

La Conférence sur le tourisme autochtone québécois Une rencontre historique ?

Gilles Chaumel

Volume 17, numéro 2, été 1998

L'industrie touristique autochtone

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1072273ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1072273ar>

[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

Chaumel, G. (1998). La Conférence sur le tourisme autochtone québécois : une rencontre historique ? *Téoros*, 17(2), 31–32. <https://doi.org/10.7202/1072273ar>



LA CONFÉRENCE SUR LE TOURISME AUTOCHTONE QUÉBÉCOIS

UNE RENCONTRE HISTORIQUE ?

Gilles Chaumel

Les 10 et 11 mars 1998 se tenait au Château Frontenac, à Québec, la première Conférence sur le tourisme autochtone québécois. À plus d'un titre, l'événement est historique. D'abord, le choix du lieu, le Vieux Québec touristique, est des plus symboliques. Organisée par deux organismes crs, l'agence de Voyages Pash et le transporteur Air Creebec, la conférence aurait bien pu se dérouler dans le corridor Baie James, Val d'Or, Montréal, comme c'est habituellement le cas, mais il faut croire que l'occasion de faire du tourisme était trop belle et l'enjeu trop important... Il faut dire aussi que les Crs s'étaient associés de près à la Société touristique Innu, un regroupement atikamekw-montagnais qui représente plusieurs communautés et entreprises touristiques amérindiennes du centre et de l'est du Québec.

La rencontre a été organisée directement par des acteurs de l'industrie touristique autochtone, une première qui souligne à quel point cette conférence était nécessaire au développement du tourisme en milieu autochtone. Si, parmi les participants, on trouvait des membres de regroupements comme l'Association touristique du Nunavik, l'Association d'affaires des Premiers Peuples, le Service d'assistance canadienne aux organisations (SACO), les gouvernements fédéral et québécois, la plupart étaient de petits entrepreneurs provenant de presque toutes les nations du Québec. Ils venaient faire le point sur le tourisme autochtone, son développement, ses succès et, surtout, ses difficultés. Mais avant tout, ils venaient chercher un soutien, une expertise, ainsi que des moyens pour réussir... sans pour autant y perdre leur âme.

Dès le début de la conférence, il s'est avéré que l'isolement des entreprises, des communautés, des nations, est le plus grand frein au développement du tourisme en milieu autochtone. Dès les premières

minutes donc, on a senti le besoin, la volonté de se regrouper, comme un prélude à la conclusion de la rencontre de deux jours.

UN BON PRODUIT, MAIS SI PEU DÉVELOPPÉ

C'est le ministre québécois délégué au tourisme, David Cliche, qui a lancé le débat. Analysant d'abord les forces du « produit touristique autochtone » pour utiliser le jargon du milieu, le ministre a souligné la demande importante pour ce produit, de la part, notamment, de la clientèle européenne. Il a aussi parlé de son image forte comme d'un atout non négligeable. Mais là s'arrêtent les forces ; selon lui, la colonne des faiblesses est malheureusement nettement plus importante.

« Au très petit nombre d'entreprises, à leur isolement et à leur peu d'intégration, entre elles et avec leur région, s'ajoute trop souvent leur peu de fiabilité », déplorait-il, rapportant, du même souffle, les plain-

tes de touristes qui ont payé fort cher et parcouru des distances considérables pour ne trouver personne qui vienne les accueillir. Il a aussi rappelé la nécessité de développer rapidement le tourisme en milieu autochtone au Québec avant que les Européens ne se tournent définitivement vers d'autres destinations plus concurrentielles comme les Territoires-du-Nord-Ouest.

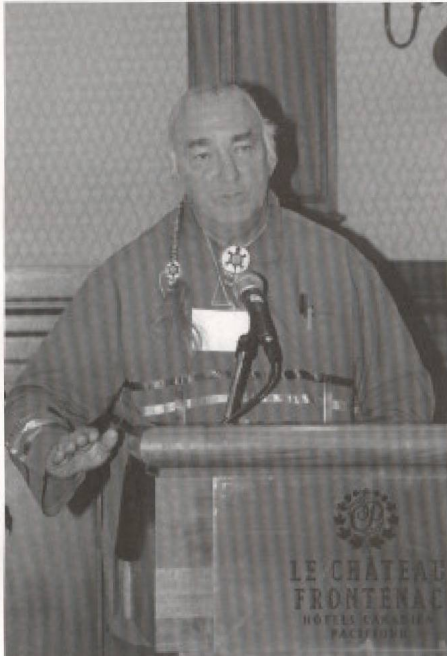
Max Gros-Louis, ancien chef des Hurons-Wendats et premier grand promoteur touristique autochtone du Québec, a abondé dans le même sens. Il a insisté sur l'importance, pour les entrepreneurs, de *livrer la marchandise*, c'est-à-dire de répondre à la demande, tout en offrant en quantité suffisante un produit de qualité, donc authentique. « Un touriste déçu ne reviendra pas, tança-t-il, et fera une très mauvaise publicité à votre entreprise, voire à votre nation ! »

Ces deux premiers conférenciers furent suivis de MM. Aurélien Gill, président de la Société touristique Innu (STI), et Steven Pash, président de Voyages Pash, qui ont invité les participants à aborder aussi les questions de la formation d'une main-d'œuvre qualifiée et de l'intérêt pour les entreprises de développer des réseaux dans leur milieu et leurs régions.

Le programme était ainsi tracé pour les deux jours qu'allait durer la conférence...

TOURISME VS CULTURE

Le ton des discussions était animé et passionné. Les groupes et les entreprises ayant déjà une solide expérience du



Max Gros-Louis : « Les Autochtones ont toujours eu un sens de l'accueil remarquable. La preuve, ils ont tellement bien accueilli les Européens il y a 500 ans, qu'ils y sont encore... Il est temps maintenant que nous reprenions en main notre propre développement touristique, à partir de ce que nous connaissons le mieux, nous-mêmes ».

développement touristique, comme l'Association touristique du Nunavik et la STI, ont partagé leur expérience, expliquant réussites et échecs, insistant sur la nécessité d'établir des liens pour proposer au client une expérience globale. Il a été d'ailleurs abondamment question de la qualité et de l'authenticité du produit touristique autochtone, de la nécessité d'offrir des produits diversifiés dans un même environnement, une même région, des moyens (la formation) de faire vivre au touriste ce qu'il recherche en milieu autochtone, une culture et une expérience uniques, exotiques.

Les questions du développement touristique et de la préservation de la culture sont revenues sans cesse au cours des deux jours, préoccupant manifestement les promoteurs : comment faire du développement touristique sans vendre son âme... au touriste ? Tous se sont dits prêts à s'investir totalement dans le développement de leur industrie, mais pas au prix de vendre leur culture, de la diluer en quelque sorte pour des raisons mercantiles. Le Micmac Joe Grey, propriétaire de l'attrayant Fort Listuguj, a très bien résumé le sentiment général : « Notre culture n'est

pas à vendre, mais on peut la partager. C'est bien beau d'offrir au touriste ce qu'il demande, encore faut-il que cela corresponde à ce que nous sommes. Mais comme la plupart veulent connaître notre histoire, nos coutumes, nos légendes, ça, nous pouvons le partager ». Andrew Delisle, de Kahnawake, a livré sensiblement le même message en ajoutant que les promoteurs doivent être à l'écoute de leurs communautés. « On ne peut faire de développement valable sans leur appui. Eux aussi sont détenteurs de cette culture et ils doivent être prêts à recevoir des touristes ».

Entre les témoignages, les participants ont bénéficié de différentes présentations, notamment : programmes d'aide financière, Banque de développement du Canada, compétences développées par le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme. Ils ont aussi discuté de stratégies de mise en marché, de qualité des produits et de service à la clientèle. Ils ont dressé un portrait de cette clientèle et de ses attentes. Enfin, ils ont réitéré l'absolue nécessité du regroupement.

LE NÉCESSAIRE REGROUPEMENT

L'immensité du territoire, la similarité des besoins (financiers, promotionnels, de formation, de représentation, etc.), le dé-

veloppement de produits complémentaires, le maintien d'une image commune, sont autant de raisons qui militent en faveur d'un regroupement des associations, des communautés, des groupes et des entrepreneurs autochtones au sein d'un même lieu d'échange permanent. À la suite de cette proposition qu'il a faite, appuyée par Max Gros-Louis, Aurélien Gill, président de la Société touristique Innu, a invité les participants à joindre les rangs de son groupe ; il s'est dit prêt à en revoir la structure et à lui donner un nom d'avantage représentatif de l'ensemble des nations autochtones du Québec.

L'acceptation par les participants a été unanime. Si elle se concrétise au cours des prochains mois, cette seule décision s'avèrera un événement historique d'importance dans l'histoire autochtone récente au Québec. La dernière entente regroupant l'ensemble des nations semble remonter à... la signature de la Grande paix de 1701 ; et encore, les Inuit n'y étaient pas !

Historien de formation, spécialisé en histoire de la Nouvelle-France, l'auteur fut rédacteur en chef et journaliste à la revue Rencontre du Secrétariat aux affaires autochtones pendant neuf ans, de 1988 à 1996.



Lors de la Conférence sur le tourisme autochtone québécois tenue les 10 et 11 mars 1998, les participants ont convenu de créer un regroupement, nommé provisoirement le Cercle touristique, afin de mettre en commun leurs préoccupations et leurs intérêts. La première réunion a eu lieu le 27 juillet 1998 dans la communauté huronne de Wendake. Neuf intervenants touristiques autochtones provenant de différentes nations accompagnés de représentants du ministère de Tourisme du Québec et du ministère canadien des Affaires Indiennes ont traité de la pertinence du regroupement, de ses rôles et mandats et de la façon de le constituer.

Cette première rencontre fut très positive. Les membres ont considéré le parcours de la STI, sa notoriété, ses efforts de mise en marché et ses objectifs à long terme et décidèrent à l'unanimité que l'organisme prendrait racine à même la Société touristique Innu (STI). Un comité restreint recevait le mandat de recommander les actions nécessaires pour élargir l'activité de la STI et en faire le représentant sectoriel du tourisme autochtone au Québec.

Les travaux du comité seront présentés au membres du cercle à l'automne 1998 et leur acceptation devrait provoquer des actions concrètes pour l'implantation et la reconnaissance de l'organisme.

Jacques Lévesque,
Société touristique Innu, directeur général intérimaire de la Société touristique Innu.