

Marie-Andrée Delisle : du Japon au tourisme alternatif !

PAR SERGE ABEL-NORMANDIN

À 21 ans, Marie-Andrée Delisle s'est exilée pendant un an au Japon pour y enseigner le français. « C'était une grande aventure à l'époque, dit-elle. Aujourd'hui, ce genre de voyage est monnaie courante, mais dans le temps, très peu de gens partaient aussi loin, aussi longtemps. On parle quand même d'il y a à plus de 35 ans ! Le fait que j'y aille pour travailler dans une école a toutefois rassuré ma mère... »



Au Japon

L'aventure n'allait cependant pas se conclure au terme du contrat. Après Tokyo, Marie-Andrée a plutôt consacré une autre année à voyager avec celui qui deviendra son mari. Sac au dos, ils ont sillonné Taïwan, Hong Kong, le Cambodge, la Thaïlande, la Malaisie, Singapour, l'Inde, le Ceylan (Sri Lanka), la Birmanie, traversé le Pakistan, l'Afghanistan, l'Iran, la Turquie...

« Arrivés en Europe, nous ne nous sommes pas attardés : ça ne nous semblait pas assez exotique », raconte, en riant, celle qui compte maintenant 67 pays à son actif !



Au retour du voyage autour du monde.

MARIE-ANDRÉE DELISLE TOURISME-CONSEIL : 25 ANS DÉJÀ !

Après son périple asiatique, Marie-Andrée a eu l'occasion de travailler pour Wardair, puis pour Voyages Bel-Air. « J'ai d'abord élaboré des voyages de groupes autour du monde, avant de tâter le domaine des voyages corporatifs et de motivation », dit-elle, se souvenant sans nostalgie de cette époque préinformatique où tout se faisait « à la mitaine ».

Parallèlement, Marie-Andrée a enseigné le tourisme au Collège LaSalle – où elle a notamment conçu et animé des Ateliers du tourisme destinés aux agents de voyages.

Toujours à cette époque, elle devient collaboratrice de *Tourisme Plus*. Au fil de ses reportages à l'étranger, Marie-Andrée constate que le Québec accuse un certain retard, comparé à d'autres destinations, en matière de marketing touristique, de développement de produits et de relations de presse, notamment. Cela l'incite, en 1988, à lancer sa propre firme : Marie-Andrée Delisle Tourisme-Conseil – qui fête cette année ses 25 ans d'existence !

Avec le lancement de sa firme, le parcours touristique de Marie-Andrée prend un virage plus québécois. Certains se souviennent sans doute que, dans les années 90, Marie-Andrée offrait des formations aux agents de voyages, en collaboration avec *Tourisme Québec*. Dans *Tourisme Plus*, elle écrivait aussi une rubrique visant à mieux faire connaître le Québec aux agents.

Agissant toujours comme consultante, Marie-Andrée continue de développer le tourisme au Québec... mais aussi ailleurs, comptant parmi ses clients le Guatemala, le Mexique, Haïti et le Nunavut.



En atelier sur les forfaits.

UN AUTRE TOURISME EST-IL POSSIBLE ?

À l'affût des tendances, Marie-Andrée en est venue, au fil de ses mandats, à s'intéresser de plus en plus au tourisme alternatif, culturel, expérientiel, durable, local et communautaire...

« Ce qui distingue une destination, ce sont ses racines, sa culture propre, ce qui ne se trouve pas ailleurs. Je crois que c'est ce qu'elle doit promouvoir », plaide celle qui a obtenu une maîtrise en gestion et planification du tourisme à l'UQAM en 2004.

Marie-Andrée Delisle est coauteure du livre *Un autre tourisme est-il possible?*, publié en 2007. Elle y pose des questions comme *Comment voyager autrement?*; *Comment s'éloigner du tourisme de masse?*; *Comment être un touriste responsable?*; *Quelles traces laisse-t-on sur l'environnement?*; *À qui va l'argent des touristes?*, etc.

L'« AUTRE TOURISME » ET LES AGENTS DE VOYAGES

Marie-Andrée se dit très sensible aux défis que doivent affronter les agents de voyages aujourd'hui. « Il y a une réflexion à faire sur l'agent et sa capacité à se réinventer », observe-t-elle.

Selon elle, une partie de la solution tient une meilleure connaissance des clientèles, permettant de se spécialiser dans un créneau précis et de personnaliser les voyages, et ce, afin de proposer d'expérimenter une destination non seulement de l'extérieur, mais aussi de l'intérieur.

« À mon avis, les agents ont tout intérêt à se positionner en tant que références – idéalement dans un domaine qui les passionne personnellement – de façon à pouvoir stimuler le goût, la curiosité et l'enthousiasme de leurs clients », conclut-elle.

Marie-Andrée a écrit les premières cartes postales diffusées dans l'édition en ligne de *Tourisme Plus*. Elle continue d'en écrire à l'occasion et on les retrouve d'ailleurs toutes sur son site, à www.madelis.com/publications. ●



Au Vietnam.



Au Nunavut.



Au Maroc.