

【基調講演】

Patrimoine et tourisme : quelques repères pour une longue histoire

遺産と観光：長い歴史のための幾つかの指標

Martin DROUIN

マルタン・ドゥルアン

Il y a une dizaine années, *Bonjour Québec*, l'agence gouvernementale responsable de la valorisation du produit touristique québécois, orchestrait une campagne publicitaire sous le thème « Québec, fournisseur d'émotion depuis 1534 ». Au-delà du clin d'œil au premier voyage de Jacques Cartier au Canada dans la formule-choc du message publicitaire, *Bonjour Québec* inscrivait l'expérience touristique dans le temps long de l'histoire québécoise. L'idée était intéressante même si nous pourrions remettre en question le choix du personnage de l'explorateur français en soulignant que les populations autochtones sillonnent le territoire nord-américain depuis bien plus longtemps. Même les Vikings, ces célèbres navigateurs de l'Europe du Nord, ont, selon les dernières hypothèses, fait voguer leurs drakkars sur les eaux du fleuve Saint-Laurent autour de l'an mil (Paradis, 2014). Sur un autre registre, nous pourrions également interroger le sens donné au mot « tourisme » et, par la même, questionner s'il est juste d'associer les voyages de Jacques Cartier à ce phénomène sans commettre un anachronisme. Là n'est pas notre propos.

Le slogan publicitaire — « Québec, fournisseur d'émotion depuis 1534 » — était accompagné, dans plusieurs brochures touristiques officielles, d'un court texte qui précisait le chemin à parcourir pour vivre cette « émotion ». Ce texte est des plus intéressants :

En quête d'or à la demande du roi de France, Jacques Cartier, mettant pied à terre au Québec en 1534, découvrit beaucoup plus.

Le Québec, s'étalant sur plus de 1 600 000 km² au nord-est du continent américain,

vous invite à découvrir sa vitalité et le relief changeant de ses espaces démesurés. Son héritage amérindien, français et anglais, auquel se greffe une multitude d'influences étrangères, s'épanouit au rythme de l'Amérique cosmopolite.

Ici, l'air du temps revêt les couleurs des quatre saisons, des villes vibrantes et des villages pittoresques côtoient une nature extravagante où s'enfilent plaines verdoyantes, multicolores ou enneigées, forêts sauvages et monts polis par les siècles. Ici, un fleuve colossal se prend pour la mer, des milliers de rivières filent et tant et tant de lacs s'enchaînent qu'on en ignore le nombre exact.

Vacances urbaines intenses ou villégiatures de tout repos, aventure extrême ou chambre avec vue sur le fleuve : le Québec tient ses promesses (Bonjour Québec, 2005).

Certes, le choix des mots et des formules pour parler de la destination trahit le style appuyé des agences de marketing. Toutefois, il permet surtout de percevoir l'identité du territoire touristique québécois que l'on veut projeter aux touristes ou, du moins, les ingrédients qui lui sont associés. Dans ce processus de valorisation touristique, la présence du patrimoine naturel et culturel apparaît incontournable. En fait, cette présence s'impose depuis le début du tourisme au Québec.

L'objectif de ce est de mettre en lumière les relations qui se tissent entre le patrimoine et le tourisme au Québec. Je voudrais le faire par une approche historique en remontant, non pas à Jacques Cartier, mais jusqu'au XIX^e siècle. Je voudrais poser quelques repères pour montrer que le tourisme s'est développé en lien direct avec la valorisation du patrimoine et que, inversement, l'identification et la sauvegarde du patrimoine ont été stimulées par le développement de l'industrie touristique. En fait, le tourisme culturel ou, plutôt, patrimonial a structuré et façonne encore aujourd'hui les ingrédients de l'offre touristique québécoise. Loin d'être figée, cette offre patrimoniale a su se réinventer au fil des décennies tout en continuant à s'accrocher à de grands thèmes. C'est de ceux-ci dont je voudrais vous parler à travers les trois grandes typologies du patrimoine : le patrimoine naturel, le patrimoine culturel matériel et, enfin, le patrimoine culturel immatériel. Toutefois, avant de les aborder, il faut d'abord exposer brièvement les deux notions au centre de cette présentation, soit le patrimoine et le tourisme.

Patrimoine et tourisme

Le patrimoine est une notion avec laquelle nous sommes tous de plus en plus familiers. Depuis quelques décennies, elle connaît même une renommée mondiale grâce, entre autres, à la visibilité des biens inscrits sur la liste du patrimoine de l'humanité, sous l'égide de l'UNESCO. D'ailleurs, lors de la 43^e séance du Comité du patrimoine mondial en juillet 2019, l'ensemble de kofun de Mozu-Furuichi, des tertres funéraires réalisés du III^e au VI^e siècle, devenait le 23^e site japonais inscrit sur la liste du patrimoine culturel et naturel auxquels il faut également ajouter les 21 éléments déjà sur la liste du patrimoine culturel immatériel (UNESCO, 1992-2020).

Le patrimoine est une idée européenne qui émerge à l'époque moderne, mais qui connaît une véritable éclosion au XIX^e siècle, surnommé à juste titre le siècle de l'histoire. À cette époque, la création des États-nations engendre le besoin de revendiquer une généalogie culturelle et d'affirmer une longue histoire d'occupation du territoire, ce que l'identification du patrimoine permet de faire (Thiesse, 1999). Au même moment, l'industrialisation des économies a un impact considérable sur la vitalité et l'expression des sociétés dites traditionnelles. L'identification du patrimoine favorise également la sauvegarde de quelques témoins de ces sociétés avant qu'elles ne disparaissent. À partir de ce double terreau, la notion de patrimoine s'est déployée et diversifiée tout au long du XX^e siècle pour être toujours plus inclusive (Poulot, 2006). Elle est cependant encore liée à l'identité des cultures et des territoires.

Dans les pays neufs de l'Amérique du Nord, la notion de patrimoine prend racine différemment puisque ces États en construction ne peuvent revendiquer alors des traces aussi anciennes que celles des métropoles européennes ou des pays asiatiques comme le Japon. Néanmoins, les emprunts sont réels et l'idée de patrimoine se développe dès la fin du XIX^e siècle. Tout comme ailleurs dans le monde, la notion a connu des transformations importantes. Aujourd'hui, elle désigne, selon la définition proposée par le Conseil du patrimoine culturel du Québec : « Tout objet ou ensemble, matériel ou immatériel, reconnu et approprié collectivement dont la connaissance, la sauvegarde, la transmission ou la mise en valeur présente un intérêt public » (Conseil du patrimoine culturel du Québec, 2012-2019). En somme, choisir de parler de patrimoine au Québec conduit directement à penser à la construction de l'identité de ce territoire.

Le mot « tourisme », quant à lui, apparaît en anglais vers 1780 et au début du XIX^e

siècle en français. Ce néologisme est créé en référence au Grand Tour que les jeunes aristocrates anglais réalisaient sur les routes d'Europe. Ces derniers entreprenaient de voyager pendant une période de six à vingt-quatre mois. Ils étaient souvent accompagnés par leur professeur particulier pour aller voir ce qu'ils avaient appris ou apprenaient dans les livres afin d'élargir leurs horizons. Pour plusieurs historiens, ce Grand Tour fonde la pratique du tourisme moderne (Boyer, 1996, Towner, 1996). Ainsi, ce phénomène social, culturel et économique s'est professionnalisé, dans le courant du XIX^e siècle, avec la mise en place d'une offre de service (transport, hébergement, restauration) afin de faciliter les déplacements hors de l'environnement habituel du voyageur.

Le territoire du Québec actuel accueille ses premiers touristes de manière organisée au XIX^e siècle. Quelques intrépides ont déjà traversé l'océan Atlantique avant cette date. Ainsi, Asseline de Ronval serait le premier touriste de la Nouvelle-France en 1662, c'est-à-dire un voyageur parcourant la colonie pour le plaisir, et qui nous laissa son journal de voyage (Yon, 1974). À sa suite, d'autres aventuriers sont venus au pays. On peut penser au père Louis Hennepin (1626-1704), à Bacqueville de la Potherie (1663-1736), au baron de Lahontan (1666-1716) ou à Pehr Kalm (1716-1779). Toutefois, ils sont peu nombreux (Prévost, 2000). C'est véritablement au XIX^e siècle, grâce au développement économique, à l'amélioration des moyens de transport et à la stabilisation des conflits politiques, que la colonie, désormais britannique, devient une destination touristique (Bradley et Little, 2016). À partir de 1825, les guides touristiques publiés aux États-Unis et en Grande-Bretagne intègrent le territoire du Québec dans leurs itinéraires.

Le tourisme a bien changé depuis le XIX^e siècle. Il s'est démocratisé et il a diversifié les objets de son attention. En 2017, le Québec a enregistré une année record avec 20,8 millions de touristes internationaux (Presse canadienne, 2018). À ce chiffre, il faut ajouter le nombre des visiteurs en provenance du Canada. Le tourisme a bien changé depuis le XIX^e siècle, certes, mais un fil conducteur se dessine au Québec depuis près de 200 ans : la culture et l'identité du territoire. Ce n'est peut-être pas un hasard si les derniers chiffres record ont été enregistrés l'année des célébrations du 150^e anniversaire du Canada et celles du 375^e anniversaire de la ville de Montréal. À cette occasion, une offre culturelle importante a été proposée tout au long de l'année. L'un des gestes majeurs du gouvernement du Canada, par exemple, a été d'accueillir

gratuitement les visiteurs dans tous les lieux historiques et les parcs nationaux sous son administration. Les liens entre patrimoine et tourisme semblent ici évidents. Examinons de plus près ces liens depuis le XIX^e siècle. Quels sont donc ces grands thèmes structuraux qui façonnent l'histoire du patrimoine et du tourisme au Québec ?

Le patrimoine naturel

Au début du XIX^e siècle, les premiers touristes sur le territoire canadien reconnaissent et apprécient les qualités du paysage naturel qui s'offre à eux. Il faut dire que leur regard s'inscrit dans le grand courant pittoresque et romantique développé à la même époque (Rosenthal, 2008). Plusieurs sites facilement accessibles proposent des spectacles grandioses qui mettent en scène les forces de la nature. Non loin de la ville de Québec, la rivière Montmorency subie une dénivellation de plus de 80 mètres avant de se jeter dans le fleuve Saint-Laurent. James Pattison Cockburn, militaire à la tête du *Royal Regiment of Artillery* au Canada entre 1826 et 1832 (Prioul, 2003), représente la scène tant en hiver qu'en été avec de nombreux visiteurs goutant les charmes du lieu. La rivière Chaudière avec ses chutes spectaculaires attirent également le regard. William Henry Bartlett, illustrateur londonien qui visita plusieurs fois l'Amérique du Nord entre 1836 et 1852 (Ross, 2003) représente ses flots tumultueux. Les deux sites, et beaucoup d'autres, se retrouvent dans de nombreux livres de voyage sur le Canada à pendant la période. La nature sauvage est une première manière d'appréhender ce pays et marque encore aujourd'hui les représentations du Québec pour les touristes internationaux. Il n'est pas étonnant que les deux sites soient aujourd'hui protégés et sont toujours des incontournables à fréquenter. Ils perpétuent cette longue relation entre les monuments naturels et le tourisme.

C'est d'ailleurs par le biais de la nature que la notion de patrimoine apparaît en Amérique du Nord. Dans le contexte de la colonisation, les grands espaces vierges semblent menacés par l'arrivée des colons européens. Cette vision est soutenue par plusieurs protectionnistes. Il apparaît pertinent dans ce contexte de sauvegarder les exemples les plus admirables au bénéfice de tous (Duncan, 2009). Les premiers parcs nationaux sont ainsi créés pour contrer les menaces et pour permettre aux visiteurs de profiter de leur richesse. Aux États-Unis, le parc national de Yellowstone voit le jour en 1872 tandis que son homologue canadien est officialisé à Banff en 1885

(Héritier et Caroline Moumaneix, 2007). Le Québec emboîte également le pas. Le parc de la Montagne Tremblante (aujourd'hui le parc du Mont-Tremblant), au nord de Montréal, est établi en 1895. Deux ans plus tôt, l'arrivée du chemin de fer a permis de développer un tourisme de villégiature attiré par la qualité de la nature et la multiplicité des lacs (Cadieux, 2007). En 1896 est créé le parc des Laurentides dans le contexte, cette fois, de l'ouverture de la ligne de chemin de fer entre la ville de Québec et le lac Saint-Jean (Choko, Lefebvre et Léger, 2013). Un troisième parc est constitué en Gaspésie en 1937. Ces gestes de protection se modernisent et se multiplient dans le cadre de l'adoption, dans les années 1970, de la Loi sur les parcs nationaux du Québec. Cette dernière continue de favoriser la conservation des territoires naturels et de les rendre accessibles pour des fins d'éducation et de récréation (SÉPAQ, 2020). En somme, la conservation des espaces naturels et la fréquentation touristique vont de pair depuis la création des premiers naturels.

Au-delà des espaces protégés et conservés par les gouvernements canadien et québécois, des activités liées à la nature sont également depuis longtemps au centre de l'offre touristique. À la fin du XIX^e siècle, certains visiteurs ne cherchent plus seulement à contempler et à apprécier la nature, mais à participer à des activités de plein air. La chasse et la pêche sont les activités les plus valorisées. Les touristes profitent du développement des moyens de transport pour rejoindre des forêts giboyeuses et des lacs gorgés de poissons. Il n'est pas étonnant que les compagnies de chemin de fer produisent une publicité abondante pour attirer les touristes au Québec. La *Quebec and Lake St. John Railway*, par exemple, vante les qualités de la « ouananiche », un saumon d'eau douce au goût très savoureux, vers lequel un train journalier amène les touristes. Le principal actionnaire de la compagnie, Harold Janson Beemer, fait même construire l'hôtel Roberval pour accueillir les touristes. Le *Canadien Pacifique*, l'une des deux principales compagnies de chemin de fer au XX^e siècle, vend le Québec pittoresque à l'aide d'un paysage mettant en scène une famille de pêcheur (Choko, Lefebvre et Léger, 2013). L'élite économique s'accaparent graduellement cette ressource au XX^e siècle dans le contexte des clubs privés de chasse et de pêche.

À partir des 1970, ce sont les Québécois qui participent plus généralement aux activités liées à la chasse et à la pêche. La transformation de l'ancienne structure — celle des clubs privés — pour assurer une plus grande démocratisation est un

énorme succès. Les statistiques de vente de permis sont éloquentes. En 2018-2019, 98 % des 517 939 permis de chasse et 94 % des 692 101 permis de pêche ont été achetés par des résidents du Québec (MFFP, 2019). Si les résidents non québécois semblent proportionnellement peu nombreux, ils représentent tout de même une présence non négligeable. Peu importe si l'on pratique ou non la chasse et la pêche, cette activité participe activement encore aujourd'hui à façonner l'image du Québec. Il n'est pas étonnant que le Québec s'affirme depuis une quinzaine d'années comme une « destination touristique incontournable pour les amateurs de la nature » dans le cadre du développement de l'écotourisme (Québec Aventure Plein Air, s.d.). En 2017, le gouvernement provincial s'est appuyé sur la notoriété du paysage québécois, de l'abondance et de la diversité de la faune et de la flore, ainsi que sur les nombreuses activités pratiquées pour adopter une stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure (Tourisme Québec, 2017). À n'en pas douter, le patrimoine naturel est encore au cœur de la pratique du tourisme au Québec.

Ce rapide tour d'horizon ne serait pas complet sans parler du fleuve Saint-Laurent. Il est à la fois au cœur même de l'identité territoriale et la « colonne vertébrale du tourisme québécois », pour reprendre les mots de Yan Hamel, président des croisières AML, un important acteur du milieu (Proulx, 2015). Le fleuve a été la porte d'entrée obligatoire des voyageurs outre-Atlantique depuis Jacques Cartier jusqu'à l'arrivée des longs vols commerciaux au XX^e siècle. Beaucoup de touristes états-uniens arrivaient par le fleuve au Québec depuis les Grands Lacs à l'époque du bateau à vapeur. Les premiers sites de villégiatures, Kamouraska et La Malbaie, se sont développés sur ses rives. Même le tourisme urbain, par la localisation des principales villes québécoises, est en lien direct avec le Saint-Laurent. La présence de l'automobile a quelque peu changé les habitudes, mais aujourd'hui encore les vacanciers peuvent emprunter deux circuits touristiques — celui du fleuve et celui des navigateurs — publicisés par le gouvernement du Québec. Le ministère du Tourisme adopta en 2014 une stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique. Le ministre affirmait alors que ce plan « représentait une des pierres d'assise d'un vaste chantier de renouvellement de l'offre touristique québécoise et de son positionnement à l'international » (Bérubé, 2014). En parallèle, le même gouvernement faisait du fleuve Saint-Laurent un lieu historique national. Il était ainsi reconnu comme « comme un des lieux les plus significatifs de l'histoire du Québec et un élément phare du patrimoine maritime québécois » (Cabinet

du premier ministre du Québec, 2017). La stratégie de développement touristique et la promotion du patrimoine naturel vont encore une fois de pair et permettent à ce dernier d'assurer une présence encore plus forte dans l'imaginaire touristique associé au Québec.

Le patrimoine culturel matériel

À cette première ligne de force des liens historiques entre le tourisme et le patrimoine québécois s'en impose une deuxième qui s'exprime autour de la valorisation du patrimoine culturel matériel. La jeunesse de l'occupation européenne du territoire peut donner l'illusion de l'absence de traces matérielles à conserver. Si un tel raisonnement n'est plus possible aujourd'hui à cause de l'extension de la notion de patrimoine et par l'intérêt porté aux premières nations, les touristes du XIX^e siècle n'avaient pas nécessairement le même cadre pour apprécier l'environnement bâti de ce nouveau territoire britannique.

La ville de Québec a tôt fait d'attirer l'attention des visiteurs et des promoteurs touristiques. Cette ville de pierre construite en relation étroite avec son environnement naturel possède des qualités esthétiques uniques. Ici, l'âge de la ville était fantasmé grâce à l'occupation d'un site exceptionnel sur un promontoire rocheux faisant face au fleuve Saint-Laurent et d'une architecture de pierre se donnant les airs d'une forteresse médiévale et rappelant une ville européenne (Little, 2012 ; Géronimi, 2002). Les codes du paysage pittoresque sont respectés. La ville semble en quelque sorte plus vieille qu'elle ne l'est réellement. La représentation proposée par George Heriot dans ses voyages aux Canadas publiée en 1807, alors que la ville n'a que deux cents ans, en est un bel exemple. Au premier plan, la rive sud offre un cadre naturel et légèrement animé par des activités agricoles et maritimes. Le fleuve est calme et permet à l'œil du spectateur de glisser jusqu'à la rive de Québec. Là, une première rangée de bâtiments de pierre souligne le caractère portuaire de la ville. Ces derniers semblent écrasés par l'imposant promontoire rocheux. Sur celui-ci, la haute ville complète le panorama avec ses bâtiments institutionnels et la silhouette élancés de ses clochers. La scène de ce point de vue est tellement forte qu'elle a été maintes fois reproduite. Au fil des deux derniers siècles, Québec a préservé et accentué ses qualités historiques par de nombreuses campagnes de restauration, dont celui de la place Royale dans les années 1970. Elle se présente aujourd'hui comme le berceau de

l'Amérique française (Noppen et Morisset, 1998). La ville est inscrite sur la liste du patrimoine mondial depuis 1985.

C'est tout le contraire de la ville de Montréal qui s'impose plutôt par son progrès et son caractère industriel. C'est donc dans la campagne environnante que les guides touristiques suggèrent de trouver des traces d'histoire. La suggestion se diffuse et s'amplifie avec le développement de l'automobile qui permet aux voyageurs d'être plus libres de ses déplacements. Tout un autre univers s'offre dès lors à lui. Les guides touristiques s'empressent de le souligner. Ils promettent de la sorte une rencontre avec une société traditionnelle, un monde presque disparu. Des ingrédients importants du patrimoine québécois sont ainsi identifiés. La maison rurale, dite d'influence normande ou bretonne pour bien marquer l'esprit français, devient canadienne et québécoise à mesure que le XX^e siècle avance. L'église catholique, le moulin à vent, la croix de chemin, le four à pain s'ajoutent aux éléments à remarquer sur les routes de la province (Neatby, 2018). Il s'agit, ni plus ni moins, de la première vague d'éléments associés à la reconnaissance du patrimoine culturel au Québec.

S'il est difficile de reconnaître le caractère ancien d'une ville comme Montréal, la vague commémorative des années 1880 à 1930 permet de pallier en partie à ce problème. Des monuments commémoratifs sont inaugurés pendant cette période à Montréal, mais également dans d'autres villes du Québec. Les sujets sont puisés majoritairement dans le répertoire des personnages et des événements historiques. À Montréal, une statue monumentale de Paul Chomedey, sieur de Maisonneuve, est inaugurée à l'occasion des célébrations du 250^e anniversaire de la ville. Quelques rues plus loin, un obélisque dédié aux premiers colons est dévoilé à la même occasion (Gordon, 2001). À Québec, la façade du Parlement est décorée de multiples personnages historiques (Martin, 2001). Ces monuments sont rapidement intégrés dans les guides touristiques pour parler de l'histoire du lieu. Ils deviennent des « choses-à-voir », pour reprendre l'expression de Dean MacCannell (1975). Ils permettent ainsi de contrer la relative jeunesse de l'occupation européenne du pays et l'absence de traces à montrer aux visiteurs.

Installées dans les villes et sur les routes du Québec, les plaques commémoratives servent à la même fonction. Toutefois, plutôt que d'avoir recourt à la figuration comme les monuments, elles utilisent la narration. Un court texte rappelle le souvenir d'un personnage, d'un événement ou d'un site disparu. Ces plaques ont des qualités

évidentes. Le coût de production est moindre que l'œuvre d'art monumental. De plus, elle peut être installée à de multiples endroits, que ce soit sur le mur d'un édifice ou sur une stèle sur le bord de la route. La Commission des monuments historiques du Québec lance à la fin des années 1920 un vaste programme de plaques commémoratives (Morisset, 2007). Au même moment, le Bureau provincial du tourisme, logé au Ministère de la Voirie et des Mines, lance l'ouvrage *Sur les routes de Québec : Guide du tourisme*, pour aider les automobilistes de plus en plus nombreux. Le « Québec historique » y est présenté avec des photographies de la vieille ville de Québec, du village de Cap-Rouge avec son église et de la Maison Kent située sur le promontoir des chutes Montmorency (Ministère de la voirie et des mines du Québec, 1929). Les plaques commémoratives servent à marquer le territoire et à en révéler la valeur historique aux touristes sillonnant les routes du Québec.

La commémoration s'impose comme un vecteur important de l'histoire québécoise. À partir des années 1950, une nouvelle phase se met en place avec la valorisation du patrimoine. Portés par le boom économique de l'après-guerre et le développement d'une classe moyenne capable de s'engager sur le chemin des vacances, plusieurs acteurs s'activent alors à restaurer et aménager des bâtiments ou des sites anciens. L'objectif est de permettre leur fréquentation *in situ* par le biais de programmes d'interprétation. Cette forme de mise en valeur développée dans les parcs naturels afin de sensibiliser les visiteurs à leur conservation est transposée dans les lieux historiques. Elle permet de résoudre le problème de la relative jeunesse des objets ou des lieux exposés en misant sur l'expérience du visiteur et les activités de communication plutôt que sur la seule puissance évocatrice de l'objet (Chamier et Jacobi, 2009). Les instigateurs proposent une approche décomplexée du patrimoine qui n'a pas peur d'emprunter de nouvelles formes d'interprétation. Située dans la région de la Mauricie, la Cité de l'énergie à Shawinigan, devenue un moteur du développement touristique régional, en est un bel exemple avec une muséographie interactive. Les centres d'interprétation connaissent une augmentation sans cesse croissante à partir des années 1970. Ils sont aujourd'hui les institutions muséales les plus nombreuses au Québec. Souvent petits, ils n'en constituent pas moins une offre touristique incontournable dans toutes les régions touristiques de la province (Drouin, 2002). Ils continuent d'affirmer les liens étroits entre tourisme et patrimoine.

Au cours des dernières décennies, le tourisme est devenu une force économique

incontournable. De nombreuses régions du Québec investissent dans cette industrie pour raviver le dynamisme local. Toutefois, la forte concurrence entre les destinations pousse les acteurs à développer une offre originale. Dans ce contexte, la plupart des régions touristiques du Québec misent sur l'identité territoriale pour se distinguer. Le couple «nature et culture» est ainsi abondamment convoqué (Tourisme Québec, 2012). C'est probablement l'aspect le plus intéressant de l'évolution des dernières années. Tout en utilisant des référentiels communs liés à la trajectoire historique québécoise, les régions souhaitent affirmer leur identité locale pour la renouveler et la réinterpréter. Tout le travail autour des produits du terroir et de la cuisine québécoise est exemplaire dans cette logique (Association de l'agrotourisme et du tourisme gourmand, s.d.). Ses nombreux promoteurs ont su créer des produits nouveaux tout en puisant dans le répertoire historique, culturel ou naturel du Québec pour assurer une forme de lien avec le territoire. Des méthodes de fabrication ancienne sont ravivées pour fournir des ingrédients. L'eau pure d'une rivière est utilisée pour confectionner une boisson. La langue québécoise et les contes locaux servent à les nommer. Tous ces gestes servent à marquer et à différencier le territoire touristique québécois. Cet aspect nous amène à la troisième et dernière ligne de force que nous voudrions aborder dans cette discussion.

Le patrimoine culturel immatériel

La troisième ligne de force s'inscrit dans la valorisation du patrimoine culturel immatériel. Certes, cette notion est plus récente. Toutefois, les éléments qui la définissent — que ce soit les traditions et les expressions orales, les arts du spectacle, les pratiques sociales, les rituels et les événements festifs, les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers ou encore les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel (UNESCO, 2003) — n'en sont pas moins anciens (Kuutman, 2016). Il est donc possible de tenter de se questionner sur la présence de ces éléments dans le produit touristique québécois bien avant l'invention de la notion de patrimoine culturel immatériel. Pour ce faire, j'insisterai surtout sur les représentations de la culture québécoise dans la valorisation du produit touristique québécois.

Dès le début du XIX^e siècle, le caractère européen, français, prédomine dans les représentations du Québec. Le paysage bâti, nous l'avons déjà mentionné, mais également les traditions, les savoir-faire, les habillements et — surtout — la langue

concourent à cette sensation. Benjamin Silliman, professeur à l'Université Yale aux États-Unis, le remarque lors de son voyage à Montréal en 1819 :

Point n'est besoin de déployer des trésors d'imagination pour se croire arrivé en Europe. Dans cette ville de construction compacte en pierre, sans bois ni brique, suggérant la permanence, voire même un certain degré d'ancienneté, présentant de beaux bâtiments publics et privés, une population active et nombreuse, saluant l'oreille en deux langues, mais surtout en français, tout semble étranger, et nous pouvons aisément nous sentir très loin de chez nous (cité dans Choko, Lefebvre et Léger, 2013, p. 217).

Le dialogue entre l'architecture et les traditions culturelles des habitants issus de l'immigration française assure une certaine forme d'exotisme. La vivacité de la société traditionnelle en milieu rural ne fait qu'exacerber le sentiment de dépaysement pour le voyageur étranger.

La société québécoise n'est pas immobile. Poussé par une vague nationaliste, tout un travail de conservation et de valorisation se met en place dans la première moitié du XX^e siècle. La première loi pour la protection du patrimoine bâti est, par exemple, adoptée en 1922. Il faut également travailler, pensent plusieurs intellectuels, à la revivification voire à la réinvention de la tradition française. Jean-Marie Gauvreau, fondateur de l'École du meuble, affirme : « Nous souhaitons voir un jour l'éclosion d'un style canadien qui serait comme une émanation de l'ordre, du goût et de la discipline française » (cité dans Noppen et Morisset, 1996, p. 25). En plus de l'École du meuble qui devait former des artisans, le gouvernement appuie la création de groupes voués à perpétuer et à dynamiser des savoir-faire, tel le Cercle des Fermières. Les métiers artisanaux sont à l'honneur avec la production de métiers à tisser, de paniers tressés, de sculpture sur bois. Les produits artisanaux se retrouvent dans les boutiques de la *Canada Steamship Lines*, compagnie qui transporte et héberge de nombreux touristes au Québec et propriétaire de l'hôtel Tadoussac et du Manoir Richelieu (Hamel, 2009). Georges-Émile Lapalme, souhaitant la création d'un véritable ministère du tourisme, déclare en 1959 : « On ne viendra pas nous voir et ne viendra pas dépenser d'argent ici parce que nous serons plus fins ou plus intelligents que les autres, mais parce que nous serons des Français vivant dans un décor typiquement canadien » (cité dans Choko, Lefebvre et Léger, 2013, p. 224).

Non seulement la société québécoise n'est pas immobile, mais elle se transforme radicalement à partir des années 1960. Le message touristique se modifie également. L'image de la « vieille province », qui avait présidé jusqu'alors, laisse sa place à la « belle province » (Neatby, 2018). Le fait français s'affirme encore, mais dans une version actualisée. Le Québécois — c'est ainsi qu'il veut se faire appeler désormais — n'est plus quelqu'un que l'on observe vivre différemment, mais quelqu'un avec qui l'on peut interagir. Les touristes étrangers sont ainsi invités à ne plus seulement être passifs, mais à briser la barrière et à étayer leur conversation de quelques mots français. En 1967, la Direction générale du tourisme du gouvernement du Québec publie un guide de conversation phonétique intitulé : *Travel fun en français in Québec la belle province* (Choko, Lefebvre et Léger, 2013). La même année, le Québec s'ouvre au monde avec l'Exposition universelle de 1967. Intitulé « Terre des Hommes », la grande foire internationale est déterminante dans le rapport du Québec à l'autre. Il ne souhaite plus vivre dans un autre siècle (ou être représenté comme tel). Son identité est désormais inscrite à l'enseigne de la modernité. Rien ne sera plus comme avant.

La nouvelle définition du Québec et de sa culture entraîne de multiples questionnements. Comment intégrer l'autre sans perdre son identité ? Comment se positionner face à une Amérique toute puissante ? À ce propos, la campagne « Québec, fournisseur d'émotion depuis 1534 » de *Bonjour Québec* est audacieuse par son désir d'inclusivité. Elle affirme : « Son héritage amérindien, français et anglais, auquel se greffe une multitude d'influences étrangères, s'épanouit au rythme de l'Amérique cosmopolite » (Bonjour Québec, 2005). Il s'agit d'un changement radical. Certes, depuis la première moitié du XX^e siècle, Montréal, la métropole économique du Québec, revendique une certaine américanité (signe de son dynamisme) et un caractère cosmopolite (attribut de la grande ville). Toutefois, elle est également présentée comme le « Paris d'Amérique », afin de ne pas trop s'éloigner du modèle général d'une appartenance française. L'autre reste alors encore absent.

La présence des autochtones dans le tourisme au Québec est à cet égard assez révélatrice. Les autochtones sont associés au tourisme depuis le XIX^e siècle. Des visites sont organisées dans les villages (ou réserves) près de Montréal et Québec, chez les Mohawks de Kahnawake ou chez les Hurons-Wendat de Lorette. La proximité avec ces deux grands centres urbains facilite un afflux continu de touristes jusqu'à aujourd'hui. Des liaisons en autocar sont même mises en place dès la première

moitié du XX^e siècle pour simplifier les visites. Des produits d'artisanat autochtone sont disponibles sur place ou dans certains magasins de Montréal et de Québec. Les autochtones vont eux-mêmes à la rencontre des touristes sur les lieux de villégiatures pour vendre des produits. Ils sont également engagés comme guide lors des expéditions de chasse et de pêche. L'imaginaire associé aux autochtones d'Amérique du Nord, popularisé dans les romans d'aventures et les films hollywoodiens, forge le désir des touristes et crée des attentes. Une forme de folklorisation touche les autochtones dans leur rapport au tourisme. Au cours des dernières décennies, un regard critique posé sur ce modèle transforme les représentations. Une identité autochtone inscrite dans l'histoire, mais également bien arrimée au XXI^e siècle s'affirme avec vigueur. L'association Tourisme Autochtone Québec remplit ce rôle au nom des 55 communautés représentées.

Le Québec n'est pas que d'influence française. Il est autochtone comme on vient de le voir. Il est également britannique depuis la Conquête de 1760. Ces derniers ont longtemps été associés à une seule région touristique : les Cantons de l'Est où, historiquement, ils ont formé une population majoritaire. Toutefois, leur influence sur la culture québécoise est beaucoup plus importante et généralisée. Le Québec est également fait d'influences étrangères puisque l'immigration a joué (et joue encore) un rôle important dans la balance démographique du Québec. Écossais, Irlandais, Juifs, Italiens, Polonais, Portugais, Ukrainiens sont venus au XIX^e et au début du XX^e siècle, tout comme, plus récemment, des populations venues de l'Asie, de l'Afrique, de l'Amérique centrale et latine. Enfin, l'influence de la culture états-unienne est très forte depuis la fin du XIX^e siècle et elle ne cesse d'augmenter. Comment intégrer cette diversité? Les images touristiques supportent difficilement la nuance. L'image proposée par la campagne «Québec, fournisseur d'émotion depuis 1534» pourrait-elle survivre dans le monde hautement compétitif des destinations. Les images idéalisées et fantasmées sont parfois préférées aux réalités complexes.

Conclusion

Est-ce qu'un touriste visitant le territoire du Québec au XIX^e siècle et un second effectuant le même voyage deux cents ans plus tard vivraient une expérience semblable? Bien sûr que non! Derrière cette impression bien réelle de changement (ou de permanence) se cache — comme je l'ai exposé dans les pages précédentes

— des lignes de force qui s'imposent autour de l'identification et de la valorisation du patrimoine. J'en ai identifié trois. Le patrimoine naturel s'impose d'abord. Les grands espaces vierges que les premiers touristes découvrent au début du XIX^e siècle sont aujourd'hui devenus des territoires pour pratiquer l'écotourisme. Ils participent assurément, avec les activités de chasse et de pêche, à la singularisation du territoire québécois. Le patrimoine matériel, malgré les airs de jeunesse de l'occupation européenne (qui occulte une présence autochtone beaucoup plus ancienne), s'est tout de même assez rapidement imposé comme une deuxième ligne de force. Cette dernière est naturellement liée, comme nous l'avons vu, au patrimoine culturel immatériel. Ces deux patrimoines culturels ont donné pendant longtemps une saveur française et européenne à ce bout de territoire de l'Amérique du Nord. Néanmoins, l'image du Québec s'est complexifiée à travers le temps, plus particulièrement au cours des dernières décennies du XX^e siècle. La présence de l'autre dans ce paysage culturel — qu'il soit autochtone, britannique ou immigrant — impose, il va sans dire, une réflexion sur la manière de présenter cette destination. En ce sens, la campagne publicitaire « Québec fournisseur d'émotions de 1534 », malgré quelques maladresses associées au choix de Jacques Cartier, proposait une image assez audacieuse. Elle assumait les différents métissages du lieu, tout en s'abreuvant aux trois lignes de force identifiées. Étonnamment (ou peut-être pas), l'identité du territoire québécois était ainsi définie et circonscrite par l'invention et la présence de plus en plus prégnante du tourisme. La conservation du patrimoine a ainsi trouvé un allié de taille dans l'industrie touristique.

(Martin DROUIN, Université du Québec à Montréal)

Bibliographie

- Association de l'agrotourisme et du tourisme gourmand (s.d.) *Terroir et saveurs du Québec*, récupéré de <<https://www.terroirsaveurs.com/fr/>>, consulté le 16 juin 2020.
- Bérubé, Pascal (2014), « Mot du ministre délégué au tourisme », *Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020 et plan d'action 2014-2017*, Québec, Publication du Québec, p. 3, récupéré de <<https://cdn-contenu.quebec.ca/cdn-contenu/adm/min/tourisme/publications-adm/orientations-strategiques/strategie-saint-laurent.pdf?1550755226>>, consulté le 16 juin 2020.

- Bonjour Québec (2005) *Québec fournisseur d'émotions depuis 1534*, récupéré de <<http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs59104>>, consulté le 16 juin 2020.
- Boyer, Marc (1996) *L'invention du tourisme*, Paris, Gallimard, 160 p.
- Bradley, Ben et Jack Little (2016) « L'histoire du tourisme au Canada/Canadian Tourism History », *Histoire sociale/Social history*, vol. 49, n° 99, récupéré de <<https://muse.jhu.edu/article/619042>>, consulté le 16 juin 2020.
- Cabinet du premier ministre du Québec (2017) *Mise en valeur du patrimoine culturel québécois - Désignation du fleuve Saint-Laurent comme lieu historique* [communiqué], récupéré de <<https://www.newswire.ca/fr/news-releases/mise-en-valeur-du-patrimoine-culturel-quebecois—designation-du-fleuve-saint-laurent-comme-lieu-historique-630130233.html>>, consulté le 16 juin 2020.
- Cadieux, Louise (2007) « Parc national du Mont-Tremblant », *Encyclopédie du patrimoine culturel de l'Amérique française*, récupéré de <http://www.ameriquefrancaise.org/fr/article-377/Parc_national_du_Mont-Tremblant.html#.XvoLWi17T2I>, consulté le 16 juin 2020.
- Chaumier, Serge et Daniel, Jacobi, dir. (2009) *Exposer des idées : du musée au centre d'interprétation*, Paris, Complicités, 199 p.
- Choko, Marc H., Michèle Lefebvre et Danielle Léger (2013) *Destination Québec. Une histoire illustrée du tourisme*, Montréal, éditions de L'Homme, 252 p.
- Conseil du patrimoine culturel du Québec (2012-2019) *Patrimoine culturel : quelques définitions*, récupéré de <<http://www.cpcq.gouv.qc.ca/index.php?id=32>>, consulté le 16 juin 2016.
- Drouin, Martin (2002) « Le centre d'interprétation. Un produit touristique incontournable né d'une révolution muséale », *Téoros*, vol. 21, n° 2, p. 23-31.
- Duncan, Dayton (2009) *The National Parks. America's Brest Idea*, New York, Alfred A. Knopp, 403 p.
- Géronimi, Martine (2002) « Genèse d'un tourisme de distinction à Québec et la Nouvelle-Orléans : Note de recherche », *Anthropologie et Sociétés*, p. 151-166.
- Gordon, Alan (2001) *Making Public Pasts. The Contested Terrain of Montreal's Public Memories, 1891-1930*, Montréal, McGill-Queen's University Press, 288 p.
- Hamel, Nathalie (2009) *La collection Coverdale. La construction d'un patrimoine national*, Québec, PUL, 410 p.
- Héritier, Stéphane et Caroline Moumaneix (2007) « Protection et gestion dans les parcs nationaux canadiens et états-unis », *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 51, n° 143, p. 155-176.

- Kuutman, Kristin (2016) « From Folklore to Intangible Heritage », dans William Logan, Máiréad Nic Craith et Ullrich Kockel, dir., *A companion to heritage studies*, Chichester, Wiley-Blackwell, p. 29-40.
- Little, Jack (2012) « “Like a fragment of the old world”: The Historical Regression of Quebec City in Travel Narratives and Tourist Guidebooks, 1776-1913 », *Urban History Review / Revue d'histoire urbaine*, vol. 40, n° 2, p. 15-27.
- Neatby, Nicole (2018) *From Old Quebec to La Belle Province: tourism promotion, travel writing, and national identities, 1920-1967*, Montréal, McGill-Queen's University Press, 339 p.
- MacCannell, Dean (1999 [1975]), *The tourist: a new theory of the leisure class*, Berkeley, University of California Press, 231 p.
- Martin, Denis (2001), « Les héros de la patrie. La façade de l'Hôtel du Parlement », dans Daniel Drouin, dir., *Louis-Philippe Hébert*, Québec/Montréal, Musée du Québec/Musée des beaux-arts de Montréal, p. 136-143.
- Morisset, Lucie K. (2007) « “Notre” patrimoine et l'invention du monument historique au Québec », *Globe, revue internationale d'études québécoise*, vol. 10, n° 1, p. 73-105.
- Ministère de la Voirie et des Mines du Québec, 1929, *Sur les routes du Québec. Guide du touriste*, Québec, s. éd., 874 p.
- MFFP (Ministère des Fêtes, de la Faune et des Parcs du Québec) (2019) *Ventes totales des permis : chasse, pêche et piégeage, récupéré de <<https://mffp.gouv.qc.ca/faune/statistiques/vente-totale.jsp>>*, consulté le 16 juin 2020.
- Noppen, Luc et Lucie K. Morisset (1998) *Québec de roc et de pierres : la capitale en architecture*, Sainte-Foy / Québec, Éditions MultiMondes / Commission de la capitale nationale du Québec, 150 p.
- Noppen, Luc et Lucie K. Morisset (1996) « À la recherche d'une architecture pour la nation canadienne-française : entre le paysage et la patrie », *Les cahiers d'histoire du Québec au XIX^e siècle*, n° 5, p. 25.
- Paradis, Steeve (2014), « Ultime fouille pour prouver le passage des Vikings sur la Côte-Nord », *Le Soleil*, 26 juin.
- Poulot, Dominique (2006) *Une histoire du patrimoine en Occident, XVIII^e-XX^e siècle*, 1^{re} éd., Paris, Presses universitaires de France, 192 p.
- Presse Canadienne (2018), « Le nombre de touristes internationaux a atteint un record en 2017 au Canada », *La Presse*, 20 février.
- Prévoist, Robert (2000), *Trois siècles de tourisme au Québec*, Sillery, Septentrion, p. 13-15.
- Prioul, Didier (2003), « Cockburn, James Pattison », dans *Dictionnaire biographique du*

- Canada, vol. 7, Université Laval/University of Toronto, récupéré de <http://www.biographi.ca/fr/bio/cockburn_james_pattison_7F.html>, consulté le 16 juin 2020.
- Proulx, Denise (2015), « Le fleuve, la colonne vertébrale du tourisme québécois », *Le journal de Montréal*, 5 juillet, récupéré de <<https://www.journaldemontreal.com/2015/07/05/le-fleuve-la-colonne-vertebrale-du-tourisme-quebecois>>, consulté le 16 juin 2020.
- Québec Aventure Plein Air (s.d.), *L'écotourisme et tourisme durable au Québec*, récupéré de <<https://www.aventurequebec.ca/fr/>>, consulté le 16 juin 2020.
- Rosenthal, Léon (2012), *Le Romantisme*, New York, Parkstone International, 200 p.
- Ross, Alexander M. (2003), « Bartlett, William Henry », dans *Dictionnaire biographique du Canada*, vol. 8, Université Laval/University of Toronto, récupéré de <http://www.biographi.ca/fr/bio/bartlett_william_henry_8F.html>, consulté le 16 juin 2020.
- SÉPAQ (2019), *Parcs nationaux : mission*, récupéré de <<https://www.sepaq.com/>>, consulté le 16 juin 2020.
- Thiesse, Anne-Marie (1999) *La création des identités nationales : Europe, XVIII^e-XX^e siècle*, Paris, Seuil, 302 p.
- Tourisme Québec (2012) *Un itinéraire vers la croissance: plan de développement de l'industrie touristique, 2012-2020*, Québec, Ministère du Tourisme du Québec, 110 p.
- Tourisme Québec (2017) *Nature Aventure. Stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure*, Québec, Ministère du tourisme du Québec, 32 p.
- Towner, John (1996) *An Historical Geography of Recreation and Tourism in the Western World 1540-1940*, Chichester, Wiley, 312 p.
- UNESCO (2003) *Texte de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, récupéré de <<https://ich.unesco.org/fr/convention>>, consulté le 16 juin 2012.
- UNESCO (1992-2020) *Ensemble de kofun de Mozu-Furuichi : tertres funéraires de l'ancien Japon*, récupéré de <<https://whc.unesco.org/fr/list/1593/>>, consulté le 16 juin 2020.
- Yon, Armand (1974), « Notre premier touriste en Nouvelle-France : Asseline de Ronval [1662] », *Le Cahiers des Dix*, n° 39, en ligne.