



Le tourisme durable : un lieu pour la culture

Patrimoine canadien

Atelier du 11 mai 2006

Présentation de Marie-Andrée Delisle

www.madelis.com

Introduction

- ➔ La culture se rapporte à soi
- ➔ Le tourisme se rapporte à soi et l'autre
- ➔ Le tourisme est culturel à la base puisqu'il est dialogue et rencontre
- ➔ Le développement du tourisme ou le tourisme comme levier de développement ?
- ➔ Le développement durable: replacer l'être humain au cœur du développement, c'est se recentrer sur sa culture et son identité



- ➔ Liens à faire entre :
 - l'identité (la personne et son territoire) et le patrimoine
 - l'authenticité et la tradition
- ➔ La mise en tourisme de la culture: un pont à établir entre les deux domaines
- ➔ Un pont qui mène à la commercialisation de l'identité mais avant tout à des consultations avec la communauté concernée ainsi qu'à sa participation au processus
- ➔ Une fois l'adhésion acquise sur la commercialisation du produit touristique culturel, les conditions d'accueil et de services doivent être établies et propices à l'amélioration de la qualité de vie de la communauté



- ⇒ Le dénominateur commun du développement et de la commercialisation doit reposer sur la viabilité de l'expérience (analyse de l'offre versus la demande)
- ⇒ La commercialisation fait appel à des intermédiaires tels que des voyagistes (tour operators)
- ⇒ Ces intermédiaires doivent être en mesure de promouvoir une offre touristique durable et ce, de façon responsable
- ⇒ L'équilibre de viabilité doit donc se faire entre la communauté (et les autorités locales), les défenseurs de l'environnement et l'industrie touristique

Émergence d'un tourisme conscient

- ⇒ Les nouvelles avenues du tourisme (responsable, équitable, solidaire, volontaire, communautaire, etc.) répondent en partie à une conscientisation envers le tourisme durable, et plus spécifiquement la préservation de la culture
- ⇒ Cette conscientisation s'effectue autant du côté du visiteur (guest) que de celui du visité (host)
- ⇒ Le visité se doit de conserver son héritage et son authenticité tout en devant développer une offre touristique qui soit commercialisable
- ⇒ Cette offre a pour but de créer des retombées économiques pour la communauté



➔ Offre versus demande:

- L'offre touristique (attrait, accueil, services) doit correspondre aux attentes des visiteurs et produire un haut taux de satisfaction
 - La connaissance des clientèles (demande) est essentielle
 - Les clientèles doivent représenter des nombres suffisants et doivent être prêtes à payer pour ***l'expérience*** (offre)
- ➔ En contrepartie, le visiteur doit être sensibilisé et éduqué afin de pratiquer un tourisme éthique et responsable/durable
- ➔ Le volet économique ne peut être le seul point de référence pour évaluer la valeur et la viabilité du tourisme culturel

Bénéfices autres qu'économiques

- ➔ Sauvegarde la culture pour les prochaines générations
- ➔ Favorise la connaissance de sa propre culture, l'appréciation des différences et le dialogue culturel
- ➔ Stimule la création artistique et l'innovation
- ➔ Encourage les partenariats et les alliances
- ➔ Dynamise la fierté du passé et le respect du présent
- ➔ Force la communauté à se prendre en mains

Écart entre politiques et pratiques

- ⇒ Le transport aérien, source de pollution
- ⇒ Kyoto, oui ou non ?
- ⇒ Changements climatiques = changements culturels
- ⇒ Emplois: création et maintien mais de quel type?
- ⇒ Le développement durable est-il incompatible avec l'économie ?
- ⇒ Les politiques peuvent-elles être flexibles ?
- ⇒ La certification est-elle nécessaire ? Quoi certifier ?

Développement culturel : quelques exemples

- ⇒ Trois-Rivières et le Chemin du Roy
- ⇒ Le petit village de Kimmirut au Nunavut
- ⇒ Le projet de Cholula au Mexique

Trois-Rivières et le Chemin du Roy

- ➔ Trois-Rivières, pierre angulaire
 - Politique de mise en valeur du patrimoine par la ville depuis 1968
 - Circuit patrimonial pédestre; excellente signalisation
- ➔ Chemin du Roy
 - Première route carrossable au Canada entre Québec et Montréal
 - Alternative à l'autoroute 40
 - Projet initié par la région de la Mauricie (initiative de mise en valeur), suivie de la région de Québec (initiative de signalisation) et de la région de Lanaudière (initiative de sensibilisation à la valeur)
 - Recherche patrimoniale, consultations et partenariats
 - Circuit maintenant signalisé - par Tourisme Québec et Transport Québec

Le Chemin du Roy

- ⇒ Maisons patrimoniales / Heritage Houses
- ⇒ Tables champêtres / country-style dining
- ⇒ Antiquaires / antique dealers
- ⇒ Villages pittoresques / picturesque towns
- ⇒ Héritage du régime français / French regime heritage
- ⇒ Ateliers d'artisans / craftsmen's studios
- ⇒ Magasins généraux à l'ancienne / old-time general stores





→ Chemin du Roy

■ Commercialisation:

- Carte commune aux trois régions
- Site web conjoint à venir
- Mauricie: dépliant et forfaits pour groupes et individuels

■ Résultats :

- Augmentation de fréquentation des attraits – Mauricie
- Carte commune rapidement épuisée en 2005 (125 000 copies)
- Hébergement / forfaits difficiles à mesurer

■ Bénéfices:

- Contribue à sensibiliser les régions peu préoccupées par le paysage et le patrimoine
- Maillage entre les entreprises et volonté de participer au processus
- Création d'échanges menant à des partenariats de forfaits et des activités de formation entre les sites



➔ Chemin du Roy

■ Défis :

- Mesure des résultats
- Harmonisation des 3 régions en matière de mesure, d'énergie et de financement
- La Mauricie est la seule région à commercialiser auprès des TO

■ Recommandations :

- À court terme, se doter de mesures communes et partagées
- À long terme, relier les arrondissements historiques entre eux (Québec, Trois-Rivières, Montréal) afin de rassembler les items les plus imposants ensemble

Kimmirut



Kimmirut, village inuit

- ⇒ Développement d'un concept de tourisme culturel axé sur les activités traditionnelles avec hébergement en famille ou cabines
- ⇒ Consultations avec la communauté de Kimmirut (village de 400 personnes à 30 min. d'avion de la capitale Iqaluit)
- ⇒ Offre touristique à structurer : créer *l'expérience !!!*
- ⇒ Formations auprès des familles et des guides
- ⇒ Bénéfices recherchés: transmission de la culture et diversification économique et plus ...
- ⇒ Défis: coûts, distance, saisonnalité; difficulté à saisir les rouages de l'industrie touristique et à distinguer les nuances entre les attentes du visiteur travailleur vs celles du touriste

Kimmirut



Cholula: une expérience mexicaine

- ⇒ Revalorisation du riche patrimoine culturel
- ⇒ Projet de développement sous l'aile de l'Universidad de Las Americas de Puebla en collaboration avec l'Université du Québec à Montréal (UQAM)
- ⇒ Problématique: visites trop courtes, communautés pauvres, exode masculin vers les E.-U.
- ⇒ Bénéfices d'ordre économique et communautaire
- ⇒ Défis: adhésion des paroisses au processus; mise sur pied de micro-entreprises en vue d'une offre structurée et commercialisable; meilleure connaissance de la demande; infrastructures à mettre en place

Cholula: Cathédrale Pyramide



Cholula



Sta. María Tonantzintla, Puebla



Conclusion

- ➔ Le tourisme est une avenue certaine de développement
- ➔ Le tourisme ne peut être que culturel: lieux, personnes, patrimoine naturel, culturel, héritage passé et présent
- ➔ La communauté doit adhérer au développement culturel touristique et y participer
- ➔ Le développement doit être vu à long terme (20 ans)
- ➔ L'arrimage entre l'offre et la demande doit être considérable
- ➔ La promotion et la commercialisation sont les maux nécessaires aux retombées économiques

Remerciements !

Marie-Andrée Delisle, M.Sc.
Consultante en développement touristique

Marie-Andrée Delisle Tourisme-Conseil

www.madelis.com info@madelis.com

Tél. (514) 483-4223

Références

- ⇒ <http://www.world-tourism.org/sustainable/conf/cert-czech/pres/yunis.pdf> (OMT - Tourism sustainability and the role of certification)
- ⇒ www.sustainabletourism.co.uk - Portail d'information
- ⇒ www.nationalgeographic.com/travel/sustainable/professionals.html - National Geographic Sustainable Tourism Resource Center
- ⇒ www.ecotourism.org - The International Ecotourism Society
- ⇒ www.conservation.org - Conservation International
- ⇒ <http://nature.org> - The Nature Conservancy
- ⇒ www.ecotrans.org - The European Network for Sustainable Tourism Development



- ➔ www.tourismconcern.org.uk - Tourism Concern
- ➔ www.eco-tip.org/Sus_tourism/sustainable.htm - Eco-Tip on sustainable tourism
- ➔ <http://destinet.ewindows.eu.org> - DestiNet: Sustainable Tourism Information Portal
- ➔ www.toinitiatives.org : Tour Operators Initiative
- ➔ www.bonjourquebec.com/qc-fr/cheminroy.html
- ➔ GENDRON, Corinne – Le développement durable comme compromis – La modernisation écologique de l'économie à l'ère de la mondialisation, Presses de l'Université du Québec, 2006
- ➔ LEQUIN, Marie – Écotourisme et gouvernance participative, Presses de l'Université du Québec, 2001