

Aménager une station touristique

Les leçons de l'expérience

Claude Lamothe and Richard Bienvenu

Volume 2, Number 3, October 1983

Les multiples facettes de l'aménagement touristique

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1080823ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1080823ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Lamothe, C. & Bienvenu, R. (1983). Aménager une station touristique : les leçons de l'expérience. *Téoros*, 2(3), 6–8. <https://doi.org/10.7202/1080823ar>

Aménager une station touristique

Par Claude Lamothe et Richard Bienvenu

A titre d'aménagistes-conseils de pratique privée, nous avons eu l'occasion au cours des 20 dernières années de participer à divers projets d'aménagements touristiques. Nous exprimons ci-après notre conception de notre rôle d'aménagiste et notre façon d'apporter notre expertise à nos clients privés et publics. Notre réflexion porte plus spécifiquement sur l'aménagement des stations touristiques puisque nous oeuvrons à l'heure actuelle sur deux projets majeurs: Mont-Tremblant et Magog-Orford.

Quelques notions préalables

Il importe au préalable de clarifier la notion de station touristique et la place de l'aménagiste dans le processus de sa mise en valeur.

Une station touristique est un lieu de séjour où les touristes peuvent retrouver des équipements variés d'hébergement et de restauration de même que de multiples équipements récréatifs, socio-culturels, sportifs. La station est un lieu distinctif et bien identifié par le fait de la concentration d'équipements dans un espace relativement restreint, par le fait de son cachet, par le fait de son image particulière. La station touristique est un lieu de distinction en soi mais aussi et souvent un centre de services relié à d'autres équipements et à d'autres attraits situés dans les environs ou dans l'arrière-pays.

La station touristique se distingue enfin des villes et villages à caractère touristique parce qu'elle constitue une entité où le tourisme est de loin l'activité principale et où le nombre de lits se situe autour de 2 000¹ destinés aux touristes, et est au moins équivalent à 50% du nombre de résidents permanents. La station touristique et ses environs dans un rayon de 5 à 15 km forment un ensemble désigné sous le nom de "destination area" dans la terminologie nord-américaine.

Rôle de l'aménagiste

L'aménagiste et son équipe pluridisciplinaire se voient confier des mandats très variés pouvant aller d'études spécifiques (solutionner un problème particulier de mise en valeur, proposer le plan d'aménagement d'un équipement récréatif, etc) jusqu'à des études plus globales qui touchent à tous les aspects de l'offre et de la demande.

L'aménagiste peut être demandé pour concevoir ou pour participer à la conception d'une station touristique entièrement nouvelle, implantée dans un site vierge ou peu compromis par d'autres aménagements; l'on peut aussi faire appel à ses services pour améliorer ou transformer une station existante ou encore pour organiser en station touristique un village traditionnel ou encore pour créer un ensemble cohérent à partir d'équipements disparates distribués autour d'une ressource naturelle.

Il faut comprendre enfin que l'aménagiste moderne est avant tout un conseiller-concepteur auprès d'un client privé ou public et qu'en conséquence, il doit pouvoir en tout temps avoir la fermeté nécessaire pour exprimer des avis professionnels basés sur sa compétence et son expérience mais aussi la souplesse nécessaire pour faire des ajustements et des modifications pertinentes pour répondre aux objectifs poursuivis par le promoteur ou la collectivité concernée.

L'aménagiste doit être conscient, en somme, que la fabrication d'un produit touristique demande une grande part d'imagination et que son rôle, peut-être le plus important, est de canaliser ou d'organiser en un tout cohérent toutes les suggestions visant à amener sur un site donné une clientèle touristique à la recherche du plaisir, du rêve et à la limite du bonheur...

Poser la problématique;

Le premier souci 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.

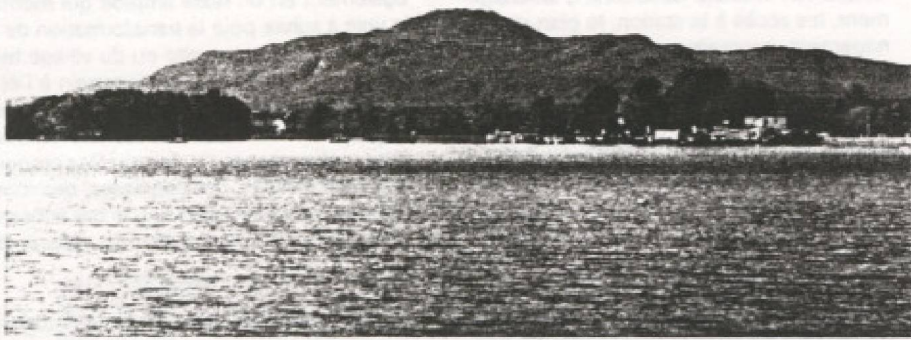
Pour mieux illustrer nos propos, essayons de poser les éléments de la problématique de trois stations actuelles ou potentielles: Magog-Orford, Mont-Tremblant, Petite-Rivière.

Magog-Orford

Les éléments à considérer sont ici la présence de deux attraits géographiques importants: le mont Orford et le lac Memphrémagog. Le mont Orford, prolongement des Montagnes Vertes au Québec, a un statut de parc récréatif et de conservation et comprend notamment un centre de ski d'une dénivellée de 500m. La tête du lac Memphrémagog (dont la qualité est exceptionnelle) est pour sa part occupée par la ville de Magog (10 000 habitants), qui a une fonction industrielle et de services, et par une ceinture de chalets et résidences et d'équipement récréatifs. Ces deux éléments géographiques sont distants l'un de l'autre de 10km et séparés par des infrastructures: route 112, autoroute 10, chemin de fer Montréal-Portland et par de vastes espaces marécageux, agricoles et forestiers parmi lesquels surgissent ici et là des têtes de développement récréatif, résidentiel, commercial, aires de villégiature, complexe hôtelier, etc.

Comment relier ces éléments disparates et embryonnaires en un tout cohérent et relié à un noyau bien identifié avec sa personnalité propre et des équipements à la hauteur d'une station touristique moderne dans le contexte du marché nord-américain, voilà tout un défi!

¹ à moins de 2 000 lits, on parle plus volontiers d'un complexe hôtelier.



Le mont Orford: un attrait géographique de premier plan.

L'aménagiste ne pourra esquisser des propositions et entrevoir des solutions réalistes qu'une fois que tous les intervenants concernés se seront mis d'accord sur cette problématique.

Mont-Tremblant

L'on se retrouve ici en présence d'une station touristique existante mais d'implantation ancienne. Il ne s'agit donc pas ici de créer de toute pièce un produit touristique intégré, mais plutôt de le transformer, de le restaurer, de le renforcer, de l'agrandir, de l'adapter aux besoins modernes, de le faire passer de station d'été et de ski en une station quatre-saisons et capable de rivaliser avec ses concurrents nord-américains. Les intervenants sont ici restreints au minimum, puisque tout le domaine foncier relié au lac et à la montagne appartient à une seule et même société. Le rôle de l'aménagiste est donc rendu plus facile dans la mesure où les consensus sur les orientations de base, sur la définition de la problématique peuvent être réalisés avec plus de célérité.

Cependant, l'aménagiste doit se rappeler que les promoteurs privés sont souvent des hommes d'action qui se sentent mal à l'aise dans les exercices qui apparaissent trop théoriques ou trop intellectuels. L'aménagiste doit être assez ferme pour faire comprendre l'importance d'une problématique bien établie (par exemple, au Mont-Tremblant, la décision de consolider un produit actuel amènera subséquemment des solutions d'aménagement très différents d'une décision à l'effet de substituer le produit actuel par un autre type de produit touristique), mais en même temps assez pragmatique pour faire une relation concrète entre le fait de poser un problème et le fait de proposer un programme d'action conséquent.

Petite-Rivière-Saint-François

L'on retrouve à Petite-Rivière-Saint-François, municipalité de Charlevoix, tous les ingrédients de base pour implanter une station touristique quatre-saisons; un massif montagneux exceptionnel pour le ski alpin, un

plan d'eau grandiose (le Saint-Laurent), un accès facile depuis Québec, une localisation sur un des circuits touristiques importants du Québec, à la porte d'entrée d'une région touristique très connue, soit Charlevoix, une population désireuse de transformer son économie traditionnelle en économie touristique, etc.

Cependant ces ingrédients restent à être réunis en un tout cohérent, si l'on veut éventuellement y créer ici une station touristique d'envergure internationale. Définir une problématique d'aménagement exige ici un long cheminement car les orientations possibles pour définir un produit touristique et pour des clientèles-cibles potentielles sont multiples et aussi valables les unes que les autres. Doit-on privilégier, par exemple, la transformation graduelle du village déjà en place en station touristique ou au contraire aménager quelque part dans la municipalité une entité complètement nouvelle où les aménagistes, les architectes, les concepteurs, pourraient faire oeuvre d'imagination dans une grande liberté? Ou encore ne pourrait-on pas oeuvrer sur les deux plans en même temps? Ou encore est-il réaliste de transformer un village traditionnel de forme linéaire en un village doté de tous les équipements d'hébergement, de restauration, de services, avec sa personnalité propre, son animation et capable d'exercer un magnétisme assez fort pour en faire une station touristique recherchée?

La participation de l'aménagiste à l'établissement de la problématique est essentielle, mais il doit comprendre que la collectivité qui s'appête à troquer son genre de vie traditionnel pour l'industrie touristique a elle aussi une voix au chapitre et qu'elle a le droit de choisir son cadre de vie actuel et à venir. L'aménagiste sera d'autant plus à l'aise pour suggérer des solutions adéquates d'aménagement touristique, qu'il sera bien au fait non seulement de l'aspect technique de la mise en valeur de la station éventuelle mais encore qu'il saura en saisir toutes les dimensions culturelles, sociales, économiques et politiques.

Acquérir la connaissance

L'aménagement d'une station touristique se réalise la plupart du temps par étape et découle d'un long processus d'étude, de consultation, d'expérience-pilote, etc.

Il est important que l'aménagiste dispose des meilleures données possibles sur tous les aspects de l'offre touristique actuelle, potentielle et prévisible de la zone susceptible de devenir station touristique et sur tous les aspects de la demande touristique actuelle et potentielle. L'assimilation de ces données de base lui permettra subséquemment de bien connaître les forces et les faiblesses du lieu que l'on veut aménager en station touristique.

Cette connaissance des forces et faiblesses s'acquiert d'une part par des inventaires et par des analyses factuels et, d'autre part, par une habitude de fréquentation et d'expérience de vie en des périodes variées de l'année dans toute la zone touristique susceptible d'être transformée en station touristique. L'aménagiste doit prendre tout le temps nécessaire pour que le diagnostic qu'il pose sur les potentiels et contraintes de la zone à aménager fasse l'objet d'un certain consensus.

D'une façon générale, les collectivités ont tendance à exagérer et à surévaluer leur patelin ou à le voir sous un jour différent des arbitres venant de l'extérieur. Il arrive par ailleurs que l'aménagiste soit amené à porter des jugements professionnels et par extension des jugements de valeur totalement désincarnés et coupés d'une certaine réalité. L'évaluation du potentiel d'une zone touristique s'établit souvent plus facilement à l'aide de comparaison avec d'autres zones touristiques ou d'autres stations touristiques situées dans la même aire d'attraction ou d'influence. D'ailleurs, on ne peut échapper à cette analyse comparative dans un contexte de vive concurrence pour s'accaparer une clientèle et un marché de plus en plus capricieux et volatil.

Rappelons enfin que l'aménagiste doit éviter tout autant la tentation de flatter lui-même une collectivité en lui faisant miroiter un avenir prometteur dans le développement touristique en dépit de lacunes flagrantes du côté du potentiel touristique ou de l'accessibilité aux marchés internes ou externes.

L'aménagiste doit se garder enfin du danger de "l'inventorite" et de la "compilite", deux maladies qui ont comme caractéristiques de l'amener à produire des masses de données inutiles et ne pouvant d'aucune façon permettre de formuler des recommandations concrètes ou des propositions d'aménagement. L'aménagiste doit laisser à d'autres le soin de réaliser des monographies savantes sur le territoire de la station

touristique appréhendée et se concentrer quant à lui sur les éléments présents et passés porteurs d'avenir.

Concevoir la station

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 tant du côté de l'offre que de la demande sont à considérer que l'émergence d'une solution claire et unique, qui réponde à tous les objectifs visés, apparaît rarement d'une façon spontanée.

Une fois un scénario d'aménagement retenu et dans lequel sont définis les types de clientèle visés, les capacités d'accueil des équi-

pements, 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'une schéma, une échelle variant entre le 1:5 000 et le 1:2 500 et où apparaît clairement la structure organisationnelle de la station avec ses aires fonctionnelles et leurs principaux liens.

Cette première étape de la conception est capitale et doit contenir en soi tous les éléments clés de ce que sera la station dans un avenir de 5, 10 ou 15 ans. Le schéma d'aménagement doit être vivant, avoir une

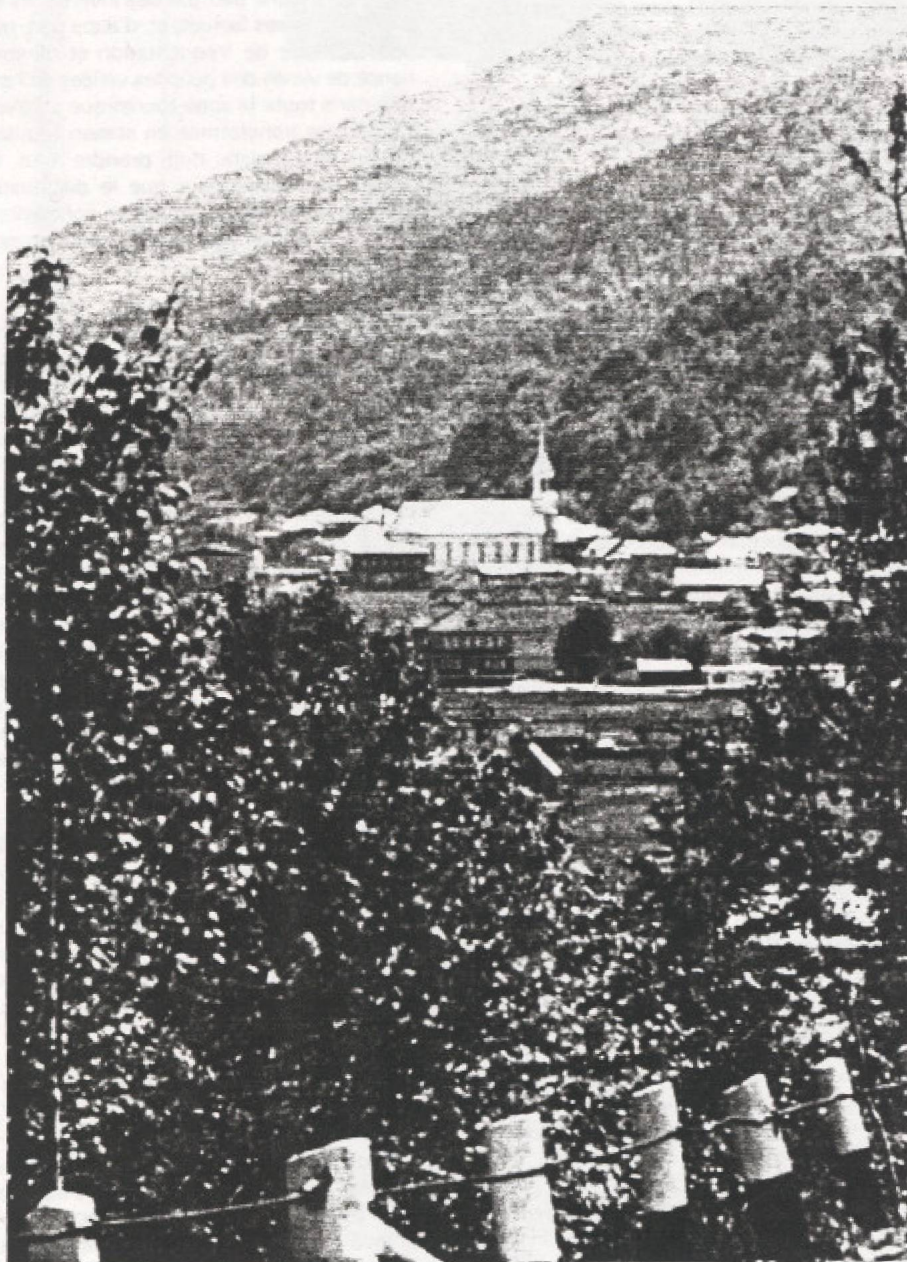
âme, exprimer la vision de l'aménagiste en regard de la mise en valeur de la station touristique. Le schéma d'aménagement ne consiste pas uniquement en un plan aride, mais également en un texte limpide qui montre la voie à suivre pour la transformation de la zone touristique actuelle ou du village touristique actuel ou encore de terrain à l'état vierge en un ensemble cohérent, organisé capable d'attirer une clientèle extérieure pour y séjourner et s'y divertir. Des croquis, des perspectives, des esquisses, des montages audio-visuels peuvent, le cas échéant, venir compléter le langage du plan et du texte.

L'aménagiste doit se rappeler, en somme, que la collectivité (ou même le client privé) qui l'a mandaté pour concevoir une station touristique se ralliera d'autant plus facilement à un schéma d'aménagement proposé qu'elle pourra percevoir clairement les transformations de l'espace concerné.

Une fois l'étape du schéma franchi, l'aménagiste pourra se consacrer avec d'autant plus de liberté et d'assurance à la préparation de plans d'aménagement détaillés des diverses entités de la station. L'échelle de conception variera entre le 1:1 000 et le 1:200 et l'aménagiste peut exprimer ici un style architectural, des aménagements-paysagés, des styles d'ameublements urbains, etc. L'outil d'expression commode est souvent la maquette ou des perspectives de portions-types de la future station.

La conception d'une station touristique se fait en respectant certains principes de base d'aménagement mais requiert aussi de l'imagination et de l'action créatrice de la part de l'aménagiste. Le résultat de l'oeuvre de création s'exprime dans le plan d'aménagement, mais encore davantage par les réalisations concrètes qui prennent place subséquemment. Comme celle-ci se fait sur une période de temps de plusieurs années, et souvent par de multiples intervenants dont certains prétendent à tort ou à raison avoir des innovations à proposer (et cela est tout à fait normal dans un monde volatile comme le tourisme), l'aménagiste ne doit jamais considérer son plan d'aménagement comme arrêté à jamais. Il doit avoir la souplesse nécessaire et l'ouverture d'esprit pour adapter certains éléments du plan ou même intégrer certains éléments tout à fait imprévisibles au moment de la conception de la station mais tout à fait justifiables au fur et à mesure que celle-ci prend forme.

En définitive une station touristique, comme tout organisme vivant et dynamique, prend naissance, croît et atteint une certaine maturité et la plus grande satisfaction de l'aménagiste, c'est justement d'avoir la chance de mettre son art, sa technique et son expérience à contribution à tous les stades de cette évolution. †



Petite-Rivière-Saint-François possède tous les ingrédients de base pour devenir une station touristique d'envergure internationale.