

## Aux sources d'un patrimoine touristique

Gaston Gagnon

Volume 19, Number 1, Spring 2000

Pour une culture du tourisme au Saguenay-Lac-Saint-Jean

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1071796ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1071796ar>

[See table of contents](#)

---

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

---

Cite this document

Gagnon, G. (2000). Aux sources d'un patrimoine touristique. *Téoros*, 19(1), 3–4.  
<https://doi.org/10.7202/1071796ar>

# AUX SOURCES D'UN PATRIMOINE TOURISTIQUE

**Gaston Gagnon**  
Rédacteur invité

À l'instar de plusieurs régions au Québec, au Saguenay–Lac-Saint-Jean le tourisme occupe une place importante dans la socio-économie du milieu. Avec ses 3 000 emplois et ses 150 millions de dollars de revenus touristiques, la région se classe au sixième rang parmi les dix-neuf régions du Québec. En 1999, le nombre de visiteurs, en provenance surtout du marché intra-Québec, a dépassé les 600 000.

Quatre produits d'appel se sont partagé principalement cette clientèle, soit : le Jardin zoologique de Saint-Félicien, le site historique de Val-Jalbert, l'Ermitage Saint-Antoine de Lac-Bouchette et La Fabuleuse Histoire du Royaume de Ville de La Baie (Fédération touristique régionale, 1999).

Malgré une position enviable sur l'échiquier québécois, la région devra cependant, à court terme, se démarquer davantage si elle veut tirer parti de l'essor sans précédent que connaîtra l'industrie.

Dans cette perspective, le présent numéro de *Téoros* a pour objet de poser un regard sur la mise en tourisme du Saguenay–Lac-Saint-Jean.

Déjà, en 1995, la revue avait consacré un dossier très attendu au thème de l'histoire du tourisme au Québec (*Téoros*, 1995). En accordant un numéro complet au Saguenay–Lac-Saint-Jean, le comité de rédaction de la revue vient non seulement réitérer l'importance de poursuivre ce territoire de recherche, mais développer auprès des intervenants une véritable « culture du

tourisme », comme le propose le Gouvernement du Québec dans sa politique : *Pour donner au monde le goût du Québec* (1998 : 28).

En effet, même si paradoxalement l'histoire a toujours été un élément majeur, voire incontournable de l'offre touristique, tant en ce qui concerne la création des attraits que comme produit à proprement dit, la quête de la connaissance de l'Autre, de sa culture et de son environnement passant souvent par son entremise, l'histoire du tourisme a peu intéressé les chercheurs (Beaudet, Gagnon, 1999).

Cette situation explique que nous soyons encore, au Québec, en attente d'une grande synthèse qui, dans le prolongement du livre récent sur *L'Espace touristique* (Cazelais, 1999), permettrait de dégager, à partir de l'angle de la micro-histoire, une lecture globale du sujet, de ses spécificités et de ses pratiques, de son fonctionnement et de ses réseaux, ainsi que de sa portée sur le développement de l'économie des régions. Or, un tel ouvrage est fondamental pour procéder à une analyse critique de l'industrie sur une longue durée.

À l'ère de la professionnalisation et de la mondialisation des activités touristiques, la connaissance des produits et de leur façonnement devient également un élément non négligeable sur le plan de la commercialisation et du positionnement touristique car, en raison de leurs liens avec les critères de renommée, d'authenticité et de qualité, la connaissance des sites ou des attraits joue un rôle déterminant dans le choix des destinations, en complément avec les facteurs de coût et de temps (Bourdeau, 1998).

Plus directement encore, la mise en réseau des produits sur une base régionale ou interrégionale, en privilégiant une approche de circuit, se présente comme l'une des façons de contribuer à la satellisation touristique du Québec. Cette suggestion, qui rejoint la notion des « pays touristiques » développée en Bretagne, a été avancée dès 1987 par l'historien et ethnologue Paul-Louis Martin, alors président de la Commission des biens culturels (Adam, 1987).

De ce point de vue, la notion de connaissance du milieu, de sa géographie, de son histoire et de ses composantes les plus actuelles constitue autant de préalables pour les intervenants en tourisme que pour les questions importantes concernant l'accueil ou l'interprétation des sites et des attraits. Cette culture du tourisme permet de saisir la constitution du patrimoine touristique et de fixer les limites et les enjeux du phénomène de tourisme de masse (Boyer, 1999). Elle aide également à situer dans la longue durée historique l'intégration de créneaux spécialisés comme le tourisme culturel et l'écotourisme, qui ne sont, au fond, que des appellations nouvelles pour des pratiques anciennes du tourisme.

L'histoire du développement touristique du Saguenay–Lac-Saint-Jean est à cet égard signifiante, sans pour autant être exclusive. En plus d'offrir une vision d'ensemble et de cerner les grandes étapes de son évolution, elle sert à positionner la région à l'intérieur des grands circuits touristiques qui sont en constants changements. Elle montre l'importance des Amérindiens et des Euro-Canadiens dans la découverte et l'exploration du territoire,

tout en faisant valoir la contribution des milieux naturels et culturel dans la définition du produit.

Dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, l'originalité de l'offre de la région tient à son caractère excentrique et à son accessibilité par mer et par chemin de fer. Dans le monde de la bonne société, « il est de bon ton d'aller voir ce pays tout nouvellement découvert ». De Tadoussac à Roberval, de grands hôtels apparaissent, marqués par leur monumentalité, leur accueil et leur confort tout américain.

Dans l'organisation du produit, les hôteliers jouent un rôle stratégique. En plus de se relayer les clientèles, ils sont les maîtres d'œuvre des activités offertes aux touristes. Le contact avec la nature est privilégié. Au début du XX<sup>e</sup> siècle, les incendies des plus grands hôtels, le déclenchement de la Grande Guerre et la crise économique provoquent une première discontinuité dans l'essor de l'offre touristique du Saguenay–Lac-Saint-Jean. Ce mouvement est généralisé et correspond à la fin de l'ère des « bateaux blancs » sur le Saint-Laurent (Dubé, 1986).

Pour favoriser la relance du secteur, le gouvernement du Québec adopte en 1933 une première législation. On forme des Syndicats d'initiatives touristiques (SIT) avec le mandat d'assurer la coordination, la promotion et l'amélioration du tourisme qui est considéré, dès cette époque, comme une industrie. L'avènement de l'automobile vient aussi bouleverser les objectifs et les façons de voyager. Le ministère de la Voirie poursuit son programme de construction de routes provinciales et régionales. On distribue cartes, guides et brochures, notamment auprès de la clientèle américaine (Morisset, 1999).

Le Saguenay—Lac-Saint-Jean est parmi les premières régions à se doter d'un SIT. Dès 1936, un premier Guide est imprimé, puis réédité en 1938 lors des fêtes du Centenaire du Saguenay. Au sortir de la Seconde Guerre mondiale, le tourisme de masse est en effervescence. De nouveaux attraits sont constitués, tels que la maison du peintre Arthur Villeneuve à Chicoutimi (1959), le Jardin zoologique de Saint-Félicien (1960) et le Village historique de Val-Jalbert (1962).

Les municipalités commencent à investir dans le tourisme. En 1974, le Conseil

régional de développement tient un premier colloque sur le thème de la concertation. Quatre ans plus tard, l'Association touristique régionale (ATR) vient remplacer le SIT. Un inventaire des produits est amorcé qui permet en 1985 la rédaction d'un plan directeur portant sur le partage d'une vision commune autour notamment du plein air et du tourisme d'aventure.

En 1988, le 150<sup>e</sup> anniversaire du Saguenay—Lac-Saint-Jean met en valeur le produit culturel. La Fabuleuse Histoire du Royaume de Ville de La Baie voit le jour avec le succès qu'on lui connaît. De plus, les quinze lieux de mémoire de la région consolident leur équipement et forment un réseau. Avec les « produits d'appel » et les parcs de conservation, dont le parc marin Saguenay—Saint-Laurent, le plus achalandé d'entre tous grâce à ses croisières aux baleines, le réseau muséal et patrimonial du Saguenay—Lac-Saint-Jean témoigne de l'originalité de l'offre touristique régionale.

Au-delà d'une grande concertation et de la professionnalisation de l'industrie, le

développement du tourisme au Saguenay—Lac-Saint-Jean nécessitera dans les années à venir un meilleur maillage entre ses composantes naturelles et culturelles, en plus du renouvellement de ses équipements. La « Véloroute des Bleuets » qui sera inaugurée en juin 2000 préfigure d'ailleurs de cette orientation, où l'on met à contribution le faire-valoir du milieu dans toutes ses dimensions.

Le présent numéro de *Téoros* entend présenter les lignes directrices et des pistes possibles de la mise en tourisme du Saguenay—Lac-Saint-Jean. Nous remercions vivement tous les collaborateurs pour leur précieuse contribution.

---

*Gaston Gagnon est historien et muséologue. Il est responsable du patrimoine et de la muséologie ainsi que du tourisme culturel au ministère de la Culture et des Communications, direction du Saguenay—Lac-Saint-Jean. Il agit occasionnellement comme chargé de cours en histoire à l'Université du Québec à Chicoutimi.*



---

## BIBLIOGRAPHIE

Adam, Richard (1987), « Paul-Louis Martin », *Continuité*, 37, p. 13-15.

Beaudet, Gérard, et Serge Gagnon (1999), « Esquisse d'une géographie structurale du tourisme et de la villégiature : l'exemple de Québec », *L'espace touristique*, Québec, Presses de l'Université du Québec, p. 133-195.

Bourdeau, Laurent (1998), « Le service à la clientèle. Pour réussir la qualité de service et satisfaire la clientèle touristique », *Téoros*, 17 (3), p. 5-10.

Boyer, Marc (1999), *Le tourisme de masse*, Paris, Presses universitaires de France, Gallimard.

Cazelais, Normand et coll. (1999), *L'espace touristique*, Québec, Presses de l'Université du Québec.

Dubé, Philippe (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.

Laplante, Marc, et Marie-Janou Lusignan (1995), « Le tourisme, toute une histoire », *Téoros*, 14, (2), p. 2 sq.

Morisset, Lucie K. (1999), « Voyage au pays de l'identité. De la définition d'un paysage touristique à la création de la spécificité culturelle canadienne-française », *L'espace touristique*, p. 213-236.

Tourisme Québec (1998), *Pour donner au monde le goût du Québec*.