

Ne pas perdre le nord!

Charles Boulanger

Volume 8, numéro 3, novembre 1989

Tourisme hivernal

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1080313ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1080313ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Boulanger, C. (1989). Ne pas perdre le nord! *Téoros*, 8(3), 35–35.

<https://doi.org/10.7202/1080313ar>

Ne pas perdre le nord!

Charles Boulanger*

Lorsqu'on évoque la destination touristique européenne, on pense naturellement au soleil d'Espagne, aux montagnes suisses et bien entendu à la France pour des raisons sentimentales évidentes.

Mais de quelle Europe s'agit-il? La neige n'est qu'une réalité de hautes montagnes! Le littoral méditerranéen n'a rien à voir avec la péninsule gaspésienne! Montréal, ce n'est pas Paris!

Et pourtant de par la jeunesse de notre science du tourisme et pour des raisons culturelles, c'est souvent en Europe continentale francophone que notre communauté de professionnels puise son inspiration pour la planification du développement touristique.

Il existe cependant une autre Europe. Celle qui vit au rythme de nos quatre saisons. Où la mer, la forêt, l'hydro-électricité⁽¹⁾ occupent une place prépondérante dans l'économie. L'Europe du nord formée de la Norvège, de la Suède et de la Finlande ressemble à l'est du Canada. Rappelons seulement ici quelques similitudes de la Suède et du Québec: dans ces deux contrées, l'agriculture (9% de la superficie suédoise) et la population sont concentrées au sud du pays. Le territoire forestier est immense et son nord est inclus dans la zone arctique. La population (8 300 000 habitants) constitue un petit peuple dont la langue a peu de similitude avec les pays d'Europe au "sud"⁽²⁾.

Stockholm (1 400 000 habitants) comme Montréal, Helsinki (500 000 habitants) et Oslo (650 000 habitants) comme St-John et Québec sont par rapport à l'Europe ou à l'est de l'Amérique les 6 villes d'importance plus nordiques.

Sur le plan touristique, on peut prétendre que notre problématique est aussi comparable: pensons à la brièveté des activités nautiques les plus populaires; à la concurrence des destinations soleil; à la

localisation des grands bassins de population, tous situés plus au sud, en Europe comme en Amérique; au problème de la rentabilité des infrastructures lié à de courtes saisons d'exploitation.

Ce questionnement sur notre "nordicité touristique" nous laisse froid! C'est normal sans jeu de mot. Notre manque d'intérêt à l'environnement nordique est historique et fondé sur nos origines septentrionales et notre humanité latine. Notre incompréhension de la nordicité est un problème constant d'occupation du pays: du scorbu de Monsieur Champlain à l'absence actuelle de modèles de développement touristique nordique. L'adaptation architecturale qu'a dû subir l'habitation de pierre française, humide et froide, pour devenir la maison de bois québécois propre à nos rigoureux hivers illustre bien la créativité nécessaire à l'émergence d'un développement touristique original et rentable.

Notre mémoire collective a maintenu une vision négative du nord (et de ses habitants) dont la source est probablement antérieure à notre migration en Amérique alors que les vikings terrorisaient nos peuples "civilisés" continentaux⁽³⁾. Cette affirmation devrait faire l'objet d'une savante démonstration mais retenons ici que toute une série de raisons géographiques, historiques, linguistiques nous ont peu enclins à puiser à l'expérience touristique scandinave.


Qui peut au sein de notre intelligencia prétendre que nos interventions tiennent compte de notre nordicité? Et pourtant, en foresterie, il y a déjà un bon moment que l'on travaille sciemment avec les scandinaves.

Qu'en est-il du phénomène de la villégiature dans ces pays? Comment planifie-t-on l'excursionnisme péri-urbain? Quelle est leur portion de clientèle internationale et pour quels produits? De quelle façon est servi le produit "grands espaces"? De quelle façon est structurée la formation universitaire en tourisme? Autant de

questions auxquelles bien peu d'intervenants québécois pourraient actuellement répondre.

Bref, nous devons reconnaître notre spécificité nordique non plus comme handicap ou une opportunité passagère en marketing mais plutôt comme une réalité qui conditionne et conditionnera notre prospérité. Nous devons comme les secteurs primaire et secondaire, établir une franche collaboration avec nos partenaires scandinaves. Il existe déjà une association des villes nordiques, pourquoi pas une association plus étroite de nos universités.

Gilles Vigneault nous chante: "Mon pays ce n'est pas un pays, c'est l'hiver", la manifestation la plus évidente de notre nordicité.

Du ski original d'Europe du Nord, nous avons fait au Mont Tremblant le ski alpin moderne qui, avec la remontée mécanique, s'est répandu à travers le monde. Nous avons inventé le sport de la motoneige qui actuellement connaît ses premiers balbutiements en Finlande. Le pays forge ses habitants et ses institutions. Partageons nos rêves avec ceux dont les nuits sont froides et le feu nourri de bouleaux⁽⁴⁾. 

Notes explicatives

- (1) Dans l'ordre le Canada, la Norvège et la Suède sont par d'habitant les plus grands consommateurs d'électricité au monde.
- (2) En Suède, la langue seconde apprise à l'école est l'anglais.
- (3) En l'an 886, une armada de 700 drakkars, montés par 40 000 hommes fit route sur la Seine vers Paris.
- (4) Le bouleau est le feuillu au bois dur le plus nordique. De plus, sa répartition dans l'hémisphère nord est circumpolaire.

* Monsieur Charles Boulanger, Directeur général, ATR Lanaudière.