

**Mémoire présenté au Conseil du patrimoine culturel du Québec à l'occasion de la
consultation publique sur le plan de conservation du site patrimonial de Sillery**

**Le site patrimonial de Sillery un outil pour
le développement touristique de la Capitale-Nationale**

Par

**Laurent Bourdeau, Ph.D.
Professeur titulaire
Département de géographie
Université Laval
Québec**

et

**Pascale Marcotte, Ph.D.
Professeure agrégée
Département d'études en loisir, culture et tourisme
Université du Québec à Trois-Rivières
Trois-Rivières
Québec**

15 mars 2013

Avant-propos

C'est principalement à titre de chercheurs et d'experts dans le secteur touristique et culturel que nous présentons ce mémoire, et ce, afin de contribuer à la réflexion du Conseil du patrimoine du Québec et du ministre de la Culture et des Communications, M. Maka Kotto.

Le plan de conservation du site patrimonial de Sillery mérite des félicitations, notamment parce qu'il permet d'apprécier la richesse patrimoniale de ce site (Voir à ce sujet Conseil du patrimoine culturel, 2013). On doit également souligner que les valeurs patrimoniales du site patrimonial, tel qu'elles sont identifiées dans le document, permettent d'apprécier la valeur de ce territoire.

Cependant, le plan ne démontre pas le rôle que pourrait jouer le tourisme dans la valorisation de ce site patrimonial. Si l'équilibre entre la conservation et la fréquentation d'un site patrimonial n'est pas toujours facile à réaliser, force est d'admettre que les sites patrimoniaux sont de plus en plus convoités, notamment afin de les transformer, sans toujours maintenir l'intégralité et l'intégrité du site. Le tourisme culturel apparaît dès alors comme un outil permettant d'atteindre cet équilibre entre la protection d'un site, sa valorisation sociale, et l'apport de revenus pour la Capitale-Nationale.

Nous tenons à présenter quelques constats qui permettent de mieux apprécier les valeurs économique et sociale d'un site patrimonial. Le tourisme représente en effet un outil de mise en valeur du site patrimonial du Sillery et la conservation de ce parc urbain peut mener à la création de bénéfices économiques pour la Capitale-Nationale.

Tourisme et tourisme culturel

Le tourisme poursuit une croissance phénoménale depuis plus de 60 ans, ce qui en a fait un phénomène économique et social exceptionnel du dernier siècle. Tout indique que cette croissance touristique se poursuivra au cours des prochaines années. Au Québec, l'apport économique du tourisme est indéniable. On y retrouve près de 25 000 entreprises créant plus de 350 000 emplois découlant directement de l'activité touristique (Zins Beaudesne et associés, 2010). Au fil des dernières années, le tourisme est ainsi devenu le cinquième produit d'exportation du Québec (ATR associées du Québec, 2007). Porteur d'emplois, le tourisme représente un pôle de développement économique majeur tout en respectant l'intégrité et l'intégralité patrimoniale des sites patrimoniaux. Identifié comme un créneau d'excellence dans la Capitale-Nationale, le tourisme dans les régions de Charlevoix et de Québec génère annuellement 21 % des dépenses touristiques de l'ensemble du Québec (Québec, 2009).

Attirés par le mariage des montagnes, du fleuve, des forêts, des champs agricoles, des villages et de la ville, les touristes séjournent en moyenne 2,5 jours dans la Capitale-Nationale. Mais la durée de ce séjour, qui est légèrement inférieure à la moyenne nationale de 3 nuits au Québec, pourrait augmenter avec le développement des nouveaux produits ou sites touristiques liés au

créneau d'excellence de la Capitale-Nationale que sont le patrimoine, la culture et la nature (Québec, 2009).

En 2011, les dépenses touristiques représentent 1,4 milliard de dollars dans la région de la Capitale-Nationale et ont permis de créer 28 000 emplois directs et indirects (Office du tourisme de Québec, 2011). Selon April (dans CNW Telbec, 2012), «...la valeur foncière des hôtels situés sur le seul territoire de la Ville (*de Québec*) est de 714 millions de dollars et ces hôtels ont généré en 2011 des taxes foncières de 26 millions de dollars.». Sans aucun doute, l'industrie touristique joue un rôle majeur dans notre économie et la région de la Capitale-Nationale doit affronter une concurrence mondiale.

Le développement de nouveaux produits touristiques apparaît comme une des principales avenues permettant accroître l'attractivité de notre territoire et les revenus dans la région de la Capitale-Nationale. À ce titre, nous pensons que la conservation du site patrimonial de Sillery représente une contribution aux efforts de l'Office du tourisme de Québec et du milieu des affaires dans la réussite des chantiers qui vont guider l'industrie touristique du Québec vers 2020. Soulignons que ces chantiers serviront de guide pour faire de Québec une destination «branchée sur le fleuve»; une «capitale culturelle animée à l'année»; et une destination qui permettra de développer et d'exploiter «pleinement le patrimoine naturel qui entoure la Ville de Québec.» (Voir à ce sujet (CNW Telbec, 2012).

La conservation du site patrimonial de Sillery apparaît non seulement comme un outil de développement économique, mais aussi comme une mesure permettant de renforcer l'industrie touristique face aux changements climatiques. En effet, l'industrie touristique est un des secteurs les plus vulnérables aux changements climatiques (ministère du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs, 2012). De nombreux produits touristiques sont dépendants du climat (ex. festivals, événements, stations de ski). En conservant l'intégralité de ce site patrimonial, l'industrie touristique bénéficie d'un appui pour affronter les impacts négatifs causés par les changements climatiques.

À court terme, l'arrondissement historique du Vieux-Québec, site reconnu comme élément du patrimoine mondial par l'UNESCO, demeure le principal site d'appel de la région de la Capitale-Nationale. Pour les touristes culturels qui visitent cet arrondissement historique, le fleuve et le patrimoine bâti ou naturel qui l'entoure représentent des éléments d'attractivité du territoire. Toutefois, ces touristes cherchent également à connaître d'autres produits ou sites touristiques de la région de Québec associés au patrimoine. À cet égard, les touristes culturels s'intéressent non seulement aux caractéristiques du patrimoine bâti, mais également au patrimoine religieux, social et naturel (Voir à ce sujet Richards, 2007) ¹. À moyen terme, la région de la

¹ Pour les touristes culturels, l'homogénéisation des villes, la construction de paysages identiques, suivant sans fin tous la même recette, qui, si elle a été heureuse la première fois, est depuis, devenue insipide (Smith, 2007). Pour ces raisons, le développement touristique en lien avec la culture et le patrimoine local, ainsi que la présence des résidents, apparaissent

Capitale-Nationale est confrontée au défi de développer des produits touristiques novateurs situés sur des sites patrimoniaux si elle désire répondre aux besoins des touristes culturels. Ces derniers choisissent en effet leur destination en comparant les villes qui offrent des sites patrimoniaux, et ce, à travers le monde.

La région de la Capitale-Nationale peut augmenter l'attractivité de son territoire si elle ne restreint pas son offre patrimoniale à l'arrondissement historique du Vieux-Québec. Des choix s'imposent au niveau stratégique pour Québec, région qui a connu une baisse de l'achalandage touristique de 3 % en 2011, une baisse qui semble se confirmer pour la dernière année également alors que « Les entrepreneurs et les professionnels québécois du tourisme constatent dans l'ensemble que l'achalandage touristique pour la période a été très inférieur à celui de l'an dernier » (Tourisme Québec, 2013).

Qui sont les touristes culturels ?

Les touristes de ce segment de marché réalisent des voyages à caractère culturel et patrimonial « ... d'une nuit ou plus (...) qui comprend la participation à au moins une des activités suivantes :

- assister à un festival, à une foire ou à une exposition;
- assister à une manifestation culturelle;
- assister à une manifestation culturelle autochtone;
- visiter un musée ou une galerie d'art;
- visiter un zoo ou un site naturel;
- visiter un site historique;
- observer des oiseaux ou la faune.» (Statistique Canada, 1998).

Le tourisme culturel est une forme de voyage qui : «...englobe les activités et expériences culturelles qui attirent les visiteurs et enrichissent leur séjour. Il consiste également à s'imprégner d'une manière agréable du mode vie de la population locale » (Tourisme du Québec, 2010). Le touriste culturel cherche à vivre une expérience unique et authentique, où il n'est pas uniquement un observateur, mais où il prend part aux activités de la collectivité visitée. Pour ce touriste, la préservation des sites patrimoniaux apparaît essentielle.

Si les touristes ont été longtemps ceux qui allaient voir les grands sites, les lieux extraordinaires et hors du quotidien cités par les guides de voyage, on constate depuis une vingtaine d'années qu'avec une habitude du voyage beaucoup plus répandue au sein de la population, les voyageurs veulent maintenant vivre leur expérience touristique autrement. Ils souhaitent vivre comme leurs hôtes, et cherchent dorénavant les sites empreints «d'authenticité» (Maitland et Newman, 2009). Ainsi, si les touristes veulent maintenant vivre comme les résidents, on remarque que les résidents apprécient aussi l'idée de vivre chez soi comme un touriste. Dans ce

essentiels pour faire connaître les valeurs d'unicité et de typicité du lieu patrimonial. Miser sur le patrimoine et la culture pour en faire un outil de développement économique exige ainsi de s'appuyer sur les caractères originaux et uniques des lieux (Smith, 2007).

cadre, les promenades urbaines, l'attention portée au design des villes, à l'animation et à l'esthétique des lieux, prennent de l'ampleur et mettent en exergue la nécessité d'accorder une attention encore plus grande à la protection de l'environnement et du patrimoine naturel. Créer de nouvelles formes d'expériences touristiques à dimension humaine, authentique, hors des sentiers battus est un nouveau défi à prendre en compte.

Plusieurs éléments sociaux et économiques incitent les responsables des sites touristiques et patrimoniaux de différents pays à s'intéresser au segment des touristes culturels.

- Les touristes associés au tourisme culturel sont éduqués (Richard, 2007).

Ce segment de touristes est d'ailleurs de plus en plus éduqué. À titre d'information, 70 % de ces touristes possèdent un diplôme d'éducation supérieure. Les touristes qui composent le segment du tourisme culturel possèdent donc un niveau d'éducation supérieur à la moyenne québécoise alors que 21,4 % des Québécois possèdent un diplôme d'éducation supérieur (voir à ce sujet Institut de la statistique du Québec, 2006).

- Les touristes culturels représentent le segment de marché qui dépense le plus pendant leur séjour touristique (Voir à ce sujet Mendel, 2011 et Richard, 2007).

Non seulement les touristes culturels cherchent à prolonger leurs séjours dans les villes à forte valeur patrimoniale, mais ils dépensent plus que les autres catégories de touristes (Richards, 2007). Pour les entreprises touristiques, notamment pour les hôteliers et les restaurateurs, ces touristes représentent une opportunité d'affaires.

- Les touristes culturels représentent un segment de marché qui augmente en nombre.

La part du tourisme culturel est aujourd'hui estimée : «... à un peu plus de 15 % de l'activité touristique globale contre 5 % dans les années 1980.» (Patin, 2012). Ces touristes visitent des sites de la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, comme l'arrondissement historique du Vieux-Québec, mais ils cherchent également à visiter des sites culturels préservés, qu'ils soient rattachés au patrimoine culturel, naturel ou religieux. Ajoutons que selon l'Organisation mondiale du tourisme, la proportion de voyages internationaux associée au tourisme culturel augmente d'année en année (Richard, 2007). Cette proportion était de 37 % en 1995 alors qu'elle était de plus de 40 % en 2004. Ce dernier pourcentage représentait alors 375 millions de voyages internationaux associés au tourisme culturel.

- Le tourisme culturel est une forme de tourisme qui est appréciée par les résidents (Richard, 2007).

Les résidents apprécient les bénéfices qu'ils retirent de cette forme de tourisme. Lorsque l'on a demandé aux résidents de Barcelone quelle forme de tourisme ils voulaient développer dans le futur, plus de 90 % ont répondu le tourisme culturel (Richard, 2007). On peut expliquer ce désir

par le fait que le tourisme culturel bénéficie aux institutions culturelles (ex. musées, parcs urbains) car il permet de préserver et de valoriser le patrimoine, de créer des emplois, de régénérer des zones urbaines, d'accroître la rétention des populations, notamment du personnel qualifié (Florida, 2002), et d'accroître la compréhension de la culture par les résidents (OECD, 2009).

- Le développement du segment du tourisme culturel peut accroître le développement d'autres attractions culturelles ou patrimoniales d'une région

L'augmentation de la demande de la part des touristes culturels stimule le développement de nouvelles attractions culturelles et touristiques. Afin de répondre à la demande des touristes culturels, certaines villes, régions ou pays créent des institutions ou des sites culturels ou patrimoniaux. Par exemple, en Espagne, le nombre de musées a augmenté de 100 % en 20 ans (1984 à 2004). Dans le cas de Barcelone, une des villes phares en matière de tourisme culturel, le nombre de visiteurs dans les sites culturels est passé de 4 millions de touristes en 1994 à 13.2 millions de touristes en 2005 (Richards, 2007). À Barcelone, les touristes représentent plus de 70 % du total des visiteurs des attractions culturelles et patrimoniales de la ville.

La pratique des loisirs et le besoin des parcs urbains

Les pratiques de loisir ont changé depuis les trente dernières années. Alors que les pratiques organisées ont fait les beaux jours des services de loisir municipaux, ces derniers sont maintenant confrontés à une réorganisation pressante : offrir des espaces pour favoriser la pratique d'activité libre. En effet, la pression du temps de travail et de transport, les horaires atypiques, les structures familiales, l'allongement de la vie demandent maintenant des équipements et des offres de loisir beaucoup plus souples (Viard, 2006). Dans ce cadre, les parcs urbains, par leur capacité à offrir un lieu permanent, de proximité, permet de satisfaire ces nouveaux besoins. Ils sont d'ailleurs de plus en plus intégrés à la planification des villes.

- La présence de parcs urbains dans les villes est bénéfique pour les touristes culturels et pour les résidents.

L'analyse d'un parc urbain comme celui de Central Park à New York illustre comment un site naturel peut devenir un outil de développement économique à cause de son pouvoir d'attraction auprès des touristes et des résidents. Ce parc reçoit annuellement près de 38 millions de visites réalisées par environ 9 millions d'individus différents (Kornblum *et al.*, 2011). En constante augmentation, le nombre de visiteurs ne se résume plus aux résidents, mais également aux touristes. On observe que 70 % des visites sont réalisées par des résidents de New York, 3 % par des résidents de la région métropolitaine de New York, 12 % d'autres régions des États-Unis et 16 % par des touristes internationaux. Les touristes réalisent environ 28 % des visites à Central Park. Si pour les New Yorkais, Central Park est un lieu de pratique sportive (marche, vélo, course), pour les excursionnistes et les touristes ce parc urbain est l'occasion

d'une ballade reliée à des événements culturels, patrimoniaux ou sportifs. Pour ces touristes, le séjour à New York se réalise donc suite à la combinaison a) d'une visite dans le parc et b) la visite d'un musée, d'un lieu patrimonial ou culturel ou encore, par la fréquentation d'un événement.

La présence des touristes à Central Park permet d'affirmer que ce parc contribue à l'économie de la ville. Par leur présence, ces touristes apportent de l'argent «neuf» dans la ville.

Recommandations

Les premiers développements touristiques au Québec, et ce, dès le XIX^e siècle, se sont basés sur le fleuve et la villégiature, la beauté des paysages et l'architecture distinctive. Aujourd'hui, le tourisme religieux et culturel ainsi que la visite de sites naturels, suscitent un intérêt croissant auprès des touristes. Tous ces éléments; le fleuve, la beauté des paysages naturels et culturels, l'architecture caractérisent encore le site patrimonial de Sillery.

Certes, depuis cette époque, la perception de la culture a changé, si elle est encore une «façon de vivre partagée par un groupe» elle est aussi, et de plus en plus diront certains, un capital à exploiter : la culture sert de capital à la régénération urbaine et économique des villes, aux emplois, à l'image de marque. La culture est aussi un produit à vendre, notamment par le biais des produits touristiques. Mais si on veut continuer à la vendre, il faut en protéger les ressources essentielles. Cette protection passe par la sauvegarde et le développement du patrimoine, l'aménagement du territoire, l'intégration culturelle et sociale, l'animation locale. Pour qu'il y ait un développement durable du patrimoine et du tourisme, la relation doit être bénéfique pour les deux composantes – patrimoniale et touristique - et elle doit être conçue dans une perspective de long terme.

Conformément à la Loi sur le patrimoine culturel du Québec, le tourisme culturel apparaît comme un outil contribuant à la mise en valeur et au transfert du patrimoine culturel associé au site patrimonial de Sillery. Ce site représente un « paysage culturel patrimonial » et pourrait devenir aussi un attrait touristique destinés aux touristes culturels.

Le tourisme apparaît comme un des outils de mise en valeur permettant d'assurer : «...la continuité à travers les changements» (Conseil du patrimoine culturel, 2013, p.69) et de contribuer à la préservation des valeurs patrimoniales du site patrimonial. Ainsi, afin d'enrichir au plan économique et social la région de la Capitale nationale, et en accord avec le plan de conservation du site patrimonial de Sillery, il est recommandé :

1. D'utiliser «...les valeurs patrimoniales du site patrimonial» à des fins touristiques.

Cette recommandation apparaît d'autant plus juste étant donné que : «...la culture est importante pour le tourisme d'une part et pour l'attractivité et la compétitivité des destinations d'autre part. Les destinations les plus courues sont celles qui créent une synergie positive entre

culture et tourisme. Pour autant, cette synergie ne se produit pas automatiquement : elle doit être instaurée, renforcée et gérée.» (OECD, 2009; p.30).

2. De mandater la Commission de la capitale nationale du Québec afin de créer le parc des « grands domaines » par l'acquisition, et, si nécessaire, l'expropriation de propriétés.

Cette recommandation apparaît d'autant plus importante compte tenu : «...que la gestion du tourisme culturel est généralement aux mains de nombreux intervenants différents et que les facteurs les plus immatériels de la relation entre tourisme et culture (questions de qualité de vie, développement durable) ne sont généralement pas pris en compte dans la planification.» (OECD, 2009; p.32).

3. De mandater la Commission de la capitale nationale du Québec, l'Office du tourisme de Québec, la Chambre de commerce de Québec et la Société de développement commercial de Maguire afin de développer le segment du tourisme culturel dans le secteur de Sillery.

Références

ATR associées du Québec (2007). *Mémoire d'ATR associées du Québec*, Déposé dans le cadre des consultations prébudgétaires pour le budget du Québec 2007-2008 et du budget de dépenses du ministère du Tourisme, 12 pages.

CNW Telbec (2012). *Tourisme : 2e industrie en importance dans l'économie de la région de Québec*, 15 mai 2012. <http://www.newswire.ca/fr/story/975063/tourisme-2e-industrie-en-importance-dans-l-economie-de-la-region-de-quebec>, Consulté le 12 septembre 2013.

Conseil du patrimoine culturel (2013). *Plan de conservation : Site patrimonial de Sillery*, Projet pour consultation, Gouvernement du Québec, 103 pages.

Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. New York : Basic Books.

Institut de la statistique du Québec (2006), *Proportion de détenteurs d'un certificat ou d'un grade universitaire¹ parmi la population de 15 ans et plus, selon le groupe d'âge, le sexe et le principal domaine d'études, Québec, 2006*. http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/education/Effectifs_scolaires/prop_obten_dom_u_niv.htm, Consulté le 12 septembre 2013.

Kornblum, W., Ronda, M. & Lawler, K. (2011). *Report on the Public Use of Central Park*, New York, Central Park Conservancy, 96 pages.

Maitland, R. & Newman, P. (2009). *World Tourism Cities: Developing Tourism off the Beaten Track*. New York : Routledge.

Mendel, D. (2011). *Le tourisme culturel à Québec: Vers une nouvelle approche profitable et durable*, 16 pages.

Ministère du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs (2012). *Le Québec en action vert 2020 : Plan d'action 2013-2020, Phase 1*, Gouvernement du Québec, 58 pages, http://www.mddefp.gouv.qc.ca/changements/plan_action/pacc2020.pdf. Consulté le 12 septembre 2013.

OECD (2009), *The Impact of Culture on Tourism*, OECD, Paris, French translation of pp. 3-75, <http://www.oecd.org/fr/cfe/tourisme/42040218.pdf>. Consulté le 12 septembre 2013.

Office du tourisme de Québec (2011). *Rapport annuel 2011*, 2 pages.

Patin, V. (2012), *Tourisme et patrimoine*, La documentation française, 207 pages.

Québec (2009). *Créneau d'excellence en tourisme (ACCORD)*, Ministère du Développement économique, Innovation et Exportation, Direction régionale de la Capitale-Nationale, 2 pages.

Richards, G. (2007), *ATLAS Cultural Tourism Survey 2007: Summary Report 2007*, 14 pages.

Smith, M.K. (2007). *Tourism, Culture and Regeneration*. Cambridge : CABI International.

Statistique Canada (1998). *Un regard sur les voyages à caractère culturel ou patrimonial au Canada*. <http://www.statcan.gc.ca/pub/87-003-x/87-003-x1998002-fra.pdf>, Consulté le 12 septembre 2013.

Tourisme Québec, Direction des connaissances stratégiques en tourisme, Ministère des Finances et de l'Économie (2013). *Note de conjoncture. Novembre 2012 à janvier 2013*, <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/note-conjoncture-hiver2013.pdf>, Consulté le 12 septembre 2013.

Zins Beauchesne et associés (2010). *Diagnostic sectoriel de la main-d'œuvre en tourisme - Édition 2010*, produit pour le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme, 30 pages.

Viard, J. (2006). *Éloge de la mobilité*. Paris : Éditions de l'Aube.