



SE RASSEMBLER

Un survol de : Approches concertées pour le
tourisme culturel et patrimonial

Préparée pour le
Groupe de travail sur le renforcement de la capacité de commercialisation
Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et
tourisme
Par Apropos Planning
janvier 2006

SE RASSEMBLER : APPROCHES CONCERTÉES POUR LE TOURISME CULTUREL ET PATRIMONIAL

On parle souvent du besoin d'approches concertées pour le tourisme culturel et patrimonial. Mais comment les secteurs du tourisme culturel et patrimonial travaillent-ils ensemble? Peut-on trouver des modèles de concertation qui fonctionnent bien?

Pour répondre à cette question, une étude de 2005, du Groupe de travail sur le renforcement de la capacité de commercialisation, dans le cadre de l'Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme, passait en revue les approches concertées qui servent à des initiatives à travers le pays. De petites initiatives et d'autres de taille moyenne ont été sélectionnées. Dans chaque cas, des représentants des secteurs culture/patrimoine et tourisme ont pu donner leur point de vue sur les processus de concertation et leurs résultats.

En fin de compte, aucune formule magique ou modèle précis n'assure une concertation réussie. Il est difficile et peut-être prématuré de mesurer pareille réussite, car la plupart des initiatives sont assez nouvelles et elles évoluent encore.

Néanmoins, on voit nettement que des organismes de la culture/patrimoine et du tourisme collaborent de plus en plus pour faire avancer le tourisme culturel et patrimonial. L'étude a fait ressortir plusieurs démarches, stratégies et observations de grand intérêt qui montrent bien ce qu'on pense du tourisme culturel concerté au Canada.

Qu'est-ce que le tourisme culturel et patrimonial concerté?

Une initiative de tourisme culturel et patrimonial est un partenariat qui lie plusieurs producteurs et fournisseurs de la culture/patrimoine et du tourisme. Ces gens ont prouvé qu'il savent attirer des visiteurs et leur faire vivre une expérience de qualité qui profite aux deux parties.

Types de concertation

Les types de concertation – leur origine, les gens impliqués, leurs collaborations, et le milieu dans lequel ça fonctionne – sont aussi divers que le Canada. La concertation peut être une entente de partenariat officiel et signé ou un réseau formé à la bonne franquette. Certaines concertations sont établies à la demande des gens de la culture/patrimoine, d'autres par des gens du tourisme, des gouvernements provinciaux/territoriaux, des administrations municipales, des agences gouvernementales et des individus. Il n'y a pas de modèle standardisé de concertation, et aucun modèle ne semble meilleur que les autres.

Résultats clés de l'étude

- Une concertation réussie dans le domaine du tourisme culturel et patrimonial ne tient pas de la bonne volonté ou de bonnes communications; elle repose plutôt sur l'engagement de ressources.

Une concertation réussie est une initiative qui va bien au delà du travail habituel d'un participant. Les concertations les plus fructueuses sont généralement réalisées quand du personnel est affecté à plein temps à un rôle de coordination.

- Une initiative de concertation requiert un engagement à long terme. Il faut habituellement un minimum de trois ans pour établir de bonnes bases. Ça prend souvent plusieurs autres années avant que l'initiative ne devienne durable. Un obstacle majeur à la concertation : les différents calendriers des planifications et des subventions en tourisme et en culture/patrimoine.
- Les initiatives de concertation tendent à mieux fonctionner quand les programmes de culture/patrimoine à leur origine sont déjà réussis, durables et prêts à conquérir le marché. Sinon, du temps et des ressources doivent être alloués au développement de produit.
- Les meilleurs programmes de tourisme culturel/patrimonial sont bien définis, et leur objectif est clair. Ils se basent sur de la recherche de marché, et ils sont ancrés par des produits et des expériences de qualité. Ces programmes sont aussi bien organisés – les rôles, attentes et obligations de chaque partenaire sont définis clairement.
- Jusqu'à maintenant, le leadership de personnes clés s'est avéré un des éléments des bonnes concertations. Seulement quelques-unes des initiatives étudiées sont passées à une deuxième équipe de participants.
- Un grand défi de la concertation dans le tourisme culturel et patrimonial est qu'il est difficile de faire concorder les méthodes de travail des organismes sans but lucratif (de la culture/patrimoine surtout) et commerciaux (du tourisme surtout). Les valeurs, la terminologie, les structures de fonctionnement, les modes de gouvernance, les ressources et les priorités ne sont pas les mêmes, ce qui complique souvent les rapports. La concertation est à son mieux quand toutes les parties élaborent un modèle d'affaires.
- Le financement et le soutien gouvernemental ont servi de catalyseur lors de l'étape initiale de la majorité des initiatives étudiées. On voit que la croissance du tourisme culturel/patrimonial est ralentie par le sous-financement chronique du secteur culturel/patrimonial. Cette croissance est aussi gênée par les programmes de subvention qui excluent les projets de tourisme culturel/patrimonial. Ces projets ne satisfont ni aux critères de subvention « purs » de la culture et du patrimoine, ni à ceux du tourisme.
- De nouveaux modèles d'affaires et des approches hybrides émergent pour le tourisme culturel/patrimonial. Ils méritent qu'on s'y attarde.

Pourquoi collaborer?

Les gens interrogés étaient pour la plupart d'accord : malgré leurs difficultés, les approches concertées au tourisme culturel/patrimonial ont des avantages.

En voici quelques-uns :

- L'accès à des compétences et à des idées nouvelles.
- Le partage des tâches et de la quantité de travail entre plusieurs partenaires.
- La mise en commun de fonds pour des besoins communs comme la formation et le marketing.
- Une communication et un réseautage renforcés entre les partenaires et avec tout le monde.
- Une masse critique d'expériences touristiques rassemblées en forfaits attirent plus de visiteurs, qui restent plus longtemps.
- L'augmentation à long terme de l'exposition d'une destination et de sa culture, et son patrimoine.

Conclusion

Il est probable que la diversité des approches concertées dans tout le Canada est à l'image de la nouveauté relative du tourisme culturel/patrimonial ici, et du manque général de cadres de politiques. Le sous-financement est un grand problème. Il est évident qu'un investissement de ressources nouvelles est requis. Il est évident aussi qu'il faudra du temps avant que des modèles d'affaires durables arrivent à maturité.

Les bonnes concertations sont basées sur un leadership dynamique, une vision forte et précise, des produits uniques et une volonté de collaborer. Il faut aussi que les participants comprennent que le tourisme culturel et patrimonial est une activité nouvelle, elle requiert donc des investissements et du temps avant de pouvoir prendre racine et grandir.

Le tourisme culturel/patrimonial concerté se développe partout au Canada. Il se pourrait que le soutien public et privé augmente pour ces efforts, ce qui ferait beaucoup en vue d'assurer leur réussite à long terme.

Les initiatives étudiées

Cette étude portait sur des petites et moyennes entreprises, car elles constituent la plus grande part de l'offre canadienne en matière de tourisme culturel et patrimonial. Il y a des milliers d'expériences canadiennes liées au tourisme culturel et patrimonial, incluant des musées, des sites historiques, des arts de la scène, des arts visuels et des festivals. Des initiatives ont été choisies de manière à étudier une large gamme de disciplines culturelles/patrimoniales, de régions géographiques et de types de concertation. Ce n'est pas un échantillon représentatif, et il faut éviter de trop généraliser les résultats.

Barkerville (Colombie-Britannique)

Site historique et attraction touristique qui était un lieu patrimonial provincial, Barkerville a été transformé en organisme à but non lucratif dont le conseil d'administration travaille à la fois sur le patrimoine et le tourisme.

Bienvenue Québec (Québec)

Exposition et bourse du tourisme organisées par des compagnies d'autobus touristiques. L'exposition et la bourse sont axées spécifiquement depuis trois ans sur le thème du tourisme culturel.

Lieu historique national et Musée de Buxton (Ontario)

Lieu historique national et musée qui a fait partie de deux circuits en collaboration avec d'autres lieux touristiques.

Les visites culturelles Baillairgé inc.(Québec)

Voyagiste de tourisme réceptif, spécialisé dans le tourisme culturel, qui oeuvre en partenariat avec des institutions culturelles.

Chemainus Murals (Colombie-Britannique)

Initiative municipale qui a réalisé un musée d'art en plein air de 36 murales à thèmes patrimoniaux, faisant de Chemainus une attraction touristique.

Centre des arts de la Confédération (Île-du-Prince-Édouard)

Un centre des arts de la scène et une galerie d'arts visuels qui présente une attraction touristique majeure – la comédie musicale *Anne of Green Gables* – et qui collabore avec l'industrie touristique au bénéfice des deux parties.

Cultural Cascades (Colombie-Britannique et États-Unis)

Un partenariat de coopération américano-canadien de cinq villes formant une alliance stratégique avec Amtrak pour mettre en évidence les nombreuses expériences culturelles et les transports efficaces entre ces villes.

Réseau Économusée (Québec, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Terre-Neuve)
Réseau de plus de 40 entreprises d'artisanat, qui assurent la continuité des métiers d'artisanat traditionnel, qui augmentent leur clientèle et qui mettent en valeur ces métiers par des activités de type muséal.

Edmonton Festival City (Alberta)

Une concertation des secteurs de la culture et du tourisme d'Edmonton. Le but est d'exploiter le potentiel touristique des festivals de la ville.

Calgary Urban Adventures (Alberta)

Une initiative de marketing qui implique un partenariat entre le musée Glenbow, Travel Alberta et la Calgary Downtown Association.

“Just the Ticket” (Ontario)

Une alliance provinciale du théâtre et du tourisme qui met en vedette des forfaits vacances alliant des spectacles à des soupers au restaurant et à des hébergements.

Mois d'archéologie (Québec)

Une initiative provinciale pour le développement de l'archéologie en tant qu'expérience touristique originale.

Nutcracker Neighbourhood (Ontario)

Un forfait touristique hivernal centré au marché St. Lawrence (Toronto). Il comprend des promenades et des tournées gourmandes, du magasinage, des repas au restaurant et des arts de la scène : le *Casse-Noisette (Nutcracker)* du Ballet national notamment.

Okanagan Cultural Corridor (Colombie-Britannique)

Issu des efforts de planification culturelle de Kelowna, le corridor culturel de l'Okanagan fait la promotion de plus de 200 galeries, établissements vinicoles, musées, lieux patrimoniaux, etc.

Pays de la Sagouine (Nouveau-Brunswick)

Une attraction touristique à thème culturel qui donne vie à des personnages et récits littéraires.

Pictou Heritage Quay (Nouvelle-Écosse)

Une revitalisation portuaire qui met en vedette un navire de colons reconstitué. Cette revitalisation est issue d'une concertation entre la municipalité, l'association touristique et des groupes patrimoniaux.

Ententes sur le tourisme culturel au Québec

Des ententes officielles sur les modes de financement procurent au ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCCQ) des façons de subventionner de nouvelles entreprises touristiques. Le même cadre permet à Tourisme Québec de subventionner de

nouvelles entreprises culturelles. Le MCCQ et Tourisme Québec peuvent aussi soutenir en commun des initiatives provinciales.

Circuits le long de la Rouge (Manitoba)

Organisme sans but lucratif créé pour développer le corridor de la rivière Rouge en tant que destination touristique grâce à des tournées auto-guidées à thème culturel/patrimonial, de même qu'avec des forfaits à thèmes connexes.

Trinity (Terre-Neuve et Labrador)

Petit village où la protection du patrimoine et les arts de la scène ont catalysé le tourisme qui est devenu un pilier de l'économie locale.

Trois-Rivières, Ville d'histoire et de culture (Québec)

Effort concerté de développement et de promotion de la ville en tant que destination culturelle par deux organismes municipaux, l'Office de tourisme et des congrès et la Corporation de développement culturel.

Tunnels of Moose Jaw (Saskatchewan)

Une entreprise touristique greffée à un lieu patrimonial authentique.

La Route des Vikings (Terre-Neuve et Labrador)

Un circuit routier thématique basé sur deux sites du patrimoine mondial désignés par l'UNESCO. Cette « Viking Trail » implique des centaines de fournisseurs de la culture et du patrimoine, dans le cadre d'une entente touristique officielle.

Wanuskewin (Saskatchewan)

Lieu historique et touristique autochtone à but non lucratif et financièrement autonome, Wanuskewin est le fruit d'une concertation entre des Premières nations et des non-Amérindiens. Ensemble, ils travaillent à équilibrer des considérations patrimoniales et touristiques.

Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme

Contexte

- L'Initiative fédérale-provinciale-territoriale sur le rapport culture/patrimoine et tourisme (ITFPT), projet pilote de deux ans, a officiellement été lancée en novembre 2003 et a pris fin en octobre 2005.
- Ce partenariat entre tous les ministères provinciaux et territoriaux responsables de la culture et du patrimoine et le ministère du Patrimoine canadien est coprésidé par le Manitoba et le Nouveau-Brunswick.
- Trois groupes de travail ont été créés pour mettre en œuvre cette initiative :
 - Le Groupe de travail sur les cultures autochtones et le tourisme (initialement dirigé par l'Alberta, puis par la Saskatchewan);
 - Le Groupe de travail sur le renforcement de la capacité de commercialisation (dirigé par l'Ontario);
 - Le Groupe de travail de recherche sur la répartition des bénéfices économiques (dirigé par la Colombie-Britannique).

Produits

- L'objectif de l'initiative est d'appuyer les gouvernements établis en partenariat pour veiller à ce que leurs intervenants dans les domaines de la culture et du patrimoine puissent devenir actifs, selon leurs propres règles, dans le tourisme.
- Les produits à ce jour tiennent compte de la contribution de chaque gouvernement.
- Ces produits ont été créés pour favoriser la discussion et créer des possibilités de dialogue entre les homologues des secteurs de la culture, du patrimoine et du tourisme.
- Les partenaires de l'ITFPT sont responsables de la diffusion des produits et des principaux messages dans leur champ de compétence, lorsqu'ils le jugent nécessaire.
- Le Bureau de coordination de l'Initiative FPT sur le rapport culture/patrimoine et tourisme est prêt à répondre aux requêtes. Il est possible de le rejoindre à ITFPT@pch.gc.ca

Avantages de l'ITFPT

- La collaboration continue avec les homologues du secteur du tourisme pour s'acquitter de projets axés sur la culture et le patrimoine crée des occasions d'accroître l'échange d'information et les partenariats stratégiques. L'ITFPT continue d'élaborer les outils et l'information qui permettront aux ministères FPT de la Culture et du Patrimoine :
 - 1) d'assurer un leadership et d'apporter une dimension culturelle dans toute politique concernant le tourisme;
 - 2) d'aider le secteur de la culture et du patrimoine à renforcer ses capacités en tourisme;
 - 3) de contribuer à faire comprendre que la promotion, le maintien et le soutien des cultures du Canada et la durabilité du tourisme au Canada se renforcent mutuellement.