

Éducation sur mesure « Entrepreneurship récréo-touristique » : une formation à la hauteur des régions du Québec et de leur environnement particulier

Jean-Claude Jay-Rayon et Brigitte Morneau

Volume 11, numéro 1, mars 1992

La formation en tourisme : à la croisée des chemins

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1078947ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1078947ar>

[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

Jay-Rayon, J.-C. & Morneau, B. (1992). Éducation sur mesure « Entrepreneurship récréo-touristique » : une formation à la hauteur des régions du Québec et de leur environnement particulier. *Téoros*, 11(1), 29–33.
<https://doi.org/10.7202/1078947ar>

Éducation sur mesure «Entrepreneurship récréo-touristique» : une formation à la hauteur des régions du Québec et de leur environnement particulier

Jean-Claude Jay-Rayon,
en collaboration avec
Brigitte Morneau*



Auberge La Lacune. Village d'Hébertville, quadrilatère urbain patrimonial, paroisse-mère du Lac St-Jean.

Photo - Jean Déry, Tangram

Depuis quelques années, une formation sur mesure continue est venue, à titre encore expérimental, compléter les nombreuses formes d'éducation au récréo-tourisme déjà disponibles.

La raison principale d'une telle démarche pédagogique était de répondre, surtout en région, à un besoin de connaissances bien précis qui touche les localités qui veulent redévelopper sur des bases originales et économiques leur environnement à la fois naturel, semi-naturel et culturel.

Pour ce faire, un processus d'apprentissage assez strict et évolutif et des contenus élaborés pour répondre aux besoins très particuliers de chaque milieu concerné ont été conçus sur une base à la fois scientifique et technique. Ce qui amène l'étudiant à redécouvrir son environnement et à en extraire des qualités spécifiques, à le mettre en valeur et à le transformer pour qu'il devienne

économiquement viable et enfin, à générer une très petite entreprise à but lucratif.

Jusqu'à présent, les résultats apparaissent suffisamment intéressants pour que certaines lignes de force puissent être dégagées des expérimentations passées et de celles en cours!

En premier lieu, on peut constater qu'il n'y a pas nécessité d'engager de nouveaux fonds pour la formation mais qu'il s'agit plutôt d'utiliser ceux déjà disponibles dans les CFP et ce, à des fins plus spécifiques et continues. Autrement dit, améliorer les formations courtes de quelques heures et les réintroduire dans un processus pédagogique cohérent de durée variant entre 300 et 600 heures maximum.

Deuxièmement, il apparaît nécessaire que les contenus de formation soient basés sur des «modèles» précis performants et déjà existants donnant ainsi à l'étudiant une réelle connaissance pratique des éléments à maîtriser et une assurance quant à la validité de ses apprentissages.

De plus, il semble à priori indispensable que la formation face en sorte de ramener l'étudiant sur une base qui englobera à la fois le

milieu naturel et culturel, la récréation, le tourisme et l'économie. Ce qui exige en général de resituer les domaines de l'hébergement, de la restauration et de l'accueil à un niveau secondaire.

Enfin, il apparaît que la formation sur mesure en région pour les adultes n'a de chance de réussir que si elle est large, systémique, efficace et personnalisée à la fois. Elle doit procurer à l'étudiant une plate-forme de connaissances très solides, utiles, donc significatives et nouvelles, sur laquelle il s'appuiera pour créer son entreprise. Les réflexions que font actuellement les intéressés quant aux formations en récréo-tourisme, c'est que, d'une part, dans l'ensemble, elles correspondent surtout à une demande et à une offre touristique urbaine. D'autre part, elles sont trop longues et générales ou encore purement technique et restreinte. Devant une telle situation perçue, il devient alors indispensable de poursuivre la réflexion non seulement au niveau des techniques jusqu'à alors enseignées, en allant beaucoup plus loin dans la rénovation des contenus actuels, mais aussi, de reconsidérer la formation sur mesure elle-même. Ni l'une ni l'autre ne semblent être tout à fait prêtes à répondre à un niveau de créativité et d'originalité que le produit touristique exige de plus en plus en région pour se maintenir dans un marché très exigeant et concurrentiel.

Mais en même temps, et en accord avec l'objectif de développer les régions,

... il importe de créer des entreprises pouvant apporter sur le marché de nouveaux biens ou services et de susciter, pour les ressources humaines, de nouvelles opportunités d'emplois. Cependant, cette recherche de création d'entreprises et d'emplois devra se faire dans un souci constant de conserver la qualité de l'environnement(1).

Au cours des dernières années et ceci sans doute par nécessité, l'intérêt s'est porté de plus en plus sur le fait d'inciter des personnes à démarrer des entreprises récréo-touristiques à la fois originales et rentables, dans leur propre milieu de vie. Il s'agit donc maintenant de former de futurs entrepreneurs capables une fois les cours terminés et, dans un délai raisonnable d'un an environ, de lancer

* Monsieur Jean-Claude Jay-Rayon est géo-aménagiste et concepteur, chargé de cours à la maîtrise ATDR de l'Université Laval. Madame Brigitte Morneau est éducatrice, récréologue, associée de la firme Ecart-Tangram de Lévis.

ou de parfaire une très petite entreprise (TPE) avec une mise de fond minimale et une garantie de réussite acceptable.

Nous disons que c'est d'abord une nécessité qui prévaut à l'élaboration d'une pédagogie particulière en récréo-tourisme car, il faut le reconnaître, si l'on trouvait sur place, en région, des gens déjà adéquatement éduqués et prêts à s'intégrer dans un schéma de développement, aménagement de type PCL(2) par exemple, il n'y aurait alors qu'à les recommander à l'emploi des municipalités ou MRC concernées.

Or, dans la plupart des cas les personnes disponibles sont des individus spécialisés en activités de plein-air pour clubs d'initiés, en loisir municipal, en sciences de la nature, en accueil pour kiosque routier, en écologie, etc., mais peu sont capables de prendre en charge une entreprise en se servant de la mise en valeur spécifique de son propre environnement naturel et culturel sous-régional ou local.

Nous faisons donc face, d'une part, à des gens trop sectoriellement spécialisés en canot, pêche à la mouche, escalade, interprétation, etc. Et, d'autre part, à des individus formés comme généralistes en tourisme mais difficilement intégrables à un environnement global et précis à la fois, comme par exemple, la Baie des Chaleurs en Gaspésie, la Côte-Nord, le Lac Saint-Jean ou la ville de Mont-Saint-Hilaire.

C'est d'ailleurs cet état de situation très concret qui a provoqué l'intérêt et suscité une curiosité au point de devoir «créer sur mesure» une approche pédagogique efficace, à mi-chemin entre la formation très étendue et technique des Cégeps et celle, sur mesure mais, à la pièce, très répandue et financée par Emploi et Immigration Canada et gérée par les CFP.

Ainsi furent conçues et expérimentées avec des résultats différents mais sur une base résolument nouvelle et efficiente, 780 heures de cours en Gaspésie, 460 heures en Basse-Côte-Nord, 200, 400 et 800 heures au Lac Saint-Jean et 600 heures pour la ville de Mont-Saint-Hilaire. Tout ceci au coût global d'environ 300 000 \$ attribué à la seule formation de ce type.

L'environnement naturel et culturel régional comme fondement de la formation sur mesure

Comme nous l'avons mentionné, ce sont les schémas structurants d'aménagement et dé-

veloppement de type PCL alors développés dans le cadre des sommets économiques et qui avaient pour but de remettre en valeur les caractéristiques de l'environnement culturel et naturel local, qui ont déclenché la quasi obligation d'obtenir une compétence humaine correspondant aux lieux mêmes d'exploitation.

Aussi surprenant que cela puisse paraître, peu de personnes sont spécifiquement formées pour s'inscrire avec une grande précision et efficacité dans le milieu physique et humain et en faire une exploitation économique viable pour eux.

Les gens actuellement disponibles le sont surtout pour répondre à des besoins de service ou comme employés dans les secteurs classiques de l'hébergement, de la restauration, de l'accueil routier existants et plus ou moins déjà saturés. Mais très peu sont formés pour créer une entreprise originale qui compléterait le produit régional déjà en place. Il y a en somme un surplus de personnel à employer et une dramatique pénurie de produits nouveaux, eux-mêmes potentiellement employeurs de leurs créateurs. En d'autres termes, l'éducation sur mesure devrait plutôt se situer dans le champ de la créativité que dans celui de la gestion ou du simple marketing. À cet effet d'ailleurs, rien n'est pire pour une région ou une localité que d'augmenter sa publicité, alors que son produit s'affaiblit ou encore, est de moins en moins significatif.

Le deuxième manque flagrant que nous avons pu constater chez l'étudiant c'est une perte des connaissances fines reliées aux caractéristiques esthétiques et évocatrices du lieu d'exploitation.

En un sens la réussite touristique, comme le disait déjà René Dubos il y a vingt ans, repose sur la connaissance approfondie et perceptuelle, voire sensorielle de l'environnement. Or, très souvent on ne connaît plus son propre milieu physique. On en a en quelque sorte perdu la mémoire et on ne voit plus la spécificité ou l'élément de curiosité à exploiter pour le touriste ou plus simplement, à signaler à partir de la route!

À cet effet, la formation nouvelle qui est fournie pourrait en partie combler ce vacuum. À notre avis, l'étudiant devrait acquérir une connaissance particulière concernant la géographie perceptuelle de son milieu et des comportements humains qui en découlent bien avant d'aborder des techniques de locomotion, de mise en marché, de gestion, de comptabilité, etc.

Concernant cet aspect environnemental, nous sommes aperçus dans différentes sous-régions que, quelquefois, 60% à 80% des endroits à développer étaient ignorés par le futur entrepreneur. Comment, devant une telle méconnaissance de base, penser alors une signalisation adéquate, une architecture harmonieuse et intégrée, une orientation de l'hébergement satisfaisante et une implantation de l'entreprise à l'endroit exact? Rien d'étonnant alors de constater que très souvent l'infrastructure touristique n'est pas au bon endroit, à commencer par certains kiosques d'information et que de ce fait, elle ne peut être correctement «rentabilisée».

D'ailleurs, le ministère du Tourisme dévoilait récemment sa nouvelle politique en reconnaissant la nécessité de doter le Québec d'une réelle industrie basée sur l'approvisionnement.

L'industrie doit adopter un positionnement distinctif, unique et clair en vue de bâtir à moyen terme une véritable personnalité touristique qui la démarque de ses concurrents. Or, la démarche passe avant tout par un choix. Le couple «culture-nature», fondement des principaux attributs du Québec sur le plan géo-touristique, est retenu comme positionnement générique(3).

Éduquer à la culture. Oui, laquelle?

Dans le sillage du rapport Arpin sur la culture et à la suite de la récente politique sur le tourisme qui positionne dorénavant le Québec en associant dans un même concept nature-culture, les étudiants d'une formation sur mesure continue se devraient d'aborder le produit culturel suivant des angles originaux et novateurs.

Tout d'abord, le futur entrepreneur devrait pendant sa formation plus ou moins apprendre qu'en matière touristique le domaine culturel ne se limite plus à mettre en valeur le seul passé patrimonial, historique ou folklorique d'une région pour créer un attrait significatif et donc attractif de qualité.

Il est ainsi peu probable qu'une majorité de régions puissent constituer un produit culturel pouvant rivaliser avec celui des villes et cela dans les mêmes domaines muséologiques, artistiques et patrimoniaux.

En un certain sens, les régions comprennent très bien les limites d'une démarche compétitive face aux pôles de Montréal et Québec et elles sont à même de se tourner résolument vers des représentations culturel-

les inusitées, surprenantes, et majeures, où l'originalité du produit sera à toute épreuve. Nous entendons par là toute la différence qu'il peut exister entre une pièce de théâtre produite au Rideau vert à Montréal et l'*Histoire d'un Royaume* présentée à la Baie, au Saguenay.

À cet effet, on peut penser que les représentations touristiques culturelles traditionnelles pourraient aisément s'enrichir de nouveaux courants de pensée et de réalisation visant à mettre en valeur les qualités du vaste environnement disponible à l'extérieur des villes, donc, au niveau régional et local.

C'est dans ce contexte que les étudiants formés dans le cadre pédagogique qui nous intéresse ici ont été introduits à une démarche culturelle qui fait résolument référence à l'art d'artisanat et à l'économuséologie telle que définie par Cyril Simard, à l'éconoculture, au *Land art*, au *Earthworks*, au macro-art pictural de type Chemainus, etc. Autant d'exemples concrets qui devraient permettre à l'étudiant de se servir de son environnement disponible, de son village, de ses champs, voire de son agriculture, de ses carrières de pierre industrielle éventuellement, pour fabriquer un produit culturel hautement original et rentable. Là, comme en ce qui a trait à l'environnement naturel, l'environnement culturel est enseigné dans l'optique d'une culture du futur performante, capable de participer à l'économie locale et qui devrait ainsi compléter l'approche passiviste déjà largement exploitée.

Éduquer à l'économie environnementale : un nouvel apprentissage indispensable

Dans de très nombreux cas, il est à remarquer que l'étudiant se situe face à la rentabilité de sa future entreprise dans une situation paradoxale. Il y a par exemple confusion chez lui entre le fait de créer son affaire, donner une plus value à un territoire ou à un bâtiment et en vivre honorablement et une certaine mentalité de salarié à l'emploi d'une entreprise récréo-touristique quelconque.

D'un côté, il s'agit d'acquérir des connaissances très complètes pour que l'entreprise non seulement soit viable mais fasse des bénéfices et progresse dans un marché déjà encombré. De l'autre, il ne faut qu'apprendre à être un excellent employé dans certains domaines spécifiques comme la restauration, le marketing, l'accueil, etc.

Or, un futur entrepreneur régional ou local n'est pas d'abord un employé dans le con-

texte actuel. S'il veut réussir, il lui faudra apprendre comment créer un produit de haute qualité, original et concurrentiel, avant d'être un individu aux compétences techniques ou ouvrières. Et c'est à ce niveau que certaines connaissances associant écologie, économie et culture sont indispensables à obtenir sous peine de ne jamais être capable de bâtir une entreprise rentable.

Une des principales faiblesses que la pédagogie se devrait de corriger est celle qui réside dans une certaine timidité à exploiter de façon commerciale et financière un environnement touristique de qualité.

En général, l'étudiant est pris entre deux notions que la société lui présentent idéologiquement, comme irréconciliables: la gratuité collective des gisements environnementaux naturels et culturels et la mise en valeur de ces mêmes environnements à des fins d'industrie touristique et privée mais, non exclusive.

Il s'agit là d'un véritable dilemme au Québec, dont il faut que l'étudiant s'extrait avec des connaissances adéquates car son entreprise récréo-touristique ne pourra bien exister que si elle se situe au coeur même d'un environnement optimum.

En un certain sens, la réussite d'une formation à l'entrepreneurship en récréo-tourisme ne peut passer outre au fait de cette notion de valeur ajoutée et d'exploitation des milieux naturels et culturels. Sans cette approche fondamentale et intégrée, l'étudiant ne pourra jamais placer son entreprise ou son projet là où il devrait être, ni non plus mettre en marché sous de multiples formes les caractéristiques d'un milieu donné.

Il sera toujours rejeté ou situé à la périphérie d'un parc, d'une réserve, d'un bâtiment patrimonial, d'un site significatif, etc. En somme toute approche éducative récréo-touristique devrait contenir des apprentissages mettant en valeur l'économie environnementale, base même du produit touristique moderne et à parfaire ou à bâtir dans plusieurs régions et localités.

Quatre exemples de très petites entreprises (TPE) réussies

On ne peut évaluer l'efficacité d'un enseignement voué au démarrage de la très petite entreprise récréo-touristique à but lucratif dans une région sans en présenter quelques *success story*.

Ceux qui suivent originent d'un cours d'à peine 200 heures qui fut suivi d'un autre d'environ 800 heures et qui furent donnés au Lac Saint-Jean. Le financement provenait de la CFP et la démarche pédagogique était sous la responsabilité de l'éducation des adultes du Cégep de Saint-Félicien et du coordonnateur de l'époque, monsieur Jacques Lefebvre.

En somme, toute la démarche en était une de concertation entre la commission de formation professionnelle, la maison d'éducation et une firme privée apte à élaborer une démarche et un contenu éducatif sur mesure, collant à la fois au potentiel environnemental régional et aux attentes des futurs étudiants et à leur capacité créatrice réelle.

Ce qu'il faut aussi ajouter, c'est que chaque étudiant possédait déjà, avant le cours, un projet d'entreprise, voire une entreprise, et donc une anticipation plus ou moins bien définie. Une sorte de projet concret qu'il acceptait d'ajuster avec les éléments du cours, dans le but de l'enrichir ou de le modifier au fur et à mesure.

Ce détail est très important à mentionner car on ne peut donner un cours de démarrage d'entreprise récréo-touristique avec un pourcentage de réussite adéquat que si, au préalable, l'étudiant s'est au moins fait une idée convenable de ce qu'il veut entreprendre.

On ne vient pas dans une formation sur mesure d'un certain type avec l'idée un peu naïve d'avoir instantanément un job à la fin de celle-ci, ou une *recette* magique pour réussir en affaires, obtenir des prêts, etc.

Cela exige de la maison d'éducation un recrutement de candidats bien sélectionnés. Ce qui est tout le contraire d'une inscription d'étudiants quelques jours seulement avant le cours.

Quant aux problématiques

Les municipalités, corporations et organismes qui requièrent un certain type de formation sur mesure à l'entrepreneurship sont soumis à des problématiques de fond qui ne peuvent souvent être résolues qu'à moyen terme. C'est sans doute pour cette raison qu'une démarche pédagogique qui se situe entre la courte et la longue formation semble convenir et aboutir avec efficacité à des résultats probants et vérifiables. En considérant des délais de 300 à 800 heures de cours, on peut ainsi agir avec l'étudiant au niveau fondamental et en même temps au plan très concret d'une entreprise à parfaire ou à créer.

En somme, l'adulte a non seulement le temps de s'instruire mais aussi de concrétiser ses connaissances sur le terrain sans avoir l'impression de perdre du temps ou d'apprendre seulement à être l'employé de quelqu'un d'autre.

Pour plus de précision, il est toutefois intéressant de considérer les quelques problématiques qui ont sous-tendues la démarche exposée ici.

En 1988, sur la Baie des Chaleurs, les statistiques démontraient un besoin de renouvellement de l'industrie et d'adaptation de la main-d'oeuvre au plan touristique. Il était précisé que:

... par dessus toute cette problématique du développement socio-économique, s'ajoute le constat de la non réussite de TPE et de PME; échec attribuable en grande partie, à une faible scolarité et à un manque flagrant de connaissances fondamentales au niveau de l'administration et de la gestion d'une entreprise, si petite soit-elle (page 13). L'implantation de services de très petites entreprises récréo-touristiques entraînant une utilisation rationnelle et respectueuse du milieu, c'est-à-dire l'emploi des ressources naturelles et humaines de l'environnement, et cela, en vue d'augmenter et de compléter l'économie régionale de la Baie-des-Chaleurs.(4)

Pour la Basse-Côte-Nord en 1989, l'on se devait d'aller encore plus loin et de procéder à un transfert économique et technologique de l'industrie de la pêche à celle du récréotourisme.

Depuis quelques années, les habitants de l'archipel de Harrington Harbour constatent que la ressource maritime diminue. Le passage graduel sur une période de cinq à six ans à une économie touristique complémentaire devient donc une hypothèse sérieuse à considérer. La formation, en ce sens, devient ainsi une priorité pour permettre la mutation qui s'impose(5).

Pour la région du Lac Saint-Jean, la problématique s'articulait beaucoup plus autour du besoin de renouvellement du produit et des services offerts, à l'amélioration de la qualité des infrastructures facilitant l'accès à l'environnement naturel et à l'ajout de sites originaux et attractifs.

Le Lac Saint-Jean est depuis plusieurs années une destination touristique reconnue, mais le produit n'a pas été renouvelé et la perception du rapport qualité/prix est néga-

tive. Il manque d'activités bien intégrées au milieu et propres à augmenter la rétention des touristes(6).

Quant à la municipalité du Mont-Saint-Hilaire, celle-ci a choisi d'associer, dès le départ, les propositions de formation aux recommandations de développement. La réalisation d'un plan d'éducation sur mesure a suivi le dépôt de l'étude PCL et le processus d'audiences publiques.

Mont-Saint-Hilaire se voit confronté à courte échéance à deux phénomènes majeurs: l'un qui concerne son redéveloppement économique au niveau récréo-touristique, l'autre qui consiste en l'obligation de former des gens compétents pour assumer cette démarche. Même si les gens souhaitent se diriger vers une économie récréo-touristique, il leur est difficile de formuler de façon pratique des projets rentables et novateurs(7).

Les exemples

Le cas de l'économusée "Sensation Nature"

Monsieur Régis Gauthier ne possédait aucun emploi mais il avait pu expérimenter quelques années auparavant une idée d'exposition faunique et taxidermique dans le cadre d'un festival populaire. La curiosité de la clientèle avait été telle que cela l'encourageait à mettre sur pied une sorte d'économusée au Lac Saint-Jean. Le cours lui a permis de modifier son projet initial, de le rendre mobile et itinérant, de s'inspirer des décors de cinéma et de bâtir son projet sur une base scientifique à caractère éthologique et écologique. En un peu plus d'un an, cette personne s'associa à un homme d'affaires, il obtint des crédits gouvernementaux, construisit un produit original de 1/3 de million de dollars pouvant employer 10 individus et se trouve ainsi prêt dès le printemps 1992 à être opérationnel sur l'ensemble de la province. Sa TPE se nomme *Sensation nature* et le cours d'entreprenariat lui a, de ses propres dires, octroyé 50% de connaissances nouvelles et originales sans lesquelles son entreprise n'aurait pu voir le jour. Actuellement, deux contrats majeurs sont déjà en sa possession pour l'année 1992.

Le cas du "Centre Vacances Hébertville"

Madame Nicole Hudon était au début de son cours échevin du village d'Hébertville et suite au sommet économique, elle avait été nommée responsable du tourisme pour son agglomération. Son objectif était donc d'obtenir une formation générale dans un do-

main qui lui était presque inconnu. Au fur et à mesure du cours, son information se mua en connaissances assez précises pour lui donner le goût de démarrer sa propre entreprise et de lancer son *agence réceptive*. De sa propre appréciation, la formation lui apporta 90% de nouvelles connaissances sur l'environnement de son village et sur le potentiel qu'il renfermait. En trois ans, madame Hudon, non seulement fonda sa TPE originale mais dirigea une progression fulgurante de son entreprise.

En 1989-1990, dès la première année d'opération, elle reçut en hébergement famille, 12 groupes d'Européens. En 1990-1991, à sa deuxième année, la clientèle passa à 16 groupes et elle pu prendre de l'expansion en ajoutant des services comme la location de chalets, les forfaits d'été et d'hiver. En 1991-1992, dès la troisième année, 32 groupes furent reçus, plus 275 personnes individuelles, pour un total de 2650 nuitées! Déjà pour 1992-1993, 54 groupes ont réservé pour un total de 4000 nuitées. Quant au chiffre d'affaires, celui-ci est passé de 19 146 \$ la première année à 89 100 \$ en 1991. Ce qu'il faut noter au passage, c'est que dans ce cas précis, la TPE de madame Hudon a réussi dans un village qui n'était même pas reconnu dans le circuit touristique classique, malgré son fort potentiel patrimonial, historique et esthétique.

Le cas de l'"Auberge La Lucarne"

Avant de suivre son cours, madame Paule Jean possédait une idée et une volonté précise: transformer la maison familiale où avait été élevé ses enfants en un type d'auberge ou de *Bed and Breakfast*. Cette bâtisse, d'une belle architecture et possédant au-delà de 20 pièces était située en plein centre du village d'Hébertville, dans ce qu'il est convenu de dénommer le quadrilatère patrimonial et datait de 1860. En 1972, madame Paule Jean et son mari en avait fait l'acquisition pour 12 250 \$ et au fur et à mesure des années, ils avaient ajouté environ 50 000 \$ de travaux de rénovation. En 1989, madame Paule Jean suit donc le cours d'entreprenariat récréotouristique et avant même de l'achever, lance son *Auberge de la lucarne* avec 4 chambres seulement. Plus tard, elle en ajouta 4 autres. Dès 1990, elle reçoit 140 personnes et en 1991, 305; déjà pour 1992, 180 ont réservé. Elle effectue donc en un an une progression de 100% et sa maison est dorénavant estimée aux environs de 200 000 \$. Phénomènes intéressants à noter: là non plus le village d'Hébertville n'apparaissait pas dans le circuit officiel, la clientèle de l'*Auberge de la lucarne* est étrangère et quelqu'un d'officiel

déconseilla même à madame Paule Jean de se lancer dans une telle affaire à moins d'investir au minimum 20 000 \$ par chambre! Comme quoi on peut, à partir de certaines connaissances apprises, faire beaucoup mieux, pour moins cher et sans subvention gouvernementale! D'ailleurs, dans ce cas précis, si la formation n'avait pas enrichi madame Paule Jean de 40% à 50% de connaissances nouvelles et exactes, les conseils en développement qu'elle avait reçue l'aurait instantanément conduite à un investissement démesuré, non amortissable. C'est-à-dire à la faillite pure et simple!

Le cas de l'"Auberge de la petite chute"

En 1989, madame Nicole Larouche était échevin d'une petite municipalité de 850 habitants située à environ 22 km de la route principale qui ceinture le Lac Saint-Jean. La dernière agglomération avant l'immensité de la forêt! Contrairement à la plupart des étudiants, madame Larouche ne possédait pas d'idée précise à développer. C'est le cours en entrepreneurship récréo-touristique conçu par madame Brigitte Morneau qui lui a alors servi, à au-delà de 80% d'après elle, de motivation en lui apportant des connaissances précises. Ce que madame Larouche a mis sur pied c'est une *auberge forestière*, donc un produit totalement nouveau et inconnu dans la région à 10 km de Ste-Hedwidge, sur une piste non asphaltée et à partir d'un vieux bâtiment acquis pour la somme de 9000\$. Ici, le choix du site et l'approche proxémique a joué un rôle déterminant quant à la réussite du produit. L'hypothèse était que l'environnement choisi représentait en fait une clé d'entrée et de circulation donnant accès à une ZEC possédant 140 chalets. À l'heure actuelle, l'auberge forestière la *petite chute*, est ouverte depuis le 11 mai 1991. Elle a reçu avec 6 chambres plus de 100 personnes pour dormir. Certaines venues pour une nuit y restent trois soirs. Certaines fins de semaines on y sert jusqu'à 300 repas sans compter les brunchs très populaires. La clientèle touristique est interrégionale, américaine et européenne. L'auberge est maintenant évaluée à 300 000 \$ et madame Larouche en est le chef d'entreprise. L'élément ici à noter, c'est qu'un produit peut émerger dans un environnement de haute qualité et réussir dans une région qui, elle, subit une diminution de touristes. Autre fait à mentionner, le village de Ste-Hedwidge ne faisait non plus pas partie des circuits touristiques officiels et encore moins l'endroit où est situé *L'auberge de la petite chute* qui emploie maintenant 6 personnes.

Conclusion

La formation sur mesure pour adultes dans le domaine récréo-touristique soulève une problématique toute particulière dont le premier critère en est un de qualité et de précision quant aux contenus enseignés. L'étudiant adulte n'a ni le temps, ni la patience de s'astreindre à un long processus théorique. De plus, il est en général suffisamment au courant des difficultés du marché du travail régional ou local pour, intuitivement ou par expérience, se méfier d'apprentissages qui n'auraient pour but que de l'occuper temporairement.

En ce qui concerne le recrutement des étudiants adultes pour une formation sur mesure, cette dernière ne semble pas correspondre toujours au profil de clientèle souhaitée. Les normes de recrutement font en sorte d'accepter des gens parfois inaptes à fonder une entreprise quelconque ou même à se trouver un emploi dans le domaine du tourisme. Certains étudiants suivent des cours pour en suivre et ainsi sauver leurs avantages sociaux et financiers qui y sont rattachés. Dans le cas des expériences entreprises, il a été remarqué que les cas de réussite ou d'échec peuvent fluctuer de 10% à 60% dépendant de qui est accepté et des raisons pour lesquelles on suit un cours. À cela s'ajoute le travail de la maison d'éducation qui, elle, dit considérer ce type de formation avec sérieux par rapport aux autres élèves réguliers.

Quant à la formation elle-même, celle-ci doit tenir compte d'un ensemble de facteurs qui doivent être rassemblés au sein d'une démarche pédagogique cohérente. Il ne sert à rien d'enseigner l'une après l'autre des matières comme la comptabilité, le marketing, la gestion, l'accueil, le paysage, l'artisanat, etc. à partir d'un rassemblement hétéroclite d'enseignants et de contenus. Il faut à la formation sur mesure un tronc commun sûr et solide sur lequel l'étudiant pourra s'appuyer. Dans un tel contexte, les CFP auraient peut-être alors avantage à réduire les sommes attribuées aux cours de courte durée et à encourager une formation plus étoffée et efficace.

Enfin, et c'est là peut-être l'élément le plus délicat à maîtriser, il faudrait que les matières enseignées en tourisme soient actualisées et que l'étudiant puisse en appliquer des principes en équilibre avec sa région et sa localité propre. Il est tout à fait dérisoire de former des individus en leur apprenant ce que sont les chutes Niagara si ceux-ci ne sont pas capables de traduire cette culture générale en éléments pratiques dans leur région et dans le

cadre exact de leur environnement. Il en est de même des montagnes ou chacun croit qu'il en possède une pour faire une station de ski touristique viable, des lacs que l'on imagine être des méditerranées ou des océans et des zoos qui ont du mal à saisir que le temps des animaux enfermés est en partie révolu. En bref, ce que l'adulte souhaite aborder dans sa formation c'est un champ de connaissances objectives et vérifiables.



BIBLIOGRAPHIE

- CONFERENCE BOARD DU CANADA, Institut Canadien de recherche en tourisme, *Conférence sur les perspectives touristiques du Québec*, 1992, 98 p.
- DUKAKIS, S. et ALDEN, S. Raine, *Creating the Future: Opportunity, Innovation and Growth in the Massachusetts Economy*, Office of Economic Development, 1987, 82 p.
- JAY-RAYON, Jean-Claude, *Tendance: l'air du large*, *Summum*, vol. 2, no 3, 1989, pp. 7-10.
- JAY-RAYON, Jean-Claude, *Tendance: changer d'ère*, *Summum*, vol. 2, no 6, 1990, pp. 6-22.
- GOVERNEMENT DU QUÉBEC, ministère du Tourisme, *Énoncé de politique et plan d'action en matière de tourisme*, 1992, 96 p.
- MORNEAU, Brigitte et COTTON, Pierre, *Initiation au démarrage et à la gestion de très petites entreprises TPE récréo-touristiques*, Collège de la Gaspésie et des Îles, Gaspé, 1988, 94 p.
- MORNEAU, Brigitte, *Initiation au pré-démarrage et au démarrage de très petites entreprises récréo-touristiques*, Administration de la Basse-Côte-Nord et du Golfe Saint-Laurent, Chevery, 1989, 26 p.
- MORNEAU, Brigitte, *Entrepreneuriat et gestion de très petites entreprises (TPE) en récréo-tourisme*, Cégep de Saint-Félicien, 1989, 32 p.
- MORNEAU, Brigitte, *Recyclage et perfectionnement de la main-d'oeuvre en récréo-tourisme*, Corporation touristique du Mont-Saint-Hilaire, 1991, 25 p.
- QUÉBEC, *À l'heure de l'entreprise régionale: plan d'action en matière de développement régional*, OPDQ, 1988, 90 p.

NOTES EXPLICATIVES

- (1) Québec, *À l'heure de l'entreprise régionale*, OPDQ, 1988, p. 20.
- (2) PCL: Planification - Conception et Localisation basées sur un environnement précis, de façon à procurer au touriste la Perception et la Connaissance du milieu maximale pour une Locomotion minimale et efficace.
- (3) Québec, *Énoncé de politique et plan d'action en matière de tourisme*, MTO, 1992, p. XII.
- (4) Brigitte Morneau, *Initiative au démarrage et à la gestion de très petites entreprises récréo-touristiques*, Cégep de Gaspé, p. 1.
- (5) Brigitte Morneau, *Initiation au pré-démarrage et au démarrage de très petites entreprises récréo-touristiques*, Basse-Côte-Nord, p. 5.
- (6) Brigitte Morneau, *Entrepreneuriat et gestion de très petites entreprises récréo-touristiques*, Cégep de Saint-Félicien, p. 15.
- (7) Brigitte Morneau, *Recyclage et perfectionnement de la main-d'oeuvre*, Mont-Saint-Hilaire, p. 18.