

Culture, patrimoine et tourisme : un avenir prometteur

Entrevue avec M^{me} Rita Dionne-Marsolais, ministre responsable du Tourisme

Yves Beauregard

Numéro 50, été 1997

Le Québec se souvient-il? Conserver la mémoire, la tradition, le geste

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/8161ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Éditions Cap-aux-Diamants inc.

ISSN

0829-7983 (imprimé)

1923-0923 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

Beauregard, Y. (1997). Culture, patrimoine et tourisme : un avenir prometteur : entrevue avec M^{me} Rita Dionne-Marsolais, ministre responsable du Tourisme. *Cap-aux-Diamants*, (50), 40–41.



Culture, patrimoine et tourisme : Un avenir prometteur

Entrevue avec M^{me} Rita Dionne-Marsolais,
ministre responsable du Tourisme

par Yves Beauregard

Yves Beauregard : Madame la ministre, parlez-nous de l'importance du tourisme dans l'économie du Québec.

Rita Dionne-Marsolais : Avec un chiffre d'affaires de 5,4 milliards de dollars, l'industrie touristique est équivalente à l'industrie agricole. Au Québec comme dans le monde, le tourisme connaît une croissance marquée grâce à la déréglementation du transport aérien, au développement des technologies du transport terrestre et aérien qui font disparaître les barrières au déplacement. De même, les progrès d'autres technologies comme Internet et la télévision favorisent la curiosité des consommateurs pour certains lieux. D'après l'Organisation mondiale du tourisme, cette industrie, comme celle des technologies de l'information, fait partie des trois grandes industries de l'avenir.

Au Québec, le tourisme procure du travail à 100 000 personnes, dont 28% sont des jeunes qui ont moins de 25 ans. Environ 29 000 petites et moyennes entreprises œuvrent dans ce secteur. Comme c'est une industrie basée essentiellement sur les personnes, le tourisme est le secteur de notre économie qui nécessite le moins d'investissements pour créer des emplois. Alors qu'il en coûte 100 000 \$ dans l'industrie manufacturière ou 250 000 \$ dans la haute technologie, il suffit d'investir 57 000 \$ pour créer un emploi dans le tourisme.

Y.B. : L'histoire, le patrimoine, la culture sont des atouts touristiques majeurs pour le Québec.

R.D-M. : Si l'on se base sur la clientèle touristique américaine, qui a



Madame Rita Dionne-Marsolais, ministre de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie; ministre déléguée au Tourisme.
(Photo : ministère du Tourisme).

toujours été importante historiquement pour des raisons évidentes de proximité, on constate qu'elle ne cherche la même chose lorsqu'elle visite le Canada et lorsque qu'elle décide de se rendre au Québec. Ici, les Américains viennent chercher une expérience dont le volet culturel est extrêmement important, pas seulement notre personnalité différente mais aussi l'avance que nous avons dans les arts visuels, les arts de la scène, surtout la danse moderne, et même le cinéma. Les Américains reconnaissent qu'ils trouvent au Québec, en plus des attraits naturels, cette personnalité culturelle fort attrayante.

De plus, le Québec possède une multitude de festivals, non

seulement ceux de Québec et de Montréal, mais aussi tous ceux des régions qui assurent aussi le rayonnement culturel touristique québécois.

Y.B. : Tourisme Québec table-t-il sur notre spécificité culturelle pour attirer des visiteurs? Si oui, comment procède-t-il?

R.D-M. : Dans le passé, on vendait le Québec aux Américains en leur disant que venir ici c'était comme aller en France. Aujourd'hui, à la suite d'études et d'enquêtes, nous procédons différemment. Il faut compter avec l'impact au niveau international du dernier référendum qui a fait savoir au monde qu'il existait en Amérique un îlot de sept millions de personnes qui parlent français. Dorénavant, le ministère du Tourisme insiste sur le fait que nous sommes différents, mais aussi très près d'eux. Nous misons sur notre aspect culturel français et sur notre économie nord-américaine. Le touriste américain va trouver au Québec de la culture et de l'efficacité. Face aux visiteurs européens, nous sommes nord-américains, de langue française et nous avons de l'espace. Car il ne





faut pas l'oublier, la nature représente toujours le premier moteur de nos attraits touristiques.

Y.B. : Les Associations touristiques régionales jouent un rôle important dans la promotion de cette industrie au Québec. Quels sont vos liens avec elles?

R.D-M. : Les ATR ont été créées par Yves Duhaime, alors ministre du Tourisme. Il voulait utiliser un véhicule qui serait son partenaire privilégié pour le développement régional. Sachant que le tourisme est une affaire de personnes, il est important que ce soit les gens qui travaillent sur le terrain qui orientent les promotions, les publicités et les ventes.

Les Associations touristiques régionales et les Offices du tourisme et des congrès de Québec et de Montréal sont des organismes sans but lucratif composés d'intervenants de l'industrie touristique comme les restaurateurs, les hôteliers, les gestionnaires de musées, les associations sportives. Ces personnes se choisissent un conseil d'administration et Tourisme Québec signe avec l'ATR un protocole d'entente. Ainsi, l'an dernier, pour une première fois, les ententes couvraient une période de trois ans afin de permettre une meilleure planification à long terme. Ce protocole prévoit qu'une partie des frais de gestion est couverte par les fonds transférés. Une autre partie des sommes versées sert à appairer leurs efforts de publicité, de promotion. Ainsi, pour un dollar recueilli auprès de l'entreprise privée, Tourisme Québec met un montant égal.

Les Associations touristiques régionales jouent le rôle d'animateur, d'organisme de concertation et d'action dans le milieu. Tourisme Québec transfère à ces organismes, selon certaines modalités, objectifs et indicateurs de performance, une somme de 7 millions de dollars par an.

Y.B. : Est-ce que Tourisme Québec appuie les différentes commémorations historiques qui entraî-

nent des rencontres, des regroupements, un peu partout au Québec autour d'anniversaires importants?

R.D-M. : Oui, en certaines occasions. Ainsi, l'an dernier, pour le 300^e anniversaire de Rimouski, Tourisme Québec a contribué au montage financier pour leur donner une masse critique et le Comité organisateur a gagné cette année le Grand prix du tourisme. Leurs réalisations ont été re-



1. Un bel exemple d'architecture québécoise ancienne.
2. Le moulin à vent de l'île Perrot.
3. Une chapelle de procession à l'île d'Orléans. (Collection Yves Beauregard).

marquables et cela a permis de mettre en valeur la région. Voilà pourquoi nous les avons appuyés.

Cette année marque le 150^e anniversaire de la grande famine de 1847 en Irlande et l'arrivée massive des Irlandais à Grosse-Île. Tourisme Québec appuie l'Association touristique Chaudière-Appalaches en faisant leur publicité.

Je pense qu'il est très important de donner un coup de pouce à ces événements à teneur historique, car ils permettent aux Québécois et aux visiteurs étrangers de s'intéresser à autre chose. Vous le savez, l'objectif premier visé par l'industrie touristique, c'est de garder le visiteur le plus longtemps possible. Pour ce faire, il faut le stimuler, lui offrir des intérêts pour qu'il passe une nuit supplémentaire dans une région. Ce

type d'événement historique vient consolider notre offre traditionnelle.

Y.B. : L'histoire, le patrimoine et la culture de manière générale relèvent du ministère de la Culture et des Communications. Quelles sont vos relations avec ce ministère?

R.D-M. : Elles sont très constructives et très dynamiques. C'est particulièrement évident dans le cas de l'entreprise de Victor-Lévy Beaulieu à

Trois-Pistoles. Depuis sa création, ce centre littéraire attirait 15 000 personnes par année dans une municipalité de 4 000 citoyens. En soi, cette démonstration traduit le potentiel et la force d'attrait culturel de nos régions. On échange beaucoup avec le ministère de la Culture. L'arrimage qui est difficile consiste à trouver la solution pour soutenir de manière continue ces grands événements culturels qui, dès qu'ils deviennent une entreprise, ne trouvent plus preneurs au niveau du ministère de la Culture. Et c'est là qu'il faut travailler beaucoup ensemble. La ministre de la Culture est ma meilleure alliée et vice-versa sur des dossiers structurants pour les régions et les villes parce qu'ensemble on peut réussir très bien sur certaines activités destinées au grand public et d'autres à rayonnement international. ♦

Cette entrevue a été réalisée le 15 mai 1997 à l'Hôtel du Parlement.

