, see Québec first », ministère de la Voirie, Québec.
- QUÉBEC (1927). « The French-Canadian Province : A Harmony Of Beauty, History And Progress », ministère de la Voirie, Bureau provincial du tourisme, Québec.

- QUÉBEC (1929). Sur les routes de Québec : guide du touriste, ministère de la Voirie et des Mines, Bureau provincial du tourisme, Québec.
- QUÉBEC (1930). *Une belle maison dans une belle province*, Québec, Office du tourisme et de la publicité.
- QUÉBEC (1931). « The old world at your door : the french-canadian province of Quebec », Québec, ministère de la Voirie, Bureau provincial du tourisme.
- QUÉBEC (1934-36). Bulletin officiel du tourisme, Office provincial du tourisme, Québec, ministère de la Voirie.
- QUEBEC (1992). *Le tourisme québécois : histoire d'une industrie*, Québec, Direction des communications, ministère du Tourisme.
- QUÉBEC (1995). *Le pays laurentien au XIX<sup>e</sup> siècle : les morphologies de base*, collection Atlas historique du Québec, Québec, Presses de l'Université Laval.
- QUÉBEC AUTOMOBILE CLUB (1934). *Guide de route du club automobile de Québec*, Québec, J.-E. Renaud.
- RAJOTTE, F. (1975). «The different travel patterns and spatial framework of recreation and tourism », dans *Tourism as a factor in national and regional development*, Peterborough, Departement of geography, Trent University, Occasional Paper 4, p. 43-52.
- RAYMOND, CHABOT, MARTIN, PARÉ (1989). *Avant-projet de station touristique : plan intermunicipal d'urbanisme Magog-Orford*, étude réalisée pour le compte des municipalités de la Ville de Magog, du Canton de Magog et du Canton d' Orford.
- RICHELIEU & ONTARIO NAVIGATION CO. (1896). *From Niagara to the sea : descriptive of that delightful trip down the river St. Lawrence and up the world famed Saguenay*, Montréal.
- RICHEZ, G. (1992). *Parcs nationaux et tourisme en Europe*, Paris, L'Harmattan, collection Tourisme et sociétés.
- RITCHOT, G., G. MERCIER et S. MASCOLO (1994). « L'étalement urbain comme phénomène géographique : l'exemple de Québec », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 38, n° 105, p. 261-300.
- ROBERT, J.-C. (1994). *Atlas historique de Montréal*, Montréal, Art Global/ Libre Expression.
- ROBINSON, H. (1976). *A Geography of Tourism*, Londres, MacDonald and Evans.
- ROGER, A. (1997). *Court traité de paysage*, Paris, Éditions Gallimard.

- ROSS, W.G. (1996). *Trois villages miniers des Cantons-de-l'Est, 1863-1972: Albert Mines, Capelton, Eustis*, Éditions GGC, collection Patrimoine.
- ROUILLARD, D. (1984). *Le site balnéaire*, Bruxelles, Pierre Mardaga.
- ROY, P.-G. (1928). *L'île d'Orléans*, Louis Proulx.
- ROY, P.-G. (1928). *L'île d'Orléans*, Québec, Commission des monuments historiques de la province de Québec.
- RUMILLY, R. (1977). *Papineau et son temps: tomes 1 et 2*, Montréal, Fides, collection Vies canadiennes.
- SADLER, J. (1993). *Cultural Tourism: A Local Case History of the Heritage Regions Programme in Lanark County*, Thèse de maîtrise, Ottawa, Carleton University.
- SAMSON, M. (1987). « La villégiature, un lien historique », *Téoros*, vol. 6, n° 2, p. 6-8.
- SAMSON, M. (1988). « La route des villégiateurs. Dans sa quête d'un refuge estival, une aristocratie de vacanciers a tracé l'esquisse du Québec touristique », Dossier : La villégiature au Québec, *Continuité*, n° 40, p. 12-15.
- SCOTT, J.-M. (1993). « Georgeville : le calme serein d'un petit village », *Continuité*, n° 56, p. 20-23.
- SÉGUIN, N. (1977). *La conquête du sol au 19<sup>e</sup> siècle*, Boréal Express, Sillery.
- SÉLECTION DU READER'S DIGEST (1977). *Dictionnaire illustré des merveilles naturelles du monde*, Montréal, Sélection du Reader's Digest.
- SOCIÉTÉ TECHNIQUE D'AMÉNAGEMENT RÉGIONAL (1964). *La vallée de la Rouge. Vol. 1: infrastructure physique et sociale. Vol. 2 : agriculture. Vol. 3: tourisme et autres secteurs non agricoles. Vol. 4: projets*, Gouvernement du Canada.
- SORÈS (1973). *Région Orford-Magog : schéma d'aménagement touristique*, rapport préparé pour le ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche.
- SOTAR (1969). *La sous-région Richelieu-Missisquoi : projet de mise en valeur touristique et récréative*, ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche.
- SOTAR (1969). *L'ouest du Québec: étude en vue de la création d'un réseau régional de parcs touristiques et récréatifs*, ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche.
- SOTAR (1989). *Station touristique Magog-Orford : plan intermunicipal d'urbanisme*, Plan réalisé pour le compte des municipalités de la Ville de Magog, du Canton de Magog et du Canton d' Orford.

- SOTAR ET URBANITEK (1984). *Station touristique internationale MagogOrford : plan directeur de développement.*
- STAFFORD, J. (1985). « Les paradigmes de la recherche en téorologie : étude, analyse et critique », *Loisir et Société*, vol. 8, n° 21, p. 549 à 560.
- STAFFORD, J. (1996). *La recherche touristique*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- STAFFORD, J. et M. SAMSON (1989). « La recherche en tourisme », *Téoros*, collection Les fascicules, n° 4, p. 13, Université du Québec à Montréal, Montréal.
- ST-AMOUR, J.-P. (1979). *La villégiature au Québec: problématique de l'aménagement du territoire*, Hull, Éditions Asticou.
- SUTHERLAND, R. (1989). « The Athens of the North », dans J.-M. DUBOIS (dir.), *Les Cantons-de-l'Est: aspects géographiques, politiques, socioéconomiques et culturels*, Les Éditions de l'Université de Sherbrooke, p. 265-271.
- TESSIER, A. (1939). *Rapport sur le tourisme*, Québec.
- THUROT, J.-M. (1980). *Capacité de charge et production touristique*, Cahiers CHET, EM 43.
- TITTLE, L. (1995). « Les croisières sur le Saint-Laurent... un peu d'histoire », *Téoros*, vol. 14, no2, p. 12-14.
- TRÉPANIÉ, L. (1940). *Les préparatifs pour la célébration du Troisième Centenaire de Montréal en 1942, avec un aperçu du programme des fêtes Rapport du directeur général*, Montréal, La Commission du III<sup>e</sup> Centenaire de Montréal.
- TRÉPANIÉ, L. (1949). « Comment fut conçu le Jardin zoologique de Charlesbourg et comment il est devenu l'un des plus beaux en Amérique », *La Patrie*, 17 février, p. 72.
- TRUDEL, M. (1951). « Conservons notre héritage français », dans *Notre héritage historique*, Québec, Société historique de Québec, 19 p., collection Cahiers d'histoire, n° 3.
- TURENNE, M. (1997). « Mont-Tremblant : le gros train du Nord », *L'actualité*, p. 26-28.
- URBAIN, J.-D. (1983). « Sur l'espace du touriste : un voyage en Tunisie, Éléments pour une sémiotique de l'espace touristique des Français », *L'Espace géographique*, n° 2, p. 115-124.

- URBAIN, J.-D. (1986). «Le toutourisme : la xénomanié des borgnes et des aveugles ? », *Sociétés : Revue des Sciences Humaines et Sociales*, vol. 2, n° 3, p. 24-26.
- URBAIN, J.-D. (1986). «Sémiotiques comparées du touriste et du voyageur», *Semiotica*, vol. 58, nos 3-4, p. 269-286.
- URBAIN, J.-D. (1989). « The tourist adventure and his images », *Annals of tourism research*, vol. 16, n° 1, p. 106-118.
- URBAIN, J.-D. (1993). *L'idiot du voyage, Histoires de touristes*, Payot et Rivages, Paris.
- URBAIN, J.-D. (1996). *Sur la plage. Moeurs et coutumes balnéaires*, Payot et Rivages, Paris.
- URBAIN, J.-D. (1997). « Un voyage sans histoire », *Le Monde de l'éducation, de la culture et de la formation*, n° 248, p. 22-23.
- VAILLANCOURT, É. et A. GODBOUT (1930). *La conquête du Canada par les Normands : biographie de la première génération normande au Canada*, Montréal, G. Ducharme.
- VANLAETHEM, F. (1995). « Modernité et régionalisme dans l'architecture au Québec. Du nationalisme canadien de Percy E. Nobbs au nationalisme canadien-français des années 1940 », dans L. NOPPEN (dir.), *Architecture, forme urbaine et identité collective*, Sainte-Foy et Sillery, Université Laval (CÉLAT) et Septentrion, p. 157-177, collection Les Nouveaux Cahiers du CÉLAT, n° 12.
- VANLAETHEM, F. (1995). « Modernité et régionalisme dans l'architecture au Québec : du nationalisme canadien de Percy E. Nobbs au nationalisme canadien français des années 1940 », dans L. NOPPEN (dir.) *Architecture, forme urbaine et identité collective*, Septentrion, p. 157-177.
- VELITCHKO, V., J. ROY et G. BRIEN (1994). «Dimensions spatiales du tourisme en Gaspésie », *Téoros*, vol. 13, n° 1, p. 38-39.
- VÉLO QUÉBEC (1995). *Les sentiers du 21e siècle - Planification, design et gestion des sentiers polyvalents* (traduction et adaptation du livre « Trails for the Twenty-First Century », par Jean-François PRONOVOST), Montréal.
- VÉLO QUÉBEC (en collaboration avec le ministère des Transports du Québec) (1990). *Guide technique d'aménagement des voies cyclables - planification, design, réalisation*, Montréal.
- VINCENT, J.-M. (1998). « Quelles mesures pour une cohabitation ? », *Urbanité*, vol. 3, n° 2, p. 22-23.

- VINCENT, L. et N. BRISSETTE (1986). « Le développement et l'aménagement touristiques », *Téoros*, vol. 5, n° 1, p. 33-35.
- WACKERMANN, G. (1988). *Le tourisme international*, Paris, Armand Colin.
- WACKERMANN, G. (1990). Tourisme. *Encyclopaedia Universalis*, supplément Savoir, p. 1879-1901.
- WACKERMANN, G. (1994). *Loisir et tourisme: une internationalisation de l'espace*, Paris, SEDES.
- WACKERMANN, G. (1997). « Loisir et tourisme dans la mutation de la société contemporaine », *Loisir et Société*, vol. 20, n° 2, p. 479-501.
- WARREN, S. (1993). « This Heaven Gives Me Migraines : The Problems and Promise of Landscapes of Leisure », dans J. DUNCAN et D. LEY (dir.), *Place / Culture / Representation*, New York, Routledge, p. 173-186.
- YOKENO, N. (1968). « La localisation de l'industrie touristique: application de l'analyse de Thunen-Weber », *Cahiers du CHET* (série C : n° 9), Centre d'études du tourisme, Université d'Aix-Marseille.
- ZINGER, N. (1995). « Espaces protégés au Québec - une ressource menacée », *Téoros*, vol. 14, n° 1, p. 28-30.
- ZINS, M. (1994). « Stratégies d'adaptation au nouveau tourisme », *Téoros*, collection Colloques et congrès, n° 8, Actes du Colloque sur l'écotourisme (Ouest du Québec), Château Montebello, Québec, les 18-19 novembre 1994, p. 39-42.
- ZINS, M. (éd.) (1993). « Québec, capitale et région touristique », *Téoros*, vol. 12, n° 1.

# Index

## A

Abitibi 230  
Abitibi-Témiscamingue 17, 18, 19, 240  
Abraham (Plaines d') 210  
Acadie 9  
Albert (mont) 52  
Allemagne 52  
Alpes 18, 28, 67  
American Express 35  
American Society of Travel Agents (ASTA) 44, 51  
Amérique 165, 205, 206, 211, 212  
Amérique centrale 76  
Amérique du Nord 23, 39, 49, 59, 67, 154, 209, 211  
Angleterre 32, 52, 59, 94, 239  
Antarctique 40, 53, 64  
Anticosti 179  
Antilles 28, 34, 35  
Appalaches 165, 184  
Appalachian Trail 39  
Arch National Monument 53, 54, 55  
Armes (place d') 26, 202  
Arvida 230, 232

Association internationale des transporteurs aériens 52  
Association québécoise pour le patrimoine industriel 240, 242  
Association touristique du Coeur-du-Québec (ATCQ) 20  
Association touristique régionale des Cantons-de-l'Est 21  
Associations touristiques régionales (ATR) 3 8, 105  
ATCQ (*voir* Association touristique du Coeur-du-Québec)  
Atlantic City 29  
ATR (*voir* associations touristiques régionales)  
Australian Tourism Industry 52  
Autriche 53, 56

## B

Bas-Saint-Laurent 17, 18, 19, 28, 152, 154, 155, 165  
Basses-Laurentides de Montréal 18  
Bath 29  
Battersea 72  
Beauport 38

Beaupré (côte) 183  
 Belgique 10, 32  
 Belle Province 150 (*voir aussi* Québec)  
 Bergen 39  
 Berthier-sur-Mer 30  
 Bethlehem 32  
 Blanchard (plage) 69  
 Blanches (montagnes) 165  
 Bonaventure (île) 186  
 Boston 165, 203  
     Docklands 71  
 Braves (parc des) 210  
 Bretagne 236  
 Brighton 13  
 British Airways 52  
 Brome-Missisquoi 21  
 Bronx Park 227  
 Bruges 236  
 Bruxelles 52  
 Bulgarie 84  
 Burlington 29

## C

Cacouna 30, 154, 165  
 Caledonia Springs 165, 169, 195  
 Californie 209  
 Canada 26, 56, 173, 181, 203  
     anglais 223  
     français 181, 229, 230  
 Canada-États-Unis 67  
 Cantons-de-l'Est 19, 20, 21, 28, 31,  
     37, 154, 155, 167, 172, 173, 192  
 Cap-de-la-Madeleine 12  
 Carcassonne 37  
 Carleton 165  
 Centre-du-Québec 17, 19, 20  
 Cévennes 64  
 Chambre de commerce du Québec  
     métropolitain 235  
 chambres de commerce 105  
 Chamonix 68  
 Champlain (lac) 29  
 Champs-de-Bataille (parc des) 209,  
     210

Charlesbourg 233  
 Charlevoix 18, 19, 152, 153, 155,  
     165, 166, 167, 172, 176, 181,  
     192, 232  
 Château Frontenac 49, 207, 208, 210  
     211, 212, 260  
 Chaudière (chutes de la) 190  
 Chaudière-Appalaches 17, 19  
 chemins de fer 184, 203  
 Chenal-du-Moine 30  
 Chicago 204  
 Chine 9  
 Chisholms 203, 204, 205, 206  
 Club Med 18, 35, 36, 49, 52  
 Coaticook 71  
     parc des gorges de 71  
 Commission Brundland 73  
 Commission des monuments  
     historiques 183, 221  
 Commission mondiale sur  
     l'environnement et le  
     développement 248  
 Conseil du tourisme 183  
 Conseil régional de développement  
     de la Montérégie 21  
 Contrecoeur 30  
 Corée du Sud 51 Corse 59  
     parc naturel de la 59  
 Costa Rica 56, 76  
 Côte d'Azur 68  
 Côte-Nord 17, 19  
 CP Hôtels 52  
 Croisières Internationales  
     Association 33

## D

Dachau 23  
 Danemark 32  
 Deauville 13  
 Détroit 203  
 Diamant (cap) 49  
 DisneyWorld 18, 26, 27, 28, 49, 52  
 Docklands de Londres 71

Dover 32  
 Drummondville 36, 190  
 Dufferin (terrasse) 206  
 Duplessis 19  
 Durham (terrasse) 202  
 D' Youville (place) 211

## E

École du meuble 229  
 Écomusée  
   des Deux-rives 247  
   du Fier Monde 247  
 Érié (lac) 67  
 Esplanade 202, 207  
 Estriade 115  
 Estrie 17, 19, 20, 67, 78, 113  
 États-Unis 27, 29, 32, 53, 54, 71, 83,  
   93, 126, 172, 180, 203, 209, 241  
 Nord-Est 205, 209 (*voir aussi* Nord  
   Est américain)  
 Europe 26, 32, 37, 93  
 Everest 64  
 Évian 29  
   Exposition universelle de Montréal 25

## F

Fabrique (côte de la) 204  
 Félix-Leclerc (autoroute) 33  
 Flam 39  
 Floride 26, 28, 34, 36, 40  
 Forillon 186  
 France 8, 25, 32, 44, 67, 68, 83, 147,  
   218, 230, 232  
 Francfort 53

## G

Gaspésie 19, 28, 37, 156, 165, 186  
   parc de la 53, 157, 180  
 Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine 17, 19  
 Georgeville 165  
 Gouvernement du Québec 89  
   Affaires municipales, Industrie et  
   Commerce 229

Énergie et Ressources 124  
 Industrie et Commerce 145  
 Tourisme (Tourisme Québec) 16,  
   28, 75, 80, 145  
 Voirie 222, 223

Granby 115  
 Grand Canyon du Colorado 49  
 Grand Nord 44  
 Grands Lacs 67, 176, 205  
 Grèce 8

## H

Ha! Ha! (baie des) 176  
 Hagondange 71  
 Haute-Beauce 247  
 Haute-Yamaska 21  
 Hermitage Country Club 172  
 Hertel-Saint-Césaire 190  
 Hesse (province) 53  
 Hollande 64  
 Hongrie 9  
 Hôtel Tadoussac 216  
 Huron (lac) 67

## I

Île-du-Prince-Édouard 174  
 Îles-de-la-Madeleine 19, 28  
 Institut tchécoslovaque  
   d'aménagement du territoire 95  
 International Hotel Association (IHA)  
 52  
 Irlande 56  
 Italie 8, 44

## J

Japon 27  
 Jay Peak 39  
 Jean-Lesage (autoroute) 34  
 Jérusalem 40  
 Joly-de-Lotbinière (domaine) 189  
 Jonquière 230

## K

Kamouraska 154, 164  
Kennebunk 165  
Killington 39  
Kitakyushu 71

## L

L'Abord-à-Plouffe 30  
Lac-Drolet 247  
Lac-Saint-Jean 186  
Lanaudière 17, 19  
Languedoc-Roussillon 18  
Lanoraie 29  
Laprairie 139  
Las Vegas 29  
Laurentides 17, 19, 25, 28, 31, 33,  
78, 165, 167, 180, 181, 184, 186  
autoroute 25  
parc 157, 180  
Lavai 17, 18, 19  
Lennoxville 115  
Lewiston 203  
Limoilou 230  
Loire 211  
Londres 72, 167  
Long Trail 39  
Longueuil 38  
Lorraine 71  
Lourdes 29

## M

Madeleine (îles de la) 47, 56  
Madelinots 47  
Magog  
ville 78, 80, 173  
lac 67  
petit lac 155  
rivière 69  
Magog-Orford 70, 78, 79, 80  
Maine 13, 18, 28  
alaisie 56  
anhattan 49  
anicouagan 19

Maritimes 165  
Mascouche 230  
Massachussets 39  
Massawippi (lac) 155, 172, 173, 176  
Mastigouche (réserve) 192  
Matapédia 16  
Mauricie 8, 17, 19, 20, 30, 240  
parc de la 169, 186  
Mauricie - Bois-Francs 19, 20  
Méditerranée 34, 65  
Memphrémagog (lac) 67, 79, 154,  
165, 172, 173, 176  
Métis Beach 13  
Métis-sur-Mer 154, 165  
Michigan  
État 204  
lac 67  
Montagne-Tremblante (parc de la)  
157, 180  
Montcalm (quartier) 210  
Montebello Senior Club 165, 172  
Montréal 17, 18, 19, 21  
Mont-Laurier-Senneterre (réserve de  
la route) 157  
Montmorency 164  
Mont-Orford 70  
parc 113, 157, 173, 186  
Montréal 16, 17, 18, 19, 25, 26,  
28,  
31, 34, 37, 44, 71, 78, 79, 164,  
165, 184, 203, 204, 232, 240  
Mont-Sainte-Anne 18, 33  
Mont-Saint-Michel 236  
Mont-Tremblant 33, 139,  
192, 223, 225, 227, 229  
Mouk-Mouk (îles) 10  
Mount Desert Island 165  
municipalités régionales de comté  
(MRC) 82  
Murray Bay 154, 165, 166, 170, 176  
Murray Bay Golf Club 170

## N

Naples (baie de) 201

National Parks and Conservation Association 53  
 National Trust (Angleterre) 94  
 New England (*voir* Nouvelle Angleterre)  
 New Forest (parc) 60  
 New Hampshire 32  
 New York  
   État 174  
   ville 27, 165, 169, 200, 227  
 Newport 165, 172  
 Niagara (chutes) 23, 49  
 Niagara Falls 204  
 Niagara River 203  
 Niagara-on-the-Lakes 165  
 Nil (vallée) 45  
 Noire (mer) 84  
 Nord montréalais 167  
 Nord-du-Québec 17, 19  
 Nord-Est américain 3, 163, 164, 170, 174, 175  
 North Hatley 115, 165, 172, 173  
 Norvège 39  
 Notre-Dame (église) 26, 43  
 Notre-Dame-du-Portage 32  
 Nouveau-Québec 19  
 Nouvelle-Angleterre 37, 165, 182, 203, 204  
 Nouvelle-France 221, 222, 235  
 Nouvelle-Zélande 138  
 Nunavik 16, 192

**O**

Occident 166, 236  
 Olympie 40  
 Ontario  
   lac 67, 203  
   province 29, 165  
 Organisation mondiale du tourisme (OMT) 64  
 Orient 8  
 Orléans (île d') 183, 192, 221, 222, 235

Ouest canadien 55  
 Outaouais  
   rivière des 13  
   région 17, 19, 29, 31, 165  
 Oxford 52

## P

Pacific Asia Travel Association (PATA) 52  
 Palais  
   porte du 202  
   rue du 205  
 Pampa 47  
 parcs nationaux 54, 55, 59  
 parcs québécois 54  
 Paris 43, 47  
 Parthénon 8  
 Pays-Bas 32, 83, 94  
 Pays-d'en-Haut 30  
 Percé 186  
   rocher 49, 156, 186  
 Péribonka 233  
 Petit-Champlain (rue du) 211  
 Petite-France 236  
 Philadelphie 165  
 Plattsburgh 29  
 Pointe-au-Pic 13, 165, 170, 176  
 Pointe au Platon 190  
 Pointe-Lévis (Parc-de-la) 200  
 Polynésie 9  
 Pompéi 40  
 Portland 203  
 Portneuf 30  
 Prague 95

## Q

Québec  
   port 202  
   province 17, 29, 31, 34, 45, 71, 183, 184, 193, 204, 223, 225, 240  
   région 17, 19

ville 18, 28, 31, 34, 45, 49,  
167175, 183, 199, 202, 203,  
204, 205, 206, 207, 209,  
210,211  
Quebec Central Railway and Lake  
Memphremagog 203  
Québec-États-Unis 71

## R

Rhode Island 172  
Richelieu  
vallée 16  
rivière 193  
Rimouski 38  
Riviera 8, 18  
Rivière-des-Prairies 30  
Rocamadour 37  
Rock Forest 115  
Rothenburg 37  
Royale (Québec) (place) 235  
Royal (mont) 164

## S

Saguenay  
région 152, 155, 170, 192, 203  
rivière 53, 203, 204  
Saguenay - Lac-Saint-Jean 17, 19  
Saint-Charles (rivière) 209  
Saint-François (rivière) 69  
Saint-Jacques (rue) 26  
Saint-Jacques-de-Compostelle 40  
Saint-Jean  
porte 207  
rue 204, 206, 210  
Saint-Jean-sur-Richelieu 37  
Saint-Jérôme 184  
Saint-Laurent 27, 38, 167, 184, 203,  
204  
vallée 192  
Saint-Louis (hôtel) 204, 205  
Saint-Malo 230  
Saint-Maurice  
forges du 168

rivière 168, 169  
vallée 168  
Saint-Roch (quartier) 201  
Saint-Tropez 68  
Sainte-Agathe-des-Monts 165, 184  
Sainte-Anne (rue) 207  
Sainte-Anne-de-Beaupré 29  
Sainte-Pétronille 183  
Sainte-Victoire (montagne) 9  
Saratoga Springs 29, 165, 169, 174  
Service de protection de  
l'environnement 89  
Service du tourisme 222  
Seychelles 35  
Shawinigan 168  
chute 168  
Sherbrooke 69, 115, 172  
Sous-le-Fort (rue) 211  
Southampton 59  
Spencer Wood 202, 211 St.  
Andrews 165  
St. John's 203 Stanhope  
174 Strasbourg 236 Sud 13,  
32  
Suède 246  
Supérieur (lac) 67  
Swissair 52, 57

## T

Taïwan 51  
Tadoussac 154, 165  
Tahiti 35  
Témiscamingue (lac) 176  
Ténééré 64  
Terre 23, 40  
Texas 209  
Thousand Islands 165  
Thurso 13  
Tignes 25  
Toronto 165, 203, 204  
Tourisme Hochelaga-Maisonneuve  
190

Tourisme Montréal 26  
 Transcanadienne 37  
 Tremblant (mont) 167  
 Trinité (chapelle de la) 202  
 Trois-Rivières 200  
 Tropiques 8

## U

Ungava 44  
 Utah 53, 54

## V

Val-Jalbert 190  
 Valleyfield 247  
 Val-Saint-François 190  
 Varennes 139  
 Vaudreuil-Soulanges 16  
 Venise 9  
 Vereniging voor Behoud von  
 Natuurmonumenten 94  
 Vermont 39  
 Vertes (montagnes) 39, 165  
 Victoria (parc) 209  
 Vieille-Capitale (*voir* Québec)  
 Viet-nâm 47  
 Vieux-Montréal 25, 26

Vieux-Port de Montréal 26, 38, 71,  
 190  
 Vieux-Québec 3, 26, 175, 199, 202,  
 204, 205, 206, 207, 210, 212  
 Vieux-Trois-Rivières 38  
 Ville lumière (*voir* Paris)  
 Ville-Marie 230, 232  
 Voltigeurs (parc des) 190

## W

Washington (mont) 32  
 Waterloo 10, 115 White  
 Mountains 204 Windsor  
 69  
 World Travel & Tourism Council 52  
 World Travel & Tourism  
 Environment Research Center 52

## Y

Yokohama 71  
 Yougoslavie 45, 67

## Z

Zambèze (chutes) 23  
 Zurich 57



## *Les auteurs*

---

**Gérard Beudet** a une formation en architecture et en urbanisme. Il est professeur à l'Institut d'urbanisme depuis 1989, chercheur à la Chaire en paysage et environnement de la Faculté de l'aménagement de l'Université de Montréal depuis sa fondation en 1996 et président d'Héritage Montréal depuis 1997. Il est également associé à la Société technique d'aménagement régional (SOTAR) depuis 1980. Ses principaux domaines d'enseignement, de recherche et d'expertise sont le patrimoine, la morphologie urbaine, le paysage et le tourisme. Les divers mandats et études qu'il a réalisés au cours des vingt dernières années l'ont conduit aux quatre coins du Québec.

**Normand Cazalais** est diplômé en géographie et travaille en aménagement du territoire et en environnement à Hydro-Québec depuis 1974. Il a mené en parallèle des carrières de journaliste et de professeur de 1966 à 1994 et a été commissaire à la Commission de toponymie du Québec durant quatre ans. Toujours actif dans le domaine du journalisme depuis 1970, il exerce son activité dans les médias électroniques, dans les magazines et les journaux et sa signature apparaît chaque semaine dans les pages de tourisme du quotidien *Le Devoir* depuis 1991. Il fait également partie de la direction de la revue universitaire de recherche en tourisme *Téoros* et y a assumé la coordination de plusieurs numéros. Auteur d'une douzaine d'ouvrages et directeur de la collection Toutes latitudes aux Éditions XYZ, Normand Cazalais a remporté divers prix en journalisme.

**Serge Gagnon** est détenteur d'une maîtrise en géographie et il poursuit actuellement une recherche doctorale sur les mécanismes dynamiques qui ont permis l'émergence, le développement et l'organisation des composantes régionales du tourisme au Québec. Enseignant au Centre d'études collégiales en Charlevoix, il a cumulé depuis cinq ans diverses expériences d'enseignement en géographie. Ses interventions dans le domaine du tourisme remontent à 1982; il a alors occupé un poste d'agent de développement dans un organisme de tourisme jeunesse. Entre 1988 et 1993, il a oeuvré dans une entreprise de consultants où ses fonctions de chargé de projet lui ont permis de développer ses compétences en aménagement du territoire.

**Martine Geronimi**, récipiendaire des bourses de la Fondation de l'Université Laval, du Musée de la Civilisation en partenariat avec le Cefan et la Fondation Desjardins, termine un doctorat en géographie culturelle au Département de géographie de l'Université Laval. Rattachée au CELAT, elle poursuit ses recherches sur la comparaison des paysages patrimoniaux et touristiques de la francophonie d'Amérique, en l'occurrence ceux du Vieux-Québec et du Vieux Carré à la Nouvelle-Orléans. Auteure d'un mémoire de maîtrise intitulé *Le Vieux-Québec au passé indéfini; entre patrimoine et tourisme*, elle collabore à la revue *Les cahiers de géographie du Québec* et rédige actuellement un livre sur l'histoire du tourisme de la ville de Québec.

**Jacques Lecours** est conseiller corporatif en matière de patrimoine à Hydro-Québec. Il est responsable des politiques et méthodes de gestion du patrimoine ainsi que de la direction de travaux d'inventaire, d'évaluation et de sauvegarde du patrimoine bâti et technologique de l'entreprise. Il gère la Collection historique Hydro-Québec. Président-fondateur de l'Association québécoise pour le patrimoine industriel, il a été chargé de cours en protection et mise en valeur du patrimoine industriel à l'Université du Québec à Montréal. Il a publié plusieurs articles et prononcé de nombreuses conférences sur des sujets liés au patrimoine. Urbaniste, sa formation première est en sociologie. Il détient un certificat en muséologie de l'École internationale de muséologie de l'UNESCO.

**Lucie K. Morisset** est professeure au Département d'études urbaines et touristiques de l'Université du Québec à Montréal et chercheure au CÉLAT de l'Université Laval. Historienne d'architecture, elle mène actuellement des recherches sur les rapports entre le paysage construit et l'identité collective, ainsi que sur la morphogenèse du « typique » dans l'offre culturelle. À titre de rédactrice en chef, elle a codirigé la publication de plusieurs numéros de la revue de recherche en tourisme *Téoros* ; parmi les articles, rapports de recherche et ouvrages qu'elle a signés au Canada et en Europe, mentionnons *Québec : de roc et de pierres, La capitale en architecture* (avec L. Noppen, Multimondes) ainsi que *Arvida, cité industrielle. Une épopée urbaine en Amérique* (Septentrion) publiés en 1998.

**Roger Nadeau** est professeur au Département de géographie de l'Université de Sherbrooke depuis 1971 où il enseigne la géographie du tourisme et des loisirs, l'aménagement touristique et la recherche en tourisme et géographie du Québec; il fut aussi professeur invité à l'ITHQ, à l'UQAC et à l'UQTR. Ses principaux champs de recherche portent notamment sur la villégiature, le comportement touristique et récréatif, ainsi que sur les techniques d'aménagement. Il est de plus très engagé dans une foule d'organismes oeuvrant dans le domaine touristique au niveau local, régional et national.



**S AGMV  
MARQUIS**

Québec, Canada  
2000