

L'accueil touristique en région

Il est possible de bien accueillir les touristes à condition de les recevoir « chez soi » !

Marc Laplante

Volume 19, Number 3, Fall 2000

Organisations touristiques en mutation

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1071743ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1071743ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Laplante, M. (2000). L'accueil touristique en région : il est possible de bien accueillir les touristes à condition de les recevoir « chez soi » ! *Téoros*, 19(3), 44–48. <https://doi.org/10.7202/1071743ar>

L'ACCUEIL TOURISTIQUE EN RÉGION

IL EST POSSIBLE DE BIEN ACCUEILLIR LES TOURISTES
À CONDITION DE LES RECEVOIR « CHEZ SOI » !

Marc Laplante

Faire accueil c'est, absolument, faire bon accueil : ouvrir son chez soi, prêter attention, recevoir avec cœur, avec chaleur, accompagner ; il faut beaucoup de mots pour rendre – en français, du moins – la richesse de l'accueil, mot qui trouve ses origines dans l'hospitalité rituelle¹. Cette hospitalité confortait et réchauffait le voyageur, le pèlerin, l'itinérant. L'hôte qui recevait y mettait du cœur, sachant qu'un jour il serait aussi sur la route.

ACCUEILLIR DES TOURISTES

L'arrivée d'un nouveau voyageur en Occident – voyageur qu'on a baptisé « touriste » au début du XIX^e siècle – a introduit une zone grise dans le faisceau séculaire particulier des rapports d'hospitalité. Accueillir des touristes a peut-être été difficile à cause de l'étrangeté du personnage : ce voyageur ne semblait pas « aller quelque part » ; il se déplaçait en groupe, avec personnel et équipage, et ne faisait rien des jours durant ; surtout, cet étranger avait les moyens de louer une maison, un carrosse, un cuisinier, etc. ; enfin, tout son temps se passait en excursions, en fêtes et en jeux. Tout se passait donc comme s'il n'avait pas besoin d'être accueilli ! Que faire, en tant qu'hôte, devant ce nouveau voyageur ?

Il faudra près d'un siècle pour que l'on trouve une certaine réponse à cette question. Avec la naissance, entre autres, de l'agent de voyage, du guide, du Grand Hôtel, du wagon-lit, les années 1850-1900 inventent aussi « l'hospitalité proprement touristique ». Celle-ci est faite, notamment, de l'ensemble des petites attentions, des aides, des supports à l'information et à l'animation que l'industrie touristique elle-même met en place pour satisfaire ses

clients, pour prévoir leurs besoins et leurs désirs, pour les sécuriser, pour les combler surtout et leur assurer des déplacements et des séjours inoubliables. Après tout, ces gens voyageaient maintenant pour le plaisir de voyager ; l'accueil proprement touristique devait faire en sorte que rien ne vienne troubler cette passion fort nouvelle dans l'histoire de l'époque : la quête du plaisir.

Pris en charge par l'industrie du tourisme, l'accueil dont il est question ici n'avait rien

de gratuit. Service touristique par excellence, l'accueil est vite devenu une activité technique, un champ d'apprentissage ; bref, un « travail » qui exigeait rémunération et qui, conséquemment, devait être comptabilisé dans les coûts de production. En d'autres mots, le touriste payait ce service tout comme il payait son car, sa chambre ou son entrée au concert.

Ainsi s'est institutionnalisé l'« art-de-recevoir-des-visiteurs » pour devenir l'accueil touristique, un genre spécifique d'hospitalité qui, à première vue, apparaît comme l'antithèse de l'hospitalité rituelle : service payé contre activité gratuite, gestes appris contre mouvement du cœur, échanges superficiels et fonctionnels contre moment fort d'une première rencontre entre deux humains, etc.

Accueillir des touristes au Québec : une politique en gestation

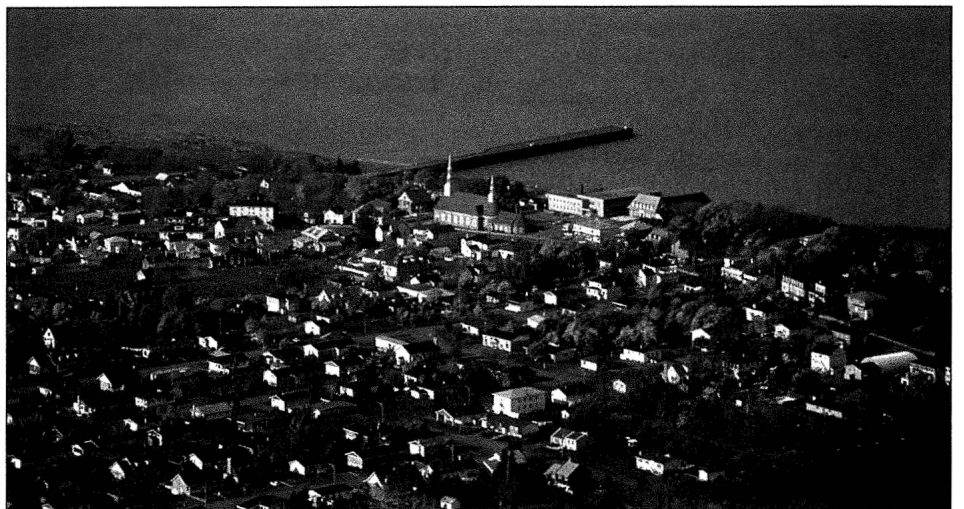


Photo : Pierre Lahoud

Vue aérienne de Saint-Jean-Port-Joli



Francopholies de Montréal

Aujourd'hui, l'« art-de-recevoir-des-touristes » se limite souvent encore à une tâche minimale de communication. Parler d'art à ce propos est peut-être un abus de langage ! Actuellement au Québec, par exemple, on peaufine un projet de politique d'accueil touristique. Voici un extrait significatif d'un document de consultation qui circule : « Ce projet s'inscrit principalement dans le suivi de la politique de développement touristique où l'accueil et l'information demeurent des facettes stratégiques dans la poursuite du virage client préconisé comme orientation au sein de l'industrie touristique » (Groupe DBSF, 1999 : 2).

Ce court texte nous apprend beaucoup de choses : l'accueil semble intimement jumelé à l'information ; il y a eu au Québec, récemment, un virage client (ambulateur !) dans le champ du tourisme, ce qui suggère qu'auparavant le client avait une importance moindre... ou n'était pas une facette stratégique ; la nouvelle attention portée aux clients-touristes n'a d'intérêt que pour l'industrie.

Sur plus de trente pages, ce document de travail ne cherche qu'une chose : définir des normes pour accréditer des bureaux d'accueil et d'information touristiques, pour organiser ou réorganiser ces bureaux en réseaux, après les avoir évalués, classés et outillés. Dans un tel contexte, on déborde à peine des questions techniques et pratiques. Nulle part dans le document s'arrête-t-on à la notion d'accueil en général ni, bien sûr, à celle d'accueil touristique en particulier ; jamais celle-ci n'est associée à l'« art-de-recevoir-des-touristes ». On croirait que ces notions n'existent pas. La régionalisation, par exemple, n'est que la distribution spatiale des bureaux, des documents et des personnels. On ne mentionne jamais, non plus, qu'une brochure ou un cours de formation de guides-accompagnateurs conçu pour accueillir des touristes en Gaspésie doit différer substantiellement d'une brochure ou d'un cours de formation de guides-accompagnateurs conçu pour accueillir des touristes à Montréal.

Disons finalement que la politique d'accueil qui résultera de la consultation en

cours sera tout au plus une stratégie pour assurer un premier contact techniquement correct entre les touristes et ceux qui les reçoivent. Mais, comme j'essaierai de le montrer maintenant, il y a tellement à faire avant de prétendre que nous avons vraiment une politique d'accueil touristique et que nous savons recevoir des touristes au Québec.

COMPRENDRE LE PROCESSUS D'ACCUEIL

Je ne peux pas reconstituer, dans cet article, la totalité des interventions qui composent l'« art-de-recevoir-des-touristes » ; j'ai produit déjà un essai à ce propos (Laplanche, 1996 : 144-164) et je m'en inspirerai pour les paragraphes qui suivent.

Comme l'amitié, l'accueil a un commencement, mais il est difficile de dire, a priori, où il finit. Je voudrais donc souligner d'abord qu'il s'agit d'un processus ou d'une opération qui, comme toute communication, évolue dans le temps ; que ce processus a un commencement qui, en

tourisme, est très mal compris et que l'information, sujet quasiment unique du projet québécois de politique d'accueil touristique, n'est qu'un élément d'un ensemble très vaste et très complexe d'interventions d'accueil².

Donner des renseignements est, certes, l'un des tout premiers gestes de l'accueil touristique puisque, par définition, le touriste est un étranger. Ses statuts d'étranger, de personne en vacances, à la recherche de changements ou d'expériences nouvelles, font de lui un grand consommateur d'information. Il a peut-être emmagasiné beaucoup de connaissances avant de partir de chez lui, mais ici, en train de « touristiser », il aura des besoins variés et fréquents d'information pour trouver rapidement ses routes, ses adresses, pour constamment choisir parmi tout ce qu'on lui offre, etc. Dans un premier temps, il sera surtout à la quête d'information ; par la suite, il devra commencer aussi à en donner s'il veut en recevoir et, surtout, s'il veut dépasser un certain niveau élémentaire d'échanges verbaux. Nous sommes donc dans un processus de communication.

Quant aux hôtes, ils émettent à l'intention des touristes une grande variété de messages dont plusieurs débordent largement la stricte diffusion d'information factuelle ou pratique. Quand ils créent, par exemple à Québec, un Centre d'interprétation des Champs de batailles, les hôtes envoient des messages complexes aux touristes ; il en est de même, à Montréal, quand ils organisent un Festival international de jazz. La société québécoise s'exprime et s'ouvre aux touristes en les invitant à visiter le Centre d'interprétation ou à participer au Festival. Je n'hésite donc pas à traiter de tels lieux et de tels événements comme des composantes de la politique d'accueil touristique.

Donner des renseignements dans des bureaux d'accueil touristique situés aux entrées du pays, sur ses grandes routes ou dans ses principaux pôles d'attraction est un geste d'accueil. Est-il le tout premier geste ? Est-ce par simple politesse qu'il faut répondre aux demandes d'information des touristes ?

La réponse est négative, mais, pour bien de gens, elle n'est pas évidente. L'arrivée d'un touriste à nos frontières est le deuxième acte d'un processus d'échange dont le premier était l'invitation à venir au



Photo : Pierre Lahoud

Vue aérienne de Percé

Québec. Le touriste répond donc à une invitation en venant nous visiter³. En plus des exigences de la politesse, l'hôte a une obligation d'accueil touristique, puisqu'il a envoyé les invitations accompagnées, toujours, d'une carte d'identité bien garnie, pleine de promesses d'aventures, de découvertes, de moments inoubliables, de bonheur. Faut-il préciser alors que cet accueil touristique doit s'apparenter au bon accueil typique de l'hospitalité rituelle ? Le touriste peut être désagréable, hautain, méprisant, revendicateur, etc., mais il reste un invité ; il faut tout mettre en œuvre pour l'accueillir correctement, c'est-à-dire, pour « l'accompagner » tout au long de son séjour. Nous sommes loin du premier geste d'accueil qui consistait à lui dire bonjour et du deuxième, celui de lui donner un peu d'information au moment du premier contact.

BIEN ACCUEILLIR LES TOURISTES : LES RECEVOIR COMME S'ILS VENAIENT CHEZ NOUS !

Pour bonifier l'accueil touristique et le rapprocher de l'hospitalité rituelle qui reste le modèle des relations humaines entre un hôte qui a un toit et un étranger de passage, pour déborder donc de l'hospitalité de service (même si ce service est de toute première qualité), je crois avoir trouvé une piste de réflexion et d'action : sensibiliser et entraîner un maximum de gens ayant

ou pouvant avoir divers types de relations avec des touristes à les accueillir comme s'ils les recevaient chez eux, à la maison.

Recevoir chez soi c'est, forcément, bien recevoir. Pour les besoins de l'hospitalité traditionnelle, l'hôte recevait ainsi et son geste s'inspirait de valeurs universelles parmi lesquelles se trouvaient l'échange et la réciprocité : l'hôte accueillait bien en pensant qu'un jour, peut-être, il aurait besoin d'être bien reçu quelque part. Transposée dans le champ du tourisme, cette valeur de réciprocité favoriserait un bon accueil des touristes parce que chaque hôte aurait en tête l'idée qu'il sera touriste un jour, c'est-à-dire un étranger dans un lieu inconnu ou mal connu.

Je ne m'attarderai pas au fait que recevoir ainsi, c'est faire entrer un étranger « dans son intimité », c'est lui donner accès à l'intérieur de son cadre de vie. Cette question mérite toutefois d'être approfondie car, de plus en plus, l'aventure touristique consiste justement à aller au-delà des façades, des places publiques et des lieux ouverts au public⁴. Sous le prétexte – à tort ou à raison – de trouver le « vrai » monde, la « vraie » vie, le touriste se fait fureteur, amateur d'interstices, explorateur de confins qui ne sont pas seulement spatiaux (les bouts du monde), mais sociaux (l'intimité des cultes religieux, la familiarité des rapports entre des gens rassemblés pour des jeux et des fêtes, l'entrée réelle dans l'intimité de la vie quotidienne d'une

famille, etc.). Accueillir un touriste comme si on le recevait chez soi demande donc de tracer, au préalable, les limites de l'intimité à l'intérieur desquelles il sera toujours le bienvenu.

RECEVOIR LES TOURISTES CHEZ NOUS ? OÙ ÇA ?

Sans trop prolonger cet essai, il convient de discuter ici d'un aspect important de la question : pour bien recevoir chez soi, il faut connaître son espace, en être fier et accepter de l'ouvrir (plus ou moins selon les cas) aux autres, notamment à des étrangers. Combien de gens disent ne pas vouloir recevoir chez eux parce qu'ils n'ont pas les meubles, les ustensiles, les décorations, les espaces appropriés ?

Appliquée au tourisme, l'idée d'accueillir des touristes comme si on les recevait chez soi s'entend collectivement : l'ensemble des gens concernés, à divers titres, par l'accueil des touristes sont les hôtes, les gens qui reçoivent. Où reçoivent-ils ? Chez eux !

Par exemple, pour un touriste européen qui vient passer ses vacances au Québec, ses hôtes seront, au point de départ, tous les acteurs du système d'intervention touristique québécois ; quand ce touriste arrive dans une ville particulière, ses hôtes seront tous les acteurs du système d'intervention touristique de cette ville ; quand il visite une région, ses hôtes seront tous les acteurs touristiques de cette région, et ainsi de suite.

On aura compris que cette approche demande que les hôtes agissent toujours de concert sur un territoire donné (ville, région, pays). On se rappelle aussitôt les nombreux appels à la concertation qui n'ont pas été entendus à ce jour ; pourquoi revenir alors sur cette exigence qui semble utopique ? Parce que c'est la seule façon d'agir comme un hôte qui connaît bien sa maison et son contenu et qui est capable, conséquemment, de la faire visiter en donnant au touriste le sentiment qu'il est entré ainsi dans l'intimité de la vie de ses hôtes et qu'il a vécu une expérience vraie et originale. C'est, à n'en pas douter aujourd'hui, l'expérience touristique la plus profonde, celle qui permet d'échapper pour un moment à la culture de masse de plus en plus homogénéisée par la mondialisation.

LE CHEZ NOUS TOURISTIQUE IDÉAL...

Reste à préciser une énorme question : y a-t-il un territoire plus favorable que les autres pour amener les hôtes à interagir dans un « système d'intervention touristique » ? Si l'on se place de nouveau du point de vue du touriste, je pense qu'il aspirera d'autant plus à entrer dans l'intimité de ses hôtes qu'il sera proche d'eux physiquement. C'est donc d'abord au niveau local qu'il faudrait développer cette capacité d'agir, en tant qu'hôtes, comme un collectif d'accueil.

A première vue, ce raisonnement est acceptable. Mais il place tout le poids de l'accueil sur les agents du niveau local (ville ou quartier d'une ville, village ou groupe de villages, etc.). Ce poids est lourd : localement, les acteurs se connaissent un peu plus entre eux, mais cela n'assure pas une meilleure collaboration ; en outre, dans la région, il peut manquer d'attractions, d'événements, de lieux, de paysages, etc. pour composer un bon programme d'activités ; enfin – par définition ou presque – le touriste est un grand nomade et le meilleur accueil local ne l'empêchera pas de repartir. Bien accueillir

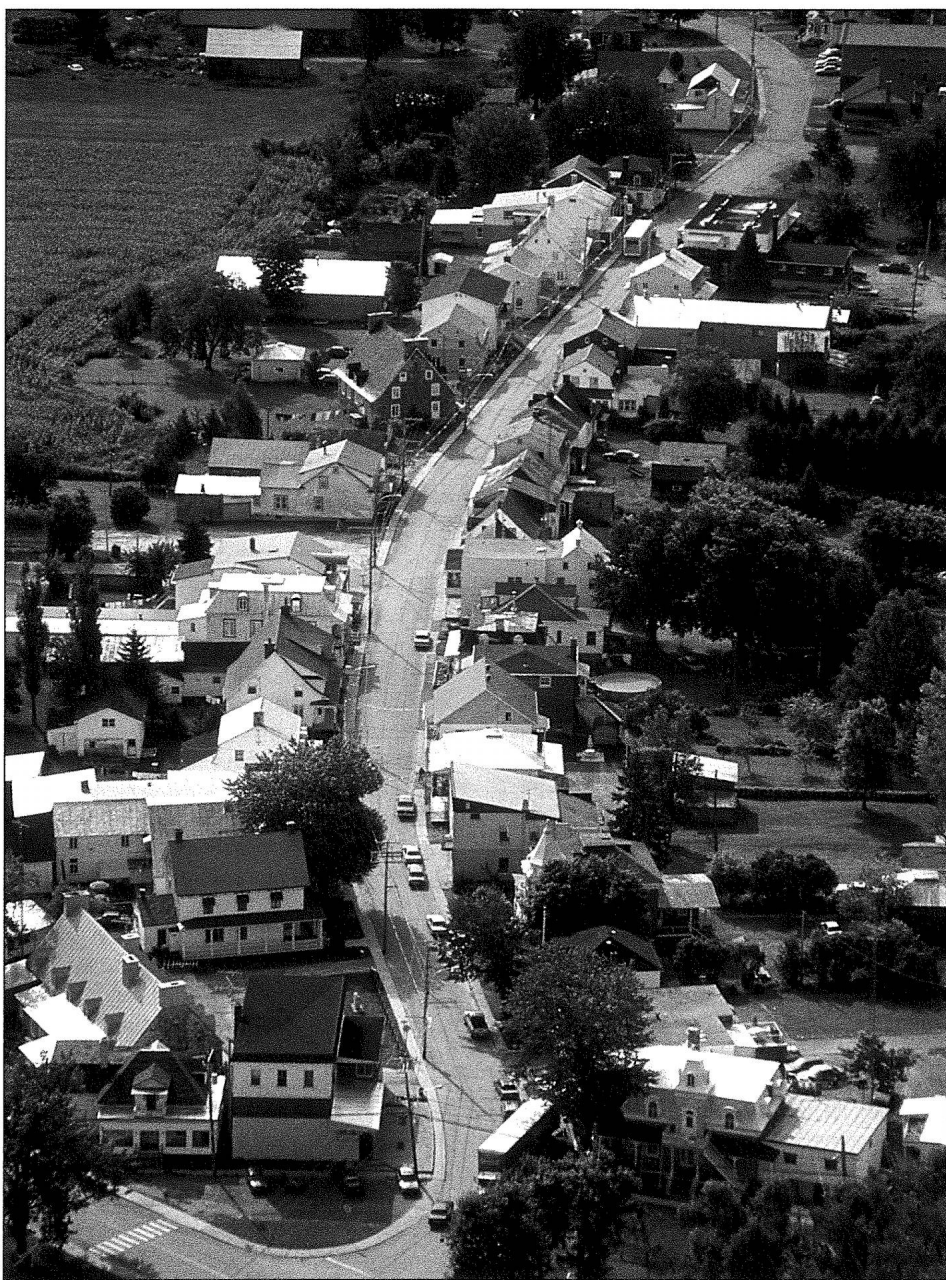


Photo : Pierre Lahoud

Vue aérienne de Sainte-Anne-de-la-Pérade

localement un touriste ne veut pas dire essayer de se l'attacher ! Au contraire, le sachant nomade, il faut constamment garder à l'esprit qu'il vient d'ailleurs et qu'il poursuivra sa route.

Finalement, le niveau local n'est peut-être pas le territoire par excellence pour favoriser le développement de collectifs d'accueil touristique. Reprenons l'exercice : nous cherchons à créer des collectifs d'accueil pour mieux révéler aux touristes ce que nous sommes, la maison que nous habitons, le contenu de cette maison, avec son histoire, ses souvenirs, etc. En d'autres mots, les collectifs d'accueil existeront pour permettre et orienter « les percées dans la culture du territoire » que les touristes désirent faire. Si tel est le défi, la première tâche est d'examiner les rapports entre culture et territoire.

Les très grandes villes sont des univers riches et complexes et leurs habitants peuvent produire une culture propre. Mis à part ces territoires très urbanisés, je ne vois que le niveau régional comme territoire capable de porter des cultures plus ou moins différentes de la culture nationale. On pourrait alors découper un territoire comme celui du Québec en « régions culturelles ». La traversée touristique du Québec serait alors un parcours allant d'une culture régionale à une autre, sans trop de répétitions, et le touriste, par touches successives, se bâtirait une vue d'ensemble en voyageant chez nous.

Le concept de culture régionale réfère à l'histoire inscrite dans un milieu physique : un territoire donné, fréquenté et utilisé par des groupes humains sur une longue période, a accumulé des strates culturelles ; les générations ont déposé, couche par-dessus couche, des sédiments. Dans l'histoire de ce territoire, dans la mentalité et les styles de vie de ses habitants d'aujourd'hui, dans les souvenirs archivés, dans la mémoire collective, notamment, on pourrait retrouver des traces, des témoins, des manifestations de certaines manières d'être, de penser et de faire ; bref, des composantes d'une culture enracinée là. Si les habitants actuels d'un territoire ont conscience du passé, le reconnaissent et le valorisent, la culture propre à cette région reste une culture vivante qui peut être ouverte à des étrangers-touristes.

C'est dans les limites de telles régions culturelles que les collectifs d'accueil

touristique devraient opérer. Les acteurs de ces collectifs d'accueil pourraient s'entendre d'abord sur le fond de leur action collective : QUE FAUT-IL PRÉSENTER, METTRE EN VALEUR, METTRE EN EXPOSITION, ANIMER, ETC. ? Il leur serait ensuite un peu plus facile de décider des attractions, de leur hiérarchie et de leur sacralisation ; enfin, les collectifs d'accueil pourraient créer vraiment des productions touristiques originales comme des circuits, des itinéraires, des visites guidées, des lieux d'interprétation.

Ainsi conçu, le périple d'un touriste dans une région, tout en étant fait d'expériences diverses, restera un voyage « accompagné », au sens premier de l'expression : faire bon accueil. Le touriste sentira toujours la présence de ses hôtes et, plus encore, la volonté de ceux-ci de le recevoir chez eux et de lui offrir un tour du propriétaire...

POST-SCRIPTUM

Existe-t-il des régions culturelles au Québec ? Des particularités culturelles suffisamment distinctes les unes des autres pour former des cultures régionales ? On débat ces questions depuis quelques générations. Entre-temps, le Québec est constamment découpé et re-découpé en territoires pour les fins de diverses administrations (politiques, religieuses, etc.).

Douter encore de l'existence de nos cultures régionales n'est qu'une expression d'un doute plus grand qui persiste quant à notre culture québécoise globale, quant à notre identité ; nos rapports à notre histoire sont faibles, pauvres, pleins de trous et d'erreurs grossières ; la conscience de nos valeurs propres est peu éveillée ; nous nous acceptons trop souvent encore dans le miroir que nous tendent les autres, ceux qui nous ont colonisés et dominés, ceux qui n'ont aucun intérêt à voir les Québécois s'affirmer fortement. Parmi ceux-ci, on trouverait sans chercher longtemps des grands décideurs du tourisme, plus intéressés à installer ici les équipements, les services et les personnels qu'ils installent partout ailleurs qu'à laisser germer et naître nos manières propres de dire et de faire les choses.

Personnellement, je m'enferme avec les gros volumes d'histoire régionale que continue à produire l'INRS-Culture et Société (plus d'une douzaine de régions

déjà traitées par ce projet sur une vingtaine annoncées) et je me retrouve. Chaque tome est une histoire différente et, en peu de temps, on se convainc qu'il y a des régions culturelles au Québec. Le monde du tourisme peut donc s'inspirer, s'il le veut, de ces travaux historiques de très grande envergure ; ceci l'aidera d'abord à revoir ses propres découpages régionaux qui n'ont jamais été fondés ni justifiés ; surtout, des collectifs d'accueil touristique pourront commencer à se constituer sur des bases solides pour agir ensuite non seulement comme des acteurs du développement touristique, mais encore comme des agents collectifs du développement régional.

Marc Laplante, sociologue, est professeur à la retraite de l'UQAM et membre du comité de rédaction de *Téoros*.



NOTES

- 1 Le Robert (1975), *Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*, Société du nouveau Littré, Paris, vol. 1, p. 35.
- 2 Or, l'information est probablement le contenu le plus facilement gérable ; je serais heureux qu'on parvienne à normaliser ce champ d'action, mais il ne servira à rien de gérer parfaitement ce secteur si l'on ne l'inscrit pas dans une large vision de l'accueil touristique.
- 3 Il y a encore des pays qui n'invitent pas les touristes (Corée du Nord, par exemple). Dans tous les pays, il y a des zones, des territoires fermés aux touristes (pour des fins militaires, etc.) et des lieux interdits (comme des lieux de culte fermés aux non pratiquants).
- 4 Ce sujet difficile et mal connu a été traité une première fois avec intelligence par Marie-Françoise Lanfant aux fins des cours sur les dimensions internationales du tourisme qu'elle a donnés à l'UQAM à l'automne 1986.

BIBLIOGRAPHIE

Groupe DBSF (1999), *Introduction, Document de consultation*, pour Tourisme Québec, novembre, p. 2.

Laplante, Marc (1996), *L'expérience touristique contemporaine. Fondements sociaux et culturels*, Québec, Presses de l'Université du Québec.