

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC

**MÉMOIRE
PRÉSENTÉ À
L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN LOISIR, CULTURE ET TOURISME**

**PAR
ANNICK MOREAU**

**MÉTHODE D'ÉVALUATION DU POTENTIEL
TOURISTIQUE DES MONUMENTS
HISTORIQUES EN MILIEU URBAIN**

FÉVRIER 2001

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire ou de cette thèse a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire ou de sa thèse.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire ou cette thèse. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire ou de cette thèse requiert son autorisation.

SOMMAIRE

De plus en plus, les touristes sont à la recherche d'expériences touristiques spécifiquement axées sur la culture. Les milieux urbains, qui regorgent de ressources culturelles, ont la possibilité de leur offrir ces expériences. Toutefois, le potentiel touristique des ressources culturelles de ces milieux est la plupart du temps méconnu et sous exploité par les collectivités locales. Pour cette raison et également parce qu'une recherche documentaire préliminaire avait confirmé l'absence d'instrument permettant d'évaluer le potentiel touristique des ressources culturelles en milieu urbain, ce mémoire porte précisément sur l'étude de ce potentiel. Cependant, comme les ressources culturelles en milieu urbain sont nombreuses, il se limite à l'étude d'un seul type, à savoir les monuments historiques. L'objectif de ce travail est donc d'élaborer une méthode d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain.

Cette méthode a été élaborée à partir de recherches portant sur l'évaluation d'attractions touristiques et de monuments historiques. Celles-ci ont permis de déterminer la majorité des variables retenues pour construire une grille préliminaire d'évaluation. Nous avons également ajoutées de nouvelles variables, jusqu'alors absentes des travaux d'évaluation.

La grille préliminaire a été soumise à une étape de validation réalisée par six juges spécialistes en tourisme et culture. Chacun d'entre eux a dû se prononcer sur la validité des variables et de leurs indicateurs et intervalles descriptifs. Par la suite, une vérification de l'applicabilité de la grille validée a été effectuée sur deux monuments historiques, soit un monument de la ville de Québec et un de la ville de Trois-Rivières. Finalement, trente variables d'évaluation, regroupées en onze catégories, composent la version finale de l'instrument d'évaluation.

La méthode élaborée permet de connaître le potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain au sens entendu dans ce travail. Elle permet d'établir des comparaisons entre le potentiel touristique des monuments historiques d'un même milieu urbain ou de milieux différents. Elle offre également l'opportunité d'envisager des possibilités de développement touristique pour les monuments historiques évalués.

En dernière analyse, la recherche entreprise dans ce mémoire sert de point de départ pour d'autres recherches sur le potentiel touristique pouvant mener à la connaissance du potentiel touristique de toutes les ressources culturelles en milieu urbain.

REMERCIEMENTS

J'exprime ma gratitude envers M. Robert Soubrier qui, en qualité de directeur de recherche, a su m'aider tout au long de la rédaction de ce mémoire. Je désire souligner la patience dont il a fait preuve à mon égard, même si la rédaction s'est échelonnée sur une longue période de temps.

Je souhaite particulièrement témoigner de la reconnaissance à Éric Vincent, mon fiancé, qui n'a jamais cessé de m'encourager et qui s'est toujours porté volontaire pour m'assister dans mon travail en cas de besoin. Il a été une source d'encouragements et d'inspiration pour moi.

Finalement, je veux remercier mes parents et mes ami(e)s qui se sont toujours intéressés au déroulement de mon travail. En bref, merci à ceux et celles qui savaient que je finirais ce mémoire un jour!

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES	i
LISTE DES TABLEAUX	vi
LISTE DES FIGURES	ix
LISTE DES CARTES	x
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 - DÉFINITION DES PRINCIPAUX CONCEPTS	6
1.1 TOURISME	6
1.1.1 Définitions du tourisme	7
1.1.1.1 Approche sociale du tourisme	8
1.1.1.2 Approche économique du tourisme	9
1.2 TOURISME CULTUREL	14
1.2.1 Définition du tourisme culturel	15
1.2.2 Lien entre le tourisme et la culture	17
1.2.2.1 Demande et offre du tourisme culturel	18
1.2.3 Motivation culturelle et touristes culturels	18
1.3 CULTURE	20
1.3.1 Culture québécoise	21
1.3.2 Culture et société	23
1.3.3 Culture touristique	24
1.3.4 Dimensions culturelles du tourisme	27
1.4 PATRIMOINE	28
1.4.1 Patrimoine et culture	30
1.5 POTENTIEL TOURISTIQUE	31
1.5.1 Contexte	31
1.5.2 Potentiel touristique versus attractivité touristique	32

1.6 RESSOURCE CULTURELLE	33
1.6.1 Monuments historiques	33
1.7 SYNTHÈSES ET CONCLUSIONS SUR LES CONCEPTS	35
 CHAPITRE 2 - CONTEXTE THÉORIQUE	 37
2.1 MODÈLE DE GEARING, SWART ET VAR	37
2.1.1 Observations générales	42
2.2 MODÈLE DE L'ATTRACTION TOURISTIQUE SELON MacCANNELL	43
2.2.1 Structure de l'attraction	44
2.2.2 Étapes de la sacralisation d'un <i>sight</i>	45
2.2.3 Observations générales	47
2.3 MODÈLE DE VAR, BECK ET LOFTUS	48
2.3.1 Observations générales	49
2.4 MODÈLE DE GOODRICH	49
2.4.1 Observations générales	52
2.5 MODÈLE DE RITCHIE ET ZINS	53
2.5.1 Observations générales	58
2.6 MODÈLE DE FERRARIO	59
2.6.1 Observations générales	64
2.7 MODÈLE DE KALMAN	65
2.7.1 Observations générales	67
2.8 MODÈLE DE GUNN	70
2.8.1 Observations générales	75
2.9 MODÈLE DE LAPLANTE	75
2.9.1 Mesures de la valeur des ressources touristiques	77
2.9.2 Mesures de la valeur des sacralisations <i>off-sight</i>	78
2.9.3 Mesures de la valeur des sacralisations <i>on-sight</i>	80
2.9.4 Mesures de l'attractivité totale	84
2.9.5 Observations générales	85

2.10 MODÈLE DE PEARCE	87
2.10.1 Observations générales	88
2.11 MODÈLE DU MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES DU QUÉBEC	90
2.11.1 Observations générales	92
2.12 MODÈLE DE GOBEL	94
2.12.1 Observations générales	97
2.13 MODÈLE DE HU ET RITCHIE	97
2.13.1 Observations générales	101
2.14 MODÈLE DE GUNN	102
2.14.1 Observations générales	104
2.15 BILAN SUR LE CONTEXTE THÉORIQUE	105
 CHAPITRE 3 - MÉTHODE DE RECHERCHE	 108
3.1 STRATÉGIE DE RECHERCHE	108
3.1.1 Stratégie de développement de la grille d'évaluation	108
3.1.1.1 Cadre d'analyse	109
3.1.1.2 Critères d'inclusion des variables dans la grille d'évaluation	114
3.1.1.3 Univers d'observation	115
3.1.2 Grille d'évaluation préliminaire	117
3.1.2.1 Identification des variables, indicateurs et intervalles descriptifs soumis aux juges	117
3.1.3 Stratégie de validation de la grille d'évaluation	140
3.1.3.1 Validation par la méthode des juges	140
3.1.3.2 Vérification de l'applicabilité de la grille d'évaluation	141
3.1.4 Modélisation de l'ensemble de la stratégie de recherche	145
 CHAPITRE 4 - RÉSULTATS DE RECHERCHE	 147
4.1 RÉSULTATS DE LA VALIDATION PAR LES JUGES	147
4.1.1 Les tâches d'évaluation	147
4.1.1.1 Pertinence des variables et des indicateurs	150

4.1.1.2 Importance des variables pour l'évaluation du potentiel touristique	183
4.1.2 Dimension artistique: Architecture	186
4.1.2.1 Inclusion de la variable <i>Style</i>	187
4.1.2.2 Inclusion de la variable <i>Construction</i>	187
4.1.2.3 Inclusion de la variable <i>Architecte</i>	188
4.1.3 Lacunes observées et critique du document envoyé aux juges	188
4.1.3.1 Potentiel touristique	189
4.1.3.2 Évaluation du potentiel touristique	189
4.1.3.3 Concept de monument historique	190
4.1.3.4 Intervalles-éléments versus intervalles-cotes	190
4.1.3.5 Concision au détriment de la compréhension	191
4.2 VERSION INTERMÉDIAIRE DE LA GRILLE D'ÉVALUATION	191
4.3 LES MÉTHODES DE MESURES	191
4.4 RÉSULTATS DE L'APPLICATION DE LA NOUVELLE GRILLE D'ÉVALUATION SUR DEUX MONUMENTS HISTORIQUES	192
4.5 VERSION FINALE DE LA GRILLE D'ÉVALUATION	204
CONCLUSION	205
SYNTHÈSE	205
OBSERVATIONS SUR LES RÉSULTATS OBTENUS	206
FORCES ET FAIBLESSES DE LA RECHERCHE	208
Méthode de recherche	208
Instrument d'évaluation	210
CONCLUSION GÉNÉRALE	211
RÉFÉRENCES	212
APPENDICES	218
APPENDICE A	
Définitions d'éléments ambivalents du patrimoine	219

APPENDICE B	
Intervalles descriptifs: intervalles-éléments et intervalles-cotes	221
APPENDICE C	
Identification des juges	223
APPENDICE D	
Évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain	224
APPENDICE E	
Critères d'inscription de la ville de Québec (1985) sur la liste du patrimoine mondial	253
APPENDICE F	
Statistiques complètes de l'évaluation faite par les juges pour la détermination de l'importance des variables en vue de l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain	254
APPENDICE G	
Calcul de la pondération pour les variables pourvues d'intervalles-cotes et d'intervalles-éléments	259
APPENDICE H	
Grille d'évaluation intermédiaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain après le processus de validation par les juges	261
APPENDICE I	
Grille fonctionnelle d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain	271

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1	Critères d'évaluation de l'attractivité touristique de Gearing, Swart et Var	38
Tableau 2	Attributs touristiques d'attrait selon Goodrich	51
Tableau 3	Facteurs généraux influençant l'attractivité totale d'une région touristique selon Ritchie et Zins	55
Tableau 4	Éléments socioculturels contribuant à l'attractivité d'une région touristique selon Ritchie et Zins	56
Tableau 5	Les trois formes de culture selon Ritchie et Zins	57
Tableau 6	Critère d'évaluation du potentiel touristique d'une attraction selon Ferrario	62
Tableau 7	Critères d'évaluation des bâtiments historiques de Kalman	66
Tableau 8	Quatre critères détaillés provenant de la liste des critères d'évaluation des bâtiments historiques de Kalman présentés dans le tableau 7	68
Tableau 9	Facteurs physiques à rechercher en vue d'identifier des zones avec potentiel pour le développement selon Gunn	74
Tableau 10	Liste des markers de sacralisation selon Laplante	81
Tableau 11	Critères d'évaluation de l'intérêt d'un bien culturel ou d'un territoire et de l'opportunité de lui attribuer un statut juridique, du Ministère des Affaires culturelles	91

Tableau 12	Composantes de tourisme extraites du contexte théorique de Gobel	95
Tableau 13	Attributs touristiques nécessaires à l'évaluation de l'attractivité touristique selon Hu et Ritchie	100
Tableau 14	Variables d'attractions touristiques, d'événements, de services et d'accessibilité identifiées par les auteurs recensés dans le contexte théorique	127
Tableau 15	Grille d'évaluation préliminaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain	128
Tableau 16	Exemple de grille soumise aux juges pour valider la pertinence des variables, des indicateurs et des intervalles descriptifs	148
Tableau 17	Exemple de grille permettant aux juges d'indiquer l'importance relative de chacune des variables	149
Tableau 18	Importance allouée aux variables à la suite de la validation faite par les juges	184
Tableau 19	Fiche signalétique de la Maison Henry-Stuart pour l'évaluation du potentiel touristique	193
Tableau 20	Fiche descriptive pour l'évaluation du potentiel touristique du monument historique Henry-Stuart	194
Tableau 21	Fiche signalétique du Manoir de Tonnancour (Maison Deschenaux) pour l'évaluation du potentiel touristique	197
Tableau 22	Fiche descriptive pour l'évaluation du potentiel touristique du manoir de Tonnancour	198

Tableau 23

Fiche d'évaluation du potentiel touristique de la Maison Henry-Stuart et du Manoir de Tonnancour (maison Deschenaux)

202

LISTE DES FIGURES

Figure 1

Les séquences de l'expérience touristique globale. _____ 25

Figure 2

Culture touristique: une rencontre interculturelle _____ 26

Figure 3

Concept ville-attraits de zone de destination touristique: Diagramme des éléments clés et de leur relation, de toute importance pour la recherche de potentiel. _____ 72

Figure 4

Cadre d'analyse inspiré de travaux de différents auteurs. _____ 109

Figure 5

Modélisation de l'ensemble de la recherche. _____ 146

LISTE DES CARTES

Carte 1

Ville de Québec _____ 281

Carte 2

Ville de Trois-Rivières _____ 282

Carte 3

Ville de Québec, périmètre de 500 m autour de la Maison Henry-Stuart _____ 283

Carte 4

Ville de Trois-Rivières, périmètre de 500 m autour du Manoir de Tonnancour _____ 284

INTRODUCTION

Le mot tourisme fait aujourd’hui partie du vocabulaire international (Boyer, 1997). Il provient du mot français « touriste » qui lui même découle du mot anglais *tourist*. À l’origine de ce terme anglais se trouve *The Tour*. Ce dernier désigne un voyage qu’effectue le jeune anglais bien nanti en Europe de l’Ouest à partir de la fin du XVIII^e siècle. Le jeune aristocrate anglais voyage à des fins pédagogiques, quoique l’étude ne soit pas sa priorité. L’aristocratie voyage; elle s’amuse plus qu’autres choses. Nulle part ailleurs, il n’existe une telle pratique au XVIII^e siècle. Le mot « tourisme », quant à lui, n’a émergé que beaucoup plus tard, même bien après l’apparition du vocable « touriste » (Boyer, 1982: 7-8, 1997: 455-456).

Cette pratique s’est répandue jusqu’en Europe au XIX^e siècle et par la suite jusqu’en Amérique du Nord, dès le dernier tiers du XIX^e siècle. Ce sont toujours les couches supérieures de la société qui peuvent se permettre d’explorer de nouvelles contrées. En fait, « Aller en vacances dans les lieux à la mode devient un signe de distinction et d’élévation sociale » (Boyer, 1997: 460; Laplante, 1992: 50). Il n’y a pas encore de démocratisation de la pratique du voyage au XIX^e siècle, ni même au début du XX^e siècle. Ce n’est qu’à partir du milieu du XX^e que le tourisme devient une pratique un peu plus accessible pour une bonne partie de la société dans les pays développés (Boyer, 1997: 460; Laplante, 1992: 50). Il y a apparition du tourisme international de masse dès la Seconde Guerre mondiale. Ce tourisme ne cesse d’augmenter depuis ce temps.

Actuellement, le tourisme est en voie de devenir l’industrie la plus importante dans le monde (Ratnapala, 1997: 3). Depuis plusieurs années, la croissance du tourisme à l’échelle mondiale connaît un développement extraordinaire. Par exemple, le nombre de touristes ne cesse d’augmenter, de même que les recettes touristiques (Tourisme Québec, 2000: 13). En

fait, il y avait 25 282 000 arrivées de touristes internationaux en 1950, alors qu'en 1998, le nombre d'arrivées est passé à 625 236 000. En ce qui a trait aux recettes touristiques internationales, elles s'élevaient aux alentours de 2 milliards de dollar US en 1950, tandis qu'elles dépassent les 444 milliards de dollar US en 1998 (Organisation Mondiale du Tourisme [OMT], vol. 1, 51e édition: 2). En fait, l'augmentation de l'espérance de vie, des revenus, du temps de retraite, de la connaissance du phénomène du tourisme, ainsi que l'augmentation de l'accessibilité à ce phénomène sont à la base de la popularité grandissante du tourisme.

Le terme « tourisme » n'est plus le seul terme utilisé. La famille terminologique s'est agrandie. Il est maintenant question d'agrotourisme, de cyclotourisme, d'écotourisme, de tourisme d'aventure, de tourisme religieux. Le tourisme dit culturel a également fait son apparition dans la grande famille terminologique du tourisme (Patin, 1994: 30). C'est en 1963, par le biais du Conseil économique et social des Nations Unies, que s'affirme une première reconnaissance du tourisme culturel (Daigle et Maheu, 1998: 3). Aujourd'hui, le tourisme culturel représente un segment de marché en croissance pour l'industrie touristique. « L'OMT estime que 37% de tous les voyages comprennent un élément culturel et que le taux de croissance annuelle de ce type de voyages sera de 15% au tournant du millénaire » (Daigle et Maheu, 1998: 4). Toutefois, il est difficile d'avancer des chiffres permettant de visualiser l'ampleur du phénomène. En effet, le tourisme culturel est encore difficilement quantifiable (Daigle et Maheu, 1998: 3-4).

Qui plus est, le tourisme culturel est laborieusement définissable; il existe autant de définitions que d'auteurs qui ont étudié le sujet. Parmi celles-ci retenons celle de Daigle et Maheu (1998) qui définit le tourisme culturel comme étant:

un contact plus ou moins intense, lors d'un voyage, avec la personnalité d'une collectivité et ses différentes formes d'expression. Il fait appel à l'imagination créatrice des individus, à leur esprit d'ouverture et à leur sens de l'aventure: il repose sur la qualité des

liens qui s'établissent entre le visiteur et l'attrait culturel, et sur leur désir de partager (p. 1).

Parmi les différentes destinations touristiques proposées aux touristes culturels ou non se trouvent les milieux urbains. Ces derniers sont intéressants pour le tourisme, car il est possible d'y retrouver une concentration et une grande variété d'attractions, de services et d'infrastructures sur un territoire restreint (Pearce, 1993: 274). De plus, les milieux urbains sont des secteurs d'intervention propre au tourisme culturel (Mottura, 1994: 216). En effet, ils sont pourvus de plusieurs attractions culturelles (ressources culturelles) présentant la culture du visité au visiteur en quête d'expériences touristiques axées sur la culture.

Pour tirer profit de la croissance du tourisme culturel, les milieux urbains doivent bien connaître leurs ressources culturelles; ils doivent savoir si elles ont un potentiel touristique et s'il y a possibilité de développement touristique pour ces ressources. Cependant, il y a méconnaissance au niveau de ce potentiel, car «en milieu urbain, les services culturels des villes sont encore peu tournés vers l'idée que le potentiel culturel d'une agglomération urbaine doive aussi être l'objet d'un tourisme [...]» (Rizzardo, 1994: 84). En fait, il est souvent question que le tourisme et la culture aient tendance à se bouder, voire à s'ignorer l'un et l'autre (Viau, 1992: 120). Néanmoins, une volonté d'unir le tourisme et la culture se fait de plus en plus sentir autant au niveau du secteur touristique qu'au niveau du secteur culturel. Chacun des deux secteurs peut profiter des bénéfices offerts par l'autre.

Cette recherche vise donc à contribuer au rapprochement du secteur touristique et culturel. La tâche étant vaste, en raison de la multitude de ressources culturelles se trouvant dans un milieu urbain, nous avons choisi de nous limiter à l'étude du potentiel touristique des monuments historiques. Par ailleurs, un monument historique est un : «immeuble qui représente un intérêt historique par son utilisation ou son architecture» (Ministère des

Affaires culturelles¹, 1986). De plus, pour éviter qu'il y ait confusion, nous ajoutons que dans cette étude un monument historique est un « bâtiment » dont il est possible de visiter l'intérieur et l'extérieur. Pour être en mesure de reconnaître les immeubles représentant un intérêt historique, nous nous limiterons à ceux classés ou reconnus par le Ministère de la culture et des communications ou cités par les villes, en vertu de la Loi sur les biens culturels (L.R.Q., chapitre B-4). Ainsi, les monuments historiques pourvus d'un des trois statuts (classement, reconnaissance, citation), nous assure de leur valeur historique.

Nous nous intéressons au potentiel touristique sur une base culturelle plutôt que sur une base économique. Ce que nous entendons par potentiel touristique, c'est la combinaison entre la possibilité qu'ont les monuments historiques d'attirer les touristes culturels et la possibilité qu'ils ont de leur faire vivre une expérience touristique axée sur la culture. Sous ce rapport, il faut avant tout que les touristes soient attirés au monument historique et par le monument historique. De plus, il est question dans cette recherche d'une expérience touristique qui permet de faire connaître la culture québécoise aux touristes. Il s'agit donc d'une étude réalisée indépendamment des caractéristiques économiques pouvant influencer le potentiel touristique des monuments historiques. Ce sont les caractéristiques propres des monuments historiques, c'est-à-dire ce qu'ils sont, ce qui a été fait d'eux et leur positionnement qui permettront de savoir s'ils ont un potentiel touristique tel que nous l'entendons. Cette étude sert donc de point de départ pour des recherches ultérieures sur les autres ressources culturelles se trouvant en milieu urbain et sur tout ce que couvre le concept de potentiel touristique qui permettrait à un milieu urbain étudié d'avoir une meilleure connaissance de tous ses atouts culturels possédant un potentiel touristique au sens large.

L'objectif de la présente recherche est donc d'élaborer une méthode d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. Afin d'atteindre cet objectif, nous introduirons tout d'abord les concepts de base de cette étude. De plus, nous

¹ Le Ministère des Affaires culturelles a été remplacé par le Ministère de la culture et des communications.

procéderons à une revue de littérature exhaustive dans le but d'extraire les principaux fondements pour l'élaboration d'un cadre d'analyse. Ensuite, nous exposerons la méthode de recherche privilégiée dans cette étude pour répondre à l'objectif de recherche. Puis, nous présenterons les résultats de la recherche, soit l'outil d'évaluation élaboré. Enfin, nous terminerons en présentant la synthèse, les observations générales, les forces et les faiblesses ainsi que la conclusion générale de la recherche.

CHAPITRE 1

DÉFINITION DES PRINCIPAUX CONCEPTS

Le présent chapitre expose les principaux concepts utilisés dans le cadre de cette recherche soit ceux de: tourisme, tourisme culturel, culture, patrimoine, potentiel touristique et ressources culturelles.

1.1 TOURISME

L'étude du phénomène de tourisme est toute récente. Longtemps le tourisme a existé sans que l'on sache ce qu'il représentait exactement. Aujourd'hui, après quelques années de recherche sur le sujet, nous en savons un peu plus sur lui, sans toutefois être capable de définir et de comprendre clairement son concept. La difficulté de définition et de compréhension de ce phénomène réside dans le fait qu'il désigne une variété de concepts, compte tenu de la provenance de ses racines théoriques et empiriques, même s'il est utilisé comme un simple terme. En fait, les définitions proviennent de plusieurs disciplines telles que la géographie, l'économie, la sociologie, la psychologie (Gilbert, 1990: 5; Gunn cité dans Tribe, 1997: 647).

Chacune de ces disciplines, par le biais de ses connaissances, ses théories et ses études, a fourni une base au savoir touristique. Étant donné que cette base est multidisciplinaire, il n'est pas surprenant que le tourisme soit considéré comme multi-conceptuel. Il n'est pas curieux non plus que le tourisme soit complexe à définir et à comprendre. Chacun de leur côté, les chercheurs appréhendent le tourisme armé de leur seule discipline. Ils font des démarches autonomes (études sectorielles, monographies locales) pour faire avancer les connaissances sur le tourisme sans nécessairement tenir compte des autres disciplines (approches parcellaires) (Boyer, 1997: 466). Ainsi, chacun possède sa propre définition restreinte du tourisme en lien avec sa discipline et permettant de répondre à des besoins

particuliers, d'où la multiplicité des définitions. Selon Gilbert, la définition est acceptable en autant que des explications claires soient données sur l'utilisation et l'application de chacune des définitions (1990: 25). Puis selon Boyer, une approche transdisciplinaire est souhaitable pour favoriser l'épanouissement épistémologique. Il faut éviter les oeillères disciplinaires (1997: 466, 471). Bref, selon ces deux auteurs, pour être en mesure de mieux cerner le phénomène de tourisme, il faut que les chercheurs connaissent le champ d'action et les limites de leurs définitions, en plus d'avoir un aperçu plus vaste de ce phénomène que celui donné par leur seule discipline.

En résumé, force est d'admettre qu'il n'existe aucune définition exclusive englobant toutes les facettes du phénomène de tourisme, encore moins une définition officiellement reconnue mondialement. Cette constatation fait d'ailleurs consensus parmi tous les auteurs et les chercheurs travaillant sur le sujet, que nous avons consultés (Boyer, 1997: 464; Demers, 1987: 3, 5; Gilbert, 1990: 25; McIntosh et Goeldner, 1984: 4; Tribe, 1997: 639).

1.1.1 Définitions du tourisme

C'est à partir de la crise de 1929 qu'un besoin s'est fait sentir de définir le tourisme. En effet, celui-ci intervenant dans la balance des paiements, il s'avérait intéressant de lui prêter davantage attention. En premier lieu, ce sont les organismes internationaux qui proposent des définitions. Celles-ci mettent davantage l'accent sur l'aspect économique du tourisme plutôt que sur le mobile de déplacement (Boyer, 1997: 46) ou que sur les besoins des touristes (Gilbert, 1990: 9). Ce n'est que plus tard que les définitions à caractère social sont apparues. Ce sont les chercheurs autonomes en quête de connaissances théoriques et empiriques qui s'interrogent davantage sur la nature du tourisme. Dans cette partie, nous présentons deux définitions du tourisme qui permettent de couvrir les deux aspects importants de ce phénomène, soit l'aspect social et l'aspect économique.

1.1.1.1 Approche sociale du tourisme

La première définition, à *caractère social*, est proposée par Boyer et par l'Université du Québec à Montréal. Selon Boyer: « [le] Tourisme, [est un] ensemble de phénomènes culturels résultant du voyage et du séjour temporaire de personnes hors de leur domicile quand ces déplacements tendent à satisfaire dans le loisir un besoin culturel de la civilisation industrielle » (Boyer cité dans Boyer, 1997: 231). L'UQAM a fait un ajout à cette définition telle que: « ...en tant que ces déplacements tendent à satisfaire au besoin d'harmonisation du corps et de l'esprit à travers la rencontre d'autres personnes, d'autres civilisations hors le contexte quotidien que lui impose la civilisation industrielle »². Cette nouvelle partie est venue ajouter une fonction au tourisme.

Tout d'abord, il est à noter que les voyages et les déplacements sont des caractéristiques propres au tourisme (Gilbert, 1990: 11). Par le fait même, il en est question dans cette définition. Toutefois, ce qui a retenu notre attention se trouve dans sa première partie. Il s'agit de l'importance que Boyer a octroyée aux phénomènes culturels vécus lors d'un voyage, ainsi que l'importance accordée aux besoins culturels de la civilisation industrielle. Selon Boyer, le mot « culturel » signifie participation, échange, processus (Boyer, 1982: 2, 1997: 468). En ce qui concerne le «esoin culturel», il est apparu avec l'avènement de la civilisation industrielle. Il varie en fonction du contexte culturel dans lequel vit l'intéressé au voyage. En effet, ce dernier fait un choix individuel de destination, mais celui-ci est influencé par divers facteurs en lien avec son contexte culturel. Malgré les influences auxquelles est soumis l'intéressé, le tourisme est vu comme un exercice culturel profitable à la condition que le voyage permette l'acquisition de valeurs de civilisation, l'apprentissage de nouvelles connaissances et le dépaysement (Boyer, 1982: 10-14). Bref, qu'il permette de faire vivre une expérience touristique aux touristes.

² UQAM, Note H.A.R, 2400 du 27-IX-1977. Dans (Boyer, 1997: 465).

1.1.1.2 Approche économique du tourisme

En ce qui concerne la deuxième définition, à *caractère économique*, elle nous provient de Py et elle se présente comme suit: « Le tourisme a pour objet une production et une consommation de biens et de services hétérogènes qui concourent à la satisfaction de besoins de touristes et de non-touristes (produits alimentaires, vêtements, transports, hébergements, loisirs...) » (Py, 1986: 11). Cette dernière met en lumière les caractéristiques de l'offre et de la demande touristiques.

Demande touristique

Selon Py, la demande touristique est liée aux besoins culturels de certains individus en quête d'expériences touristiques (1986:17-34). Celle-ci correspond donc aux déplacements périodiques et temporaires effectués par ces individus pour des motifs de voyages autres que le travail ou une activité rémunérée. De plus, à toute demande touristique correspond une consommation touristique réalisée par ces individus, c'est-à-dire les touristes. En ce qui la concerne, elle résulte des dépenses faites par la demande touristique sur une série de services et de biens. Elle s'exprime en termes monétaires. Finalement, pour Py, la demande touristique et la consommation touristique sont des termes complémentaires.

Dès maintenant, il nous intéresse de donner un bref aperçu des caractéristiques de cette demande et de cette consommation. En premier lieu, elles bénéficient d'un accroissement mondial, tel que nous l'avons mentionné dans l'introduction. En deuxième lieu, elles sont concentrées dans l'espace: l'émission et la réception de touristes varient d'un pays à l'autre. De plus, elles sont concentrées dans le temps: seulement quelques mois, voire quelques semaines composent la période touristique (certains pays détiennent une période touristique plus longue que d'autres). En troisième lieu, il existe une multiplicité de facteurs influençant la demande touristique et la consommation touristique soit, les facteurs socio-

économiques, les facteurs démographiques, les facteurs physiologiques et psychosociologiques, et les facteurs politiques. Bref, croissance, concentration, dépendance d'une multitude de facteurs caractérisent ces deux termes complémentaires.

Offre touristique

Toujours selon Py, l'offre et la production touristiques représentent les services et des biens finaux créés par le secteur touristique au cours d'une période déterminée (1986: 35-97). Premièrement, l'offre touristique, qui intègre aussi bien la production que les producteurs de l'offre, est hétérogène. Il y a de l'hétérogénéité partout. Tout d'abord, il y en a dans la production: hétérogénéité du produit touristique³ comprenant divers éléments tels que les éléments attractifs, ainsi qu'hétérogénéité des composantes du produit touristique comprenant les éléments d'accompagnements, tels que l'hébergement et les moyens de transport. Il y a aussi diversité des produits finaux. D'après Py, « L'offre de tourisme repose sur la proposition diversifiée de produits touristiques bâtis autour d'un thème mobilisateur; en ce sens, on peut affirmer qu'il n'y a pas de tourisme sans thème » (1986: 39). De même, il y a hétérogénéité parmi les producteurs de tourisme. Deuxièmement, il y a croissance diversifiée de la production. En fait, cette croissance se mesure à deux niveaux: celui de la capacité de production et celui de la production réellement concrétisée. Dans les deux cas, la croissance est très inégale. Pour tout dire, certains éléments de production ou certains produits touristiques sont plus favorisés que d'autres. Troisièmement, l'offre est très rigide. Elle ne se déplace pas, elle n'est pas entreposable et elle est plutôt inélastique (il y a quelques exceptions à cela). Quatrièmement, il y a inadaptation de l'offre à la demande. D'un côté, il y a une sous-utilisation de l'offre, la demande n'est pas assez grande pour l'offre disponible. D'un autre côté, il y a insuffisance de l'offre, la demande est trop grande pour l'offre disponible. En d'autres termes, il y a un déséquilibre entre l'offre et la demande. Finalement, l'hétérogénéité

³ Pour l'auteur Py et pour d'autres auteurs (Chassé & Thomin, 1992: 12; Demers, 1987: 12; Gilbert, 1990: 21), le produit touristique est formé d'un amalgame d'éléments. Ces derniers proviennent de divers secteurs de l'économie et font l'objet d'une consommation successive.

de l'offre, sa croissance diversifiée, sa rigidité et son adaptation imparfaite à la demande, caractérisent l'offre et la production touristiques.

Attraction touristique

Au sein de l'offre touristique, tel que vu par Gunn, se trouve la composante d'attraction touristique. Pour tous les auteurs qu'il nous a été donné de lire, celle-ci est très importante. En fait, sans elle, il n'y aurait pas de tourisme, donc pas d'offre touristique (Gunn, 1972). Elle représente donc l'élément de base par lequel le tourisme est développé. Par conséquent, l'attraction touristique est la plus importante composante de l'offre touristique, du système touristique (Ferrario, 1979 a: 18; Gunn, 1994: 57; Lundberg cité dans Lew, 1994: 291; Pearce cité dans Lew, 1994: 291; Swarbrooke, 1995: 3).

En ce qui concerne les tentatives pour définir l'attraction touristique, elles sont plutôt infructueuses. Par exemple, Middleton a tenté sa chance en définissant l'attraction touristique comme étant une: « une ressource permanente désignée qui est contrôlée et administrée pour le plaisir, l'amusement, le divertissement et l'éducation des visiteurs (traduction libre) » (Middleton cité dans Yale, 1992: 1)⁴. Bien que cette définition soit intéressante, d'après Yale, elle ne réussit pas à englober tout ce qui peut être attraction touristique (1992: 1). Premièrement, ce ne sont pas toutes les attractions touristiques qui sont désignées; une plage ne l'est pas. Deuxièmement, les attractions touristiques ne sont pas toutes permanentes: les festivals, le changement de la garde (Citadelle de Québec). Troisièmement, celles-ci ne sont pas toutes contrôlées et administrées, tel le climat qui est une des principales attractions touristiques à travers le monde. Laplante, quant à lui, défini l'attraction touristique comme étant « quelque chose » qui attire les touristes à un endroit, contrairement aux autres composantes de l'offre touristique (Laplante, 1985: 23). Toujours selon Yale, cette définition

⁴ Traduction libre de: *designated permanent resource which is controlled and managed for the enjoyment, amusement, entertainment and education of the visiting public.*

est trop vague pour être significative (1992: 1). Bref, il est laborieux de fournir une définition universelle de l'attraction touristique. Néanmoins, la théorie des attractions touristiques de MacCannell présentée dans le chapitre 2 apportera davantage de précisions sur celles-ci.

Catégories d'attractions touristiques

Finalement, les attractions touristiques sont composées d'éléments diversifiés. Puisque ceux-ci sont variés, les attractions touristiques s'en trouvent variées d'autant. Alors, pour bien s'y retrouver parmi toutes ces attractions, celles-ci peuvent être subdivisées en catégories selon leurs caractéristiques. Ces catégories peuvent être présentées différemment suivant les auteurs. En ce qui concerne Yale, il voit une distinction entre les attractions touristiques **intérieures** et les attractions touristiques **extérieures**, celles **fabriquées par l'homme** et celles **naturelles**; celles qui sont permanentes et situées à un endroit précis (**sites**), et celles qui sont temporaires (**événements**) (Yale, 1992: 2). Bref, d'une multitude d'éléments ayant une valeur touristique, résulte une multitude d'attractions touristiques pouvant être distribuées en catégories.

Les éléments de base des attractions touristiques sont les ressources naturelles et culturelles. Ces éléments de base peuvent aussi être appelés des ressources touristiques, c'est-à-dire « n'importe quelle installation étant ou pouvant être utilisée par les touristes (traduction libre) »⁵ (Ashworth et Tunbridge, 1990: 57). Par exemple, les monuments historiques, qui sont des ressources culturelles, peuvent être ou devenir attractions touristiques (attractions touristiques culturelles).

⁵ Traduction libre de: *any facility which is, or could be used by tourists.*

Impact économique du tourisme

L'industrie touristique peut être importante pour le développement économique d'une ville, d'une région, d'un pays. Cependant, il est particulièrement ardu d'évaluer en totalité l'impact économique du tourisme au sein d'une économie. Les prochains paragraphes permettront de faire la lumière sur les phénomènes complexifiant l'évaluation de cet impact.

Tout d'abord, Demers mentionne qu'il existe deux types d'effets associés au tourisme: les effets structurels et les effets conjoncturels (1987: 276-295, 1990: 49). Les premiers effets sont générés par les investissements à des fins touristiques, par exemple pour le développement de produits conçus pour les touristes. Les deuxièmes impliquent les sommes dépensées par les touristes à une destination, c'est-à-dire les dépenses de consommations. En ce qui concerne ces derniers effets, ils engendrent deux types de revenus: directs et indirects. Les revenus directs s'obtiennent par la dépense immédiate d'un touriste pour un produit touristique. Le touriste rapporte directement aux fournisseurs du produit touristique, par exemple à un musée, un restaurant, un hôtel. Pour ce qui est des revenus indirects, ils résultent des entreprises qui approvisionnent les fournisseurs de produits touristiques, par exemple de la nourriture pour les restaurants, des draps pour les hôtels.

Pour en revenir aux produits touristiques, ils sont composés d'un amalgame d'éléments. Parmi ces éléments, il s'en trouve certains conçus uniquement pour les touristes, alors que d'autres ne leur sont pas exclusifs. Dans le premier cas, il est aisé de déterminer la part exacte du tourisme dans l'économie. Dans le deuxième cas, cela devient plutôt laborieux (Py, 1986: 13).

Tout bien considéré, « (...) l'industrie touristique implique d'innombrables composantes [effets, revenus] et emprunte divers éléments [produits touristiques] à plusieurs secteurs d'activités » (Demers, 1990: 49). C'est en grande partie l'éparpillement de ces

composantes et de ces éléments qui rend difficile l'évaluation globale de l'impact économique du tourisme sur une économie. Par le fait même, des statistiques fiables et homogènes à ce sujet sont rarissimes (Py, 1986: 14-15).

1.2 TOURISME CULTUREL

Le concept de tourisme culturel ne fait pas l'unanimité. Pour Lanquar (1994: 46), il s'agit d'un concept étroit alors que pour Rizzato (1994: 178), il couvre moult réalités très différentes. Pour Jacques Rigaud (cité par Rizzato, 1994), tout le tourisme n'est pas culturel. En revanche, Colardelle (1994: 34) et Roederer (1994: 92) pensent qu'il est intrinsèquement culturel. Pour eux, le tourisme culturel a toujours eu sa place dans le concept de tourisme. Néanmoins, le mot est prononcé de plus en plus souvent (Colardelle, 1994: 34), comme s'il venait juste de faire son apparition. L'explication est simple: le tourisme culturel est un secteur en pleine croissance au sein de l'industrie touristique. D'ailleurs, plusieurs auteurs et chercheurs semblent s'accorder à ce sujet (Ashworth, 1995: 265-266; Craik, 1997: 123; Jansen-Verbeke, 1996: 6; Viau, 1992: 115).

Pourtant, il n'existe aucune statistique formelle de l'augmentation de ce type de tourisme. Il n'est déjà pas aisés d'obtenir des statistiques sur le tourisme en général en raison de la difficulté de la définition de ce concept. Alors, il s'avère encore plus difficile d'en recueillir sur un type de tourisme en particulier. Pour être en mesure d'affirmer qu'il y a une augmentation de l'intérêt pour le tourisme culturel, des constatations générales ont été faites. À partir de données éparses accumulées pour différents besoins, il semble possible de faire une généralisation. Par exemple, il a été constaté que le nombre de visiteurs s'est intensifié dans plusieurs installations culturelles en milieu urbain (pas dans toutes les installations culturelles) (Ashworth, 1995: 266). Ces constatations semblent corroborer la hausse de l'intérêt pour le tourisme culturel. Toutefois, selon Ashworth (1995: 266), ces quelques données éparses ne sont pas suffisantes pour tirer des conclusions.

Selon Ashworth (1995: 266), il faut plutôt voir l'intégration du tourisme culturel à deux contextes en pleine croissance. En premier lieu, il y a une continue augmentation du nombre de voyages vers diverses destinations. Entre autres, les villes s'offrent comme destination touristique pour les voyageurs. En effet, elles attirent les voyageurs avec leur grande variété de fonctions et d'attractions, dont les attractions culturelles ne sont qu'une partie. En deuxième lieu, un changement dans la nature de la société a occasionné une évolution dans le comportement des consommateurs de tourisme. Ceux-ci jouissent dorénavant de motifs culturels lorsqu'ils voyagent. Désormais, ils consomment des produits touristiques culturels (Ashworth, 1995: 266; Craik, 1997: 120), ce qui n'était pas le cas auparavant. Autrefois, ces produits étaient réservés aux élites (Ashworth, 1995: 266). Ces deux contextes marquent donc un bon point de départ pouvant justifier l'intensification de l'intérêt pour le tourisme culturel. Selon Jansen-Verbeke (1996: 7), la nouvelle motivation culturelle des voyageurs suffit à démontrer l'importance de plus en plus grande de ce type de tourisme.

1.2.1 Définition du tourisme culturel

Pour mieux comprendre le concept de tourisme culturel, il faut en donner une définition. Cependant, tout comme le concept de tourisme, il n'existe aucune définition universelle du concept de tourisme culturel (Jansen-Verbeke, 1996: 7; Silberberg, 1995: 361). Une définition du tourisme a déjà été énoncée dans l'introduction et deux autres seront exposées dans cette partie afin de donner un bon aperçu des réalités couvertes par le concept de tourisme culturel.

La première définition de Silberberg (1995) présente le tourisme culturel ainsi: « visites par personnes de l'extérieur d'une communauté hôte *motivées* entièrement ou en partie par des intérêts pour le patrimoine historique, artistique, scientifique ou le style de vie

offerts par une communauté, une région, un groupe ou une institution [ajout personnel des italique]⁶ » (p. 361). Tandis que la deuxième, de Craik (1995), va comme suit: « [Le tourisme culturel consiste à] faire des excursions dans d'autres cultures et endroits pour *apprendre* sur les gens, leur style de vie, leur patrimoine et leurs arts, en s'assurant que la représentation de ces cultures et de leur contexte théorique soit authentique [ajout personnel des italiques]⁷ » (p. 121). Puis, pour compléter ces deux définitions nous désirons ajouter un énoncé de Fabrizio (1997): « [...] le tourisme culturel [...] ne peut exister qu'à la condition qu'une partie du monde se donne en spectacle à l'autre en affichant sa différence » (p. 11).

Considérant ces deux définitions, elles s'avèrent similaires à plusieurs niveaux. Toutes les deux font mention des déplacements des voyageurs vers d'autres endroits que leurs lieux d'origine. Ce sont là des caractéristiques propres au tourisme. Elles comportent également à peu près les mêmes composantes d'histoire, d'art, de patrimoine, de culture, montrant la spécificité de ce type de tourisme. En effet, le tourisme culturel se trouve plus précis que lorsqu'il est question de tourisme en général. Puis, chacune des définitions présentées dans ce mémoire possède des caractéristiques propres. En ce qui concerne la première, elle met l'accent sur la motivation des touristes à participer au tourisme culturel. Elle laisse entendre que les touristes peuvent être motivés en partie ou en entier par les composantes du tourisme culturel, une motivation résultant des besoins culturels de vivre des expériences touristiques axées sur la culture. Notamment, s'ils ne sont pas motivés par les composantes de ce type de tourisme, alors il n'y a pas lieu de parler de tourisme culturel. À l'inverse, si une certaine motivation se fait valoir à l'égard de ces composantes, alors il y a tout lieu de parler de tourisme culturel. Quant à la deuxième définition, elle met l'accent sur un phénomène très important, soit l'apprentissage que procure le tourisme culturel, aux touristes, par le biais de

⁶ Traduction libre de: *visits by persons from outside the host community motivated wholly or in part by interest in the historical, artistic, scientific or lifestyle/heritage offerings of a community, region, group or institution.*

⁷ Traduction libre de: *[Cultural tourism consists of] customised excursions into other cultures and places to learn about their people, lifestyle, heritage and arts in an informed way that genuinely represents those cultures and their historical contexts.*

ces composantes. Un apprentissage qui est requis pour vivre une véritable expérience touristique axée sur la culture. En ce qui a trait à l'ajout de l'énoncé de Fabrizio, il ne nécessite aucune explication supplémentaire tant il est explicite. En dernière analyse, la définition du tourisme culturel présenté dans l'introduction, en mettant l'emphase sur l'expérience touristique pouvant être vécue par les touristes, nous informe de l'importance accordée à cette expérience lors du tourisme culturel.

1.2.2 Lien entre le tourisme et la culture

Pour être en mesure de parler de tourisme culturel, il faut avant tout qu'il existe un lien entre le tourisme et la culture. Cependant, les recherches traitant du lien entre le tourisme et la culture sont encore peu nombreuses (Lanquar, 1994: 46). Tout de même, il est possible de constater que ces deux mondes se sont davantage rapprochés ces dernières années (Viau, 1992: 120). Les instigateurs de leur association sont autant les acteurs culturels que les acteurs touristiques (Silberberg, 1995: 361). Bien entendu, cette association ne fait pas encore l'unanimité au sein de ces deux groupes. Cependant, elle commence à être de plus en plus envisagée par les acteurs autrefois réticents. À vrai dire, les deux groupes jouissent de nombreux motifs en faveur de cette association qui a donné naissance au concept de tourisme culturel.

À première vue, la culture motive les voyages, les déplacements (Lanquar, 1994: 47). Tandis que le tourisme favorise l'apprentissage culturel, le développement de la culture, ainsi que la protection du patrimoine culturel d'une ville, d'une région, d'un pays. Somme toute, ce sont là des motifs valables pour une association, sans être les seuls motifs en jeu. De fait, à ces motifs viennent s'en ajouter d'autres de nature économique.

Au cours de la recherche documentaire, il a été vu que le tourisme est lié à l'économie. Dès lors, vu sous l'angle économique, les motifs se présentent, pour chacun des deux mondes,

comme suit: la culture à avantage à s'associer au tourisme si elle veut bénéficier de nouveaux revenus (résultat d'une augmentation de fréquentation), bien souvent primordial pour assurer sa survie; le tourisme a besoin de produits variés pour offrir aux touristes de plus en plus exigeants, la culture peut lui en fournir (ressources culturelles) (Ashworth, 1995: 272-275; Laplante, 1992: 53, Viau, 1992: 120). Il est à noter que les motifs économiques peuvent être importants, mais ne doivent pas devenir prépondérants. Sinon, ce serait au préjudice de la culture et du tourisme.

1.2.2.1 Demande et offre du tourisme culturel

Toujours vu sous l'angle économique, voici les caractéristiques de la demande et de l'offre du tourisme culturel selon Jansen-Verbeke (1996: 6). Tout d'abord, le tourisme culturel satisfait à la demande des touristes (besoins culturels) à la recherche de tourisme de « qualité », en raison de l'expérience touristique axée sur la culture qu'il procure. Donc, il répond aux besoins de la consommation touristique toujours en quête de nouveaux produits et de nouvelles expériences. En ce qui a trait à l'offre, le tourisme culturel propose une vaste gamme de produits touristiques culturels diversifiés. En plus, il ouvre de nouvelles perspectives pour des destinations inédites ne possédant pas de ressources naturelles, telles que le soleil, le sable et l'eau. Finalement, il présente des solutions au problème de « saisonnalité ». À cet effet, le tourisme culturel peut avoir lieu à l'année, d'où une offre encore plus imposante de sa part.

1.2.3 Motivation culturelle et touristes culturels

Parmi les définitions du tourisme culturel données, l'une d'entre elle aborde la question de la motivation des touristes pour la culture et le patrimoine. Il est à noter que cette motivation est associée aux besoins culturels de vivre des expériences touristiques axées sur la culture. Selon plusieurs auteurs, la motivation culturelle s'avère rarement unique dans le choix

d'une destination touristique (Colardelle, 1994: 34; Laplante, 1992: 49; Patin, 1994: 31; Silberberg, 1995: 364). Néanmoins, elle apparaît comme l'une des principales. En fait, les touristes culturels ne portent pas d'oeillères pour se concentrer uniquement sur l'offre touristique culturelle de la destination de leur choix, au détriment des autres offres. Au contraire, ils conjuguent leurs besoins culturels de vivre des expériences touristiques axées sur la culture, avec leurs besoins culturels de vivre d'autres expériences touristiques non axées sur la culture où les motivations sont non-culturelles (Colardelle, 1994: 34). Cela fait, du reste, partie de leur expérience touristique globale (Laplante, 1992: 49). Puis, cette division au sein de la motivation ne signifie pas la disparition du concept de tourisme culturel. En autant que les touristes jouissent d'une motivation culturelle, si minime soit-elle, nous sommes alors en présence de ce type de tourisme. Il est vrai que pour Colardelle (1994: 34) et Roederer (1994: 92) le tourisme est intrinsèquement culturel, mais dans ce mémoire, nous privilégions le tourisme culturel né d'une réelle motivation culturelle de la part des touristes. Le cas des touristes culturels sera par ailleurs exposé dans le paragraphe suivant.

Parmi tous les bénéficiaires du tourisme culturel, il s'en trouve certains plus intéressés à la culture et au patrimoine que d'autres. À cet effet, il existe quelques typologies (Bywater, 1993 cité dans Craik, 1997; Silberberg, 1995: 362-363) permettant de classer les touristes en fonction de leur intérêt pour ces éléments. À la suite d'études sur le tourisme culturel en Europe, Bywater (cité dans Craik, 1997: 120 et cité dans Jansen-Verbeke, 1996: 7-8) identifie trois types de touristes culturels en fonction de leur degré de motivation. Premièrement, il y a les touristes culturels authentiques, c'est-à-dire ceux qui sont *motivés par la culture et le patrimoine*. Ces derniers sélectionnent une destination touristique en fonction de son offre touristique culturelle. Dès qu'ils sont rendus à la destination, ils vont y demeurer assez longtemps pour voir tout ce qui s'y trouve. Ces touristes culturels idéaux ne représentent qu'une faible minorité de l'ensemble des touristes culturels. Deuxièmement, il y a les touristes *inspirés par la culture et le patrimoine*. Ceux-ci misent davantage sur l'offre touristique culturelle reconnue. De plus, ils ne demeurent pas très longtemps aux endroits

qu'ils visitent. Un nombre croissant de touristes se classe parmi ce type de touristes culturels. Troisièmement, il y a ceux *occasionnellement attirés par la culture et le patrimoine*. Ces touristes vont profiter, de temps à autre, de l'offre touristique culturelle d'une destination. En réalité, bien qu'ils ne choisissent pas une destination en fonction de cette offre, dès qu'ils sont rendus à la destination rien ne les empêche de consommer cette offre. Enfin, un bon nombre de touristes se retrouvent parmi ce type de touristes culturels. Finalement, les différents types de touristes culturels ont des besoins culturels de vivre des expériences touristiques axées sur la culture variables.

1.3 CULTURE

Jusqu'à présent, les définitions des concepts vus précédemment se sont avérées difficiles à circonscrire. Le concept de culture est tout autant difficile à baliser. En effet, la culture est également ardue à définir; c'est qu'elle a emprunté et emprunte encore différents rôles.

Pour définir le concept de culture, nous avons puisé à même les tentatives et les réussites de « politique de développement culturel au Québec ». À la suite de nos lectures, nous avons appris que la culture « recouvre des réalités qui sont mouvantes comme la vie elle-même » selon ce qu'affirme Laporte (1965: 6) dans son document de travail intitulé le *Livre blanc*, une affirmation supportée par Laurin (1978: 11) dans son livre vert sur *La politique québécoise de développement culturel*. Selon eux, la culture possède plusieurs sens importants. Pour ce qui est du document conçu par Frulla-Hébert (1992) *La politique culturelle du Québec, Notre culture, notre avenir*, il n'y a pas de définition portant sur le concept de culture. En fait, l'auteur s'attarde plutôt à la culture québécoise et à son histoire, dont elle trace les grandes lignes. À cet effet, un résumé de cette histoire est présenté plus loin.

Un premier sens principal du terme culture est « l'accomplissement intellectuel et spirituel de la personne, son accès à la prise de conscience de soi et du monde, sa faculté créatrice » (Laurin, 1978: 11). Ce premier sens se rapporte donc à la culture individuelle. Un deuxième sens principal au mot culture ou plutôt des cultures est la désignation « des ensembles plus ou moins vastes de façons de parler, de penser, de vivre, et, en corollaire, des langages, des croyances, des institutions » (Laurin, 1978: 11). Il ne s'agit plus ici de la culture de l'individu, mais bien de celle de l'ensemble d'une société. Cette dernière n'est pas limitée, elle est au contraire diversifiée à plusieurs niveaux, au niveau de ses classes, de ses générations, de ses minorités, de ses régions. Elle offre également des contradictions: conflits de traditions, oppositions des idéologies. Finalement, ces deux sens du terme culture ne s'opposent pas, au contraire, il existe un lien entre les deux. En fait, la culture collective oriente la culture individuelle et vice-versa. En bref, ils s'influencent réciproquement.

1.3.1 Culture québécoise

Premièrement, Laurin (1978) dans son livre sur *La politique québécoise du développement culturel* répond à la question: y-a-t-il une culture québécoise? Selon lui, il en existe une et le paragraphe suivant se charge de présenter brièvement quelques-unes des plus importantes caractéristiques de cette culture.

Tout d'abord, au Québec, nous sommes en présence d'une culture principale qui soit de tradition française, une culture qui a pris naissance par l'établissement de la nation française en Amérique. Au Québec, la langue française y est, de loin, la langue principale. De fait, la culture québécoise est issue d'un long héritage de structures d'emprunts. En plus d'avoir emprunté aux français la langue et le droit civil, elle a emprunté aux amérindiens, les premiers occupants du territoire, plusieurs manières de vivre et de se comporter avec la nature; aux britanniques, les conquérants, des institutions politique et du droit criminel; aux américains, leurs voisins, des structures économiques et industrielles, et de la technologie.

Néanmoins, elle n'est pas constituée que d'emprunts, elle comporte également ses propres productions originales: certaines recettes culinaires, certaines maisons rurales ou urbaines, certains coins de villages ou de villes, certaines institutions économiques (Laurin, 1978: 48). Qui plus est, la culture québécoise se distingue aussi et surtout par ses discours. Selon Laurin (1978):

Il suffit d'écouter parler ces Québécois ou de converser avec eux pour relever des préoccupations, des aspirations, des espoirs, des inquiétudes et des tourments qui ont peu d'équivalent outre-frontières. Ces discours parlent d'identité propre, de survivance, de patrimoine spécifique, de l'attachement à une langue et à des valeurs, d'un pays à construire, d'espaces à conquérir, de dignité et de fierté, de fidélité au sol (p. 49).

En résumé, la culture possède ses propres traits originaux. Finalement, la culture québécoise est formée de minorités, des minorités de tailles et des statuts différents. Toujours selon Laurin (1978), « il n'est pas de culture sans minorités. Le Québec n'échappe pas à la règle » (p. 49).

Deuxièmement, Frulla-Hébert (1992) dans son document *La politique culturelle du Québec, Notre culture, notre avenir* présente un bref résumé de l'histoire culturelle québécoise qui met en lumière les principaux points importants de la culture québécoise.

La spécificité de l'histoire culturelle québécoise tient au rythme de son développement et à la configuration particulière des divers facteurs qui ont contribué à ce développement: héritage français, « dualité » canadienne, proximité des États-Unis, rôle de l'Église, faible poids démographique. Mais, à plus d'un égard, cette histoire ressemble à celle d'autres sociétés occidentales; les enjeux qui l'ont caractérisée, en effet, ont été sensiblement les mêmes qu'ailleurs: modernisation, démocratisation, affirmation de l'identité nationale, besoins d'autonomie de la création (p. 1).

1.3.2 Culture et société

Autrefois culture première dans la société traditionnelle, par la suite culture de masse dans la société industrielle, puis aujourd’hui culture postmoderne dans la société postindustrielle, la culture a soutenu une évolution au fil des années, voire des siècles (Laplante, 1996: 45-63)s.

La culture dans la société traditionnelle est un tout. C'est la première à exister, c'est la culture première selon Dumont (Laplante, 1996: 65). Elle n'est pas d'un côté le travail et de l'autre le temps libre; d'un côté l'État et de l'autre le citoyen, elle est un tout. Elle est « une totalité vécue par tous et elle oriente, modèle les actes et les pensées, les désirs et les sentiments de chacun » (Laplante, 1996: 45). En ce qui concerne la culture dans la société industrielle, elle voit l'arrivée du progrès, des changements, de la première révolution technologique. C'est la naissance de nouvelles valeurs. Le travail se détache du reste de l'existence, il devient valorisant, il fait de l'individu ce qu'il est. En plus du travail, il y a l'apparition du temps libre, du temps libre de consommer. Il y a consommation de produits et de biens favorisée par l'émergence de mass média (journaux, télévision). Dès lors, il est question de culture de masse, une culture spécialisée ayant de moins en moins de liens avec les autres aspects de la vie. Cette culture est hétéroclite. Toutefois, elle est moins hétéroclite que la culture postmoderne dans la société postindustrielle. En société postindustrielle, le secteur tertiaire, celui des services, domine. Une majorité de travailleurs y gagne leur vie. Au niveau culturel, toutes les tendances culturelles de la société industrielle se sont davantage développées pour mener à la culture postmoderne de la société postindustrielle. Cette culture est dite hétéroclite parce que ses contenus sont inclassables et les manières de la vivre sont différentes d'un individu à l'autre. Il y a autant de profils culturels qu'il y a d'individus. Par conséquent, elle est appelée culture « mosaïque » par Moles (Laplante, 1996: 60). Selon Laplante (1996), cette culture postmoderne « (...) laisse (...) place à toutes les expressions, à toutes les formes, à toutes les expériences » (p. 61). À cette étape, il importe de mentionner la

place qu'occupe le temps libre, le temps de loisirs, dans cette société. À vrai dire, il est devenu un facteur majeur du mode de vie de cette société. Ainsi, il représente le moment idéal pour vivre cette culture postmoderne. Finalement, toujours selon Laplante: « (...) ce qui est recherché aujourd’hui à travers toutes les consommations, c'est moins l'acquisition d'un bien ou d'un service que « l'expérience » que l'on peut vivre en l'acquérand » (Laplante, 1996: 62). Nous reparlerons de cette expérience dans la prochaine partie.

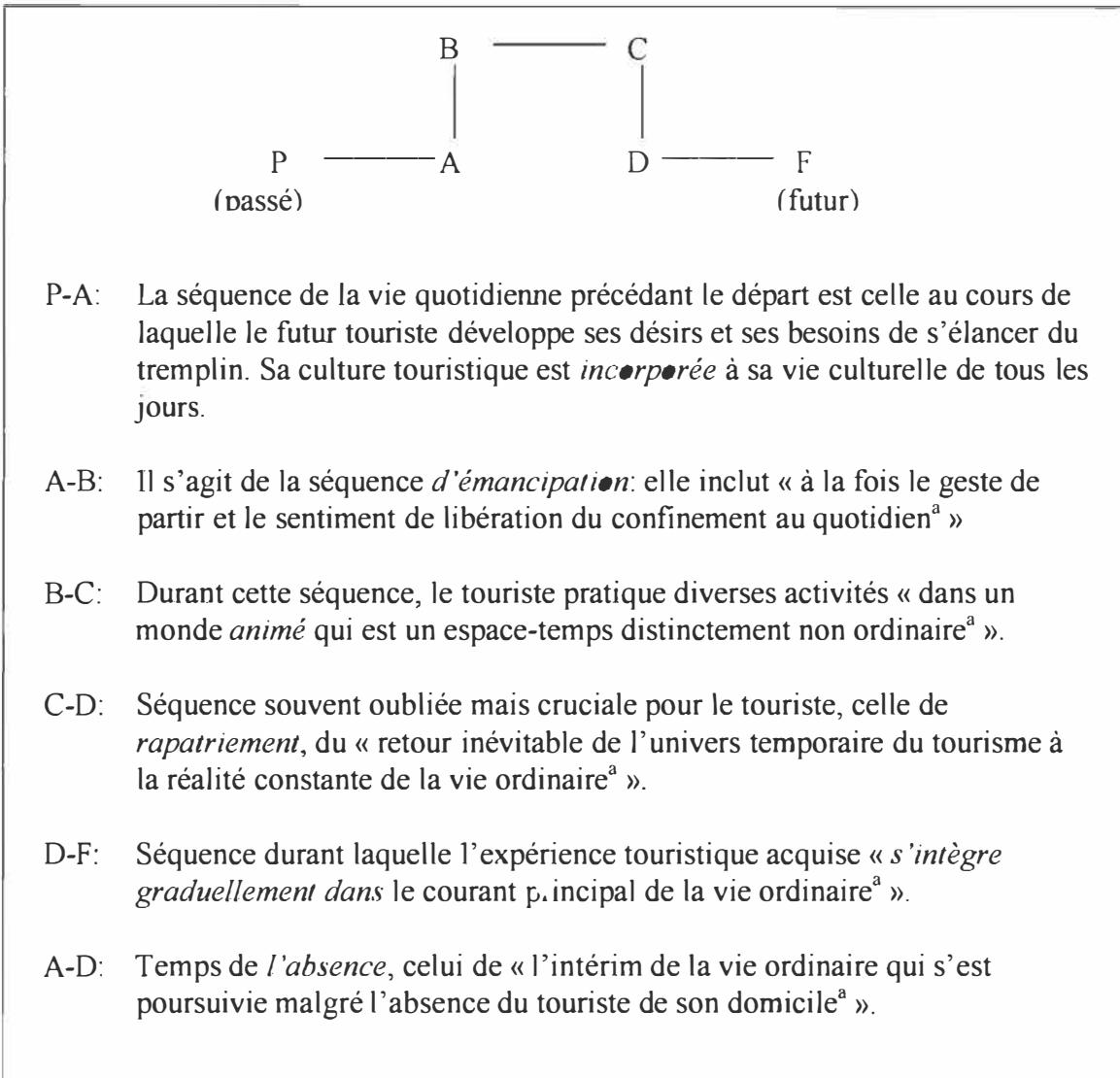
En quelques lignes, nous avons donné un aperçu de l'évolution du concept de culture à travers les trois grandes périodes sociales que nous avons traversées. À la suite de ce bref survol, il nous est permis d'introduire un élément de la culture qui a fait son apparition au cours de l'évolution de ce concept, soit la culture touristique.

1.3.3 Culture touristique

La culture touristique est une notion récente. Elle est associée à la notion d'expérience touristique (Laplante, 1996: 77; Craik, 1997: 113). Pour Laplante (1996: 77), cette dernière est donc vue comme une expérience essentiellement culturelle. Selon lui, il n'existe aucune étude descriptive traitant de l'expérience touristique, mais en sa basant sur les travaux de Jafari, il tente d'expliquer le phénomène.

Tout d'abord, l'expérience touristique doit être vue globalement (Laplante, 1996: 80). Le modèle systémique de Jafari montre bien les séquences de l'expérience touristique globale (voir figure 1). Non seulement le voyage fait partie de l'expérience touristique globale, mais l'avant-voyage et l'après-voyage y sont également inclus (Laplante, 1996: 79). Ainsi, il est possible de donner une première partie à la définition de la culture touristique: « du point de vue de l'individu dans une société postindustrielle, le tourisme fait partie de la culture » (Laplante, 1996: 82). Que les départs soient fréquents ou non, l'individu vit en partie l'expérience touristique, car elle fait partie de sa vie de tous les jours et de son profil culturel

personnel. En définitive, la culture touristique ne se limite pas qu'au temps de l'absence du domicile (Laplante, 1996: 82).

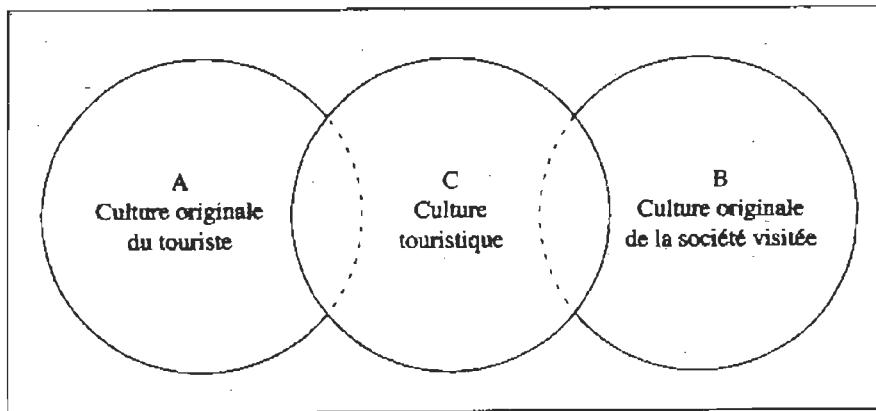


Source: Laplante, M. (1996). *L'expérience touristique contemporaine: fondements sociaux et culturels*. Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec, p. 80.

Note a: Jafari, J. (1988). Le système du touriste: modèles socio-culturels en vue d'applications théoriques et pratiques. *Loisir et société*, vol. 11, numéro 1. Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec (traduction de Marc Laplante), p. 60.

Figure 1: Les séquences de l'expérience touristique globale.

En somme, la culture touristique est présente dans toutes les séquences du modèle de Jafari, autant avant le voyage, pendant le voyage qu'après celui-ci. Pour résumer, elle est présente en tout temps. Toutefois, parmi toutes les séquences de l'expérience touristique globale de Jafari, celle qui occupe le temps le plus fort est la séquence d'animation à la destination (Laplante, 1996: 85). Lors de cette séquence, la culture touristique se fait plus présente. À cet égard, la culture originale du touriste (son profil culturel hérité du contexte culturel dans lequel il vit) passe en arrière-plan, elle est de plus en plus supplantée par la culture résiduelle (voir figure 2) (Laplante, 1996: 96). Cette dernière apparaît au moment où le touriste se dépouille des couches culturelles le liant encore à son domicile, pour se laisser aller (Jafari, 1988: 65). Bref, lorsque la culture originale s'amoindrit pour laisser place à la culture résiduelle, il y a alors prédominance de la culture touristique (Laplante, 1996: 86). Cette dernière est caractérisée par de fortes valeurs et attitudes propres au monde festif (Laplante, 1996: 86). Finalement, c'est à travers cette culture touristique que le touriste fera contact avec la culture locale, c'est-à-dire celle de la destination d'accueil (Jafari, 1988: 75).



Source: Laplante, M. (1996). *L'expérience touristique contemporaine: fondements sociaux et culturels*. Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec, p. 96.

Figure 2: Culture touristique: une rencontre interculturelle

En résumé, il a été vu que le tourisme fait partie de la culture de l'individu vivant en société postindustrielle, d'où le concept de culture touristique. Des éclaircissements ont été fournis sur ce concept à cause de son lien avec le concept de tourisme culturel. En effet, la culture touristique avec ses composantes culturelles (culture originale, culture résiduelle, culture locale) est étroitement liée au concept d'expérience touristique (Craik, 1997: 113). Alors que le tourisme culturel, en mettant l'accent sur des dimensions culturelles particulières pour promouvoir le tourisme, permet aux touristes de vivre une expérience touristique axée sur la culture (Laplante, 1996: 98). Logiquement, il est alors possible de voir le lien existant entre ces deux concepts et de comprendre l'intérêt qui lui a été accordé dans cette partie.

1.3.4 Dimensions culturelles du tourisme

La culture postmoderne est associée aux sciences, à la politique, etc.: culture scientifique, culture politique (Laplante, 1996: 98). En outre, cette culture est aussi affiliée au tourisme (la trilogie: culture touristique, tourisme culturel, expérience touristique en tant qu'expérience culturelle). « C'est en effet souvent la culture qui permet à des vacances d'être originales de donner à voir du nouveau: (...) » (Colardelle, 1994: 34). Les dimensions de la culture pouvant être utilisées par le tourisme sont nombreuses et se retrouvent sous différentes formes (Ashworth, 1995: 269-270).

Premièrement, la culture peut se présenter sous forme de théâtre, ballet, concert, opéra, galerie d'art, musée, festival, événement culturel. Ces éléments font partie de l'art, de l'esthétique, du « beau » (dimension culturelle artistique) pouvant être appréciés par les touristes intéressés à consommer une part de culture dans leur voyage. Deuxièmement, la culture peut également s'exposer sous la forme d'histoire transformée en patrimoine: monument historique, bâtiment historique, site historique, site archéologique (dimension culturelle patrimoniale). Ce ne sont là que quelques éléments du patrimoine. Ils nous donnent une petite idée de ce qu'il représente, quoiqu'ils ne suffisent pas à circonscrire le patrimoine

qui est une notion beaucoup plus complexe. C'est pourquoi elle sera vue plus en détail ultérieurement. En ce qui concerne les éléments de la dimension culturelle artistique, ils peuvent également être inclus dans ceux de la dimension culturelle patrimoniale, mais l'inverse n'est pas nécessairement vrai. En vérité, la dimension culturelle patrimoniale englobe davantage que la dimension culturelle artistique. Donc, la dimension culturelle patrimoniale de la culture est aussi susceptible d'éveiller l'intérêt des touristes en quête de culture. Troisièmement, dérivé du concept de *place-specific tourism*⁸ (Ashworth, 1995: 270), la culture peut être vue comme un ensemble culturel associé à un « endroit particulier » (dimension culturelle *place-specific tourism*). Cette dimension culturelle est plus vaste que les deux autres. Elle comprend l'atmosphère d'un endroit particulier et tout ce qu'elle inclut, sa gastronomie, son folklore, ses habitants, bref son identité. Cet ensemble culturel peut donc susciter l'intérêt des touristes. Certes, chaque endroit est unique. Toutefois, certains endroits particuliers uniques sont plus susceptibles que d'autres d'attirer ces touristes. Ashworth appelle ces endroits *place-specific tourism*.

1.4 PATRIMOINE

Jusqu'à présent, nous avons parlé de certains aspects du tourisme culturel, de la culture qui lui est liée et des dimensions culturelles utilisées par le tourisme. Parmi celles-ci, il s'en trouve une qui aborde le concept de patrimoine. À cette étape du mémoire, il importe donc de prêter attention à ce concept.

Le concept de patrimoine a évolué au fil des ans. En outre, le patrimoine est une notion tellement large qu'il est difficile de délimiter ce qui est patrimonial de ce qui ne l'est pas (Germain, 1992: 31). En vérité, il comprend une multitude d'éléments. Une autre difficulté réside dans la nomenclature associée aux éléments patrimoniaux. Certains éléments sont sans équivoque (musée, galerie d'art), alors que d'autres sont ambigus (monument

⁸ Le mot anglais est conservé dans le but de maintenir l'idée originale de Ashworth.

historique, bien historique). D'une telle ambiguïté résulte une confusion quant à la signification de ces éléments. En effet, cette dernière peut différer d'un auteur à l'autre. Le paragraphe suivant traite donc des différents éléments du patrimoine, ainsi que de leur classification. En ce qui concerne les éléments ambivalents, ils ont été clairement définis dans l'Appendice A de ce mémoire. Les définitions choisies pour les éléments ambivalents proviennent du Ministère de la culture et des communications et sont en vigueur au Québec.

Le mot « patrimoine » est très ancien. À l'origine, il était lié aux structures familiales, économiques et juridiques d'une société immuable. Aujourd'hui, dans notre société, la signification du concept a subi une mutation (Choay, 1992: 9). Désormais le patrimoine est *historique*.

L'expression désigne un fonds destiné à la jouissance d'une communauté élargie aux dimensions planétaires et constituée par l'accumulation continue d'une diversité d'objets que rassemble leur commune appartenance au passé: œuvres et chef-d'œuvre des beaux-arts et des arts appliqués, travaux et produits de tous les savoirs et savoir-faire des humains (Choay, 1992: 9).

Le patrimoine (historique) couvre un ensemble large d'éléments (Faucheur, 1994: 175; Germain, 1992: 31; Guesnier, 1996: 122; Mottura, 1994: 217). Ces éléments peuvent être regroupés en deux catégories: le patrimoine naturel et le patrimoine culturel. Tout d'abord, le patrimoine naturel recouvre notamment: « les éléments géologiques et géomorphologiques, les éléments climatiques (températures, précipitations, ensoleillement, hygrométrie, vents, durée des saisons), l'hydrologie (sources, chutes et cascades, fleuves et rivières, lacs et mers, et la pureté de leurs eaux), la faune et la flore » (Bayle et Humeau, 1992: 24). En ce qui concerne les éléments du patrimoine culturel, ils se divisent en deux autres catégories: les biens culturels matériels et les biens culturels immatériels. Les biens culturels matériels comprennent: « une œuvre d'art, un bien historique, un monument ou un site historique, un bien ou un site archéologique, une œuvre cinématographique, audiovisuelle, photographique,

radiophonique ou télévisuelle » (MAC, 1986) (voir Appendice A), ainsi que des musées, des bibliothèques, des galeries d'art, des centres d'interprétation⁹ (Bayle et Humeau, 1992: 24). Tandis que les biens culturels immatériels se composent: « de traditions (us et coutumes locales), de folklore, de gastronomie, de festivals à caractère patrimonial, de savoir-faire, de certains métiers » (Bayle et Humeau, 1992: 27).

En résumé, le patrimoine est constitué de l'ensemble des éléments mentionnés ci-haut, possédant soit un patrimoine intrinsèque par exemple un monument historique ou soit un patrimoine extrinsèque notamment un musée par le biais de ses expositions, que la société a reçu des générations passées et qu'elle léguera aux générations futures (Guesnier, 1996: 122; Nuryanti, 1996: 249). Il est une expression de civilisation, du témoignage de l'histoire d'une communauté à travers tous ces éléments (Faucheur, 1994: 175).

1.4.1 Patrimoine et culture

Tout d'abord, il existe une relation très forte entre le patrimoine et la culture. D'une certaine façon, le patrimoine est « la manifestation historique de notre culture » (Viau, 1992: 119). D'ailleurs, le chevauchement entre ces deux concepts a été abordé précédemment (voir dimensions culturelles du tourisme). Toutefois, la culture n'est pas toujours représentée par le patrimoine (Viau, 1992: 119). Elle peut exister sans lui. En effet, le champ de la culture est plus vaste que le champ du patrimoine¹⁰. Dès lors, la dimension culturelle patrimoniale ne devient qu'un aspect de la culture (Viau, 1992: 115).

⁹ Il est à noter que nous avons pris soin d'ajouter les "centres d'interprétation" comme éléments de patrimoine culturel, bien qu'ils n'aient pas été mentionnés dans les références que nous avons consultées.

¹⁰ Attention, il ne faut pas confondre ces deux affirmations. La première affirmation: la dimension culturelle patrimoniale englobe davantage que la dimension culturelle artistique (voir Dimensions culturelles du tourisme). La deuxième affirmation: la culture (formée de **toutes** les dimensions culturelles) est plus vaste que le patrimoine. De fait, le patrimoine n'est qu'une dimension culturelle au sein de cette culture globale.

1.5 POTENTIEL TOURISTIQUE

Le Petit Robert (1989) définit le « potentiel » de la façon suivante: « qui exprime une possibilité » (p. 1495). Ainsi, lorsqu'il est question du potentiel touristique des ressources culturelles dans cette étude, il s'agit de la combinaison entre la **possibilité** qu'ont les ressources culturelles d'attirer les touristes culturels sur place (déjà rendus dans le milieu urbain étudié) et la **possibilité** qu'elles ont de leur faire vivre une expérience touristique axée sur la culture.

1.5.1 Contexte

Au cours de la présentation des concepts précédents nous avons vu que l'économie occupe une place importante au sein du phénomène de tourisme. C'est pourquoi à plusieurs reprises nous avons fait le lien entre l'économie et le tourisme. Cependant, l'évaluation du potentiel touristique des ressources culturelles, que nous tentons d'effectuer dans ce mémoire, est plutôt réalisée sur un plan culturel que sur un plan économique. En fait, les variables utilisées pour évaluer ce potentiel ne tiennent compte que de l'aspect culturel. En conséquence de quoi, le potentiel culturel des ressources culturelles en milieu urbain est fonction des caractéristiques propres de ces ressources, c'est-à-dire ce qu'elles sont, ce qui a été fait d'eux et leur positionnement par rapport à leur milieu environnant. Un regard plus attentif au côté économique du potentiel touristique des ressources culturelles serait subséquent à notre démarche d'évaluation du potentiel touristique sur le plan culturel.

De plus, le potentiel touristique des ressources culturelles en milieu urbain est évalué en fonction d'une clientèle particulière. Il est évalué en fonction des touristes culturels, ceux ayant une motivation culturelle lors de leurs voyages. Alors, les variables sélectionnées pour évaluer le potentiel touristique sont fonction de cette clientèle.

1.5.2 Potentiel touristique versus attractivité touristique

Le terme attractivité touristique est utilisé à plusieurs reprises dans le prochain chapitre. Ce terme n'apparaît dans aucun dictionnaire de langue française, car il origine du vocable anglais *attractiveness* et ce dernier n'a pas d'équivalence en français. En fait, il est traduit en français par le mot « attrait », mais cette traduction ne correspond pas à sa véritable signification du côté anglophone. C'est pourquoi certains auteurs n'hésitent pas à traduire littéralement le mot *attractiveness* en vocable « attractivité ».

Bien que la signification de l'attractivité touristique soit différente de celle donnée au potentiel touristique dans ce mémoire, il existe néanmoins des similitudes entre les deux concepts. D'ailleurs nous nous sommes beaucoup inspirées de l'attractivité touristique pour traiter du potentiel touristique. Nous avons fait quelques emprunts auprès des auteurs traitant d'attractivité touristique en vue d'établir notre cadre d'analyse et de sélectionner les variables d'évaluation du potentiel touristique.

Toutefois, il existe aussi des différences notables entre le concept de potentiel touristique et celui d'attractivité touristique. L'une de ces différences est apparente au niveau du degré d'abstraction des deux concepts. Tout d'abord, le concept de potentiel touristique, tel que nous l'entendons, est moins abstrait que celui d'attractivité touristique. C'est le terme « possibilité » présenté dans la définition du potentiel touristique qui le rend moins abstrait. En vérité, ce terme est synonyme d'éventualité, il signifie: « Caractère de ce qui peut se réaliser » (Petit Robert, 1989: 1495). En fait, la mesure du potentiel touristique a pour objet de donner une idée sur la valeur touristique des ressources à l'étude, sur la possibilité qu'elles ont d'attirer les touristes et de leur faire vivre une expérience touristique. Contrairement à ce concept, la mesure de l'attractivité touristique de ressources fournit une valeur touristique de ces ressources sans équivoque. Cependant, pour l'étude de cette attractivité, il faut avant tout

découvrir en quoi consiste la force d'attraction de ces ressources. Ce qui n'est pas aisé à réaliser attendu que la force d'attraction est abstraite. De plus, elle est difficile à mesurer, car elle est impalpable. En conséquence de quoi cette étude ne traite que de potentiel touristique qui est un concept plus facile à circonscrire.

En terminant, le concept d'attractivité touristique englobe celui de potentiel touristique, mais l'inverse n'est pas nécessairement vrai. Véritablement, le concept d'attractivité touristique est beaucoup plus « puissant » que celui de potentiel touristique.

1.6 RESSOURCE CULTURELLE

Les ressources culturelles sont représentées par les éléments de la culture inclus dans les dimensions culturelles du tourisme vues précédemment. Or, il aurait tenu de l'utopie de vouloir créer une grille d'évaluation du potentiel touristique pour l'ensemble de toutes les ressources culturelles se trouvant en milieu urbain. Par conséquent, il nous a fallu restreindre l'objectif de recherche. Par suite, un seul type de ressource culturelle fait l'objet d'attention dans cette étude, soit les monuments historiques.

1.6.1 Monuments historiques

Nous avons vu que les monuments historiques font partie des dimensions culturelles patrimoniales du tourisme. Ils peuvent donc éveiller l'intérêt des touristes. De plus, nous avons décrit précédemment le lien existant entre les monuments historiques et le patrimoine. Nous savons que ces monuments sont, entre autres, des témoignages de l'histoire d'une communauté (voir patrimoine). Alors, ils peuvent éveiller l'intérêt des touristes en quête d'expériences touristiques axées sur la culture.

En outre, la définition que nous avons privilégiée pour les monuments historiques provient du Ministère de la culture et des communications. Un monument historique est un: « immeuble qui représente un intérêt historique par son utilisation ou son architecture »(1986). De plus, pour éviter qu'il y ait confusion au niveau du terme « immeuble », nous ajoutons que dans cette étude un monument historique est l'équivalent d'un « bâtiment » dont il est possible de visiter l'intérieur et l'extérieur.

Il existe d'autres définitions valables des monuments historiques que la définition élaborée par le Ministère. Cependant pour les fins de cette étude, nous nous basons sur cette dernière pour reconnaître les monuments historiques ayant la possibilité d'être évalués. Alors, pour reconnaître les immeubles représentants un intérêt historique, nous nous limiterons à ceux classés et reconnus par ce Ministère ou ceux cités par les villes, en vertu de la Loi sur les biens culturels (L.R.Q., chapitre B-4), lors de l'évaluation du potentiel touristique¹¹. Ainsi, les monuments historiques pourvus d'un des trois statuts (classement, reconnaissance, citation), nous assurent de leur intérêt historique.

Par ailleurs, les monuments historiques dont il est question dans cette étude, étant donné l'univers d'observation de la grille d'évaluation, sont des témoignages de la culture québécoise. En fonction de leur potentiel touristique, ils ont la possibilité d'attirer les touristes culturels et de leur faire vivre des expériences touristiques axées sur la culture québécoise. En conséquence de quoi, certaines variables sélectionnées pour évaluer le potentiel touristique de ces monuments historiques sont dépendantes des caractéristiques de cette culture.

¹¹ Le statut de reconnaissance, de classement ou de citation se réfère à la procédure légale utilisée pour protéger un bien culturel (Ministère de la culture et des communications, 1997: 38).

1.7 SYNTHÈSES ET CONCLUSIONS SUR LES CONCEPTS

Dès à présent, il est possible d'extraire les éléments pris en compte dans ce mémoire à même les concepts exposés précédemment. Certains de ces éléments sont à la base de la problématique de recherche et par le fait même, instigateurs de l'objectif de recherche. Alors que d'autres de ces éléments permettent d'établir le contexte selon lequel cette étude est prise en considération.

Premièrement, nous avons vu que le tourisme satisfait à un besoin culturel des civilisations en quête d'expérience touristique. Il cherche l'acquisition de valeurs de civilisation, l'apprentissage de nouvelles connaissances et le dépaysement. De plus, nous avons appris qu'il y a émergence du tourisme culturel, un concept ancien, mais nouvellement populaire. L'intérêt pour le tourisme culturel est né, entre autres, d'une évolution dans le comportement des consommateurs de tourisme. À cet effet, ils jouissent désormais d'une motivation culturelle lorsqu'ils voyagent, ce qui pourrait justifier l'augmentation de ce type de tourisme. Les touristes aux motivations culturelles peuvent être appelés « touristes culturels » tels qu'indiqué par Bywater avec sa typologie des touristes culturels.

Les touristes culturels sont intéressés à apprendre lors de leur voyage. L'apprentissage est d'ailleurs une caractéristique propre du phénomène de tourisme. Cependant, les touristes culturels cherchent à apprendre en priorité sur la culture de l'endroit visité, sur les gens, sur leur style de vie, sur leur patrimoine. Ils sont donc disposés à vivre des expériences touristiques axées sur la culture. Ces dernières font d'ailleurs partie de l'expérience touristique globale que vit un touriste. Selon Laplante et Jafari, cette expérience comprend l'avant voyage, pendant le voyage, incluant toutes les expériences « spécifiques » vécues lors du voyage, telles que des expériences touristiques axées sur la culture et l'après voyage.

Les touristes culturels, afin de vivre des expériences touristiques axées sur la culture, se préoccupent des dimensions culturelles du tourisme telles que présentées précédemment. Les dimensions culturelles comprennent, entre autres, toutes les ressources culturelles pouvant être considérées par les touristes culturels. Ces sont ces dimensions qui peuvent leur permettre de vivre les expériences touristiques axées sur la culture recherchées.

Nous avons également appris qu'en milieu urbain il existe un très grand nombre de ressources culturelles. Dès lors, si les touristes ont de plus en plus de motivations culturelles lors de leur voyage et si comme nous l'avons mentionné précédemment le tourisme culturel semble prendre de l'expansion, alors les villes risquent de devenir des destinations touristiques intéressantes pour les touristes culturels. Puis, pour bénéficier de la croissance du tourisme culturel, les villes doivent connaître leurs ressources culturelles. Or, les études sur le tourisme et les milieux urbains se faisant rares jusqu'à présent (Law, 1993: 1), étant donné le caractère complexe du tourisme en milieu urbain (Pearce, 1993: 274), il s'en trouve que les ressources culturelles de ces milieux n'ont pas véritablement fait l'objet d'attention comme ressources touristiques. Par conséquent, il y a méconnaissance au niveau du potentiel touristique des ressources culturelles en milieu urbain. En fin de compte, l'objectif de recherche de ce mémoire est né de cette problématique. Dans le cadre de ce mémoire de maîtrise, nous voulons donc être en mesure d'évaluer le potentiel touristique des ressources culturelles en milieu urbain. En dernière analyse, le contexte selon lequel le potentiel touristique est pris en considération dans ce mémoire, a été vu dans ce chapitre, de même que les limites imposées au concept de ressources culturelles.

CHAPITRE 2

CONTEXTE THÉORIQUE

Le chapitre présente une revue exhaustive des modèles utilisés pour évaluer les attractions touristiques et les monuments historiques. Il vise à identifier les théories, les principes, les méthodes et les variables pertinentes à l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. Une analyse critique de la contribution des différents auteurs permettra de dégager dans le chapitre 3 les éléments essentiels à la réalisation des objectifs de cette recherche.

2.1 MODÈLE DE GEARING, SWART ET VAR

En 1974, Gearing, Swart et Var entreprennent une étude visant à mesurer l'attractivité touristique de la Turquie. Ils élaborent un modèle en quatre étapes. La première étape vise à identifier les critères susceptibles de juger de l'attractivité. Ils se fondent sur une recherche documentaire approfondie, de laquelle ils extraient les facteurs ou les critères pouvant influencer le jugement d'un touriste quant à son attriance pour un endroit particulier. Ils forment cinq grandes classes de critères, dix-sept sous-classes et précisent pour chacune d'elles une série d'indicateurs permettant de mesurer l'attractivité (voir tableau 1). Selon ces auteurs, il importe que ces critères soient le plus indépendants¹² possible.

¹² La présence ou l'absence d'un critère à un endroit ne doit pas influencer la capacité de cet endroit à satisfaire ou à ne pas satisfaire à un autre critère.

Tableau 1**Critères d'évaluation de l'attractivité touristique de Gearing, Swart et Var**

Grandes classes	Critères	Indicateurs
Facteurs naturels	1. Beautés naturelles	<ul style="list-style-type: none"> • Topographie • Faune et flore • Voisinage de lacs • Rivières • Îles et îlots • Sources thermales et minérales • Cavernes, chutes • Etc.
	2. Climat	<ul style="list-style-type: none"> • Ensoleillement • Température • Vent • Précipitations • Index d'inconfort
Facteurs sociaux	3. Traits caractéristiques et architecturaux	<ul style="list-style-type: none"> • Architecture locale • Mosquées et monuments • Musées d'art
	4. Festivals	<ul style="list-style-type: none"> • Festivals, musique et danse • Éléments sportifs et compétitions
	5. Caractéristiques locales distinctives	<ul style="list-style-type: none"> • Costumes traditionnels • Musique et danse traditionnelles (non organisées) • Cuisine locale • Artisanat traditionnel • Produits spécialisés

Tableau 1**Critères d'évaluation de l'attractivité touristique de Gearing, Swart et Var (suite)**

Grandes classes	Critères	Indicateurs
	6. Foires et expositions	<ul style="list-style-type: none"> • De nature commerciale généralement
	7. Attitudes envers les touristes	<ul style="list-style-type: none"> • Hospitalité locale • Traitement des touristes
Facteurs historiques	8. Ruines anciennes	<ul style="list-style-type: none"> • Présence, état et accessibilité des ruines anciennes
	9. Signification religieuse	<ul style="list-style-type: none"> • L'importance de la religion, les pratiques et rites actuellement visibles
	10. Dominance historique	<ul style="list-style-type: none"> • La renommée d'un site attachée à des événements historiques importants et/ou à des légendes
Ressources récréatives et de magasinage	11. Ressources sportives	<ul style="list-style-type: none"> • Chasse • Pêche • Bain, natation • Ski • Voile • Golf • Équitation
	12. Ressources éducatives	<ul style="list-style-type: none"> • Musées d'archéologie et d'ethnologie • Jardins botaniques • Zoo • Aquarium

Tableau 1**Critères d'évaluation de l'attractivité touristique de Gearing, Swart et Var (suite)**

Grandes classes	Critères	Indicateurs
	13. Ressources pour santé, repos, tranquilité	<ul style="list-style-type: none"> • Stations thermales • Stations minérales • Pistes de randonnée • Terrains de pique-nique
	14. Vie nocturne	<ul style="list-style-type: none"> • Casinos • Discothèques • Théâtres • Cinémas
	15. Ressources de magasinage	<ul style="list-style-type: none"> • Souvenirs et cadeaux • Boutiques d'artisanat • Services automobiles • Épiceries et dépanneurs
Infrastructures: nourriture, logement, transport	16. Des infrastructures au-dessus du « minimum de qualité touristique »	<ul style="list-style-type: none"> • État des routes, autoroutes • Eau, électricité, gaz • Services de sécurité • Services de santé • Communication • Transports publics

Tableau 1**Critères d'évaluation de l'attractivité touristique de Gearing, Swart et Var (suite)**

Grandes classes	Critères	Indicateurs
	17. Des ressources d'hébergement et de restauration au-dessus du minimum de qualité touristique	<ul style="list-style-type: none"> • Hôtels • Restaurants • Villages de vacances • Bungalows • Motels • Sites de camping

Source: Gearing, C. E., Swart, W. W., & Var, T. (1974). Establishing a Measure of Touristic Attractiveness. *Journal of Travel Research*, vol. 12, numéro 4 (printemps), p. 3.

Dans la deuxième étape, ils utilisent la méthode des juges pour d'une part, valider les critères proposés et, d'autre part, les pondérer, c'est-à-dire juger de leur importance les uns par rapport aux autres. Vingt-six experts en tourisme sont donc choisis pour pondérer ces critères. Les auteurs pensent que l'opinion des experts devient alors représentative d'un large groupe de touristes.

La troisième étape cherche à vérifier l'applicabilité des critères validés et pondérés sur 65 localisations touristiques et sur quatre grandes régions touristiques délimitées par le Ministère du tourisme de Turquie. La première application est réalisée par le personnel de ce Ministère. Tandis que la deuxième est effectuée par une seule personne possédant une expérience dans le domaine du tourisme en Turquie.

Quant à la quatrième étape, elle mène à l'élaboration d'une mesure numérique de l'attractivité relative de localisations et de régions touristiques. Ainsi, un index d'attractivité peut être constitué permettant de comparer les localisations touristiques entre elles et les régions touristiques les unes par rapport aux autres.

En dernière analyse, Gearing et al. soulignent que leur travail peut s'avérer utile pour le développement touristique de la Turquie, mais qu'il ne constitue par l'unique critère de décision. À vrai dire, en étant jumelé à d'autres facteurs, il augmenterait son efficacité.

2.1.1 Observations générales

L'étude de Gearing et al. vise l'évaluation de l'attractivité de localisations et de régions touristiques. L'échelle d'évaluation est donc différente par rapport à l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques. En effet, il s'agit d'une petite échelle pour le cas des monuments historiques et d'une grande échelle pour le cas de localisations et de régions touristiques. Il en résulte une sélection de critères variés et un peu trop globaux pour l'évaluation des monuments historiques, sauf si l'évaluation de ces monuments embrasse davantage que le monument lui-même. Les critères sont variés, ils incorporent les attractions, les services, les hôtes qui reçoivent; tout semble contribuer à l'attractivité touristique d'une localisation ou d'un territoire selon les auteurs de l'étude. De plus, certains critères, quoique globaux, ne s'appliquent que pour le cas de la Turquie (ruines anciennes). Alors que d'autres de ces critères jouissent d'une application générale et adaptable (beautés naturelles) à d'autres territoires. Les critères adoptés par Gearing et al. sont objectifs en ce sens qu'ils résultent d'une vaste revue de littérature, qu'ils ont l'approbation d'experts en tourisme et qu'ils ont inspiré multiples auteurs quant à leur choix de critères d'évaluation d'attractivité touristique, comme il sera vu ultérieurement.

Pour conclure, nous présentons quelques points sur le processus d'évaluation de l'étude de Gearing et al. qui sont à retenir pour cette recherche. Tout d'abord, l'étape de la détermination de critères pouvant attirer les touristes et la pondération de ces critères par des experts (méthode des juges) sont des étapes similaires à celles privilégiées dans ce mémoire. De même, la dernière étape proposée par les auteurs, soit celle d'acquisition d'une mesure

numérique de l'attractivité touristique d'un endroit touristique (localisation ou région) est également recherchée dans ce mémoire, mais pour le cas du potentiel touristique des monuments historiques.

2.2 MODÈLE DE L'ATTRACTION TOURISTIQUE SELON MacCANNELL

Dans son livre *The Tourist: A New Theory of the Leisure* (1976), MacCannell analyse le tourisme et par le fait même, le touriste. Son analyse du tourisme repose sur la révolution culturelle survenue lors du passage de la société industrielle à la société moderne, post-industrielle. Ainsi, la recherche de MacCannell porte avant tout sur les attributs de cette société.

Tout d'abord, un des attributs intéressants de cette société est l'apparition d'un lien de plus en plus fort entre la marchandise et la culture. À cet égard, la valeur des choses telle que des voyages, des événements, n'est pas fonction de la quantité de travail nécessaire à leur production (à l'inverse de la façon marxiste de voir la valeur). Elle correspond plutôt à la qualité et à la quantité d'expérience que ces choses promettent .

En matière d'expérience, l'auteur s'intéresse à une classe particulière, soit les expériences culturelles. Celles-ci peuvent être vécues par le biais de productions culturelles. Puisque selon MacCannell, toutes les attractions touristiques sont des expériences culturelles, il est alors possible de voir le lien unissant les attractions touristiques aux productions culturelles. D'ailleurs, le concept de production culturelle, particulièrement la production culturelle touristique (mise-en scène de la culture faite pour le touriste, par la société) permet à l'auteur de délimiter les éléments de son analyse des attractions en tant qu'expérience culturelle.

2.2.1 Structure de l'attraction¹³

L'auteur définit l'attraction comme étant une relation empirique entre un touriste, un *sight* (une chose à voir) et un *marker* (un élément d'information au sujet du *sight*). En ce qui a trait aux *markers*, ils se présentent sous différentes formes: livre-guides, journaux d'information. De surcroît, il distingue deux formes de *markers*: *on-sight* et *off-sight*. MacCannell en profite également pour exposer un modèle simple de l'attraction dérivé de sa définition:

$$[\text{touriste} / \text{sight} / \text{marker}] = \text{attraction}$$

En outre, l'auteur souligne l'impossibilité d'une définition naturaliste du *sight*. En effet, il n'y a pas d'attraction intrinsèque, bref pas d'attraction sans *marker*, sinon l'attraction ne se distingue pas d'une autre chose moins connue.

Cet auteur explique que la société est à la base de l'attraction. Il donne l'exemple suivant: « les *souvenirs* sont collectionnés par des *individus*, des touristes, alors que les *sights* sont « collectionnés » par des sociétés entières » (MacCannell, 1976: 42).

Il aborde ensuite la question des vrais *sights*. Selon lui, les gens savent reconnaître les attractions importantes, même dans les endroits isolés. Cette reconnaissance est la conséquence d'un « ensemble sophistiqué de mécanismes institutionnels, un processus double de sacralisation du *sight* que permet d'atteindre un comportement rituel correspondant de la part des touristes » (MacCannell, 1976: 42 traduit par Laplante, 1985: 38).

¹³ Les mots anglais utilisés par MacCannell ont été conservés dans le but de maintenir l'idée originale de cet auteur.

2.2.2 Étapes de la sacralisation d'un *sight*

L'auteur fait part de la nécessité de considérer les liens entre les attitudes, les comportements et les mise en scènes institutionnelles réelles. Rare sont les *sights* qui ne requiert aucun support institutionnel, à l'exception des sept merveilles du monde. Sinon, la sacralisation du *sight* doit souvent s'appuyer sur un support institutionnel important.

La première étape de la sacralisation s'effectue lorsqu'une distinction est faite entre le *sight* et les autres objets similaires. Cette distinction indique que le *sight* mérite d'être préservé et par le fait même, il reçoit son *marker*. MacCannell qualifie cette étape de *naming* (identification). Cette identification exige beaucoup d'efforts. Par exemple, il faut beaucoup de travaux de recherche pour authentifier une ressource à sacrifier: avis d'experts, travail de laboratoire. L'élaboration de rapports confirmant les valeurs sociales, récréatives, monétaires, historiques et esthétiques du *sight* d'étude fait également partie du processus d'identification.

La deuxième étape s'appelle *elevation* (exposition) et *framing* (encadrement). L'exposition consiste à rendre accessible un lieu aux visiteurs, à mettre un objet sur un piédestal, à construire une exposition pour le présenter. Tandis que l'encadrement réside dans l'installation de frontières officielles autour de l'objet (du site). Par ailleurs, il existe deux façons d'encadrer: par la protection et par la mise en valeur du *sight*. La Mona Lisa protégée par une vitre au Louvre est un exemple de protection. Alors que les éclairages spéciaux d'un lieu particulier sont des exemples de mise en valeur.

La troisième étape de sacralisation est produite lorsque les éléments d'exposition et d'encadrement commencent eux-mêmes à être sacrifiés en recevant une identification, « l'objet principal devient encaissé par ces éléments qui lui font alors écrin » (Laplante, 1985: 40). Cette étape est appelée *l'enshrinement* (ou l'encaissement). Par exemple, au musée de Gutenberg dans la ville du même nom en Allemagne se trouve la bible originale de Gutenberg.

La bible est disposée sur un piédestal et placée sous des éclairages spéciaux. Elle est exposée dans un enclos sombre situé dans une salle plus grande. Finalement, les murs de cette salle sont eux-mêmes recouverts de documents précieux, incluant un manuscrit ayant appartenu à Beethoven. En résumé, placer un objet intéressant au centre d'un espace et l'entourer d'autres objets d'intérêts représentent un exemple d'enchâssement. Il en existe de nombreux autres exemples.

La quatrième étape est la reproduction mécanique de l'objet, du lieu sacré, notamment la création d'imprimés, de photos, de modèles réduits, d'effigies qui sont eux-mêmes valorisés et étalés. Cette reproduction procure un influx au touriste déclenchant le désir de voir le vrai objet, la vraie chose à voir.

L'étape finale de sacralisation est la reproduction sociale. Cette dernière survient lorsque des collectivités, des villes et des régions entreprennent de se désigner en faisant appel à des attractions célèbres.

D'après MacCannell:

Les attractions touristiques ne sont pas seulement une collection de représentations matérielles choisies au hasard. Lorsqu'elles figurent sur un itinéraire, elles représentent une obligation morale pour le touriste et, en même temps, elles tendent vers l'universalité, incorporant les domaines social, historique, culturel ainsi que celui de la nature dans une représentation unique que permet la visite. Cette universalité, renforcée d'un aspect moral, constitue la base d'un système général de classification d'éléments sociétaux produits sans effort conscient. Aucune personne ni aucune agence n'est officiellement responsable de la prolifération des attractions touristiques qui se manifeste partout dans le monde. Ces attractions sont apparues naturellement, chacune semblant résulter de causes localisées.

Néanmoins, lorsqu'elles sont envisagées globalement, les attractions touristiques constituent une classification d'éléments structurels. Il est intéressant de voir que ce système taxinomique

naturel contient la classification analytique de la structure sociale actuelle utilisée par les spécialistes des sciences humaines. Un itinéraire nord-américain, par exemple, comporte des établissements domestiques, commerciaux et industriels, des métiers, des services publics et des moyens de transport, des quartiers urbains, des collectivités et des membres de sous-groupes identifiables de la société américaine. (...)

Considérés dans leur ensemble, les attractions touristiques et les comportements qui les entourent représentent l'un des plus complexes et des plus ordonnées des codes universels qui constituent la société moderne, quoique pas aussi complexe et structuré que le langage, par exemple (1976: 45-46 traduit par Laplante, 1985: 42).

Selon lui, l'univers touristique, par le biais des attractions, reproduit la société. C'est donc à travers elles que la société est appréhendée par le touriste. Pour que la société semble cohérente, il suffit qu'une attraction soit liée à une autre. « Même si, dans le présent immédiat, on ne saisit qu'un seul chaînon, ce maillon solitaire représente le point de départ du système de liaisons, circulaire et sans fin, que constituent la société et le monde, avec un point à sa surface, l'individu » (MacCannell, 1976: 56, traduit par Laplante, 1985: 46).

2.2.3 Observations générales

MacCannell présente une théorie des attractions touristiques sans fournir d'indications permettant d'évaluer l'attractivité touristique de ces attractions. Cependant, les étapes de sacralisation d'un *sight* présentées par l'auteur mettent sur la piste de méthodes à développer pour évaluer cette attractivité touristique. C'est d'ailleurs en suivant cette piste que l'auteur Marc Laplante (1985) a réalisé son essai d'évaluation des attractions touristiques au Québec, dont nous nous inspirerons pour évaluer le potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain.

2.3 MODÈLE DE VAR, BECK ET LOFTUS

Le travail d'évaluation réalisé par Var, Beck et Loftus (1977) est du même type que celui réalisé par Gearing et al. (1974). À l'instar de ces derniers, ils cherchent à déterminer l'attractivité touristique de régions touristiques. Les objectifs de leur travail sont donc les mêmes, la méthode utilisée est identique, les critères employés sont presque similaires. Cependant, au lieu de porter sur les régions touristiques de la Turquie, leur travail porte sur celles de la Colombie-Britannique.

Les auteurs reprennent alors les 17 critères de Gearing et al. (voir tableau 1) pour analyser les régions touristiques de la Colombie-Britannique. Premièrement, ils adaptent ces critères aux réalités de cette province: la Colombie-Britannique n'étant pas la Turquie des ajustements étaient nécessaires. Deuxièmement, 60 experts et 8 étudiants gradués en économie régionale pondèrent chacun des 17 critères d'attractivité touristique sélectionnés. Les deux échelles de pondération diffèrent de l'échelle de la Turquie, mais ne coïncident pas entre elles pour tous les critères. Troisièmement, les 17 critères pondérés sont repris pour évaluer chacunes des huit grandes régions touristiques de la Colombie-Britannique, ainsi que leurs 19 subdivisions (districts). L'évaluation de chaque région touristique et de chaque district, qui utilise un système de marques entre 0 et 100, est réalisée par les mêmes experts. Quatrièmement, Var et al. font une moyenne des résultats des évaluations et multiplient les scores par les pondérations des 17 critères. Ils obtiennent ainsi une marque totale, l'index d'attractivité touristique, pour chacune des régions touristiques et pour chacun des districts touristiques. Cela leur permet de les hiérarchiser en fonction de leur attractivité touristique. Cinquièmement, pour compléter leur étude, ces auteurs vérifient s'il existe certaines corrélations entre:

1. l'index d'attractivité d'une région de la Colombie-Britannique et le pourcentage de nuitées dans cette région, par rapport à l'ensemble des nuitées dans cette province;

2. l'index d'attractivité d'une région et le rapport: nuits passées dans une région touristique / le total des nuits passées en Colombie-Britannique.;
3. l'index d'attractivité et le rapport: nuits passées dans une région touristique / le total des nuits passées en Colombie-Britannique moins les visites non-touristiques;

Ils observent que les trois corrélations sont significatives.

Finalement, les auteurs jugent leur index d'attractivité touristique intéressant pour faire des comparaisons entre les régions touristiques et les districts de Colombie-Britannique, mais il ne doit pas être utilisé comme seul critère de décision. En réalité, il peut être davantage utile en étant combiné à d'autres facteurs. De plus, ils considèrent que la méthode utilisée pour trouver l'index d'attractivité touristique est flexible et peu coûteuse. En outre, elle peut être utilisée pour déterminer un index d'attractivité touristique pour de petites régions à l'intérieur des régions touristiques et des districts de Colombie-Britannique. Pour ce faire, elle ne requiert que l'établissement de critères appropriés et qu'une sélection d'experts compétents.

2.3.1 Observations générales

Le travail d'évaluation de Var et al. étant similaire, à quelques exceptions près, à celui réalisé par Gearing et al., les mêmes observations allouées à ces derniers s'appliquent pour Var et al.

2.4 MODÈLE DE GOODRICH

Goodrich réalise deux études avec les mêmes données (1978 a et b). La première étude cherche à introduire une nouvelle approche visant à représenter les images de régions touristiques. Avec cette approche, il veut également comprendre les images touristiques de neuf régions touristiques de l'intérieur et de l'extérieur des États-Unis. Tandis que la

deuxième étude cherche à démontrer la relation existante entre les préférences des touristes pour une destination touristique et leurs perceptions quant à cette destination.

La première étape que suit l'auteur, afin de répondre aux objectifs de recherche des deux études, consiste à sélectionner quelques régions touristiques. À cet effet, l'auteur opte pour neuf régions touristiques telles que: la Floride, la Californie, le Mexique, Hawaii, les Bahamas, la Jamaïque, Puerto Rico, les îles Vierges et les Barbades. Le choix est fait en fonction de la familiarité des répondants envers ces régions touristiques; de la reconnaissance de ces régions en tant que régions touristiques; de leur similarité au niveau de leur profil touristique.

Ensuite, les données utilisées par l'auteur pour réaliser ses deux études sont recueillies par le biais d'un questionnaire. En réalité, 900 questionnaires sont envoyés à des touristes résidant dans l'état de New York ayant voyagé outre-frontières en 1976. En substance, sur les 900 questionnaires envoyés par l'auteur, 230 lui sont renvoyés dûment remplis. À l'aide de ces 230 questionnaires, l'auteur obtient des données sur la fréquence des visites effectuées par les répondants à chacune des neuf régions touristiques; sur la liste des régions classées selon leur préférence en terme de ce qu'ils considèrent comme les régions convenant le mieux pour des vacances; sur l'importance accordée à 10 attributs touristiques (voir tableau 2) considérés par les répondants lorsqu'ils sont en vacances; sur la perception des répondants à propos du degré selon lequel ils croient que chacune des neuf régions possèdent les 10 attributs touristiques et finalement sur la démographie. Relativement aux attributs touristiques, ils sont le fruit de discussions avec des touristes, des experts et d'une revue de la littérature. Pour ce qui est de la pondération, elle est établie par les touristes et cela à partir d'une échelle de sept points (1 = offre beaucoup; 7 = offre peu).

Tableau 2
Attributs touristiques d'attrait selon Goodrich

Attributs touristiques	Rang
1. Possibilités de sports nautiques	7
2. Installations pour le golf, le tennis	10
3. Centre d'intérêts historiques et culturels (monuments historiques, musées, etc.)	5
4. Panorama	1
5. Hospitalité de la population	2
6. Possibilité de repos et de détente	4
7. Possibilité de magasinage	8
8. Cuisine	6
9. Distractions disponibles (par exemple, vie nocturne)	9
10. Services touristiques disponibles	3

Source adaptée de: Goodrich, J. N. (1978). The Relationship Between Preferences for and Perceptions of Vacation Destinations: Application of a Choice Model. *Journal of Travel Research*, vol. 17, numéro 2, automne 1978, p. 10.

Note: Le rang signifie l'ordre d'importance accordé par les touristes interrogés à chacun des 10 attributs touristiques.

Aussitôt les données recueillies, l'auteur peut répondre à ses objectifs de recherche. À vrai dire, dans sa première étude, il analyse les données à l'aide d'un *multidimensional scaling of image data*¹⁴. Il démontre alors que cette nouvelle méthodologie permet la représentation des images d'une région touristique et la compréhension des images touristiques des neuf régions présentées plus haut. En outre, dans sa deuxième étude, il analyse les données en utilisant un *Fishbein-type choice - attitude model*¹⁵. Cela lui permet de démontrer que les préférences des touristes pour une destination touristique sont dépendantes de leurs perceptions quant à cette destination.

¹⁴ Le mot anglais est conservé dans le but de maintenir l'idée originale de Goodrich.

¹⁵ Le mot anglais est conservé dans le but de maintenir l'idée originale de Goodrich.

En terminant, d'après Goodrich, ces deux études, comme plusieurs autres études, ont des limites. Toutefois, cela ne les empêche pas d'avoir des implications intéressantes au niveau méthodologique et au niveau de la commercialisation.

2.4.1 Observations générales

Contrairement aux études de Gearing et al. et de Var et al. où l'évaluation de l'attractivité touristique est une fin en soi, les évaluations entreprises par Goodrich sont plutôt des moyens menant à d'autres fins que l'évaluation en tant que telle. En réalité, les études de Goodrich sont réalisées aux fins de représentation d'images de régions touristiques, de compréhension de neuf régions touristiques désignées et de reconnaissance d'une relation entre les préférences et les perceptions des touristes à propos d'une destination touristique. Néanmoins, l'auteur ne peut pas passer outre l'étape d'évaluation, car elle est cruciale pour l'aboutissement de ses études.

À ce propos, la partie concernant l'évaluation de régions touristiques, selon certains attributs touristiques, nous intéresse plus particulièrement. En effet, les étapes du processus d'évaluation de sélection de critères, de pondération de critères et de cotation d'endroits touristiques¹⁶ sont également recherchées dans ce mémoire.

En dernière analyse, il est intéressant de voir l'importance accordée aux 10 attributs touristiques par les touristes. À titre d'exemple, le troisième rang, des attributs touristiques pris en compte par les touristes lors de leur choix de destinations de vacances, est occupé par l'attribut « les services touristiques disponibles ». Cela indique que les attractions touristiques ne sont pas les seuls attributs importants pouvant influencer ce choix. De même, les intérêts

¹⁶ Le terme « endroit touristique » comprend aussi bien les destinations touristiques, les régions touristiques que les ressources touristiques.

historiques et culturels se positionnent au cinquième rang, ce qui révèle une certaine attirance de la part des touristes pour l'histoire et la culture.

2.5 MODÈLE DE RITCHIE ET ZINS

Ritchie et Zins (1978) s'intéressent aux relations entre la culture et le tourisme. Plus spécifiquement, l'étude effectuée par les deux auteurs cherche à fournir une mesure quantitative de l'importance relative de la culture, et de certaines de ses composantes, comme déterminants de l'attractivité d'une région touristique. Pour ce faire, ils répondent aux trois objectifs suivants: établir l'importance relative des facteurs influençant l'attractivité totale d'une région touristique¹⁷; mesurer la contribution relative de différents éléments sociaux et culturels à l'attractivité culturelle d'une région touristique; évaluer la contribution relative de différentes formes d'éléments socioculturels à l'attractivité culturelle d'une région touristique.

Avant toute chose, les auteurs tentent de définir la culture, un concept difficile à cerner comme nous l'avons vu précédemment. Par la suite, ils instituent les bases de leur cadre conceptuel à même l'approche de Gearing et al., une approche à laquelle ils apportent quelques modifications. Ces modifications sont le résultat d'une vaste revue de littérature et d'une consultation auprès d'experts en tourisme et en culture. Finalement, leur cadre conceptuel final compte quatre dimensions, dont trois sont discutées dans cette étude.

En ce qui concerne la première dimension, elle implique la recherche de variables pouvant influencer l'attractivité d'une région touristique. Ces variables sont envisagées selon un modèle en deux étapes. La première étape consiste à identifier les facteurs généraux contribuant à l'attractivité d'une région touristique. Tandis que la deuxième étape réside dans

¹⁷ Cet objectif dépasse un peu les limites du problème de recherche tel qu'envisagé par les deux auteurs. Cependant, il est jugé essentiel pour figurer l'importance relative des éléments socioculturels comme déterminant de l'attractivité d'une région touristique, par rapport aux autres éléments contribuant à cette attractivité.

l'identification des éléments particuliers composant chacun de ces facteurs. À cet effet, Ritchie et Zins partent des 17 critères de Gearing et al. (1974) qu'ils regroupent ensemble, qu'ils complètent, pour obtenir huit facteurs généraux (voir tableau 3). Ces derniers sont présentés comme les facteurs déterminants l'attractivité totale d'une région touristique. Tous ces facteurs sont également composés d'éléments particuliers. Pour les besoins de cette étude, Ritchie et Zins décomposent uniquement le facteur de « caractéristiques culturelles et sociales ». De ce facteur, ils extirpent alors 12 éléments. Ce sont les 12 éléments « sociaux et culturels » considérés comme ayant un impact sur l'attractivité culturelle d'une région touristique (voir tableau 4). Pour ce qui est de la deuxième dimension, elle est désignée pour reconnaître l'existence de différentes formes pour les éléments culturels. Plus précisément, chaque élément peut être pourvu de trois formes différentes (voir tableau 5), mais celles-ci ne sont pas nécessairement toutes présentes chez un élément. Quant à la troisième dimension, elle amène l'hypothèse d'une distinction entre l'importance perçue par les résidents et les non-résidents au sujet des éléments socioculturels comme facteur d'attractivité touristique d'une région.

Tableau 3

**Facteurs généraux influençant l'attractivité totale d'une région touristique
selon Ritchie et Zins**

Facteurs généraux	Correspondance avec les critères de Gearing et al.
1. Beauté naturelle et climat	critères 1 et 2
2. Caractéristiques culturelles et sociales de la région	critères 3, 4, 5, 8, 9, 10
3. Accessibilité à la région	pas dans Gearing et collaborateurs
4. Attitude envers les touristes	critère 7
5. Infrastructure de la région	critères 16, 17
6. Niveau des prix	pas dans Gearing et collaborateurs
7. Équipements sportifs, récréatifs et éducatifs	critères 11, 12, 13, 14
8. Équipements commerciaux	critères 6, 15

Source adaptée de: Ritchie Brent, J. R., & Zins, M. (1978). Culture as Determinant of the Attractiveness of a Tourism Region. *Annals of Tourism Research*, vol. V, numéro 2, 252-267, p. 261.

Note: Les critères d'attractivité touristique de Gearing et al. apparaissent dans le tableau 1

Tableau 4

**Éléments socioculturels contribuant à l'attractivité d'une région touristique
selon Ritchie et Zins**

Éléments socio-culturels	Description
1. Artisanat	... local, de la région...
2. Langue	... parlée par les résidents
3. Traditions	... caractéristiques d'une région
4. Gastronomie	... nourriture particulière d'une région
5. Art / musique	... particulier à une région; incluant la peinture, la sculpture et les concerts
6. Histoire	... d'une région; incluant ses témoignages
7. Travail	... méthodes de travail ou technologies particulières à une région: pêcherie, exploitation agricole, etc.
8. Architecture	... extérieure et intérieure, donnant une apparence distinctive à une région
9. Religion	... d'une signification particulière pour une région; incluant ses manifestations visibles
10. Éducation	... système caractéristique d'une région
11. Habillement - costumes	... styles d'habillement caractéristique d'une région
12. Activités de loisir	... reflétant un style de vie distinctif d'une région

Source: Ritchie Brent, J. R., & Zins, M. (1978). Culture as Determinant of the Attractiveness of a Tourism Region. *Annals of Tourism Research*, vol. V, numéro 2, 252-267, p. 257.

Tableau 5**Les trois formes de culture selon Ritchie et Zins**

Formes	Descriptions	Exemples
Formes 1	Ces formes de culture sont inanimées, c'est-à-dire qu'elles n'impliquent pas nécessairement d'activités humaines.	<ul style="list-style-type: none"> • Bâtiments • Peintures • Sculptures • Sites historiques
Formes 2	Ces formes de culture reflètent la vie normale quotidienne d'une région.	<ul style="list-style-type: none"> • Activités sociales et de loisirs • Événements artistiques • Travail • Technologie
Formes 3	Ces formes de culture sont animées et elles décrivent souvent les comportements historiques ou les événements historiques.	<ul style="list-style-type: none"> • Reconstitution d'une bataille célèbre • Villages restaurés • Festivals spéciaux reflétant les comportements traditionnels et les traditions

Source: Ritchie Brent, J. R., & Zins, M. (1978). Culture as Determinant of the Attractiveness of a Tourism Region. *Annals of Tourism Research*, vol. V, numéro 2, 252-267, p. 257.

Pour répondre aux objectifs de recherche de l'étude, les auteurs sélectionnent une méthode nécessitant l'interrogation de personnes oeuvrant dans le domaine du tourisme et de la culture. Ils font alors appel à différents experts en tourisme et en culture pour les référer à d'autres individus jugés expérimentés et possédant beaucoup de connaissances, dans l'un ou l'autre de ces domaines. En bref, 201 experts sont sélectionnés pour l'interrogation; 193 acceptent de s'y prêter. L'interrogation s'effectue à l'aide d'un questionnaire. Au bout du compte, 135 experts complètent et renvoient le questionnaire aux deux auteurs. Ces derniers en plus d'évaluer l'importance relative des facteurs généraux, des éléments sociaux et culturels et des formes culturelles, ils doivent se mettre « dans la peau » du résident et du non-résident pour évaluer l'importance des éléments culturels et des formes culturelles. En dernière analyse, les experts doivent juger sur deux échelles, soit ordinaire et d'intervalle.

Cette étude fournit donc des résultats de mesures empiriques de l'importance relative de huit facteurs généraux contribuant à l'attractivité totale d'une région touristique; de l'importance relative de 12 éléments socioculturels contribuant à l'attractivité culturelle d'une région touristique; de l'importance relative de trois différentes formes de culture comme contribution potentielle à l'attractivité culturelle d'une région touristique.

En terminant, les auteurs présentent les limites de leur étude et de leurs résultats dont voici quelques exemples: complexité du concept d'attractivité et du concept de culture; problème de biais personnels des experts lors de l'évaluation; impossibilité des experts à évaluer correctement le point de vue des non-résidents. En outre, ils en profitent pour faire part des priorités à envisager pour les prochaines recherches à venir.

2.5.1 Observations générales

Ritchie et Zins n'effectuent aucune évaluation d'attractivité, mais, s'intéressent quand même à cette dernière. De fait, ils recherchent les facteurs l'influençant à l'échelle de la région touristique dans le but de les classer hiérarchiquement. À l'exemple d'autres auteurs, ils s'appuient sur les critères d'attractivité ^{4e} Gearing et al. (1974) pour créer leur propre liste de critères (facteurs généraux) avec ajouts et rejets.

Ritchie et Zins classent, par ordre d'importance, notamment les facteurs généraux influant sur l'attractivité d'une région touristique. Les résultats du classement démontrent que le facteur de « caractéristiques culturelles et sociales » est classé au deuxième rang, de l'échelle ordinaire et d'intervalle, des facteurs considérés comme les plus importants pour l'attractivité d'une région touristique. Le classement fait donc valoir l'importance accordée à la culture comme facteur d'attractivité touristique.

2.6 MODÈLE DE FERRARIO

L'auteur, dans son étude réalisée en 1979 (a et b), se propose d'évaluer l'offre touristique qu'il envisage comme étant exclusivement « quelque chose d'intéressant ou d'exceptionnel à voir ou à faire » pour les touristes, quelque chose pouvant attirer les touristes. En d'autres mots, il associe l'offre touristique à un ensemble d'attractions naturelles et/ou bâties (man-made). Selon lui, sans attractions, le tourisme ne pourrait pas exister. En bref, l'auteur cherche à connaître le potentiel touristique des attractions touristiques d'Afrique du Sud.

La première étape que réalise l'auteur est d'inventorier les ressources touristiques d'Afrique du Sud. C'est par le biais de l'analyse de dix guides touristiques de ce pays qu'un tel inventaire est réalisé. En effet, Ferrario relève systématiquement toutes les attractions (toutes choses intéressantes ou exceptionnelles à voir ou à faire) mentionnées dans les dix guides touristiques, incluant les activités proposées aux touristes. De cette analyse exhaustive ressort une liste de 2300 « choses » différentes envisagées comme « intéressantes ou exceptionnelles à voir ou à faire » pour un touriste. L'auteur ne retient que les éléments reconnaissables physiquement et pouvant être localisés sur une carte. Les « choses » vagues et non localisables, tel le climat, sont exclues de la liste. Par la suite, ces 2300 différents items sont classifiés en 21 catégories, des catégories déterminées empiriquement par l'auteur. Celui-ci subdivise également ces catégories jusqu'à obtenir 102 sous-classes.

La deuxième étape que vise l'auteur est d'évaluer ces attractions pour connaître leur degré de potentiel touristique. Pour ce faire, Ferrario tient compte de la préférence et de l'intérêt des touristes pour les attractions (demande), ainsi que de leur disponibilité, leur capacité à satisfaire les préférences et les intérêts de ces touristes (offre). Donc, en vue de déterminer le degré de potentiel touristique d'une attraction, une balance doit être faite entre la demande et l'offre. Ce qui donne lieu à l'équation touristique suivante: $I = (A + B) / 2$; où I

est l'index de potentiel touristique, A mesure la demande (c'est-à-dire les préférences et les intérêts des touristes) et B mesure l'offre (c'est-à-dire la disponibilité des attractions ou leur capacité à répondre aux attentes des touristes).

Premièrement, l'auteur évalue la demande. Selon lui, elle ne peut pas être évaluée seulement à partir de données sur la fréquentation, il faut aussi connaître la préférence des touristes. Ainsi, en vue de connaître cette préférence, une enquête est réalisée auprès des touristes étrangers à la fin de leur séjour. Après 12 mois, 5053 touristes avaient été interrogés à l'aide d'un questionnaire sur lequel ils avaient dû cocher, parmi les 21 catégories d'attractions données précédemment, celle ou celles qu'ils ont le plus appréciée(s) lors de leur séjour en Afrique du Sud. Étant donné qu'il s'avérait impossible de questionner les touristes sur les 2300 attractions répertoriées, seules les 21 catégories servent à l'élaboration du questionnaire. L'auteur obtient donc la préférence des touristes pour ces 21 catégories d'attractions.

Au sein de ces 21 catégories se trouve une multitude d'attractions. Pour l'auteur, il est impensable d'accorder le même poids aux attractions d'une même catégorie. Ainsi, pour nuancer ses résultats, il calcule un *Guidebook Coefficient*¹⁸. Pour obtenir ce coefficient, il épingle les dix guides touristiques, dont il a été question précédemment, pour trouver le nombre de fois qu'une attraction particulière y est mentionnée. Par exemple, une attraction inscrite dans les dix guides touristiques obtiendrait un coefficient maximum de dix, alors qu'une autre attraction inscrite dans trois guides touristiques obtiendrait un coefficient de trois. En résumé, en multipliant la valeur de préférence obtenue par catégorie (à la suite de l'enquête auprès des touristes) par le *Guidebook Coefficient*, l'auteur obtient sa mesure de la demande pour chacune des 2300 attractions d'Afrique du Sud.

¹⁸ Le mot anglais est conservé dans le but de maintenir l'idée originale de Ferrario.

Deuxièmement, l'auteur évalue l'offre touristique. En fait, il veut être en mesure de connaître la capacité d'une attraction à satisfaire les intérêts et les préférences des touristes. C'est en jetant un regard sur la disponibilité d'une ressource touristique que l'auteur trouve des critères permettant d'évaluer sa performance en tant qu'attraction. Selon lui, la littérature touristique et les autres sources compétentes ne fournissent pas d'explications claires et systématiques sur les principales qualifications que devraient posséder une ressource touristique et sur la façon d'évaluer sa performance en tant qu'attraction. C'est pourquoi sans le support de règles établies, mais plutôt à partir de ses propres observations et de son expérience générale, il choisit de prêter attention à la disponibilité pour trouver le coefficient d'offre touristique. À ce sujet, il propose six critères d'évaluation du potentiel touristique (voir tableau 6).

Tableau 6**Critère d'évaluation du potentiel touristique d'une attraction selon Ferrario**

Critères	Intervalles descriptifs	Pondération
1. Accessibilité physique	excellente adéquate limitée difficile	18 12 5 2
2. Entrée	sans permis permis sur place permis à demander à l'avance	16 8 2
3. Saisonnalité	ouvert 6 mois et plus par année ouvert de 3 à 6 mois ouvert de 1 à 3 mois ouvert moins d'un mois	16 12 6 2
4. Fragilité du site	grand potentiel de développement développement contrôlé sans développement possible	17 10 2
5. Importance ¹⁹	parmi les meilleures attractions bon attrait attrait limité	16 10 2
6. Popularité	10% et plus sont des visiteurs étrangers de 1% à 9% sont des visiteurs étrangers moins de 1% sont des visiteurs étrangers	17 10 2

Source: Ferrario, F. F. (1979 b). The Evaluation of Tourist Resources: An Applied Methodology. *Journal of Travel Research*, vol. 17, numéro 4, p. 26.

Note: L'accessibilité physique s'évalue en fonction de la qualité des routes, des sentiers.

Pour éviter tout biais possible dans l'évaluation des 2300 attractions, Ferrario collabore avec des organismes et des institutions directement ou indirectement concernées par les ressources. Il retient 1136 dirigeants locaux auxquels il envoie un questionnaire par la poste. À ce questionnaire est rattachée une liste d'attractions (de 10 à 50 environ) localisées dans le

¹⁹ L'importance s'évalue par rapport aux autres attractions touristiques connues par le répondant.

milieu de chaque dirigeant local. En ce qui concerne le questionnaire, il est composé des six critères présentés dans le tableau 6. Bref, chaque dirigeant local doit évaluer la liste d'attractions reçue en fonction de ces critères. Le taux de réponses au questionnaire est de 62%; en moyenne une attraction est évaluée par deux ou trois répondants.

Parallèlement, Ferrario consulte un échantillon d'experts pour pondérer les six critères en fonction de leur importance les uns par rapport aux autres (voir tableau 6). La combinaison des réponses des dirigeants locaux et de la pondération établie par les experts fournit une évaluation de chacune des attractions, bref, fournit un coefficient d'offre touristique pour chaque attraction. Finalement, en faisant la somme du coefficient de demande touristique et de celui d'offre touristique, puis en effectuant la moyenne de ces deux coefficients, l'auteur obtient le degré de potentiel touristique de chaque attraction (pointage de 1 à 10 sur l'index du potentiel touristique).

La dernière étape de l'étude permet à l'auteur de dresser une carte touristique, par ordinateur, de l'Afrique du Sud à partir des résultats d'évaluation des attractions touristiques. Il crée ainsi 20 régions touristiques pour ce pays. Enfin, son analyse spatiale lui permet d'envisager des suggestions de développement touristique pour chacune de ces 20 régions.

Finalement, Ferrario considère sa méthode efficace et assez flexible pour répondre à différentes questions et pour illustrer de nombreuses situations. De même, il la trouve suffisamment simple pour être maîtrisée avec succès par plusieurs. Puis, il suggère qu'avec quelques modifications, il serait également possible de l'utiliser ailleurs qu'en Afrique et même sur d'autres continents. En terminant, il insiste sur le fait que des modifications dans la demande ou dans l'offre touristique risquent d'apporter des changements à toutes les cartes de régions touristiques délimitées avec sa méthode.

2.6.1 Observations générales

D'entrée de jeu, l'étude réalisée par Ferrario se distingue de certaines autres études traitant d'évaluation (Gearing et al., 1974; Var et al., 1977; Goodrich, 1978). En effet, certains auteurs cherchent à évaluer l'attractivité touristique d'une localisation particulière et cela en fonction de critères variés; une variété ayant fait l'objet d'explications dans les observations générales de Gearing et al. Ferrario ne cherche pas en premier lieu à évaluer un espace, il vise avant tout à évaluer les attractions touristiques en tant que telle, à évaluer leur potentiel touristique (dans son étude le potentiel touristique est synonyme d'attractivité touristique plutôt que du potentiel touristique tel que nous l'entendons). Dans le même ordre d'idées, il n'essaie pas de « les fondre dans des ensembles plus vastes de facteurs, d'éléments ou d'attributs susceptibles d'influencer le choix des touristes » (Laplante, 1985: 105). Il est donc un des rares auteurs à s'intéresser exclusivement aux attractions touristiques et à les évaluer en tant que réalité spécifique.

Certaines parties de la méthodologie employée par Ferrario dans son étude s'avèrent utiles pour ce mémoire. Tout d'abord, un inventaire des monuments historiques est requis pour le territoire à l'étude, tout comme Ferrario effectue un inventaire des ressources touristiques d'Afrique du Sud. Aussi, l'évaluation de l'offre touristique de Ferrario retient notre attention. Les étapes du processus d'évaluation, soit la sélection de critères, la pondération de critères et la cotation d'endroits touristiques sont des étapes désormais familières. Finalement, la liste de critères sélectionnée par Ferrario est en partie utilisée pour les fins de création de la grille d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. De fait, même s'il existe une faiblesse au niveau de la sélection des critères de Ferrario, parce qu'ils sont le fruit de la subjectivité, il est le premier auteur à présenter une liste de critères pour évaluer intrinsèquement le potentiel touristique d'une ressource. C'est pourquoi certains de ses critères sont pris en compte dans ce mémoire.

2.7 MODÈLE DE KALMAN

Dans un document consacré à l'évaluation de bâtiments historiques (1979), Kalman fait part de la démarche à suivre afin d'évaluer ces bâtiments. Tout d'abord, il mentionne que pour coter de façon fiable les bâtiments en fonction des normes établies, cela nécessite le choix de critères²⁰ sûrs et acceptés par la majorité, l'obtention de données complètes et précises pour les relevés, ainsi qu'une évaluation réalisée consciencieusement par des personnes compétentes dans les domaines de l'architecture et de l'histoire.

L'auteur fournit ensuite un résumé de la procédure employée par les compétences gouvernementales aux fins d'évaluations de bâtiments historiques. Celles-ci évaluent les bâtiments à partir d'une liste assez longue de critères; chaque élément d'un bâtiment se voit ainsi évalué séparément en fonction de chacun des critères. De même, à chaque critère correspondent des cotes verbales (excellent, très bon, bon ...) et l'évaluation globale se base sur une moyenne des cotes obtenues. Certaines autres compétences gouvernementales bonifient leurs cotes verbales de points numériques. D'après Kalman, les méthodes par points numériques aux fins d'évaluations offrent la manière la plus précise et la plus flexible d'évaluer les bâtiments. Enfin, l'évaluation globale est obtenue en faisant la moyenne des points pour chaque critère.

Puis, Kalman propose, dans son document, une liste de critères d'évaluation de bâtiments. Cette liste offre, selon lui, un ensemble de critères suffisamment détaillés sans toutefois être complets. Celle-ci comprend vingt critères détaillés regroupés sous cinq grandes catégories de critères (voir tableau 7). Tous ces critères s'appliquent à l'évaluation des bâtiments qu'ils soient isolés ou regroupés dans des quartiers patrimoniaux.

²⁰ Il est à noter que ce résumé du document de Kalman met l'emphase sur les critères d'évaluation des bâtiments historiques.

Tableau 7**Critères d'évaluation des bâtiments historiques de Kalman**

Catégories Critères	Sous-catégories Critères
A. Architecture	1. Style 2. Construction 3. Âge* 4. Architecte 5. Conception 6. Intérieur
B. Histoire	7. Personnalité* 8. Événement* 9. Contexte*
C. Environnement	10. Continuité 11. Cadre 12. Point d'intérêt
D. Utilisations possibles	13. Compatibilité 14. Réutilisation 15. Vocation publique 16. Services 17. Coût
E. Intégrité	18. Site 19. Modifications 20. État

Source adaptée de: Kalman, H. (1979). *Évaluation des bâtiments historiques*. Parcs Canada, p. 14 à 21.

Note: Le tableau 8 fournit davantage de détails sur les quatre critères marqués d'un astérisque.

Bien que les critères présentés par Kalman soient suffisamment généraux pour pouvoir être appliqués à l'échelle du pays, l'auteur stipule qu'il faut quant même tenir compte des différences régionales lors de l'évaluation.

2.7.1 Observations générales

Dans son document consacré aux bâtiments historiques²¹, Kalman se préoccupe de l'évaluation de la qualité intrinsèque de ces bâtiments, sans vraiment se soucier du tourisme. Néanmoins, ce document peut s'avérer utile pour l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques. En réalité, le cadre d'analyse privilégié dans ce mémoire accorde une place importante à la qualité intrinsèque des monuments pour juger de leur potentiel touristique. En résumé, la qualité intrinsèque est fonction des éléments intrinsèques constituants les monuments historiques. Par ailleurs, ces éléments peuvent jouer un rôle au niveau touristique: ils peuvent influencer le potentiel touristique d'un monument historique. En fait, certains de ces éléments sont susceptibles d'éveiller l'intérêt des touristes, alors que d'autres ne le sont pas. Par conséquent, seulement quelques éléments intrinsèques influencent directement le potentiel touristique des monuments historiques et ce sont ces derniers qui nous intéressent pour la mesure de ce potentiel.

Dans son document, Kalman expose les critères d'évaluation de bâtiments historiques. Ces critères sont en réalité les éléments intrinsèques dont il a été question dans le paragraphe précédent. À vrai dire, ce sont eux qui permettent de juger de la qualité intrinsèque de ces bâtiments. Quelques-uns de ces critères-éléments peuvent être transposés pour évaluer le potentiel touristique des monuments historiques. Ainsi, les critères retenus comme ayant la possibilité de s'insérer dans la grille d'évaluation en voie de construction sont le critère A, seulement pour le sous-critère 3, et le B au complet, incluant alors les sous-critères 7, 8 et 9 (voir tableau 7 et 8). De même, la plupart des indicateurs présentés par l'auteur et permettant d'évaluer la qualité intrinsèque des bâtiments historiques ont la possibilité d'être transférés afin d'évaluer le potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain.

²¹ Le terme « bâtiment historique » tel qu'employé par Kalman est équivalent au terme « monument historique » tel que nous l'employons.

Tableau 8

Quatre critères détaillés provenant de la liste des critères d'évaluation des bâtiments historiques de Kalman présentés dans le tableau 7

Critère	Cote ^a	Commentaires
3. Âge Âgé par rapport à l'âge moyen des bâtiments de la région.	E Construit entre les dates 1 et 2. TB Construit entre les dates 2 et 3. B Construit entre les dates 3 et 4. P/M Construit après la date 4.	Les dates (1, 2...) sont arbitrairement choisies pour cet exemple. Elles trouvent généralement leur signification dans une échelle de datation préalablement déterminée.
7. Personnalité Bâtiment associé à la vie ou aux activités d'une personne, d'un groupe, d'une organisation ou d'une institution ayant spécialement contribué à la vie de la localité, de la province ou de la nation.	E Personnalité, groupe, etc. de première importance, intimement liés au bâtiment. TB Personnalité, groupe, etc. de première importance vaguement liés ou personnalité d'importance secondaire, intimement liés au bâtiment. B Personnalité, groupe, etc. d'importance secondaire, vaguement liés au bâtiment. P/M Bâtiment sans aucun lien avec personnalité importante ou groupe, etc.	L'importance de la personne, du groupe, de l'organisation ou de l'institution doit elle-même être évaluée en fonction de critères rationnels. Un certain recul s'impose. Ainsi, il faut probablement remonter à une ou deux générations au moins. Dans le cas d'une évaluation municipale, l'importance locale a la même valeur que l'importance provinciale ou nationale. Alors que pour une évaluation provinciale ou nationale, il faut accorder plus d'importance au caractère provincial ou national.

Tableau 8

Quatre critères détaillés provenant de la liste des critères d'évaluation des bâtiments historiques de Kalman présentés dans le tableau 7 (suite)

Critère	Cote	Commentaires
8. Événement Bâtiment associé à un événement marquant dans la vie de la localité, de la province ou de la nation.	E Événement de première importance directement relié au bâtiment. TB Événement de première importance vaguement relié au bâtiment ou événement d'importance secondaire directement relié au bâtiment. B Événement secondaire vaguement relié au bâtiment. P/M Bâtiment sans aucune relation avec un événement important.	Voir commentaires 7.
9. Contexte Bâtiment associé aux grands courants de l'histoire culturelle, sociale, politique, militaire, économique ou industrielle et l'illustrant particulièrement.	E Tendances de première importance directement reliées au bâtiment. TB Tendances de première importance vaguement reliées ou tendances d'importance secondaire directement reliées au bâtiment. B Tendances d'importance secondaire vaguement reliées au bâtiment. P/M Bâtiment sans aucune relation avec tendances importantes.	Selon Sise cité dans Kalman (1979: p. 17), afin de mesurer ce facteur, il est possible de se demander à quel point la construction pourrait être utile à l'enseignement de l'histoire culturelle ^b .

Source adaptée de: Kalman, H. (1979). *Évaluation des bâtiments historiques*. Parcs Canada, p. 14 à 21.

Note a: Les cotes verbales sont les suivantes: E pour excellent; TB pour très bon; B pour bon et P/M pour passable à médiocre

2.8 MODÈLE DE GUNN

À la demande de l'Office de tourisme du Canada (OTC), Gunn réalise une proposition de méthodologie pour déterminer le potentiel de développement des zones de destination touristique au Canada (1982 a et b). Pour effectuer son étude, l'auteur se base exclusivement sur des références et des documents bibliothécaires disponibles à l'OTC. Celle-ci est donc limitée aux déductions et aux raisonnements pouvant être dérivés de données secondaires. Selon l'auteur, ces limites ne réduisent pas la qualité ou la quantité du travail à accomplir. Elles assignent simplement des bornes au travail à exécuter. Finalement, cette étude est menée à bien sous les auspices d'un comité directeur.

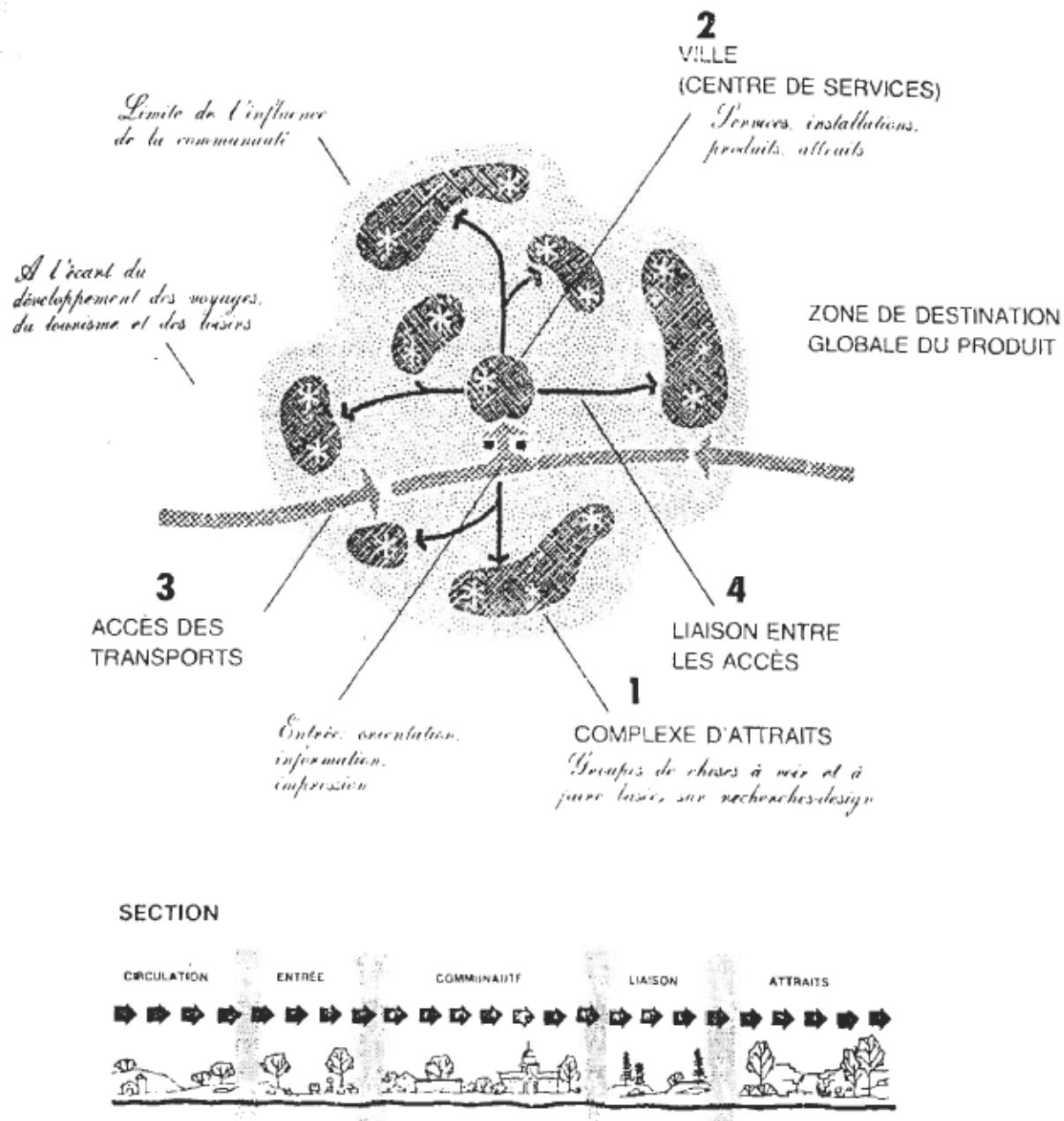
Tout d'abord, l'auteur cherche à définir le concept de « zone de destination touristique ». À cet effet, il constate que plusieurs interprétations de ce concept sont possibles. Néanmoins, aux fins de cette étude, une définition est privilégiée par Gunn. Ainsi, une zone de destination touristique est: « une zone de potentiel de développement touristique basé sur d'importants facteurs touristiques » (Gunn, 1982: 5). L'auteur en profite également pour mentionner le dynamisme et la flexibilité des zones de destination touristique, des zones que plusieurs croient, à tort, rigides et permanentes.

Par la suite, il fait part de trois prémisses nécessaires à l'utilisation de la définition présentée ci-haut. La première prémissse concerne les emplacements. Ces derniers se rapportent à la position géographique, au contenu géographique et à l'image géographique projetée par des endroits. En fait, ils constituent une prémissse importante à l'établissement de zones de destination. La deuxième prémissse se rapporte aux produits touristiques. Ceux-ci sont les résultats du développement touristique²². Ils dépendent d'éléments tels que des ressources naturelles et culturelles se trouvant à des endroits, de même que des services et des

²² Trois secteurs sont impliqués dans le développement de produits touristiques, soit les gouvernements, les organismes à but non lucratif et le secteur privé.

installations auxiliaires. En outre, plus ces éléments sont nombreux et de qualité, plus le potentiel de développement touristique est grand. La troisième prémissse porte sur le rôle fédéral de direction de l'Office de tourisme du Canada. Ce rôle milite, entre autres, en faveur de l'adoption d'une nouvelle approche pour évaluer le potentiel touristique des destinations.

Gunn présente ensuite des schémas de développement essentiels pour la réussite du développement des zones de destination touristique. Ces schémas suggèrent des concepts pouvant s'appliquer au développement futur. Notamment, il expose le schéma traitant de l'interrelation entre les attraits et un centre de services, une interrelation indispensable pour la réussite commerciale (voir figure 3). Ce schéma peut être valide pour évaluer des régions dans le but d'y découvrir un potentiel de zones à développer. Dans le même ordre d'idée, il peut se fier au concept de regroupement, qui est à la base de la notion de destination, pour découvrir un potentiel de zones à développer. La raison est simple, le regroupement offre de nombreux avantages par rapport au développement, aux facteurs socio-économiques, à l'environnement et à la promotion. Finalement, il fait part du besoin de classification des zones de destination touristique, une classification qui est surtout importante lorsque les différents marchés pour le tourisme au Canada sont pris en considération.



Source: Gunn, C. A. (1982 b). *Proposition de méthodologie pour déterminer le potentiel de développement des zones de destination touristique au Canada*. Ottawa: l'Office de tourisme du Canada.

Figure 3: Concept ville-attraits de zone de destination touristique: Diagramme des éléments clés et de leur relation, de toute importance pour la recherche de potentiel.

L'acceptation des principes de développement touristique, vus précédemment, peut mener à leur utilisation comme base d'un processus d'évaluation du potentiel de développement touristique futur. En résumé, les facteurs importants pour qu'il y ait développement touristique peuvent être examinés afin d'en découvrir le potentiel.

Le processus de découverte des ressources touristiques du Canada au niveau fédéral esquissé par Gunn suggère « l'établissement au sein de l'OTC d'une fonction hiérarchique soutenue et régulière de direction exacte, concise et actuelle qui soit vouée au développement du produit touristique à travers le Canada, dans une perspective fédérale » (Gunn, 1982b: 25). Ce processus doit permettre: l'identification des zones de potentiels à un moment donné, la mise à jour de ces zones en cas de changements, la diffusion de l'information au sujet de ces zones à la grandeur du Canada (une information pouvant servir de guide pour orienter le développement). Le processus proposé par Gunn comprend donc trois étapes: la recherche des facteurs physiques (voir tableau 9), la pondération de ces facteurs par des experts en tourisme et cela en fonction des différents marchés; la recherche des facteurs de programmes, les tendances du marché international, du marché national et du développement national; les conclusions quant au potentiel des destinations touristiques.

Tableau 9

Facteurs physiques à rechercher en vue d'identifier des zones avec potentiel pour le développement touristique selon Gunn

Facteurs physiques
1. L'eau, la vie aquatique
2. La végétation, la faune, les animaux, insectes et plantes nuisibles
3. Le climat, l'atmosphère
4. La topographie, les sols, la géologie
5. L'histoire, l'ethnie, l'archéologie, les légendes
6. L'esthétique
7. Institutions, industries, attraits
8. Centres de services
9. Transport, accès

Source: Gunn, C. A. (1982 b). *Proposition de méthodologie pour déterminer le potentiel de développement des zones de destination touristique au Canada*. Ottawa: l'Office de tourisme du Canada.

Finalement, les trois étapes du processus présenté par Gunn mènent à l'identification des zones générales possédant le potentiel le plus élevé pour le développement touristique. Il décrit ce processus comme en étant un de pré-faisabilité à l'échelon régional, et non pas de faisabilité du projet à l'échelon du site. Celui-ci a une grande valeur, car il permet d'établir une stratégie fédérale globale de développement touristique. Il permet également d'assurer aux promoteurs touristiques l'orientation voulue pour développer un site ou autre, bref pour passer à la faisabilité réelle d'un développement, en autant que l'information soit publiée et distribuée sur une grande échelle. Après avoir présenté son processus de découverte, l'auteur consacre la dernière partie de son étude aux principes directeurs proposés pour les destinations touristiques.

2.8.1 Observations générales

Quelques points abordés dans l'étude de Gunn sont à prendre en considération dans ce mémoire: le concept de regroupement et le principe selon lequel une zone de potentiel de développement touristique peut être déterminée en fonction de multiples facteurs la composant. Bien que ce concept et ce principe s'appliquent pour une grande échelle d'analyse (destination touristique), ils peuvent s'employer pour une plus petite échelle (ressource touristique), comme dans cette étude. Enfin, l'utilité du concept de regroupement sera davantage saisie une fois le cadre d'analyse mis sur pied. Tandis que le principe de zone de potentiel de développement touristique pourrait être retenu en vue d'une recherche plus poussée sur le développement touristique des monuments historiques.

2.9 MODÈLE DE LAPLANTE²³

À la suite d'une étude réalisée pour le Ministère de l'industrie, du commerce et du tourisme du Québec, Laplante (1985) propose plusieurs éléments de méthodologie afin d'évaluer les attractions touristiques au Québec. L'étude de Laplante a donc pour but de mettre au point des procédures pratiques permettant d'évaluer objectivement les attractions touristiques afin de les classer hiérarchiquement (avec plus ou moins de petites étoiles), bref d'évaluer l'attractivité touristique d'une attraction. Toutefois, avant de présenter son essai de création méthodologique, l'auteur cherche à définir l'attraction touristique, un concept dissimulant certains mystères selon lui.

Il présente l'attraction touristique comme étant la « chose » qui attire le touriste, le fascine, pique sa curiosité Ainsi, pour être en mesure d'établir un système d'évaluation de l'attractivité touristique des attractions touristiques, il faut avant tout savoir en quoi consiste la « force » d'attraction. Étant donné qu'un lien étroit existe entre l'attraction touristique et le

²³ Les mots anglais utilisés par Laplante sont conservés pour maintenir l'idée originale de cet auteur.

touriste (sans touriste, il n'y a pas d'attraction touristique), il stipule qu'une compréhension du touriste, de l'expérience touristique vécue par ce touriste, permet de poser les jalons d'une théorie des attractions touristiques, bref de comprendre ce qui fait la « force » d'une attraction touristique. Il puise donc les bases de cette théorie à même l'oeuvre de MacCannell (1976), un auteur abordant l'étude des interactions entre les visiteurs et les attractions touristiques. Finalement, il s'inspire du cadre théorique de MacCannell pour inventer une méthodologie d'évaluation des attractions touristiques.

Laplante consulte également de nombreux ouvrages traitant d'attractivité touristique, mais il n'a pas trouvé « de travaux de recherche ayant conduit à un classement hiérarchique des attractions fondé sur des critères objectifs, c'est-à-dire, sur des mesures quantitatives indépendantes de la subjectivité des évaluateurs » (Laplante, 1985: 104). De plus, la plupart des travaux de recherche mesurent l'attractivité touristique en fonction des attractions et des infrastructures de tourisme : les attractions sont donc rarement évaluées en tant que réalité spécifique. À ce propos, la théorie de MacCannell permet une certaine objectivité et voit l'attraction touristique comme une réalité spécifique. C'est pourquoi Laplante privilégie l'approche de MacCannell à toutes autres approches pour l'invention d'une méthodologie d'évaluation des attractions touristiques.

De l'analyse de la théorie de MacCannell, Laplante n'a retenu que la « mécanique » de base, soit l'interaction entre **marker**, **sight** et **touriste** et le concept central de **sacralisation** sous-jacent à cette interaction.

MacCannell n'enseigne pas comment évaluer et classifier les attractions touristiques. Toutefois, sa théorie a permis à Laplante de se faire une idée sur ce qui doit réellement être évalué, pour ensuite lui permettre de fabriquer des mesures d'attractivité touristique. En réalité, si rien n'attire naturellement tel qu'énoncé par MacCannell et que tout peut devenir attraction touristique, c'est qu'une valeur peut être ajoutée à une chose, un *sight* (site,

monument) pour le rendre attristant. Cette valeur ajoutée peut être appelée valeur touristique et provient des *markers* rattachés au *sight*. Ceux-ci font naître un désir et soutenir le désir, de voir le *sight*. Le processus par lequel une valeur est ajoutée au *sight* s'appelle la sacralisation. Cette dernière assure que l'expérience touristique²⁴ désirée et promise aura lieu. De même, la **qualité** de la sacralisation d'un *sight*, assume une part très importante du succès final d'un développement touristique. Finalement, pour Laplante, cela revient donc à dire que l'évaluation des attractions, c'est d'abord l'évaluation des sacralisations²⁵. C'est d'ailleurs là-dessus que porte une grande partie de son effort méthodologique pour évaluer les attractions touristiques.

2.9.1 Mesures de la valeur des ressources touristiques

Procédant strictement selon MacCannell, Laplante n'aurait pas à s'attarder à l'évaluation des ressources en tant que telles, car tout peut devenir une attraction si la sacralisation est faite correctement. Toutefois, il juge utile cette évaluation. Pour lui, il s'agit d'un « premier pas en direction d'interventions plus proprement culturelles pour les sacrifier [ressources] à l'intention des touristes » (Laplante, 1985: 112).

Tout d'abord, l'auteur fait l'inventaire des attractions touristiques existantes dans la région de Québec (région pilote), sans retenir les activités. Pour ce faire, il dépouille 15 guides touristiques de cette région et obtient 504 attractions touristiques qu'il classifie à sa façon en

²⁴ D'après Laplante (1985), l'expérience touristique en tant qu'expérience culturelle, c'est l'ensemble de la traversée d'une société par un touriste. En ce qui concerne la société visitée, sa production culturelle, c'est elle-même. Elle est sa principale attraction dans laquelle les autres attractions sont imbriquées.

²⁵

- a) D'après Laplante (1985), le cadre théorique de MacCannell n'autorise pas l'évaluation d'attractions touristiques en pièces détachées, puisque l'expérience recherchée par un touriste est un phénomène global. C'est pourquoi il cherche à évaluer les attractions touristiques d'une société au complet, soit celle du Québec.
- b) Toujours selon Laplante, mais en s'écartant un peu de la théorie de MacCannell, le tourisme d'agrément appartenant au monde du loisir et du jeu, l'expérience touristique se doit de respecter cette attente.
- c) Le rapport entre l'attraction et le visité n'est pas à négliger. D'ailleurs le concept-clé à ce propos est l'authenticité. Le visiteur ne veut pas être trompé, ni par les attractions, ni par les visités.

22 catégories. Par la suite, il fait appel à quatre consultants jouant le rôle « d'experts » dans leur discipline pour évaluer les ressources. Les consignes sont claires: évaluer les ressources d'un genre donné correspondant à leurs spécialisations; évaluer les ressources selon les critères les plus assurés de leur discipline; ne pas considérer la sacralisation d'une ressource à cette étape-ci; classer hiérarchiquement les ressources de la meilleure, à la seconde meilleure (meilleure en fonction de celle apparaissant comme la plus intéressante ou la plus exceptionnelle à voir ou à utiliser par des gens en situation de loisir). Cette évaluation fournit donc un premier indice de la valeur intrinsèque de la ressource ou plus précisément le potentiel touristico-récréatif de ces ressources. En bref, selon l'auteur, « avant toute sacralisation et exploitation, une ressource dite brute dans notre contexte est une ressource qui peut (beaucoup, assez, moyennement ou très peu) devenir un sight » (Laplante, 1985: 119).

Les consultants évaluent donc 309 des 504 attractions touristiques de la région de Québec. En outre, ils évaluent toutes les ressources qu'ils peuvent, même si celles-ci ne correspondent pas à leur domaine de spécialisation. Laplante ne retient que 105 attractions, soit celles ayant été évaluées par trois ou quatre consultants, pour son calcul des score-ressources. Dans un tableau, il présente la distribution des score-ressources répartis en quatre grandes classes. Ces dernières lui serviront plus tard pour la comparaison entre les différents scores. Enfin, il établit un tableau comparatif entre le taux d'accord et de désaccord entre les évaluateurs des ressources. En dernière analyse, Laplante identifie du côté des évaluateurs trois problèmes relativement à l'évaluation des ressources : l'influence des échelles personnelles, l'influence d'un biais systématique et savoir en quoi consistait la ressource.

2.9.2 Mesures de la valeur des sacralisations *off-sight*

Le processus de sacralisation tel que vu par MacCannell comprend une sacralisation *off-sight* et une sacralisation *on-sight*. Pour être en mesure d'évaluer cette sacralisation, d'obtenir un score, l'auteur doit donc construire deux indices: l'une en fonction de la

sacralisation *off-sight*, en regardant du côté des *markers off-sight*, l'autre en fonction de la sacralisation *on-sight* en prêtant attention aux *markers on-sight*.

En ce qui concerne le premier indice, l'auteur l'élabore à partir de *markers off-sight*. Ces derniers sont donc la reproduction mécanique d'un *sight* : livres-guides, posters, livres-souvenirs, cartes et plans, films promotionnels. Ils agissent comme source d'information, hors du *sight*, auprès des futurs visiteurs. Cependant, Laplante se fonde uniquement sur les livres-guides touristiques, faute de temps et d'argent pour s'attarder aux autres *markers off-sight*. Alors, pour obtenir cet indice, Laplante réalise premièrement un inventaire des guides touristiques de la région-pilote. De son inventaire, neuf guides touristiques sont dépouillés pour l'étude: trois guides internationaux, un guide national et cinq guides régionaux. Deuxièmement, il s'inspire des techniques d'analyse de contenu pour préparer une grille en vue de décrire une attraction dans un guide. Sept indicateurs sont retenus comme pouvant exprimer l'importance donnée à une attraction dans un guide. Ces indicateurs sont pondérés sur 100, ce qui permet d'exprimer de façon quantitative cette importance. La troisième et dernière étape en vue d'obtenir cet indice est de pondérer l'étendue des marchés de lecteurs et de lectrices de guides touristiques. Cette pondération est fonction des étendues des territoires et des publics visés par les guides. Ainsi, le poids-guide d'une attraction est multiplié par trois si son descriptif se trouve dans un guide international, multiplié par deux s'il vient d'un guide national et demeure le même s'il est obtenu d'un guide régional. Par conséquent, une attraction représentée dans les neuf guides dépouillés et possédant le poids-guide maximal partout aura un poids total de 1600²⁶.

En utilisant la méthode de Laplante pour évaluer la sacralisation *off-sight* d'une attraction, des score-guides ressources sont trouvés. Il est possible de dire qu'un score-guide plus ou moins élevé d'une attraction dépend: de son apparition dans plusieurs guides touristiques ou non; de sa présence dans des guides «exigeants», soit des guides

²⁶ $[(3 \times 3) + (1 \times 2) + (5 \times 1)] = 16 \times 100 = 1600$

internationaux, sinon nationaux; des descriptions faites à son sujet dans le ou les guides touristiques. Finalement, les score-guides trouvés par l'auteur, soit ceux de 305 attractions sont présentés dans un tableau. Ce dernier montre la répartition des score-guides en quatre grandes classes comme dans le cas des score-ressources.

En définitive, selon Laplante, les guides touristiques à considérer pour ce type d'étude ne doivent pas être trop nombreux, de là une nécessité de trouver des critères très explicites pour sélectionner des guides et pour les dépouiller. En outre, même si les guides touristiques sont des sources exceptionnelles d'évaluation de la sacralisation *off-sight*, elles ne sont pas exclusives. Pour terminer, il juge que l'analyse de contenu utilisée dans cet essai demeure trop limitative et superficielle.

2.9.3 Mesures de la valeur des sacralisations *on-sight*

Toujours en suivant à la lettre l'approche de MacCannell, Laplante cherche ensuite à évaluer la sacralisation *on-sight* sur le terrain. MacCannell compte cinq étapes à son processus de sacralisation. Les trois premières (*naming*, *framing*, *enshrinement*) sont consacrées aux opérations de sacralisation sur le terrain. Alors, Laplante se hasarde à construire une mesure de sacralisation sur le terrain à partir des connaissances qu'il a acquises sur ces trois premières étapes.

D'abord, l'auteur choisi d'utiliser les *markers* comme forme pratique d'évaluation d'un *sight* sur le terrain, étant donné qu'ils occupent une place importante au sein de la définition théorique de l'attraction touristique de MacCannell. Par la suite, les évaluateurs reçoivent une liste de *markers on-sight* (voir tableau 10) avec la tâche de les repérer et de les décrire en arrivant sur chaque site. Après quelques jours d'exercices sur le terrain, une procédure est établie en vue de construire une mesure de sacralisation sur le terrain. Les évaluateurs doivent donc suivre une procédure en trois étapes.

Tableau 10**Liste des markers de sacralisation selon Laplante****Liste de markers de NAMING**

- Panneaux d'information, proches du site, pour signaler le *sight* aux visiteurs; plaque portant le nom du *sight*;
- Panneaux, affiches, plaques, plans, etc., décrivant le *sight*, en racontant l'histoire, en détaillant les éléments, en certifiant l'authenticité (celle des reconstitutions ou des restaurations par exemple); tables d'orientation;
- Présence de commerces ou services de produits-souvenirs, de cartes postales, etc., reproduisant le *sight*.

Liste de markers de FRAMING AND ELEVATION

- Éléments qui servent à délimiter le *sight*, à le circonscrire et, en même temps, à le dégager de son entourage immédiat: barrières, clôtures, cordons, enceintes, portes d'entrée et de sortie indiquées, chemin à suivre pour la visite, etc.;
- Éléments servant à rehausser l'apparence du *sight*: illumination, éclairages spéciaux, terre-plein pour hausser le *sight*, dégagement de l'espace adjacent au *sight*: pelouse, plates-bandes de fleurs, petits parcs avec bancs, etc., espaces prévus de stationnement pour dégager l'observation du *sight* d'autos ou d'autobus;
- Construction d'étalages, de piédestaux, de surplomb, etc.; tout ce qui, réellement ou symboliquement, élève le *sight* pour le faire mieux voir ou visiter, pour attirer l'attention sur lui.

Liste de markers d'ENSHRINEMENT (enchâssement)

- Dans un ensemble ou un complexe, il faut d'abord identifier la ou les « choses » qui constituent l'attraction centrale, la pièce-maîtresse qui donne à l'ensemble sa raison d'être, sa structure, sa force d'attraction principale. Ensuite, il faut noter les autres éléments présents sur le même site qui contribuent à l'éclat de la pièce-maîtresse (ou formant écrin pour ce bijou). Ces autres éléments doivent aussi avoir des *markers*, au moins des *markers* de *naming* car ils sont aussi « à-voir » et offerts également aux visiteurs comme des choses à ne pas manquer lors de la visite de l'ensemble.

Source adaptée de:

Laplante, M. (1985). *L'évaluation des attractions touristiques au Québec: éléments de méthodologie*. UQAM: Centre de recherche en gestion et Département d'études urbaines, p. 150-151.

La première étape consiste à revivre l'expérience du touriste, c'est-à-dire ses communications avec les *markers* présents sur un site. Les évaluateurs doivent faire le vide en arrivant sur le terrain, oublier tout ce qu'ils savent sur l'attraction. La deuxième étape nécessite un repérage de tous les *markers on-sight* à partir de la liste des *markers* présentés plus haut. La troisième étape les mènent à évaluer la qualité des interventions de sacralisation sur le terrain. Cette dernière étape, laissant place à beaucoup de subjectivité, pousse donc Laplante à fournir quelques balises aux jugements des évaluateurs. Enfin, il tente de codifier « le jeu des *markers* » (Laplante, 1985: 152). Pour lui, les trois étapes du processus de sacralisation de MacCannell deviennent trois genres de messages à propos de la « chose-à-voir ».

Le premier message provient des *markers nominatifs*. Ces derniers ont une fonction d'identification, ils aident à regarder, à voir. Le deuxième message émane de *markers explicatifs*. Ce sont des *markers* favorisant la visite, ils racontent des choses à propos du *sight*. Finalement, le troisième message découle des *markers incitatifs*. Ceux-ci incitent à participer à la culture du visité. Ils permettent d'assister, par exemple, à une représentation (films, spectacles audiovisuels). Bref, les évaluateurs doivent estimer la compétence d'un *marker* en terme de niveau de qualité dans sa catégorie (nominatif, explicatif, incitatif). L'auteur met donc au point une grille d'évaluation du niveau de qualité. Malgré les difficultés rencontrées par les évaluateurs²⁷, une « mesure de la valeur des actions visibles exercées sur une ressource pour la rendre plus facile et plus agréable à fréquenter par le touriste » (Laplante, 1985: 156) est trouvée.

²⁷ L'équipe d'évaluateurs a jugé des niveaux de qualité en se référant aux signes d'intérêt et de satisfaction des touristes qui l'entouraient, plutôt qu'en faisant appel à des critères plus éclairés. En réalité, les *markers* sont tellement variés qu'il est difficile de tous « bien » les connaître, de posséder des critères pour les juger. Ainsi, il s'avère ardu de juger de la qualité d'un *marker* lorsque les connaissances à son sujet ne sont pas maîtrisées (Laplante, 1985).

Les consultants évaluent donc 305 attractions sur le terrain. Laplante présente, dans un tableau, la distribution des score-terrains de la région de Québec (été 84) répartis en quatre grandes classes, comme dans le cas des deux évaluations précédentes. L'auteur note que 44% des attractions évaluées ne possèdent pas de sacralisation *on-sight*.

D'après Laplante, les opérations sur le terrain n'étaient pas tout à fait maîtrisées. Les difficultés à ce propos résultent du « passage trop rapide de la théorie de MacCannell à son utilisation comme mesure pratique de sacralisation on-sight » (Laplante, 1985: 159).

Les rapports entre les markers et les sights sont très variés. Pour les décoder correctement, il faut « lire » l'ensemble du lieu à visiter, comprendre et interpréter tous les messages qu'il émet. Et ensuite, il faut juger si tous les messages concourent à la tâche qu'ils doivent assumer: attirer l'attention, créer l'intérêt, accrocher le visiteur qui passe, le retenir et lui donner à voir, à comprendre, à apprécier (Laplante, 1985: 160).

En plus d'un manque de maîtrise des opérations, les évaluateurs ont rencontré certains problèmes spécifiques sur le terrain : définir en quoi consiste la ressource et / ou l'attraction; comment évaluer la sacralisation *on-sight* des évidences (par exemple, le Fleuve Saint-Laurent, qui est omniprésent, ne possède aucun *marker* servant au *naming* [été 84]); le changement de fonction d'une ressource à la suite d'une restauration. Malgré les difficultés rencontrées, Laplante conclut qu'une sacralisation sur le terrain est nécessaire. Cependant, pour une meilleure maîtrise des opérations sur le terrain, il suggère une poursuite des expériences pratiques de décodage des *sights* existants ainsi qu'un plus long apprentissage de la part des évaluateurs.

2.9.4 Mesures de l'attractivité totale

En dernière analyse, Laplante mesure l'attractivité totale des attractions touristiques de la région de Québec. Il fait la somme des valeurs (scores) obtenues au cours des trois essais d'évaluations (score-ressources, score-guides, score-terrains). Par ailleurs, ces derniers ont été construits de manière à pouvoir s'additionner. Les scores étaient présentés en quatre grandes classes dans tous les cas pour cette raison. Il fait des combinaisons de toutes sortes avec ses scores. Il s'intéresse aux concordances et aux divergences entre les mesures. Il tire des conclusions. Entre autres, tous les éléments de base de l'attractivité, tels que considérés par Laplante, ne sont pas appréhendés ainsi par les intervenants en tourisme au Québec. « L'équation fort simple : de bonnes ressources bien sacrées vont retenir et satisfaire le touriste n'est pas aussi simple aux yeux des intervenants » (Laplante, 1985: 177). En effet, ces derniers ont tendances à mettre leurs énergies ailleurs que sur les ressources (les sacralisations des ressources) lorsqu'il est question de tourisme. Ils ne s'attardent pas à cette équation.

Enfin, il présente la liste des attractions classées par score-total d'attractivité, comme résultat pratique de ses essais de mesures. Il est à noter que la liste ne compte que 62 attractions sur les 504 attractions inventoriées dans la région pilote. À vrai dire, seules les attractions dont les trois scores ont été mesurés (score-ressource, score-guide, score-terrain) apparaissent dans cette liste.

En dernière analyse, selon Laplante, les essais de mesure de l'attractivité touristique ont donné des résultats acceptables malgré certaines imprécisions méthodologiques et techniques. Suivant ces essais, il affirme que la « magie » de l'attractivité touristique n'a rien de « sorcier ». Il ne suffit pas simplement de dire que les ressources existent pour que les visiteurs y soient attirés. Elles se doivent aussi d'être aménagés par les collectivités locales. Selon lui, rien de nouveau pour les intervenants en tourisme. Sauf que cette « magie » en étant davantage comprise permet désormais d'établir « des règles pratiques pour évaluer l'action,

trouver des problèmes et imaginer des solutions » (Laplante, 1985: 182). En terminant, ces essais d'évaluation d'attractivité touristique lui ont permis de se faire une idée sur le chemin qu'il reste à parcourir pour que les mesures esquissées deviennent de vrais outils d'interventions.

2.9.5 Observations générales

L'auteur tâche d'évaluer l'attractivité des attractions touristiques. Il est alors question d'évaluation à petite échelle. Pour ce faire, il se base sur la théorie des attractions touristiques, mise au point par MacCannell, afin de comprendre ce qui doit réellement être évalué pour juger de cette attractivité, soit les sacralisations. Il élabore donc une méthodologie à partir de cette théorie pour trouver une façon d'évaluer les sacralisations des *sights*. En plus, il apporte sa contribution originale à la méthodologie en voulant évaluer les ressources touristiques au niveau de leur valeur intrinsèque et cela par rapport à l'utilisation pouvant être faite de ces ressources au niveau touristique.

En vue de réaliser une évaluation de l'attractivité touristique, Laplante s'assure que ce concept abstrait soit évalué avec un certain degré d'abstraction, soit en optant pour une évaluation qualitative. À cet effet, la qualité est évaluée au niveau des sacralisations des ressources et au niveau de la valeur intrinsèque des ressources. Relativement à notre étude, il nous intéresse de réaliser l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. Nous avons défini le concept de potentiel touristique de sorte qu'il soit moins abstrait que celui d'attractivité touristique. De fait, l'évaluation du potentiel touristique s'effectue plutôt quantitativement que qualitativement comme pour l'attractivité touristique.

Ouvrons une parenthèse pour dire que les monuments historiques sont des ressources culturelles qui peuvent être ou devenir attractions touristiques. Or la reconnaissance des monuments historiques, en tant qu'attractions touristiques, confirme l'existence d'une certaine

force d'attraction (attractivité touristique) pour ces monuments. Donc, s'il y a attractivité touristique, il y a potentiel touristique; le premier concept englobant le deuxième. Ainsi, pour être en mesure de savoir si les monuments historiques sont pourvus d'un potentiel touristique, il faut regarder s'ils possèdent des caractéristiques propres aux attractions touristiques. Il faut alors regarder s'il y a sacralisation (valeur touristique ajoutée) des monuments historiques. Toutefois, comme il a été mentionné ci-haut, ce n'est pas l'attractivité touristique de ces monuments que nous cherchons à évaluer dans cette étude, mais bien leur potentiel touristique. Pour ce faire, nous regarderons exclusivement s'il y a présence de sacralisations aux monuments historiques, sans prêter attention à la qualité de ces sacralisations comme cela aurait été le cas pour déterminer l'attractivité touristique. En outre, c'est la liste des *markers off-sight* et *on-sight* avancée par Laplante qui nous permettra d'examiner s'il y a existence ou non de sacralisations. Ces *markers* seront par ailleurs remaniés pour les besoins de cette étude. Il est à noter que le potentiel touristique des monuments historiques n'est pas seulement dépendant de la valeur touristique ajoutée. Refermons la parenthèse pour dire que le cadre d'analyse permettra de faire ressortir ce qui peut influencer le potentiel touristique des monuments historiques.

Malgré la différence notable qu'il existe entre l'évaluation que nous voulons entreprendre dans cette étude et celle effectuée par Laplante, nous nous intéressons à sa charpente méthodologique. En vérité les trois étapes constituant cette charpente, les mesures de la valeur des ressources touristiques, les mesures de la valeur des sacralisations *off-sight* et les mesures de celles *on-sight*, sont prises en considération dans le cadre d'analyse, donc pour la construction de la grille d'évaluation du potentiel touristique. Cependant, les processus d'évaluation employés par l'auteur pour mener à bien ces trois étapes ne sont pas conservés. En fait, la différence au niveau de la signification du concept d'attractivité touristique versus le concept de potentiel touristique ne permet pas l'utilisation des processus d'évaluation du premier concept pour le deuxième concept.

2.10 MODÈLE DE PEARCE

Dans son livre sur le développement touristique, Pearce consacre un chapitre à l'évaluation des ressources touristiques d'une destination (1989: 151-182). Il part du principe que les promoteurs touristiques et les planificateurs touristiques font face à des questions pratiques touchant le développement: l'évaluation de la possibilité de développer un site particulier, le choix d'un site au détriment d'autres sites pour développer un projet touristique et l'évaluation globale d'un endroit en vue de connaître son potentiel touristique (au sens d'attractivité touristique) général. La première partie de son chapitre est donc consacrée aux différents facteurs d'emplacement influençant le développement touristique, ainsi qu'aux indicateurs permettant de les évaluer. Alors que la deuxième partie de son chapitre passe en revue les différentes techniques et méthodes employées par divers auteurs pour évaluer les ressources touristiques à partir de tous ces facteurs.

Dans un premier temps, les facteurs pouvant influencer l'emplacement d'un projet touristique ou le potentiel touristique d'un endroit sont regroupés en sept grandes catégories: le climat, les conditions physiques, les attractions, l'accessibilité, les installations existantes, les droits de propriété et d'autres considérations (politiques gouvernementales: exemption de taxes, prêts à faible taux d'intérêts). L'importance de chacun de ces facteurs dépend du type de développement touristique voulu et de l'échelle d'analyse. De plus, l'importance de ces facteurs varie en fonction des individus. En fait, un promoteur touristique peut accorder beaucoup d'importance à un facteur, alors qu'un touriste peut la juger négligeable et vice-versa. Dans cette partie, l'auteur introduit aussi la notion de capacité de charge, une notion qu'il estime importante lorsqu'il est question de développement touristique.

Il est à noter que l'analyse du facteur « attraction » nécessite une évaluation de l'attractivité touristique de ce facteur. Cette évaluation doit permettre l'obtention d'une valeur, la plus quantifiable possible, pouvant permettre la comparaison entre différentes

attractions et la différenciation spatiale de celles-ci. À cet effet, Pearce mentionne qu'il n'existe aucune mesure universelle de l'attractivité touristique. C'est pourquoi il présente un résumé des travaux de certains auteurs, Piperoglou (1966), Ferrario (1979 a et b), Ritchie et Zins (1978), ayant tenté d'évaluer l'attractivité touristique. Ainsi, il veut donner quelques idées de méthodologies pour l'évaluation de l'attractivité touristique des attractions.

Dans un deuxième temps, l'auteur spécifie qu'il existe deux domaines similaires, mais distincts, à la planification et au processus de décision impliquant la différenciation spatiale des facteurs présentés ci-haut. En premier lieu, il peut être nécessaire de déterminer les priorités de développement parmi une variété de sites, c'est-à-dire, sélectionner un site. En deuxième lieu, les évaluations générales pour la planification régionale ou nationale requièrent l'identification et la délimitation des endroits les plus convenables pour une ou plusieurs formes de développements touristiques. D'après Pearce, les méthodologies utilisées sont néanmoins similaires dans les deux cas. Elles impliquent habituellement trois étapes de base. Premièrement, il faut sélectionner et pondérer des critères. En ce qui à trait aux critères, ils dépendent des objectifs spécifiques d'un travail, d'une étude, d'une recherche. Ils devraient également être indépendants. Dès que ces critères sont trouvés, il faut les pondérer. À ce propos, l'auteur fait part des différentes méthodes utilisées par certains auteurs pour les pondérer, entre autres, l'enquête auprès des touristes (Ferrario, 1979 a et b; Piperoglou, 1966)²⁸ et le recours aux experts (Ritchie et Zins, 1978; Var et al., 1977). Deuxièmement, il faut évaluer des sites ou des endroits en fonction de ces critères. Troisièmement, il faut mesurer relativement le potentiel total ou l'attractivité totale

2.10.1 Observations générales

L'auteur, sans procéder à l'évaluation du potentiel touristique d'une localisation particulière, présente tout de même les étapes du processus d'évaluation à suivre pour

²⁸ Les touristes peuvent également participer à la sélection des critères d'évaluation.

découvrir ce potentiel. Il propose les étapes de sélection et de pondération de critères appropriés, puis d'évaluation à partir de ces critères afin de trouver une mesure numérique du potentiel touristique total. Il étaye les étapes de ce processus d'évaluation en soumettant quelques études d'auteurs ayant adopté ce processus. Il s'agit par ailleurs de celui privilégié dans ce mémoire, même si l'échelle d'analyse est limitée aux monuments historiques. En fait, comme il sera vu dans le cadre d'analyse, certaines variables extérieures aux monuments jouent également un rôle dans la détermination de leur potentiel touristique. De là, les facteurs utilisés pour évaluer le potentiel touristique d'une localisation peuvent alors s'avérer pertinents pour la grille d'évaluation, spécialement si des variables extérieures aux monuments sont concernées dans l'évaluation. C'est ce que nous verrons dans le chapitre suivant.

Parmi les facteurs à retenir se trouve les attractions. Il est entendu ici les attractions situées à proximité des monuments historiques. Cependant, ces monuments peuvent eux-mêmes être attractions, comme il sera vu un peu plus tard, et Pearce n'apporte rien de nouveau sur la façon d'évaluer n'importe quelle attraction en tant que réalité spécifique. Il ne fait que signaler les auteurs ayant étudié le sujet, des auteurs que nous connaissons déjà (Ritchie et Zins, Ferrario).

En ce qui a trait au développement touristique, l'auteur nous apprend que le même processus d'évaluation peut servir notamment, à évaluer la possibilité de développer un site particulier. Les facteurs d'évaluation présentés dans le résumé de Pearce peuvent être utilisés à cette fin, soit en totalité, soit en partie. En réalité, la sélection de facteurs est fonction de l'objectif de l'exercice. En terminant, les implications de ce processus d'évaluation à double spécificité apparaîtront plus claires lorsque les informations au sujet de l'utilité de la grille seront exposées.

2.11 MODÈLE DU MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES DU QUÉBEC

Le Ministère des Affaires culturelles (MAC) a produit en 1989 un document sur: *Comment évaluer l'intérêt d'un bien culturel, ou d'un territoire et l'opportunité de lui attribuer un statut juridique.* Il présente dans ce document le processus à suivre afin de réaliser convenablement une telle évaluation. Suivant le MAC, il faut examiner en détail: « les caractéristiques du bien ou de ce territoire, sa relation avec son environnement et avec des éléments comparables, ainsi que de mesurer l'intérêt du milieu » (MAC, 1989: 2).

Le mode d'évaluation s'appuie sur deux types de critères: des critères d'évaluation de l'intérêt patrimonial et des critères d'opportunité. Les premiers contribuent à déterminer la valeur du bien ou du territoire. Essentiellement, ce sont les critères les plus importants, car c'est sur eux que se fonde la justification des interventions du MAC. Quant aux deuxièmes critères, ils ont pour objet de déterminer, en supposant un intérêt patrimonial préalable, s'il y a opportunité d'intervenir. La liste complète des critères apparaît sommairement dans le tableau 11.

Tableau 11

Critères d'évaluation de l'intérêt d'un bien culturel ou d'un territoire et de l'opportunité de lui attribuer un statut juridique, du Ministère des Affaires culturelles

Critères d'évaluation de l'intérêt patrimonial	
Catégories Critères	Sous-catégories Critères
Critères relatifs à la valeur documentaire	<ul style="list-style-type: none"> • L'ancienneté • La signification historique particulière
Critères relatifs à la valeur intrinsèque et comparative	<ul style="list-style-type: none"> • L'œuvre de l'auteur • La production courante • La qualité de la réalisation • La valeur symbolique
Critères relatifs à l'état d'authenticité	<ul style="list-style-type: none"> • Le degré d'authenticité • La signification des apports des autres modifications • La réversibilité des interventions • La restauration
Critères sur l'opportunité d'attribuer un statut juridique	
Catégories Critères	Sous-catégories Critères
Critères relatifs à l'état physique et aux conditions de conservation	<ul style="list-style-type: none"> • L'état physique • La compatibilité des usages • Les conditions de conservation • Les interventions nécessaires et les coûts afférents
Critères relatifs à l'environnement	<ul style="list-style-type: none"> • La valeur documentaire de l'environnement • La valeur intrinsèque de l'environnement • L'état d'intégrité de l'environnement • Menaces de perturbation de l'environnement
Critères relatifs au potentiel d'utilisation et de mise en valeur	<ul style="list-style-type: none"> • Le potentiel d'évocation et d'interprétation • Le potentiel d'utilisation
Critères relatifs au contexte socio-politique	<ul style="list-style-type: none"> • L'intérêt du milieu • L'impact de l'intervention

Source adaptée de:

Ministère des Affaires culturelles. (1989). *Comment évaluer l'intérêt d'un bien culturel ou d'un territoire et l'opportunité de lui attribuer un statut juridique*. Québec: Auteur.

Concernant l'évaluation de l'intérêt patrimonial, elle est principalement réalisée en comparant avec d'autres biens ou territoires semblables. Le cadre comparatif peut être limité par un cadre géographique, un cadre thématique et un cadre chronologique. Pour ce qui est du cadre géographique, le MAC a sélectionné celui du Québec pour ses évaluations. Cependant, il peut arriver qu'un autre cadre géographique soit favorisé. Si tel est le cas, l'évaluateur doit en justifier le choix. En ce qui concerne les cadres thématique et chronologique, ils varient en fonction des évaluations. Cependant, les cadres retenus pour une évaluation doivent être signalés et justifiés.

L'évaluation d'un bien ou d'un territoire s'effectue à l'aide de critères. Certes, le patrimoine culturel apparaît sous de multiples formes. C'est pourquoi en vertu de cette multiplicité, la liste des critères d'évaluation de l'intérêt patrimonial ne forme pas une grille d'évaluation au sens strict, c'est-à-dire qu'elle ne comporte aucune pondération. À la place, elle est plutôt constituée de l'énumération logique des éléments à considérer et à soupeser lors d'un processus d'évaluation. Le MAC fait mention que dans le cas de l'évaluation de biens comparables, il est souhaitable d'adopter une grille d'évaluation avec des critères pondérés, des critères se préoccupant de la spécificité des types de biens.

Finalement, il est à noter que pour l'évaluation de tous les types de biens et de territoires, il s'avère essentiel d'avoir égard aux critères d'authenticité. Il n'est pas nécessaire qu'un bien ou qu'un territoire se distingue selon tous les critères pour que son importance soit reconnue. Toutefois, il doit au moins posséder un bon état d'authenticité pour qu'il soit pris en considération en vue de l'attribution d'un statut juridique.

2.11.1 Observations générales

Le document produit par le MAC est semblable à celui créé par Kalman. Tous les deux présentent le processus à suivre afin de réaliser une évaluation de la qualité intrinsèque: des

biens culturels et des territoires au Québec, dans le cas du MAC, et des bâtiments historiques, dans le cas de Kalman.

Le MAC veut découvrir la qualité intrinsèque des biens culturels et des territoires en vue de leur attribuer un statut juridique. À l'instar des explications apportées dans la critique de Kalman, quelques critères du MAC peuvent être transposés pour évaluer le potentiel touristique des monuments historiques. Premièrement, il s'agit des critères relatifs à l'état d'authenticité. En réalité, l'authenticité est une caractéristique très importante pour les touristes à la recherche d'expériences touristiques, et spécialement pour les touristes culturels à la recherche d'expériences touristiques axées sur la culture. Néanmoins, tous les monuments historiques à l'étude possèdent déjà un statut juridique déterminé par le MAC. Dès lors, ils ont déjà un état d'authenticité reconnu. Par conséquent, l'authenticité demeure toujours implicite dans la grille d'évaluation. Deuxièmement, il s'agit de critères relatifs à la valeur documentaire qui sont similaires à ceux retenus chez Kalman, soit l'**Ancienneté** et la **Signification historique particulière**.

Ancienneté

Il existe deux façons d'évaluer l'ancienneté, soit de façon absolue, soit de façon relative. Dans le premier cas, il s'agit d'examiner si le bien ou le territoire est le plus ancien. Dans le deuxième cas, il convient de vérifier dans quelle(s) phase(s) historique(s) se situe le bien ou le territoire et de déterminer son degré d'ancienneté par rapport aux biens et aux territoires analogues de la même phase (MAC, 1989: 5).

Signification historique particulière

Plusieurs éléments sont à prendre en considération pour évaluer par rapport à ce critère. Tout d'abord, il faut regarder si la signification est événementielle. Si tel est le cas, il faut voir ce « qu'apporte le bien ou le territoire étudié à la connaissance d'un personnage, d'un groupe, d'une organisation, d'une institution ou d'un événement » (MAC, 1989: 5). Il

peut s'agir d'un événement spécifique important survenu dans l'histoire ou bien d'une suite d'événements importants ayant contribué à l'évolution humaine (à l'échelle du cadre géographique). De plus,

Si le bien ou le territoire est relié à un personnage, à un groupe ou à une institution, il faut d'abord évaluer l'importance de ce personnage, ce groupe ou cette institution puis étudier le rapport existant entre ceux-ci et le bien ou le territoire en termes de durée, de signification et de pertinence (et en tenant compte de la signification des autres biens ou territoire reliés à ce même personnage, groupe ou association) (MAC, 1989: 5).

Par ailleurs, si la signification n'est pas événementielle, elle peut être en contrepartie contextuelle. Dans ce cas, il faut considérer sa valeur de témoignage ou de symbole en relation avec un contexte ethno-historique ou avec l'histoire du milieu (en fonction du cadre géographique retenu) et tout cela par rapport à son environnement (MAC, 1989: 5-6).

2.12 MODÈLE DE GOBEL

La thèse écrite par Gobel (1992) traite de l'analyse du potentiel touristique des comtés du Michigan. L'auteur privilégie donc la technique d'analyse régionale pour mener à bien sa thèse. Il est à noter qu'elle réalise son étude à l'aide de données secondaires.

En outre, les objectifs d'étude fixés par l'auteur sont les suivants:

1. développer un modèle prédisant le potentiel touristique d'un comté;
2. explorer la relation entre les mesures du potentiel touristique et les composantes de tourisme identifiées;
3. décrire les variations spatiales du potentiel touristique et des composantes de tourisme à travers les comtés du Michigan.

Pour être en mesure de répondre à ces objectifs d'étude, Gobel sélectionne 10 composantes de tourisme. Ces dernières sont dérivées des composantes identifiées dans son contexte théorique (voir tableau 12). Les 10 composantes ne s'appliquent qu'à l'État du Michigan.

Tableau 12
Composantes de tourisme extraites du contexte théorique de Gobel

Auteurs	Composantes de tourisme	Description
McIntosh et Goeldner (1984)	1. Ressources naturelles 2. Infrastructures 3. Superstructures 4. Transport 5. Ressources d'hospitalité	formes de la terre, faune, flore, plages, climat communication, chemins, stationnements, marinas, stations d'autobus, ... hôtels, restaurants, centres commerciaux, places de loisirs équipement de transport attitude des résidents, festivals, histoire, danse, musées...
Burkhart and Medlik (1981)	1. Attractions 2. Accessibilité 3. Commodités	climat, panorama, histoire, événements, expositions, sports... distance de principales villes, transport externe, systèmes de communication hébergement, restauration, loisir, transport interne, communication

Tableau 12**Composantes de tourisme extraites du contexte théorique de Gobel (suite)**

Auteurs	Composantes de tourisme	Description
Robinson (1976)	1. Bonne température 2. Panorama 3. Commodités 4. Facteurs culturels et historiques 5. Accessibilité 6. Facilités	lacs, montagnes, forêts toutes les facilités pour le loisir et le divertissement ruines, châteaux, festivals, cathédrales, galeries d'art à proximité de grandes villes et facilité d'accès hébergement et restauration

Source: Gobel, P. (1992). *Regional Analysis of Tourism Potential: An Application to Michigan Counties*, Unpublished master's thesis, Michigan State University, p. 11.

La thèse de Gobel est conduite en deux phases. Dans la première phase, elle procède à l'identification de ses 10 composantes sur le territoire à l'étude. Ensuite, elle effectue une analyse spatiale pour mieux comprendre les différences régionales par rapport aux composantes identifiées sur le territoire. Dans la deuxième phase, elle opte pour des analyses de régressions. Ces analyses sont effectuées sur les deux mesures du potentiel touristique qu'elle calcule, l'une en fonction du *per capita hotel /motel use tax*²⁹ et l'autre en fonction du *per capita lodging supply*³⁰.

²⁹ Le terme anglais est conservé dans le but de maintenir la bonne signification.

³⁰ Le terme anglais est conservé dans le but de maintenir la bonne signification.

En conclusion, Gobel soutient que les composantes dérivées de Robinson (1976), McIntosh et Goeldner (1984) et autres, sont en mesure de bien représenter le potentiel touristique d'un comté. Pour ce qui est des autres conclusions présentées par l'auteur, elles ne font pas l'objet d'attention dans cette étude.

2.12.1 Observations générales

La thèse de Gobel s'intéresse à la mesure du potentiel touristique à l'échelle régionale. Les composantes de tourisme à l'origine de celles choisies par Gobel pour mesurer le potentiel touristique de l'État du Michigan, nous intéressent. En fait, elles sont similaires à certaines composantes dont il est question depuis le début de ce chapitre. Nous retenons donc certaines d'entre elles pour une utilisation ultérieure au sein de la grille d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques.

2.13 MODÈLE DE HU ET RITCHIE

La recherche entreprise par Hu et Ritchie (1993) met l'accent sur l'attractivité d'une destination en fonction du contexte selon lequel se fait le choix de visiter cette destination. À cet effet, les deux auteurs stipulent que l'attractivité d'une destination particulière peut varier en fonction de ce contexte. Bien que des efforts aient été déployés précédemment afin de mesurer l'attractivité (Gearing et al., 1974), jamais le contexte n'a été pris en compte dans ces efforts. En vertu de cette lacune, les mesures obtenues auparavant peuvent s'avérer moins utiles qu'elles ont la possibilité de l'être. De plus, elles peuvent masquer les différences (différences peu évidentes de prime abord) de perception de l'attractivité d'une destination chez un même individu, dont les contextes de choix peuvent varier.

En premier lieu, les auteurs s'intéressent au concept d'attractivité d'une destination. Selon eux, l'attractivité reflète les sentiments, les croyances et les opinions d'un individu à

l’égard de la capacité d’une destination à satisfaire leurs besoins particuliers de vacances. Véritablement, plus un individu croit qu’une région touristique satisfera ses besoins particuliers de vacances, plus la région lui semblera attrayante et plus il est probable qu’il la choisisse comme destination touristique potentielle. Concernant le concept de destination touristique, les auteurs le perçoivent comme étant un ensemble d’installations touristiques et de services. Cet ensemble est par ailleurs composé d’attributs touristiques multidimensionnels qui collectivement déterminent l’attractivité d’une destination auprès d’un individu dans une situation donnée choisie. Pour ce qui est des attributs, ils les considèrent comme étant: « tous les éléments extérieurs à l’endroit de résidence des voyageurs les incitant à s’éloigner de leurs résidences pour aller vers ces éléments. Ils incluent, non seulement les sites historiques, mais aussi les services et les installations répondant aux besoins quotidiens des touristes » (Lew cité par Hu et Ritchie, 1993: 26)³¹.

En deuxième lieu, les auteurs s’attardent au concept de « situation » qu’ils tentent de définir. En réalité, la tâche n’est pas aisée puisque ce concept n’est pas encore entièrement compris ni adéquatement conceptualisé. C’est pourquoi les auteurs choisissent la terminologie spécifique jugée la plus appropriées pour les besoins de cette étude, soit celle « d’ensemble contextuel ». Il s’agit d’une terminologie qu’il faut garder à l’esprit tout au long de leur étude.

L’objectif général de cette recherche est d’associer l’approche contextuelle à la mesure de l’attractivité touristique d’une destination touristique. Tandis que les objectifs spécifiques sont les suivants:

³¹ Traduction libre de: *consist of all those elements of a « non-home » place that draw discretionary travelers away from their homes. They include not only the historical sites, amusements parks, and spectacular scenery, but also the services and facilities which cater to the everyday needs of tourists.*

Les deux auteurs s’approprient la définition des attractions touristiques de Lew pour définir leurs attributs touristiques.

1. déterminer l'importance relative des attributs touristiques sélectionnés, contribuant à l'attractivité totale d'une destination touristique, en fonction du contexte, bref en fonction de différents types d'expériences de vacances;
2. examiner la capacité perçue chez une destination sélectionnée à apporter satisfaction par rapport à chaque attribut touristique, en fonction du contexte;
3. établir une mesure quantitative de l'attractivité touristique totale pour chaque destination sélectionnée dans cette recherche, en fonction du contexte;
4. observer l'influence de la familiarité avec une destination touristique sur l'attractivité perçue de cette destination;
5. analyser les implications possibles des résultats obtenus précédemment concernant les initiatives de commercialisation et de développement nécessaire à l'amélioration de l'attractivité physique et perçue des différentes destinations touristiques étudiées.

Pour ce qui est des hypothèses, elles sont de trois ordres:

Hypothèse 1: L'importance relative des attributs touristiques contribuant à l'attractivité d'une destination est différente en fonction du contexte, bref en fonction de différents types d'expériences de vacances.

Hypothèse 2: La capacité perçue chez une destination, à apporter satisfaction par rapport aux attributs touristiques, est différente en fonction du contexte.

Hypothèse 3: L'attractivité d'une destination touristique est influencée par la familiarité avec une destination touristique particulière.

Pour répondre aux objectifs de recherche de cette étude, les auteurs s'intéressent à deux différents types d'expériences de vacances, soit récréatives et éducatives (contextes), et à cinq différentes destinations touristiques, Hawaii, Australie, Grèce, France et Chine. En ce qui à trait aux attributs touristiques nécessaire à l'évaluation de l'attractivité touristique, Hu et

Ritchie en sélectionnent 16. Ces attributs proviennent notamment d'études réalisées par Gearing et al. (1974) et Ritchie et Zins (1978). La liste de ces attributs, telle que présentée par ces auteurs, a également bénéficié d'ajouts et a subi quelques retranchements de la part de Hu et Ritchie (voir tableau 13).

Tableau 13

Attributs touristiques nécessaires à l'évaluation de l'attractivité touristique selon Hu et Ritchie

Attributs touristiques	Correspondance avec les critères de Gearing et collaborateurs
1. Climat	critère 1
2. Disponibilité et qualité de l'hébergement	critère 17
3. Opportunités de sports et de loisirs	critère 11
4. Paysage	critère 1
5. Nourriture	critère 17
6. Divertissement	critères 13 et 14
7. Caractéristiques locales distinctives	critère 5
8. Attractions historiques	critère 10
9. Musées et attractions culturelles	critères 3 et 12
10. Difficulté de communication: barrière linguistique	pas dans Gearing et collaborateurs
11. Festivals, événements spéciaux	critère 4
12. Accessibilité	pas dans Gearing et collaborateurs
13. Ressources de magasinage	critère 15
14. Attitude envers les touristes	critère 7
15. Disponibilité et qualité du transport local	critère 16
16. Niveau des prix	pas dans Gearing et collaborateurs

Source adaptée de: Hu, Y., & Brent Ritchie, J. R.(1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, vol. 32, numéro 2, p. 29.

Note: Les critères d'attractivité touristique de Gearing et al. apparaissent dans le tableau 1. Certains critères de Gearing et al. ont été écartés de la liste de Hu et Ritchie: les foires et expositions, les ruines anciennes, ainsi que la signification religieuse.

En ce qui concerne les résultats, ils indiquent que l'importance relative des attributs touristiques, contribuant à l'attractivité d'une destination, est évaluée de façon différente selon les deux types d'expériences de vacances recherchées, du moins les résultats fournissent un support partiel à cette hypothèse. Puis, les résultats démontrent que, dans la plupart des cas, différentes variations existent dans la capacité d'une destination à offrir, soit une expérience de vacances récréatives, soit une expérience de vacances éducatives. Enfin, ils prouvent que la familiarité avec une destination touristique particulière influence les perceptions sur l'attractivité de cette destination.

Finalement, selon Hu et Ritchie, cette étude a des implications théoriques et pratiques. Du côté théorique, elle confirme la logique de mettre en relation le « contexte » lorsqu'il est question de l'attractivité d'une destination. De plus, elle corrobore la nécessité de poursuivre le travail afin d'établir une mesure quantitative de l'attractivité touristique totale de certaines destinations, en fonction du contexte. À cet effet, les résultats dérivés d'un *multiattribute model*³² se sont avérés insatisfaisants: soit que le modèle est incomplet au niveau des attributs; soit qu'il est simplement inadéquat pour ce type de mesure. C'est pourquoi davantage de travail est requis à ce propos. Du côté pratique, les résultats de cette étude permettent d'envisager des perspectives de commercialisation et de développement pour les différentes destinations examinées dans cette étude.

2.13.1 Observations générales

De l'étude de Hu et Ritchie, nous retenons les attributs touristiques sélectionnés par les auteurs pour évaluer l'attractivité d'une destination. À vrai dire, les deux auteurs s'inspirent des critères élaborés par Gearing et al. pour établir une liste d'attributs touristiques. À la suite de ces constations, il est possible de dire que la façon d'évaluer l'attractivité d'une destination touristique a peu évolué au fil des ans, puisque les mêmes critères (ou presque) semblent

³² Le terme anglais est conservé dans le but de maintenir la bonne signification.

toujours s'appliquer vingt ans plus tard. Cela confirme leur convenance pour des évaluations d'attractivité à grande échelle. Bien entendu, notre évaluation du potentiel touristique des monuments historiques s'effectue à petite échelle (ressource touristique), mais pour les raisons évoquées dans la critique de Gearing et al., des raisons qui se révéleront évidentes une fois le cadre d'analyse explicité, certains attributs touristiques de Hu et Ritchie risquent d'apparaître dans notre grille d'évaluation.

De plus, le souffle de nouveauté apporté par les deux auteurs réside dans l'étude de l'attractivité de destinations touristiques en fonction de contextes variés (récréatif et éducatif). Les auteurs veulent prouver que l'importance des attributs touristiques, rendant possible l'évaluation de cette attractivité, varie en fonction de ces contextes. Dans ce mémoire, cet aspect n'est pas laissé pour compte, même si la méthode d'analyse diffère. D'une certaine façon, la pondération des variables de tourisme (qui auront été sélectionnées pour la grille d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques) par la méthode des juges, sera fonction du contexte de tourisme culturel associé à ce mémoire depuis le début.

2.14 MODÈLE DE GUNN

Dans son livre publié en 1994, Gunn s'intéresse particulièrement à la planification touristique (planification pour le développement touristique)³³. Dans un de ses chapitres, il aborde la question des attractions, plus précisément, des principes de planification touristique des attractions. Ces principes sont au nombre de quatre.

Le premier principe relève de la création et de la gestion des attractions. Selon l'auteur, tant et aussi longtemps qu'un site n'a pas été identifié, désigné, construit et géré en vue de recevoir des visiteurs, il ne peut pas fonctionner comme attraction.

³³ Il est à noter que l'approche utilisée par Gunn dans son ouvrage paru en 1994 demeure la même que pour ses ouvrages publiés en 1964 et en 1988.

Le deuxième principe s'applique au regroupement d'attractions. En réalité, plusieurs attractions regroupées ensembles ont davantage de chance d'attirer les touristes qu'une attraction isolée.

Le troisième principe porte sur les besoins des touristes. Bien que les attractions répondent aux besoins d'expériences touristiques des touristes, elles nécessitent en plus le support de services, tels que la restauration, l'hébergement. En effet, les touristes ont d'autres besoins que la visite d'attractions et ceux-ci doivent être pris en compte lors de la planification des attractions. Par ailleurs, les services se doivent d'être situés à la proximité des attractions pour que le temps et la distance à parcourir pour s'y rendre soient raisonnables. Ainsi, il existe une relation entre les attractions et les services, une relation importante pour le bon fonctionnement des attractions.

Dans le même ordre d'idées, l'auteur fait part, dans un autre chapitre de son livre consacré entièrement aux concepts de planification d'un site, des critères de conception d'un site requis pour le succès (Gunn, 1994: 337-375). Notamment, il faut s'assurer que les futurs développements fonctionneront comme un système, c'est-à-dire, veiller à ce que tous les besoins des touristes soient rencontrés. Comme il a été mentionné dans le paragraphe précédent, un site (ou une attraction) doit pouvoir compter sur le support de services. Donc, il faut vérifier dans quelle mesure les services sont localisés par rapport au site. Il faut également considérer le principe d'accessibilité, c'est-à-dire dans quelle mesure un touriste peut se rendre au site par rapport au transport et par rapport aux informations pouvant le mener au site. De plus, il faut prendre en compte la distance et le temps requis pour accéder au site. Somme toute, il est important de voir à la bonne insertion d'un site individuel au sein d'un système global, lors de la conception du site en question.

Enfin, le quatrième principe concerne les localisations des attractions. À cet effet, les attractions peuvent être localisées soit en milieu rural, soit en milieu urbain. Le milieu rural possède ses propres atouts pour supporter le développement d'attractions. Tandis que le milieu urbain est également viable pour le développement touristique notamment pour les ressources naturelles et culturelles.

Pour conclure, nous tenons à souligner que Gunn n'est pas le seul auteur en faveur de ces principes de planification touristique des attractions touristiques. De fait, Swarbrooke (1995), dans son livre *The Development & Management of Visitor Attractions* propose sensiblement les mêmes principes que Gunn.

2.14.1 Observations générales

Les concepts et les principes de base de la planification touristique traités par Gunn peuvent être associés à l'étude du potentiel touristique. Par exemple, Gunn énumère les principes auxquels il faut accorder de l'importance lors de la planification touristique des attractions, afin qu'elles connaissent le succès³⁴. Or, si les attractions rencontrent le succès, c'est qu'elles possèdent assurément un potentiel touristique. Donc, si le succès des attractions est fonction des principes de planification touristique, alors ceux-ci peuvent servir de base en vue de déterminer les variables influençant le potentiel touristique des attractions (par extension, cela peut s'appliquer aux monuments historiques), en somme, les variables devant être prises en considération pour une évaluation du potentiel touristique.

Concernant le premier principe de Gunn, il vient soutenir la théorie des attractions touristiques de MacCannell. Sommairement, ce dernier fait part de l'obligation d'ajouter une valeur touristique à un *sight* (processus de sacralisation d'un *sight*) pour qu'il devienne

³⁴ Il est peu question des monuments historiques dans cette critique, elle concerne plutôt les attractions touristiques. En fait, il existe une relation entre les monuments historiques et les attractions touristiques et celle-ci sera expliquée dans le chapitre 3.

attraction. Gunn veut dire la même chose en affirmant qu'un site doit être identifié, désigné, construit et géré pour qu'il puisse fonctionner comme attraction. Cependant, les variables reliées à la valeur touristique ajoutée, à retenir pour évaluer le potentiel touristique, sont plutôt fournies par Laplante que par Gunn. En effet, l'étude de l'attractivité des attractions touristiques, en tant que réalité spécifique, est davantage l'apanage de Laplante.

Quant aux autres principes de Gunn, ils soulignent le lien existant entre les attractions touristiques et des variables extérieures à ces attractions; des variables liées aux attractions parce qu'elles sont considérées importantes pour leur succès. Par ces principes, Gunn vient démontrer la nécessité de tenir compte de ces variables pour déterminer le potentiel touristique des attractions. Il fait donc part du principe de regroupement des attractions, du principe de réponse aux autres besoins des touristes par le biais des services et du principe d'accessibilité. De ces principes peuvent être dérivés les variables extérieures auxquelles il faut prêter attention pour l'évaluation du potentiel touristique. En outre, celles-ci rejoignent certaines variables extérieures, utilisées pour évaluer l'attractivité touristique, présentés dans les critiques précédentes. En fin de compte, les principes de Gunn posent, en partie, les jalons du cadre d'analyse.

2.15 BILAN SUR LE CONTEXTE THÉORIQUE

Aucun des travaux présentés dans le contexte théorique ne cherche à évaluer le potentiel touristique des monuments historiques. Qui plus est, aucun de ces travaux ne traite du potentiel touristique tel que nous l'entendons. En réalité, un certain nombre de ces travaux cherchent davantage à évaluer l'attractivité touristique que le potentiel touristique suivant notre sens. De plus, même lorsque les auteurs utilisent la terminologie de potentiel touristique, c'est de l'attractivité touristique dont il est question. Néanmoins, ces travaux procurent, chacun à leur manière, les bases visant à élaborer une méthode d'évaluation du potentiel

touristique des monuments historiques, en réponse à l'objectif de recherche amené dans l'introduction.

Ils fournissent les éléments pour la construction d'un cadre d'analyse. En effet, l'absence d'une méthode permettant d'effectuer l'évaluation souhaitée dans cette étude exigeait la formation d'un tel cadre et cela afin d'éviter un éparpillement quant au choix de variables de tourisme pour l'évaluation. En effet, de telles variables sont nécessaires pour réaliser l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques, des variables dépendantes vis-à-vis du cadre d'analyse construit. Relativement à ces variables, ils en sont les principaux pourvoyeurs. Finalement, ils confirment la pertinence du processus d'évaluation favorisé dans ce mémoire, une confirmation résultant de son utilisation dans les études d'évaluation d'attractivité touristique.

Considérant les variables, la signification concrète donnée au potentiel touristique dans cette étude nous permet une plus grande latitude quant à la façon de les envisager. Ainsi, les variables qui étaient considérées qualitativement lors de l'évaluation de l'attractivité touristique sont plutôt considérées quantitativement pour l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques. Enfin, les variables retenues parmi les auteurs présentés dans le contexte théorique font l'objet d'attention dans la chapitre suivant.

Puis, les quelques textes ayant trait aux principes de développement touristique présentés dans le contexte théorique (Gunn 1982, 1994; Pearce 1989), nous aident à construire la grille d'évaluation et cela au même titre que les autres travaux exposés dans ce contexte. En supplément, ils vont au-delà de cette aide et nous laissent envisager des implications au niveau du développement touristique. En guise d'aperçu, il est question de développement touristique des monuments historiques en fonction de leur potentiel touristique, c'est-à-dire en fonction de la valeur numérique du potentiel touristique obtenue à la suite d'une évaluation. Nous

n'irons pas plus loin pour l'instant, car ces autres implications feront l'objet d'attention dans la conclusion de cette étude.

En dernière analyse, nous désirons réitérer le mandat de quête d'objectivité imposé pour la grille d'évaluation. À l'inverse de certaines études présentées dans le contexte théorique, l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain doit se faire pour assurer un minimum de subjectivité de la part de l'utilisateur de la grille d'évaluation. Malgré la volonté de limiter la subjectivité au profit de l'objectivité, à l'instar de ce qu'affirme Laplante: « (...) l'acte d'évaluation lui-même ne pourra pas s'objectiver. Il appartiendra donc à des juges d'attribuer, en dernière étape, la note finale (...) » (1985, p. 212) aux monuments historiques suivant leur potentiel touristique par exemple.

CHAPITRE 3

MÉTHODE DE RECHERCHE

Dans ce chapitre consacré à la méthode de recherche se trouve la description de l'ensemble du processus méthodologique impliqué dans la réalisation de la grille d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques. Les phases de conception, de validation et d'application de cette grille sont donc exposées ici.

3.1 STRATÉGIE DE RECHERCHE

Cette recherche vise d'une part, à élaborer une méthode d'évaluation du potentiel touristique et d'autre part, à valider cet outil de mesure. La structuration de cette méthode s'effectue principalement à partir de variables de tourisme déjà considérées par les auteurs vus dans le contexte théorique. D'autres variables ont cependant été ajoutées afin de compléter l'instrument d'évaluation. La validation s'effectue selon la méthode des juges, une méthode fréquemment employée dans les travaux recensés dans le chapitre précédent. L'application de l'instrument d'évaluation a été réalisée sur deux monuments historiques du Québec. Finalement, cette recherche est de type développemental, c'est-à-dire qu'elle « vise, en utilisant de façon systématique les connaissances existantes, à mettre au point une intervention nouvelle, à améliorer considérablement une intervention qui existe déjà ou encore à élaborer ou à perfectionner un instrument, un dispositif ou une méthode de mesure » (Constandriopoulos et al., 1990).

3.1.1 Stratégie de développement de la grille d'évaluation

Tout d'abord, il n'existe aucun modèle théorique sur lequel il est possible de se baser pour élaborer une méthode d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en

milieu urbain. Par conséquent, il faut construire un cadre d'analyse qui servira de structure en vue de répondre à l'objectif de recherche de ce mémoire. La partie suivante est donc consacrée au cadre d'analyse, et aux prémisses qui le supporte, qui permettra la structuration, à l'aide de variables appropriées, d'une grille d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques.

3.1.1.1 Cadre d'analyse

La figure 4 présente le cadre d'analyse. Chacune des parties du cadre est explicitée dans les prémisses exposées subséquemment.

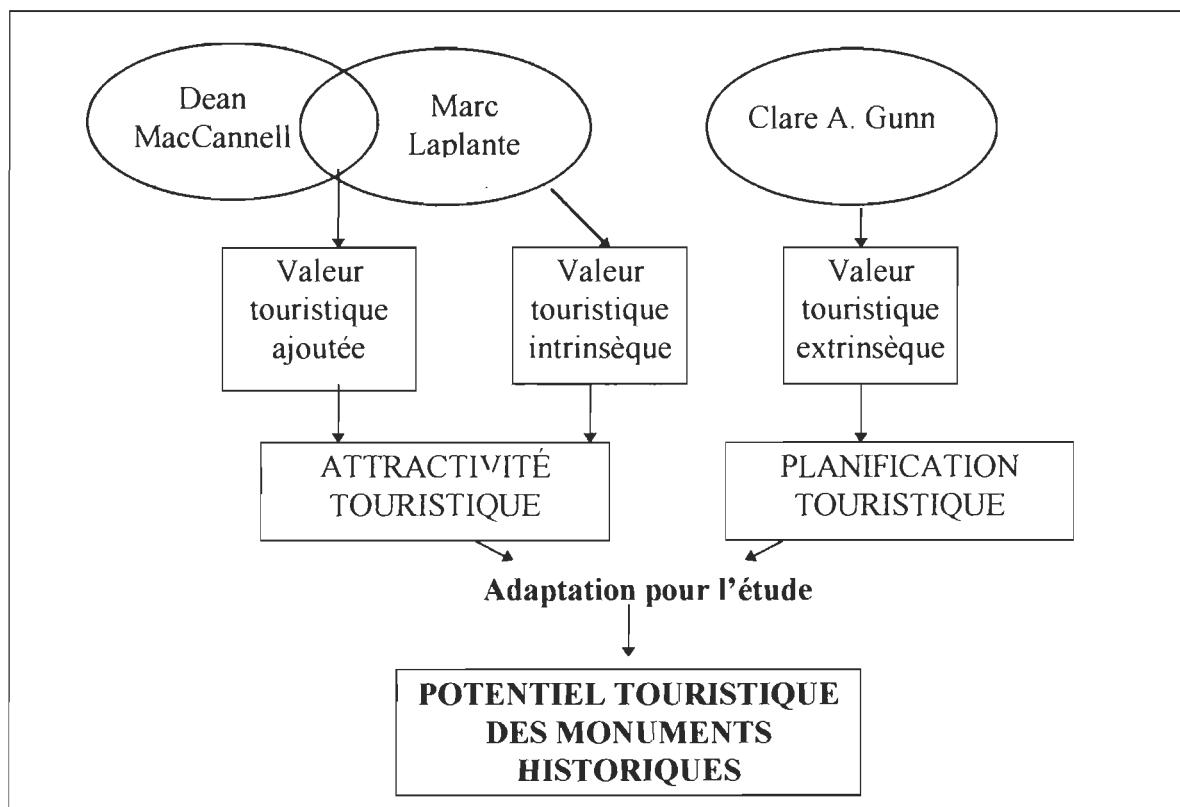


Figure 4: Cadre d'analyse inspiré de travaux de différents auteurs.

Première prémissse

Ce mémoire se penche non pas sur une grande échelle d'analyse, telle une destination touristique ou une région touristique, mais plutôt sur une petite échelle d'analyse, telle la ressource touristique. En effet, les monuments historiques, qui sont avant tout des ressources culturelles, peuvent être aussi considérés comme des ressources touristiques. D'ailleurs, la relation entre les ressources culturelles et les ressources touristiques a déjà fait l'objet de présentation dans la partie sur les concepts. De la même façon, la relation entre les ressources culturelles (ressources touristiques) et les attractions touristiques a été clarifiée dans cette même partie. Un bref rappel à ce sujet est cependant nécessaire.

Les attractions touristiques sont composées a priori de ressources diversifiées, telles des ressources culturelles. Puisque les monuments historiques sont des ressources culturelles, ils peuvent alors être attractions touristiques. Or, les attractions touristiques possèdent une attractivité touristique étant donné que par définition, elles sont des « choses » qui attirent. Il est à noter que cette attractivité est variable d'une attraction à l'autre: pour certaines attractions, elle est élevée, pour d'autres, elle est moindre. Puis, s'il y a attractivité touristique, il y a forcément potentiel touristique. Par conséquent, les monuments historiques considérés attractions possèdent un potentiel touristique.

Toutefois, les ressources culturelles ne sont pas toutes attractions touristiques. Ce qui fait la différence entre les ressources culturelles-attractions et les ressources culturelles-non-attractions, c'est la présence de certaines variables de tourisme dans le premier cas et leur absence dans le deuxième cas. C'est d'ailleurs la théorie de MacCannell et le travail de Laplante qui nous rapporte ce fait. Premièrement, selon MacCannell, une ressource doit bénéficier d'une valeur ajoutée (*sacralisation off-sight et on-sight*) afin d'être attraction touristique. Deuxièmement, Laplante, en s'inspirant de MacCannell, adjoint que cette valeur ajoutée est fonction de la présence de certaines variables et indicateurs de tourisme (*markers*).

Puis, toujours selon Laplante, c'est en mesurant, entre autres, la **qualité** de ces variables qu'il est possible de déterminer l'attractivité touristique des attractions.

Ainsi, les monuments historiques possédant une valeur ajoutée peuvent être attraction touristique. De plus, c'est la qualité des variables de tourisme sous-tendant cette valeur qui influence l'attractivité que possède ces monuments historiques. Toutefois, pour cette étude, ce n'est pas l'attractivité touristique des monuments qui est recherchée, mais plutôt leur potentiel touristique. Alors, pour déterminer s'il y a potentiel touristique, il faut savoir si ceux-ci possèdent une valeur ajoutée qui pourrait faire d'eux des attractions touristiques. C'est en regardant du côté de certaines variables de tourisme qu'il est possible de voir si les monuments historiques détiennent des caractéristiques propres aux attractions touristiques. Cependant, pour les besoins de cette étude, seule la présence de certaines variables du tourisme est recherchée et nul n'est besoin de mesurer la qualité de ces variables.

Finalement, la théorie des attractions touristiques de MacCannell, rendue opérationnelle par Laplante, sert d'inspiration en vue de découvrir ce qui peut influencer le potentiel touristique des monuments historiques. De toutes ces considérations résulte la première prémissse soutenant le cadre d'analyse, soit: *le potentiel touristique des monuments historiques est fonction de ce que nous appellerons la valeur touristique ajoutée à ces monuments.* La première prémissse, en prenant place au sein du cadre d'analyse, fournit des indications sur les variables de tourisme à considérer afin de trouver le potentiel touristique recherché. Celles-ci doivent avant tout permettre de mesurer la valeur touristique ajoutée pour le cas des monuments historiques. Ainsi, les variables à prendre en considération doivent s'adapter à cette réalité. En terminant, lors de l'évaluation des monuments historiques, c'est la présence ou non de variables sélectionnées qui influencera la mesure de cette valeur touristique ajoutée.

Deuxième prémissse

Dans le contexte théorique, Laplante, en plus de s'intéresser à la théorie des attractions touristiques de MacCannell pour évaluer l'attractivité touristique des attractions, apporte sa contribution originale en affirmant que les attractions touristiques (ou les ressources à la base de ces attractions) possèdent avant tout des qualités intrinsèques pouvant les rendre attrayantes aux yeux des touristes. En fait, il juge important de tenir compte de ces qualités intrinsèques lors de l'évaluation de l'attractivité touristique. C'est pourquoi il se charge d'obtenir une mesure de la valeur intrinsèque des ressources, en plus d'une mesure de la valeur touristique ajoutée, pour déterminer l'attractivité touristique d'une attraction particulière.

De même, le travail de Laplante aide à déterminer ce qui peut influencer le potentiel touristique des monuments historiques. Il en résulte la deuxième prémissse soutenant le cadre d'analyse, c'est-à-dire: *le potentiel touristique des monuments historiques est fonction de ce que nous appellerons la valeur touristique intrinsèque de ces monuments.* La deuxième prémissse, en s'insérant dans le cadre d'analyse, fournit des indications sur les variables de tourisme à considérer afin de trouver le potentiel touristique recherché. Celles-ci doivent avant tout permettre de mesurer la valeur touristique intrinsèque pour le cas des monuments historiques. Ainsi, les variables à prendre en considération doivent s'adapter à cette réalité. Cependant, la procédure n'est pas la même que celle de Laplante pour mesurer cette valeur. Celui-ci regarde toujours du côté qualitatif pour trouver sa mesure, alors que dans cette étude, c'est la présence ou non de variables de valeur touristique intrinsèque qui influencera la mesure de cette valeur.

Troisième prémissse

La plupart des auteurs évaluant l'attractivité touristique à grande échelle tiennent compte d'une multitude de variables de tourisme influençant l'attractivité de la destination

touristique ou de la région touristique à l'étude. La question demeure à savoir si cette multitude de variables de tourisme entre en ligne de compte lors de l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques? Certaines de ces variables peuvent être rejetées sur-le-champ étant donné leur application à des cas trop particuliers (voir Gearing et al., 1974). Cependant, l'utilité de certaines autres variables plus générales demeure incertaine. En réalité, ces Gunn, avec ses principes de planification touristique, qui répond à notre question.

Tout d'abord, rares sont les études traitant d'attractivité touristique à petite échelle, soit à l'échelle des attractions touristiques (des ressources). Les deux seuls auteurs (Laplante, 1985; Ferrario, 1979), à notre connaissance, à avoir tenté d'évaluer l'attractivité touristique des attractions n'accordent aucune importance à des variables de tourisme extérieures aux attractions touristique lors de leur évaluation. Bref, certaines variables utilisées pour l'évaluation de l'attractivité touristique à grande échelle sont donc rejetées par ces deux auteurs lors de leur évaluation à petite échelle. Selon eux, seules les variables de tourisme rattachées directement aux attractions peuvent juger de leur attractivité.

Cependant, comme il a été mentionné auparavant, cette recherche traite de l'étude du potentiel touristique et non pas de l'attractivité touristique³⁵. Or, un plus grand nombre de variables de tourisme entre en jeu pour déterminer un potentiel touristique que pour déterminer l'attractivité touristique. Ainsi, il est possible de regarder du côté des principes de planifications touristiques des attractions touristiques, tels que présentés par Gunn dans un chapitre de son livre *Tourism planning: basics, concepts, cases* (1994), pour sélectionner des variables de tourisme. Cet auteur n'aborde pas les sujets d'attractivité touristique ou de potentiel touristique. Il soumet plutôt des principes qu'il envisage comme porteur de succès pour les attractions au plan touristique si ces derniers sont mis en application. Il mentionne, entre autres, que des variables extérieures aux attractions touristiques peuvent contribuer à

³⁵ Nous désirons rappeler que le concept de potentiel touristique est sous-entendu dans le concept d'attractivité touristique, mais qu'il est moins exigeant que ce dernier.

leur succès. Parmi ces variables, il s'en trouve certaines similaires à celles présentées par les auteurs traitant d'attractivité touristique à grande échelle.

En conséquence de quoi, ces principes peuvent aider à mettre la lumière sur ce qui peut influencer le potentiel touristique des monuments historiques. Il en résulte la troisième et dernière prémissse soutenant le cadre d'analyse, c'est-à-dire: *le potentiel touristique des monuments historiques est fonction de ce que nous appellerons la valeur touristique extrinsèque de ces monuments*. La troisième prémissse, en s'insérant dans le cadre d'analyse, offre des indications sur les variables de tourisme à considérer afin de trouver le potentiel touristique recherché. Celles-ci doivent avant tout permettre de mesurer la valeur touristique extrinsèque pour le cas des monuments historiques. Ainsi, les variables à prendre en considération doivent s'adapter à cette réalité. En fin de compte, c'est la présence ou non des variables sélectionnées qui influencera la mesure de cette valeur.

Conclusion sur les prémisses

Les trois prémisses servent de « charpente » au cadre d'analyse. Cette dernière servira donc de guide pour la structuration d'une grille d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques à l'aide de variables de tourisme. En ce qui à trait au potentiel touristique de ces monuments, le cadre d'analyse montre qu'il équivaut à la somme de la valeur touristique ajoutée, de la valeur touristique intrinsèque et de la valeur touristique extrinsèque.

3.1.1.2 Critères d'inclusion des variables dans la grille d'évaluation

L'admission des variables de tourisme dans la grille d'évaluation est fonction de certaines conditions très bien résumées dans le mémoire d'Ostiguy (1998).

- a) *La variable doit être pertinente pour l'évaluation du potentiel des monuments historiques.* Celle-ci doit se conformer au cadre d'analyse édicté pour cette recherche.
- b) *La variable doit être évaluable à l'intérieur de limites acceptables.* Il doit être possible d'obtenir une information claire, nette et précise sur cette variable. De plus, elle doit détenir un indicateur effectif.
- c) *L'information se rapportant à la variable doit être accessible à l'intérieur de limites acceptables.* Une fois la variable reconnue pertinente pour l'évaluation, il faut que l'information à son sujet soit disponible sur le terrain d'étude.

3.1.1.3 Univers d'observation

L'univers d'observation privilégié pour cette étude sont les milieux urbains du Québec. Les milieux urbains font partis des différentes destinations touristiques proposées aux touristes. En réalité, les villes ont longtemps été perçues uniquement comme émettrices de touristes (Ashworth, 1989: 34; Hinch, 1996: 96). En effet, un bon nombre de voyageurs proviennent des villes. Néanmoins, l'aire urbaine se retrouve également réceptrice de touristes (Ashworth et Tunbridge, 1990: 51). Elles accueillent des visiteurs locaux, régionaux, provinciaux et internationaux (Shaw et William, 1994: 201). En fait, l'aire urbaine, comme réceptrice de touristes, a longtemps été négligée dans la plupart des études sur le tourisme et cela même si les grandes villes comptent parmi les plus importants types de destinations touristiques à travers le monde (Law, 1993: 1). Elle a été négligée parce que les villes ne sont pas uniquement touristiques. À vrai dire, le tourisme ne représente qu'une fonction parmi les multiples fonctions urbaines (Ashworth, 1989: 34; Shaw et Williams, 1994: 201). En outre, cette fonction est assez complexe. Dès lors, le caractère « multifonctionnel » des villes et la complexité du tourisme dans les villes a rendu l'étude du tourisme en milieu urbain assez

difficile (Pearce, 1993: 274). C'est pourquoi les recherches dans ce domaine ont été peu nombreuses à ce jour.

Les villes sont intéressantes pour les touristes parce qu'ils y retrouvent une concentration et une grande variété de produits incluant des attractions, des services et des infrastructures sur un territoire restreint (Ashworth, 1995: 266; Law, 1993: 7; Shaw et William, 1994: 201). Bien entendu, ces éléments n'existent pas exclusivement pour les touristes (Ashworth, 1995: 271). Au contraire, la plupart d'entre eux sont également utilisés par les résidents des villes (Hinch, 1996: 98). À vrai dire, certains services, infrastructures et même certaines attractions existent d'abord et avant tout pour les résidents de ces villes, tandis que d'autres se développent essentiellement pour les visiteurs. Bref, tel que mentionné précédemment, il est possible de voir à quel point l'étude du tourisme dans les villes n'est pas facile.

Le tourisme urbain apparaît comme une alternative économique majeure pour la plupart des villes. Selon Cazes et Potier (1996: 45-50), il est présenté comme une réponse aux trois difficultés suivantes: une crise des fonctions économiques traditionnelles, une crise d'attractivité, une crise spatiale et urbanistique. Premièrement, le tourisme urbain permet de suppléer à certains secteurs économiques traditionnels menacés, par exemple les activités industrielles et portuaires. Le tourisme urbain apparaît alors comme un secteur créateur de revenus, d'emplois. Il permet de revigorer en partie l'économie d'une ville (Caze, 1996: 46), quoiqu'il est malaisé d'évaluer l'impact économique total du tourisme au sein d'une économie. Deuxièmement, le tourisme, par le biais de développements touristiques offre l'opportunité de redorer l'image de marque d'une ville. En substance, la valorisation touristique est l'occasion de dessiner et de dresser un décor différent à l'aide de nouveaux éléments, tout en dissimulant certaines composantes telles que des quartiers dégradés, des entrepôts (Cazes, 1996: 45-50). Troisièmement, il rend possible une transformation du tissu social des quartiers à rénover. Il occupe une place dans les programmes de réurbanisation de

certains espaces de la ville déclassés et de recyclage d'éléments urbains peu, pas ou mal utilisés (Cazes, 1996: 49).

En milieu urbain, il y a du tourisme urbain. Or, le tourisme urbain peut être vu comme un secteur d'intervention propre au tourisme culturel (Mottura, 1994: 216). Par conséquent, en milieu urbain, il peut y avoir du tourisme culturel. Il n'est pas indispensable qu'une ville soit de type culturel, de type historique ou du patrimoine mondial pour qu'il y ait tourisme culturel. Elle se doit surtout de posséder des ressources culturelles pourvues d'un potentiel touristique. Puis, une ville peut être constituée d'une concentration de ressources culturelles (Ashworth, 1995: 275). Dès lors, seule la potentialité touristique de ces ressources reste à déterminer.

3.1.2 Grille d'évaluation préliminaire

La partie suivante présente la grille d'évaluation préliminaire. Celle-ci est composée de variables de tourisme respectant la structure du cadre d'analyse.

3.1.2.1 Identification des variables, indicateurs et intervalles descriptifs soumis aux juges

Le cadre d'analyse explicité précédemment sert de guide en vue de trouver des variables susceptibles d'influencer le potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. Ces variables font l'objet d'attention dans cette partie. Celles-ci sont réparties en trois groupes correspondants aux trois prémisses soutenant le cadre d'analyse. Il existe un groupe de **variables de valeur touristique intrinsèque**, un groupe de **variables de valeur touristique ajoutée** et un de **variables de valeur touristique extrinsèque**. Le tableau 15 présenté à la fin de cette partie dresse la liste de toutes les variables retenues pour la grille d'évaluation. De plus, il présente les indicateurs qui devraient permettre d'obtenir

l’information nécessaire à l’évaluation. En outre, il présente les intervalles descriptifs³⁶ utilisés pour mesurer plusieurs variables et ainsi mettre des limites, là où la subjectivité risquerait d’être trop grande. Enfin, les méthodes de mesure pour colliger l’information relative à chacune des variables y apparaissent également.

La partie suivante traite donc des trois groupes de variables dont il a été question précédemment. Elle fait part de la provenance de ces variables et des modifications ou changements apportés à celles-ci s’il y a lieu.

Valeur touristique intrinsèque

Les deux premières catégories de variables apparaissant dans la section « valeur touristique intrinsèque » du tableau 15, soit **la datation et l’histoire** du monument historique, proviennent de l’auteur Kalman dont l’ouvrage sur les bâtiments historiques a été retenu dans le contexte théorique. Il est à noter que seules ces deux catégories ont été retenues pour la grille d’évaluation, même si au préalable ces catégories n’étaient pas utilisées par l’auteur à des fins touristiques. La première catégorie inclut la variable *âge du monument historique*, alors que la deuxième inclut les variables suivantes: *la personnalité ou autres associé au monument historique*, *l’événement historique associé au monument historique*, *le contexte historique associé au monument historique*. Ces variables sont similaires à celles présentées dans l’ouvrage du Ministère des Affaires Culturelles décrit dans le chapitre précédent. Cependant, ces variables d’évaluation respectent intégralement la forme de celles présentées par Kalman, soit avec les mêmes indicateurs et les mêmes intervalles descriptifs que ceux proposés dans son ouvrage.

³⁶ Il existe deux types d’intervalles descriptifs. Pour connaître leurs caractéristiques, il faut se référer à l’Appendice B.

Pour ce qui est de la variable *âge du monument historique*, elle est fonction d'une échelle de datation rendue opérationnelle par des intervalles descriptifs. Tandis que cette échelle est fonction de l'univers d'observation de la grille d'évaluation que sont les milieux urbains du Québec. Par conséquent, elle dépend de l'histoire du Québec. C'est pourquoi les intervalles descriptifs sélectionnés pour évaluer cette variable débutent en 1600, le siècle où l'histoire du Québec a pris naissance. En ce qui concerne les variables incluses dans la catégorie **histoire**, le choix de l'une ou l'autre de ces variables lors de l'évaluation dépendra du monument historique à l'étude. De fait, un monument historique peut posséder une seule de ces variables ou bien toutes les posséder.

La catégorie de variables **titre de propriété** incluse dans la grille d'évaluation ne découle pas du contexte théorique proprement dit. En réalité, elle ne fait partie d'aucune liste de variables proposées dans les évaluations jusqu'à présent. L'idée d'inscrire cette catégorie vient de la lecture faite du document *Répertoire des biens culturels et arrondissements du Québec* proposé par le Ministère de la culture et des communications (1997). La lecture de ce document fait prendre conscience que certains monuments historiques offrent davantage que leur propre existence. À la suite de ces constatations, une variable de *propriété foncière* et une variable de *propriétés mobilières et autres* ont donc été incluses à la grille d'évaluation. À cet effet, les monuments historiques peuvent aussi détenir des biens de valeur, associés à leur histoire ou un terrain adjacent au monument historique. En définitive, la présence de ces biens ou d'un terrain adjacent est susceptible d'influencer favorablement le potentiel touristique des monuments historiques.

La catégorie **superficie**, incluant l'unique variable *superficie totale du monument historique* introduite dans la grille d'évaluation ne résulte d'aucun écrit. À vrai dire, la grandeur des monuments historiques peut influer sur leur potentiel touristique. En fait, s'ils sont petits, ils risquent de moins intéresser les touristes, parce que leur offre est restreinte.

Alors que s'ils sont grands, le contraire peut survenir, car leur offre est plus vaste. Il est à noter que des superficies en mètre carré arbitraires ont été choisies pour les intervalles descriptifs.

Valeur touristique ajoutée

Les variables de valeur touristique ajoutée sont séparées en deux catégories: les variables de **mise en valeur du monument historique** et les variables de **mise en marché du monument historique**. Tout d'abord, la majorité des variables de la première catégorie s'inspirent de la liste des *markers* de Laplante. Ces *markers* correspondent en fait à des indicateurs et des intervalles descriptifs. Il fallait donc créer des variables pour y classer ces *markers*. Pour ce faire, les trois messages présentés par Laplante, dans son étude, à propos de la « chose-à-voir », ont servi de base pour concevoir ces variables. De là, le message nominatif³⁷ est devenu la variable de *mise en valeur nominative*, le message explicatif, la variable de *mise en valeur explicative* et le message incitatif, la variable de *mise en valeur incitative*. Puis, les *markers* de Laplante ont été associés aux variables correspondantes. Quelques *markers* ne s'adaptaient pas très bien aux trois variables de mise en valeur créées à partir des trois messages. En conséquence de quoi, une nouvelle variable a été créée, *mise en valeur esthétique*, qui permet d'identifier les *markers* de la liste de Laplante n'ayant pas pu être classés préalablement.

Cependant, une mise en garde doit être faite au sujet de l'emprunt fait à Laplante. Ce dernier dans son document *L'évaluation des attractions touristiques au Québec: éléments de méthodologie* tente d'évaluer l'attractivité touristique des attractions touristiques. Pour y arriver, les *markers* utilisés ne servent que de balises aux évaluateurs pour évaluer la qualité

³⁷ Il est à noter que pour Laplante et MacCannell, la première étape de sacralisation d'un *sight*, le *naming* (message nominatif), ne peut exister que si le *sight* (l'attraction touristique ou la ressource touristique sous-jacente) se distingue « des autres objets similaires comme méritant d'être préservé » (Laplante, 1985: 39). Dans la présente étude, les monuments historiques en question se distinguent de d'autres monuments historiques, car ils possèdent une valeur historique reconnue.

des sacralisations. Dans cette étude, les *markers* sont utilisés à d'autres fins. Ils sont employés intégralement, un à un, en vue de les repérer lors de l'évaluation d'un monument historique. D'après la définition du potentiel touristique donnée dans cette étude, la présence de certains de ces *markers* aux monuments historiques devrait dénoter un certain potentiel touristique.

Selon Laplante, en se référant toujours à la théorie des attractions touristiques de MacCannell, il existe des *markers* « d'enchâssement ». Il y a enchâssement lorsque d'autres objets font écrin à l'objet principal, les *markers* d'enchâssement étant ces objets. Il s'agit donc d'une des étapes de sacralisation d'un *sight*. De la même façon que pour l'enchâssement, la présence d'objets de valeur aux monuments historiques, mais n'étant pas la propriété de ces monuments, est susceptible d'influencer leur potentiel touristique. Ainsi, une nouvelle variable à insérer dans la grille d'évaluation a été créée, soit celle de *mise en valeur par l'apport d'objet de valeur*.

Une autre variable vient s'insérer dans la liste de variables de ***mise en valeur des monuments historique***. Il s'agit de celle de *mise en valeur par l'offre de services complémentaires*. Cette variable provient des principes de planification touristique d'un site, tel que présenté par Gunn (1994: 337-375) dans son chapitre sur le sujet. Les intervalles descriptifs sélectionnés pour évaluer selon cette variable représentent tous des services pouvant se retrouver aux monuments historiques.

De plus, la variable *mise en valeur en fonction de l'accessibilité du monument historique* au public est ajoutée à la liste de variable de ***mise en valeur des monuments historiques***. Cette variable est la combinaison de trois sous-variables. Essentiellement, les sous-variables « saisonnalité » et « modalité d'entrée au monument historique » proviennent de l'étude de Ferrario critiquée dans le contexte théorique. En revanche, la sous-variable « durée de la visite » résulte de notre propre contribution. En réalité, le temps requis pour visiter des monuments historiques est susceptible d'influencer leur potentiel touristique. Les

monuments historiques qui sont plus longs à visiter détiennent une plus grande offre que ceux moins longs à visiter. En définitive, plus le temps requis pour visiter des monuments historiques est grand, plus ces monuments risquent d'avoir un potentiel touristique élevé.

En ce qui concerne la catégorie de variables, ***mise en marché du monument historique***, elle s'inspire de Laplante. Au sein de cette catégorie se trouvent deux variables, la première est la *mise en marché à long terme*. En fait, dans son évaluation de l'attractivité touristique des monuments historiques, Laplante s'intéresse à la mesure de la sacralisation *off-sight* des attractions touristiques. Pour y arriver, il regarde du côté de *markers off-sight* qu'il considère comme la reproduction mécanique du *sight* (Laplante, 1985: 135): livres-guides, posters, livres-souvenirs, cartes et plans, films promotionnels. Selon lui, c'est en évaluant la qualité de ces *markers* qu'il est possible de découvrir la valeur de la sacralisation *off-sight*. Contrairement à Laplante, une valeur qualitative n'est pas recherchée. En réalité, la variable *mise en marché à long terme* vise seulement à vérifier si les monuments historiques possèdent des markers off-sight. S'ils en possèdent, il y a donc *mise en marché à long terme*. Cela signifie que le potentiel touristique des monuments est susceptible d'être influencé par cette variable. Bref, pour évaluer selon cette variable, les *markers* présentés par Laplante sont utilisés comme intervalles descriptifs.

La deuxième variable incluse dans la catégorie de ***mise en marché du monument historique*** est la *mise en marché à court terme*. Pour évaluer selon cette variable, une liste d'intervalles descriptifs a été créée. Ces derniers s'inspirent de la liste des *markers off-sight* de Laplante, mais désignent plutôt des biens ponctuels plus instables et plus éphémères que les biens durables présentés par cet auteur. Finalement, l'existence d'une *mise en marché à court terme* risque d'influer sur le potentiel touristique des monuments historiques.

Valeur touristique extrinsèque

Les principes de planification touristique de Gunn ont montré qu'il est important de tenir compte de variables extérieures aux attractions touristiques pour augmenter leurs chances de succès sur le plan touristique. Dès lors, les principes de Gunn sont utilisés en vue d'évaluer extrinsèquement le potentiel touristique des monuments historiques. Ils sont donc à la base de nouvelles variables à prendre en considération lors de l'évaluation de ce potentiel. Toutefois, ces variables de valeur touristique extrinsèque sont les plus difficiles à rendre effectives, car il est ardu de leur trouver des indicateurs et des intervalles descriptifs appropriés. En principe, ceux-ci devraient être fonction des comportements des touristes en milieu urbain, sauf que la rareté des études fournissant des renseignements sur ces comportements (Ashworth, 1989: 43-45), n'aide en rien la recherche d'indicateurs et d'intervalles pour la grille d'évaluation. Par conséquent, il n'existe pas de règles établies permettant de bien les choisir. C'est pourquoi en vue de rendre effectives ces variables, des balises ont été fixées arbitrairement.

Tout d'abord, la première catégorie de variables extérieures aux monuments historiques sélectionnée ne s'inspire d aucun des travaux présentés dans le contexte théorique, mais est plutôt le fruit de notre réflexion. À cet égard, la catégorie **situation**, incluant la variable *situation par rapport à des lieux d'importance historique*, risque d'influencer le potentiel touristique des monuments historiques. Véritablement, le potentiel touristique des monuments historiques peut augmenter s'ils sont situés à l'intérieur des limites d'un ensemble historique reconnu, tels que des sites ou des arrondissements historiques.

De plus, grâce aux principes de planification touristique de Gunn, il est possible de conclure que la présence de **services** à proximité des monuments historiques peut influencer le potentiel touristique de ces monuments. Les variables incluses dans la catégorie de variables **services** sont les suivantes: la *restauration*, l'*hébergement*, les *magasins* et le

divertissement. Malheureusement, il n'existe pas d'informations précises sur la distance maximum que les touristes sont prêts à franchir pour se rendre à une attraction touristique à partir de leur hôtel, d'un restaurant, d'un magasin ou d'un lieu de divertissement. Il est donc difficile de baliser ces variables, bref de définir la limite de ce qui est trop loin et de ce qui est à proximité.

En plus de la catégorie de variables de **services**, il est possible de dériver les catégories de variables d'**attractions touristiques** et d'**accessibilité** des principes de Gunn. Concernant la catégorie *attractions touristiques*, elle inclut la variable de *regroupement d'attractions*. Ce qui veut dire que s'il y a regroupement d'attractions (les monuments historiques inclus dans ce regroupement), il y a possibilité d'avoir une forte concentration de touristes là où il y a regroupement. S'il y a une forte concentration de touristes, il y a alors opportunité pour ces attractions (incluant les monuments historiques) d'attirer les touristes sur place. Par le fait même, le regroupement d'attractions risque de faire augmenter le potentiel touristique des attractions (ou des monuments historiques pour le cas qui nous intéresse). À partir de cette variable, deux autres variables conditionnelles à l'existence du regroupement d'attractions ont été conçues, soit le *type d'attractions* et la *renommée des attractions*. Premièrement, le type d'attractions formant le regroupement d'attractions (si regroupement il y a) peut influencer le potentiel touristique des monuments historiques, spécialement s'il s'agit d'attractions culturelles. Deuxièmement, si au sein de ce regroupement, il existe au moins une attraction renommée, cela peut également avoir un impact sur le potentiel touristique des monuments historiques. En fait, les attractions renommées sont susceptibles d'attirer une bonne masse de touristes dont pourraient bénéficier les autres attractions du regroupement (incluant les monuments historiques).

En se basant sur la variable d'attractions et en se fiant à certaines évaluations d'attractivité touristique exposées dans le contexte théorique, il est possible de prendre en considération une nouvelle catégorie de variables dans la grille d'évaluation, soit celle

d'événements. Dans le chapitre dissertant sur les concepts, il a été vu que les événements peuvent être considérés comme des attractions touristiques. Néanmoins, la décision a été prise **d'en faire une catégorie de variables à part pour la grille d'évaluation.** De cette catégorie, la variable *événements récurrents* a été créée. En effet, les événements, tout comme les attractions touristiques, ont la possibilité d'attirer plusieurs touristes. S'ils se tiennent à proximité des monuments historiques, cela peut être favorable au potentiel touristique des monuments historiques. Puis, de ces variables, trois autres variables conditionnelles à l'existence d'événements ont été extraites, soit la variable de *types d'événements*, de *renommée des événements* et celle du *lien entre les événements et le monument historique*. Premièrement, le type d'événements peut influencer le potentiel touristique des monuments historiques, surtout s'il s'agit d'événements culturels. Deuxièmement, si au moins un événement est renommé, cela peut avoir un impact sur le potentiel touristique des monuments historiques. En fait, les événements renommés sont susceptibles d'attirer beaucoup de touristes dont pourraient bénéficier les monuments historiques. Troisièmement, si au moins un événement est lié à l'histoire des monuments historiques, il y a de fortes chances que ces monuments attirent davantage l'attention des touristes assistant à l'événement. Tout bien considéré, ces variables sont susceptibles d'influencer favorablement le potentiel touristique des monuments historiques.

Gunn nous apprend également que l'accessibilité est importante pour le succès d'une attraction touristique. Par conséquent, elle est sujet à influencer le potentiel touristique des monuments historiques. C'est pourquoi la catégorie **accessibilité** a été incluse dans la grille d'évaluation. Trois variables sont créées en lien avec cette catégorie, soit la variable *d'accessibilité en fonction des moyens de transport*, celle *en fonction du réseau routier* et celle *en fonction du centre-ville*. La première variable provient directement de Gunn, alors que les deux autres résultent de notre propre contribution à la grille d'évaluation. En premier lieu, les monuments historiques situés tout près d'une voie routière importante, risquent de détenir un plus grand potentiel touristique que les monuments historiques localisés tout près d'une

voie routière peu importante, d'où l'intérêt pour la variable *accessibilité en fonction du réseau routier*. En deuxième lieu, la variable *accessibilité en fonction du centre-ville* influe également sur le potentiel touristique des monuments historiques. À cet effet, le centre-ville est un endroit fréquenté autant par les résidents que par les touristes, car à cet endroit se trouve une forte concentration de services, d'attractions. Alors, si les monuments historiques sont situés à proximité du centre-ville, ils ont davantage de chance d'attirer ces touristes.

En résumé, les variables d'attractions, d'événements, de services et d'accessibilité ont été utilisées, par plusieurs des auteurs présentés dans le contexte théorique, pour évaluer l'attractivité touristique de destinations touristiques, de régions touristiques. Ces variables ont donc été adaptées pour l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques. Le tableau 14 dresse la liste des auteurs ayant privilégié ces variables pour leurs évaluations.

Tableau 14

Variables d'attractions touristiques, d'événements, de services et d'accessibilité identifiées par les auteurs recensés dans le contexte théorique

Auteurs↓	Variables →	Attractions touristiques	Événements	Services	Accessibilité^a
Gearing et collaborateurs (1974)	x	x	x		
Var et collaborateurs (1977)	x	x	x		
Goodrich (1978)	x		x		
Ritchie et Zins (1978)	x		x		x
Ferrario (1979)					x
Pearce (1989)	x		x		x
Gobel (1992) ^b	x	x	x		x
Hu et Ritchie (1993)	x	x	x		x
Gunn (1994)	x		x		x

Note a: Quelques auteurs s'intéressent à l'accessibilité pour la mesure de l'attractivité touristique d'une destination touristique, d'une région touristique, d'une attraction touristique. Même si la façon d'évaluer par rapport à cette variable diffère pour chaque échelle d'analyse et pour chaque auteur, il n'en demeure pas moins qu'elle est importante. C'est pourquoi elle a été sélectionnée comme variable de valeur touristique extrinsèque et qu'elle a été adaptée aux besoins de ce mémoire.

Note b: Les variables retenues de la thèse de Gobel proviennent en réalité des composantes de tourisme qu'elle présente dans son contexte théorique, des composantes s'inspirant de différents auteurs (Robinson, 1976; McIntosh et Goeldner, 1984; Burkhardt et Medlik, 1981).

Un rayon de 500 m est utilisé comme limite pour plusieurs variables de valeur touristique extrinsèque. En fait, si plusieurs attractions, services et événements sont situés à proximité des monuments historiques, il y a alors concentration (d'attractions, de services et d'événements). Véritablement, s'il y a concentration, cela peut influencer le potentiel touristique des monuments historiques. En réalité, la concentration facilite les déplacements des touristes; les touristes peuvent aller d'un endroit à un autre à pied sans qui leur soit nécessaire de reprendre leur voiture et de retrouver un espace de stationnement. D'après Law (1993), une telle concentration et la facilité de déplacement que cela procure, encouragent les visiteurs à se rendre là où il y a concentration d'attractions, de services, d'événements, d'où la possibilité d'attirer les touristes aux monuments historiques faisant partie d'une telle concentration.

Tableau 15

Grille d'évaluation préliminaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain

VALEUR TOURISTIQUE INTRINSÈQUE		
Catégories de variables <i>Variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
1. Datation du monument historique • Âge d'un monument historique fixé par rapport à la date du début des travaux de construction.		
<i>1.1 Âge du monument historique</i>	1.1 Âge d'un monument historique par rapport à différents intervalles de temps (1600 à aujourd'hui). ⇒ Construit entre les dates 1600 à 1700 ⇒ Construit entre les dates 1701 à 1800 ⇒ Construit entre les dates 1801 à 1900 ⇒ Construit après la date 1901	1.1 Consultation du « Répertoire des biens culturels et arrondissements du Québec », Ministère de la culture et des communications.
2. Histoire • Histoire reliée au monument historique.		
<i>2.1 Personnalité ou autres associée au monument historique</i>	2.1 Monument historique associé à la vie ou aux activités, d'une personne, d'un groupe, d'une organisation ou d'une institution ayant spécialement contribué à la vie de la localité, de la province ou de la nation. ⇒ Personnalité, groupe, etc., de première importance, intimement liés au monument historique ⇒ Personnalité, groupe, etc., de première importance vaguement liés ou personnalité d'importance secondaire intimement liée au monument historique ⇒ Personnalité, groupe, etc. d'importance secondaire, vaguement liés au monument historique	2.1 Consultation de documents sur le Monument historique (au Ministère de la culture et des communications)

Tableau 15

Grille d'évaluation préliminaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain (suite)

Catégories de variables <i>Variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Monument historique sans aucun lien avec personnalité importante ou groupe, etc 	
<i>2.2 Événement historique associé au monument historique</i>	<p>2.2 Monument historique associé à un événement marquant dans la vie de la localité, de la province ou de la nation.</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Événement de première importance directement relié au monument historique. ⇒ Événement de première importance vaguement relié au monument historique ou événement d'importance secondaire directement relié au monument historique ⇒ Événement secondaire directement relié au monument historique ⇒ Monument historique sans aucune relation avec un événement important 	2.2 Consultation de documents sur le Monument historique (au Ministère de la culture et des communications)
<i>2.3 Contexte historique associé au monument historique</i>	<p>2.3 Monument historique associé aux grands courants de l'histoire culturelle, sociale, politique, militaire, économique ou industrielle et l'illustrant particulièrement.</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Tendances de première importance directement reliées au monument historique ⇒ Tendances de première importance vaguement reliées ou tendances d'importance secondaire directement reliées au monument historique ⇒ Tendances d'importance secondaire vaguement reliées au monument historique ⇒ Monument historique sans aucune relation avec tendances importantes 	2.3 Consultation de documents sur le Monument historique (au Ministère de la culture et des communications)

Tableau 15

Grille d'évaluation préliminaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain (suite)

Catégories de variables <i>Variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
3. Titre de propriété • La corporation qui gère le monument historique est propriétaire de biens.		
<i>3.1 Propriété foncière</i>	3.1 Il y a un terrain qui entoure le monument historique ⇒ La corporation qui gère le monument est propriétaire du terrain ⇒ Le terrain est accessible au public	3.1 Entretien avec ceux qui gèrent le monument historique et observation directe
<i>3.2 Propriétés mobilières et autres</i>	3.2 La corporation est propriétaire de meubles ou d'objets qui ont également une valeur historique ou artistique ⇒ Plus de 75% de meubles ou d'objets ont une valeur historique ou artistique ⇒ Entre 75% et 50% de meubles ou d'objets ont une valeur historique ou artistique ⇒ Moins de 50% de meubles ou d'objets ont une valeur historique ou artistique ⇒ Aucun meuble ou objet n'ont une valeur artistique ou historique	3.2 Entretien avec ceux qui gèrent le monument historique et observation directe

Tableau 15

Grille d'évaluation préliminaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain (suite)

Catégories de variables <i>Variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
4. Superficie • Superficie du monument historique		
<i>4.1 Superficie totale du monument historique</i>	<p>4.1 Il s'agit de la superficie totale en mètre carré du monument historique</p> <p>⇒ Plus de 1000 m²</p> <p>⇒ 501 m² à 1000 m²</p> <p>⇒ 151 m² à 500 m²</p> <p>⇒ Moins de 150 m²</p>	4.1 Consultation des plans du monument historique

VALEUR TOURISTIQUE AJOUTÉE

5. Mise en valeur du monument historique • Mise en valeur de l'intérieur et de l'extérieur immédiat du monument historique		
<i>5.1 Mise en valeur nominative</i>	<p>5.1 Présence d'objets permettant d'identifier le monument historique</p> <p>⇒ Panneaux d'information qui indiquent la présence du monument historique</p> <p>⇒ Plaques avec le nom du monument historique</p> <p>⇒ Indications reliées à la circulation au monument historique: barrières, clôtures, portes d'entrées et de sorties indiquées, etc.</p> <p>⇒ Produits-souvenirs, cartes postales</p> <p>⇒ Autres spécifiez: _____</p>	5.1 Observation directe

Tableau 15**Grille d'évaluation préliminaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain (suite)**

Catégories de variables Variables	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
<i>5.2 Mise en valeur explicative</i>	<p>5.2 Présence d'objets ou d'installations favorisant la visite du monument historique, racontant des choses à propos du monument</p> <p>⇒ Panneaux et plans racontant l'histoire du monument historique</p> <p>⇒ Expositions permanentes</p> <p>⇒ Expositions temporaires</p> <p>⇒ Autres spécifiez: _____</p>	5.2 Observation directe
<i>5.3 Mise en valeur incitative</i>	<p>5.3 Présence d'objets ou d'activités incitant à une connaissance plus approfondie du monument historique</p> <p>⇒ Multimédias</p> <p>⇒ Films</p> <p>⇒ Spectacles sons et lumières</p> <p>⇒ Tours guidés</p> <p>⇒ Activités au monument historique: animation, reconstitution</p> <p>⇒ Interactivité avec un micro-ordinateur</p> <p>⇒ Location d'appareils audios</p> <p>⇒ Autres spécifiez: _____</p>	5.3 Observation directe
<i>5.4 Mise en valeur esthétique</i>	<p>5.4 Présence d'objets visant à accentuer l'esthétique du monument historique</p> <p>⇒ Illumination, éclairages spéciaux</p> <p>⇒ Aménagements paysagers: pelouse, fleurs, arbustes</p> <p>⇒ Parcs: sentiers piétons, bancs, tables à pique-niques</p> <p>⇒ Autres spécifiez: _____</p>	5.4 Observation directe

Tableau 15**Grille d'évaluation préliminaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain (suite)**

Catégories de variables Variables	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
<i>5.5 Mise en valeur par l'apport d'objets de valeur</i>	<p>5.5 Présence d'objets de valeur, empruntés par la corporation qui gère le monument historique, pour rehausser le monument</p> <p>⇒ Objets de valeur n'appartenant pas à la corporation</p>	5.5 Entretien avec ceux qui gèrent le monument historique et observation directe
<i>5.6 Mise en valeur par l'offre de services complémentaires</i>	<p>5.6 Présence de services au monument historique</p> <p>⇒ Services de restauration</p> <p>⇒ Magasins de souvenirs</p> <p>⇒ Facilités sanitaires à l'intérieur ou à l'extérieur du monument historique</p> <p>⇒ Services de garde à l'enfance</p> <p>⇒ Aires de stationnements</p> <p>⇒ Autres spécifiez: _____</p>	5.6 Observation directe
<i>5.7 Mise en valeur en fonction de l'accessibilité du monument historique au public</i>	5.7 Ouverture du monument historique au public	5.7 Observation directe
<i>5.7.1 Saisonnalité</i>	<p>5.7.1 Période d'ouverture du monument historique durant l'année</p> <p>⇒ Ouvert 6 mois et plus</p> <p>⇒ Ouvert 3 à 6 mois</p> <p>⇒ Ouvert 1 à 3 mois</p> <p>⇒ Ouvert moins d'un mois</p>	5.7.1 Observation directe

Tableau 15

Grille d'évaluation préliminaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain (suite)

Catégories de variables Variables	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
5.7.2 Durée de la visite	5.7.2 Temps requis pour visiter le monument historique ⇒ 3 heures et plus ⇒ 2 à 3 heures ⇒ 1 à 2 heures ⇒ 1 heure et moins	5.7.2 Entretien avec ceux qui gèrent le monument historique et observation directe
5.7.3 Modalité d'entrée au monument historique	5.7.3 Présence ou absence de frais d'entrée au monument historique ⇒ Frais d'entrée	5.7.3 Observation directe
6. Mise en marché du monument historique • Mise en marché extérieure du monument historique		
6.1 Mise en marché à long terme	6.1 Production de biens durables ⇒ Livres souvenirs, films promotionnels, posters, cartes, plans ⇒ Livres-guides internationaux et nationaux ⇒ Livres-guides régionaux et locaux ⇒ Autres spécifiez: _____	6.1 Entretien avec ceux qui gèrent le monument historique et consultation de guides touristiques
6.2 Mise en marché à court terme	6.2 Production de biens ponctuels ⇒ Annonces télévisées ⇒ Annonces radiophoniques ⇒ Annonces dans les journaux ⇒ Dépliants promotionnels ⇒ Autres spécifiez: _____	6.2 Entretien avec ceux qui gèrent le monument historique

Tableau 15

Grille d'évaluation préliminaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain (suite)

VALEUR TOURISTIQUE EXTRINSÈQUE		
Catégories de variables <i>Variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
7. Situation • Emplacement du monument historique		
<i>7.1 Situation par rapport à des lieux d'importance historique</i>	7.1 Lien entre le monument historique et un site ou un arrondissement historique ⇒ Monument historique faisant partie d'un site historique ou d'un arrondissement historique	7.1 Consultation du « Répertoire des biens culturels et arrondissement historique du Québec », Ministère de la culture et des communication et consultation de cartes de la ville
8. Attraction touristique • Attractions touristiques à la proximité du monument historique		
<i>8.1 Regroupement d'attractions</i>	8.1 Regroupement d'attractions touristiques dans un rayon de 500 m du monument historique ⇒ Présence d'au moins une attraction dans un rayon de 500 m du monument historique	8.1 Consultation de cartes touristiques
<i>8.2 Type d'attractions</i>	8.2 Type d'attractions dans un rayon de 500 m du monument historique ⇒ Attractions culturelles: ⇒ Monuments historiques ⇒ Musées ⇒ Centres d'interprétation ⇒ Sites archéologiques ⇒ Théâtres	8.2 Consultation de cartes touristiques et de guides touristiques

Tableau 15

Grille d'évaluation préliminaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain (suite)

Catégories de variables <i>Variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
	<p>⇒ Salles de spectacles</p> <p>⇒ Autres spécifiez: _____</p> <p>⇒ Autres attractions:</p> <p>⇒ Parcs thématiques</p> <p>⇒ Zoos</p> <p>⇒ Aquariums</p> <p>⇒ Casinos</p> <p>⇒ Terrains de golf</p> <p>⇒ Jardins</p> <p>⇒ Autres spécifiez: _____</p>	
8.3 Renommée des attractions	<p>8.3 Renommée des attractions situées dans un rayon de 500 m du monument historique</p> <p>⇒ Attractions renommées mondialement</p> <p>⇒ Attractions renommées au niveau national</p> <p>⇒ Attractions renommées au niveau régional et local</p>	8.3 Consultation de guides touristiques internationaux, nationaux, régionaux et locaux
9. Événements • Événements à la proximité des monuments historiques		
9.1 Événements récurrents	<p>9.1 Événements récurrents dans un rayon de 500 m du monument historique</p> <p>⇒ Présence d'au moins un événement récurrent dans un rayon de 500 m du monument historique</p>	9.1 Consultation de l'horaire des événements annuels de la ville

Tableau 15

Grille d'évaluation préliminaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain (suite)

Catégories de variables <i>Variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
9.2 Types d'événements	<p>9.2 Types d'événements dans un rayon de 500 m du monument historique</p> <p>⇒ Festivals ⇒ Foires et expositions ⇒ Cirques ⇒ Autres spécifiez: _____</p>	9.2 Consultation de l'horaire des événements annuels de la ville
9.3 Lien entre les événements et le monument historique	<p>9.3 Lien entre les événements et le monument historique étudié</p> <p>⇒ Événements liés au monument historique</p>	9.3 Consultation de l'horaire des événements annuels de la ville et déduction selon les événements
9.4 Renommée des événements récurrents	<p>9.4 Renommée des événements récurrents situés dans un rayon de 500 m du monument historique</p> <p>⇒ Événements renommés mondialement ⇒ Événements renommés au niveau national ⇒ Événements renommés au niveau régional et local</p>	9.4 Consultation de guides touristiques internationaux, nationaux, régionaux et locaux
10. Services • Présence de services dans un rayon de 500 m du monument historique		
<i>10.1 Restauration</i>	<p>10.1 Présence de lieux où il est possible de se restaurer, dans un rayon de 500 m du monument historique</p> <p>⇒ Restaurants ⇒ Casse-croûtes</p>	10.1 Consultation de cartes de ville, consultation de cartes touristiques et observation directe

Tableau 15

Grille d'évaluation préliminaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain (suite)

Catégories de variables <i>Variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
<i>10.2 Hébergement</i>	10.2 Présence de lieux où il est possible d'être hébergé, dans un rayon de 500 m du monument historique ⇒ Hôtels ⇒ Motels ⇒ Auberges de jeunesse ⇒ Gîtes du passant	10.2 Consultation de cartes de ville, consultation de cartes touristiques et observation directe
<i>10.3 Magasins</i>	10.3 Présence de lieux où il est possible de faire des achats, dans un rayon de 500 m du monument historique ⇒ Boutiques ⇒ Centres commerciaux	10.3 Consultation de cartes de ville et observation directe
<i>10.4 Divertissement</i>	10.4 Présence de lieux où il est possible de se divertir, dans un rayon de 500 m du monument historique ⇒ Bars ⇒ Cafés ⇒ Clubs de nuit ⇒ Cinémas ⇒ Autres spécifiez: _____	10.4 Consultation de cartes de ville et observation directe

Tableau 15

Grille d'évaluation préliminaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain (suite)

Catégories de variables <i>Variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
11. Accessibilité • Facilité que le touriste a pour se rendre au monument historique		
<i>11.1 Accessibilité en fonction des moyens de transport</i>	11.1 Monument historique accessible en voiture, en autobus, en vélo, à pieds ⇒ Tous les moyens de transport possible ⇒ 3 moyens de transport possible ⇒ 2 moyens de transport possible ⇒ 1 moyen de transport possible	11.1 Consultation de cartes routières et observation directe
<i>11.2 Accessibilité en fonction du réseau routier</i>	11.2 Monument historique situé à proximité d'une autoroute, route principale, route secondaire ⇒ À proximité d'une autoroute ⇒ À proximité d'une route principale ⇒ À proximité d'une route secondaire ⇒ Éloignée d'autoroute, de route principale et de route secondaire	11.2 Consultation de cartes routières et observation directe
<i>11.3 Accessibilité en fonction du centre-ville</i>	11.3 Distance entre le monument historique et le centre-ville ⇒ Moins d'un km ⇒ 1.5 km ⇒ 2 km ⇒ Plus de 2 km	11.3 Consultation de cartes routières

3.1.3 Stratégie de validation de la grille d'évaluation

La version préliminaire de la grille d'évaluation composée de variables connues et nouvelles a été soumise à une validation de contenu par la méthode des juges. Celle-ci visait à améliorer le contenu de la grille en extrayant les variables considérées peu pertinentes, en apportant des modifications à certaines variables ou encore en ajoutant de nouvelles variables suggérées par les experts. L'objectif était donc, par cette méthode, de valider l'instrument en misant sur l'expertise de spécialistes en tourisme et culture. En outre, pour que la validation de la grille soit complète, une vérification de l'applicabilité sur le terrain a été effectuée et cela afin d'obtenir la version finale de l'instrument.

3.1.3.1 Validation par la méthode des juges

Le choix des juges

Le groupe chargé de réaliser l'évaluation était composé de huit personnes provenant des domaines du tourisme ou de la culture, du milieu universitaire et professionnel (voir Appendice C). Parmi les huit juges choisis, cinq étaient issus du domaine du tourisme et les trois autres, du domaine de la culture. Dans les faits, certains pouvaient être considérés comme des experts pouvant couvrir autant le champ du tourisme que celui de la culture.

Le contact avec les juges

C'est par le biais du directeur de recherche de ce mémoire que les huit experts en tourisme et en culture ont été contactés. La première approche s'est effectuée par téléphone. Ainsi, chacun des huit experts a reçu un appel téléphonique leur demandant de participer à une validation d'une grille d'évaluation en mettant à profit leurs connaissances respectives sur le tourisme et sur la culture, selon leur spécialisation. Des huit experts contactés par

téléphone, sept ont été rejoints immédiatement et ont accepté de se prêter à la validation de contenu de la grille d'évaluation. Par suite, le document de validation intitulé *Évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain* (voir Appendice D) leur était envoyé aussitôt. Un des huit experts, n'ayant pu être rejoint directement par téléphone, une lettre explicative de la tâche souhaitée et le document de validation lui ont été expédiés.

Ils disposaient d'un peu plus d'un mois pour renvoyer le document dûment rempli dans les enveloppes pré-affranchies incluses dans l'envoi. Un peu plus de temps a été alloué aux experts pour effectuer la validation, attendu que le document leur a été envoyé pendant les vacances d'été (fin juin 2000). Après un certain temps passé la date fixée pour le retour des documents (1^{er} août 2000), un rappel téléphonique a été fait aux experts dont nous n'avions pas reçu le document.

La validation

Le document reçu par les juges contenait une lettre de présentation et était divisé en trois parties. La première partie faisait état de la problématique du mémoire de maîtrise. Un très bref résumé de cette problématique était essentiel pour que les juges puissent comprendre les paramètres de la recherche. La deuxième et la troisième partie présentaient les deux tâches d'évaluation sollicitant leur concours pour valider le contenu de la grille d'évaluation. Ces deux tâches d'évaluation sont exposées et décrites en Appendice D.

3.1.3.2 Vérification de l'applicabilité de la grille d'évaluation

Dans le but de vérifier l'applicabilité de la grille d'évaluation validée par les juges, deux monuments historiques issus de l'univers d'observation privilégié dans ce mémoire, ont été sélectionnés. Il s'agit du monument Henry-Stuart situé dans la ville de Québec et du Manoir de Tonnancour situé dans la ville de Trois-Rivières.

Ville de Québec

Le choix de la ville de Québec pour tester l'applicabilité de la grille d'évaluation sur un monument historique est plutôt légitime (voir la carte 1 à la fin de ce mémoire). De fait, Québec, en étant la plus vieille ville du Québec, et même la plus vieille ville francophone en Amérique du Nord (L'Allier, 1993 a: 15), est consacrée ville historique par excellence³⁸. D'ailleurs, sa plus ancienne partie, soit son arrondissement historique est reconnu mondialement. En effet, depuis 1985, il est inscrit sur la liste du patrimoine mondial de l'Unesco (Ville de Québec, 1995: 7 [voir les critères d'inscriptions à l'Appendice E]).

Selon le maire de cette ville, Québec est une ville touristique (L'Allier, 1993 b: 51). Le tourisme y occupe une place tellement importante qu'il est l'une des principales sources de vie économique de la ville et la plus considérable productrice de devises étrangères. Cela s'explique par le fait que la ville a beaucoup à offrir. Par exemple, ses attraits sont nombreux et exceptionnels comme le reconnaît l'Unesco. De plus, elle a créé des événements spéciaux susceptibles d'intéresser les touristes. Puis, ses rues sont propres et sécuritaires et sa restauration est accessible et de haute qualité.

En ce qui concerne le produit touristique de la ville de Québec, il est principalement centré sur deux types d'attraits: les attraits patrimoniaux et culturels. Ils donnent un caractère unique à la ville de Québec sur le marché touristique québécois et international. « Québec est à la fois ville-musée et ville vivante » (Bertrand et Jacques, 1993: 40). Cette caractéristique rejaillit sur tous les autres attraits et produits touristiques de la ville. De plus, le Vieux-Québec est pourvu de nombreux attraits patrimoniaux. À lui seul, le Vieux-Québec génère la majeure partie de la clientèle touristique de la région de Québec. En réalité, son caractère historique et patrimonial (français et anglais, bâti et naturel), son cachet européen qui ne se retrouve nulle

³⁸ La ville de Québec a été fondée en 1608 par Samuel de Champlain.

part ailleurs en Amérique du Nord, sont déterminants des choix de Québec comme destination touristique.

Maison Henry-Stuart

Dans la ville de Québec, il est possible de retrouver de multiples monuments historiques témoins des trois périodes caractérisants l'histoire du Québec³⁹. Nous avons donc choisi d'évaluer un de ses monuments historiques, soit celui de la Maison Henry-Stuart construite en 1843.

Le seul critère décisif pour le choix d'un monument historique était sa reconnaissance ou son classement au Ministère de la culture et des communications ou de sa citation au sein de la ville de Québec. La Maison Henry-Stuart est un monument historique classé depuis 1988. La fiche signalétique de cette maison, présentée dans le chapitre 4, expose avec plus de détails les caractéristiques de ce monument historique.

En terminant, bien que le choix d'un monument historique s'est fait au hasard dans la ville de Québec, nous avons évité la sélection d'un monument dans l'arrondissement historique reconnu mondialement. Cette parcelle de territoire est un cas à part et tous les monuments historiques s'y trouvant détiennent, non seulement un potentiel touristique, mais une attractivité touristique incontestable en raison de la reconnaissance mondiale du territoire où ils sont localisés. Seuls les monuments historiques situés en dehors des limites de l'arrondissement historique ont donc retenu notre attention. Malgré tout, ceux-ci sont susceptibles d'être influencés indirectement par la présence de cet arrondissement historique renommé.

³⁹ Les trois périodes de l'histoire du Québec sont la Nouvelle-France de 1534 à 1759, la Colonie-Britannique de 1759 à 1867 et la Canada de 1867 à aujourd'hui.

Ville de Trois-Rivières

Le choix de la ville de Trois-Rivières (voir la carte 2 à la fin de ce mémoire) pour tester l'applicabilité de la grille d'évaluation sur un autre monument historique est plutôt stratégique. De fait, Trois-Rivières est la deuxième plus vieille ville du Québec après la ville de Québec (Wilk, 1984: 14)⁴⁰. Elle est située à mi-chemin entre les deux plus grands pôles métropolitains (Wilk, 1984: 9) et touristiques du Québec que sont les villes de Montréal et de Québec. Ainsi, l'évaluation du potentiel touristique d'un monument historique de la ville de Trois-Rivières pour tester l'applicabilité de la grille peut donner des résultats intéressants. Par exemple, elle peut fournir des éléments de comparaison selon qu'un monument historique est situé dans la ville de Trois-Rivières ou dans la ville de Québec (dans une ville ou dans une autre). Somme toute, les chapitres traitant des résultats et des conclusions feront la lumière sur les répercussions possibles de l'évaluation du potentiel touristique de monuments historiques situés dans des villes différentes.

Trois-Rivières est une ville industrielle. Plaque tournante dans l'histoire du développement économique du Québec, elle « s'affirme d'abord comme poste de traite au temps de la colonie et par la suite comme centre de distribution et de transformation du bois pour l'industrie des pâtes et papier au même titre que le port en eau profonde pour le transport des marchandises » (Tourisme Québec et Mauricie, 2000: 14).

Au demeurant, elle n'est pas dépourvue de tourisme. En 1995, la région de la Mauricie-Bois-Francs, incluant la ville de Trois-Rivières, était au quatrième rang des régions touristiques les plus fréquentées. Alors que la région de Québec, incluant la ville de Québec, était au deuxième rang de ces régions. Même si ses performances au niveau touristique sont moindres que celles de la ville de Québec, elle offre tout de même de nombreux attraits patrimoniaux et culturels, ainsi que plusieurs événements nationaux et internationaux.

⁴⁰ Trois-Rivières a été fondée en 1634 par le sieur de Laviolette.

Manoir de Tonnancour, maison Deschenaux

À l'instar de la ville de Québec, Trois-Rivières contient plusieurs monuments historiques témoins des trois périodes caractéristiques de l'histoire du Québec. En effet, à Trois-Rivières subsistent des monuments historiques du Régime français. Cependant, la majeure partie des monuments historiques qu'elle abrite sont de style victorien, ils ont été bâtis à l'époque du même nom⁴¹ (Gauthier, 1978: 3). Cependant, le monument historique que nous avons choisi d'évaluer a été construit avant cette époque, il s'agit du Manoir de Tonnancour, maison Deschenaux construit entre 1723 et 1725.

Tout comme le monument historique de la ville de Québec, il a été sélectionné au hasard, mais il devait respecter le même critère que celui énoncé précédemment. Il est donc inscrit au Ministère de la culture et des communications comme monument historique classé depuis 1966. La fiche signalétique de cette maison, présentée dans le chapitre 4, expose avec plus de détails les caractéristiques de ce monument historique.

3.1.4 Modélisation de l'ensemble de la stratégie de recherche

La figure 5 offre une vue d'ensemble de la stratégie de recherche en mettant en synergie la stratégie de développement et la stratégie de validation de la grille d'évaluation.

⁴¹ Relatif à la reine Victoria, à son règne (1837-1901) (Petit Robert, 1989: 2089).

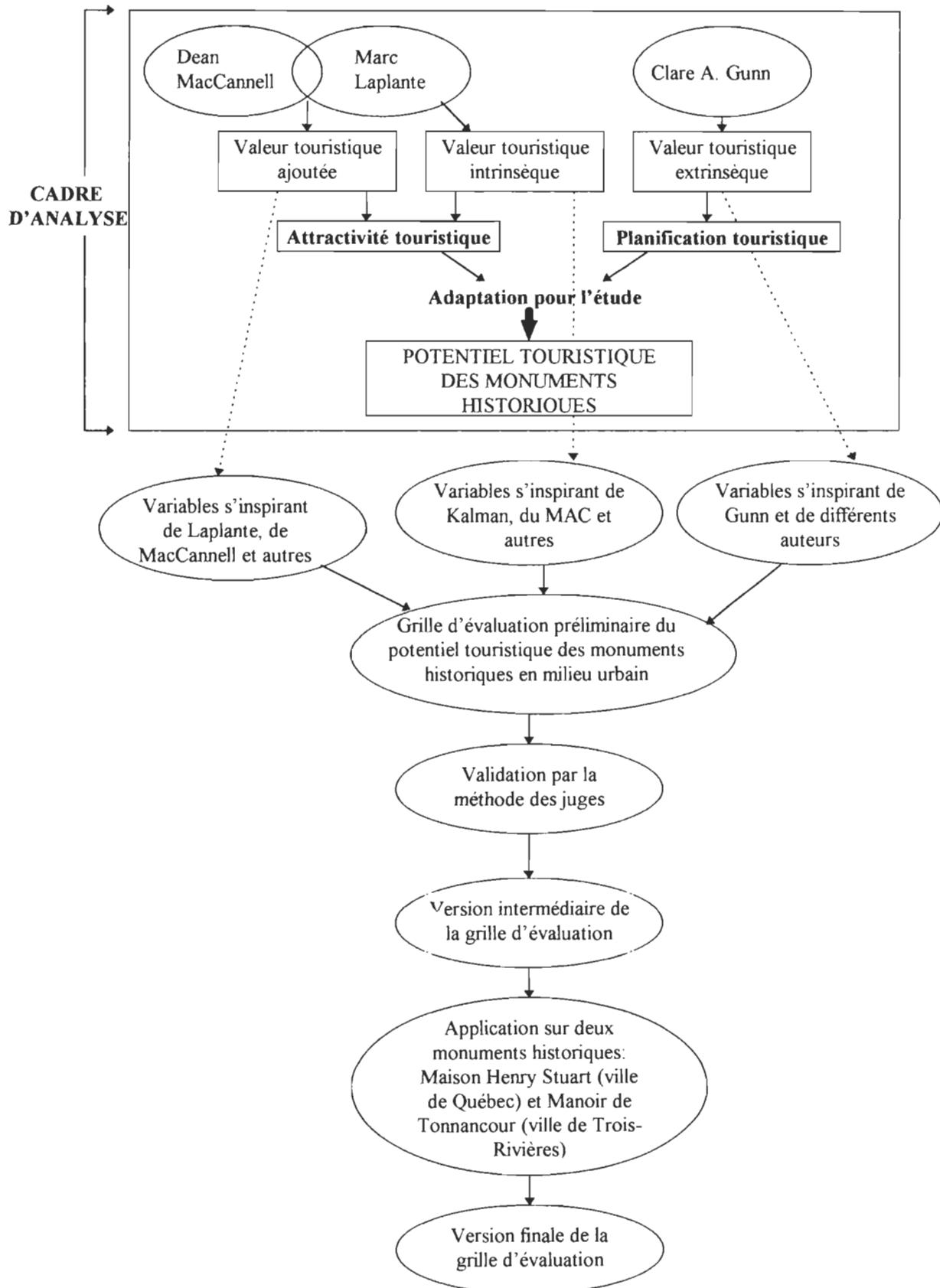


Figure 5: Modélisation de l'ensemble de la recherche.

CHAPITRE 4

RÉSULTATS DE RECHERCHE

En premier lieu, ce chapitre est consacré aux résultats de la validation effectuée par le groupe de juge qui s'expriment à travers une version modifiée de la grille d'évaluation préliminaire. En deuxième lieu, il expose les méthodes de mesure associées à chacune des variables retenues. En troisième lieu, il fait par des résultats obtenus à la suite de l'application de la grille intermédiaire sur deux monuments historiques. En dernier lieu, il présente la grille finale d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain.

4.1 RÉSULTATS DE LA VALIDATION PAR LES JUGES

Rappelons que le document envoyé aux juges est présenté à l'Appendice D. Au sein de ce document se trouvaient deux tâches d'évaluation devant être réalisées par les juges sollicités pour la validation de contenu. Sur les huit juges contactés, sept ont retourné le document qu'ils avaient reçu. Toutefois, seulement six des huit juges ont réalisé les deux tâches d'évaluation demandées.

4.1.1 Les tâches d'évaluation

Concernant la première tâche d'évaluation, il était demandé de juger de la pertinence des variables retenues et des indicateurs qui leur sont rattachés pour la grille d'évaluation. Le tableau 16 illustre le modèle employé afin d'obtenir l'information relative à la pertinence des variables et des indicateurs avec leurs intervalles descriptifs.

Tableau 16

**Exemple de grille soumise aux juges pour valider la pertinence des variables,
des indicateurs et des intervalles descriptifs**

VALEUR TOURISTIQUE INTRINSEQUE			
Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
1. Datation du monument historique • Âge d'un monument historique fixé par rapport à la date de début des travaux de construction			
<i>1.1 Âge du monument historique</i>			
1.1 Âge d'un monument historique par rapport à différents intervalles de temps (1600 à aujourd'hui) ⇒ Construit entre les dates 1600 à 1700 ⇒ Construit entre les dates 1701 à 1800 ⇒ Construit entre les dates 1801 à 1900 ⇒ Construit après la date 1901			

Cette première tâche d'évaluation visait à faire connaître la nécessité ou non de retrouver une variable ou indicateur au sein des variables et indicateurs finalement retenus.

Relativement à la deuxième tâche d'évaluation, il était demandé de déterminer l'importance des variables pour l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. Les juges devaient choisir une valeur pour chacune d'elles sur une échelle de un à dix, dix étant la valeur la plus importante. En fonction de l'importance accordée aux variables, les quartiles ont été calculés pour déterminer la pondération de ces variables en vue de l'application subséquente de la grille d'évaluation sur les monuments historiques. Le tableau 17 illustre le modèle utilisé pour recueillir l'information relative à l'importance accordée pour chacune des variables.

Tableau 17

**Exemple de grille permettant aux juges d'indiquer
l'importance relative de chacune des variables**

Variables	Pas importante ↓	Échelle d'importance									Essentielle ↓
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	
VALEUR TOURISTIQUE INTRINSÈQUE											
1. Âge du monument historique											

L'analyse des résultats obtenus montre que certaines variables semblent, selon les juges, essentielles à l'évaluation, d'autres inutiles, et certaines semblent avoir une importance moyenne lorsqu'il est question d'évaluer le potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. Dans la partie suivante, nous tenterons de résumer les résultats le plus fidèlement possible.

En premier lieu, nous reprendrons chacune des variables et des indicateurs avec leurs intervalles descriptifs pour procéder à leur analyse détaillée. En deuxième lieu, nous ferons état des résultats concernant l'importance accordée à chacune des variables et la pondération qui leur sera associée. En dernier lieu, nous présenterons les commentaires généraux fournis par certains juges sur l'ensemble de l'étude que nous avons entreprise.

4.1.1.1 Pertinence des variables et des indicateurs

VARIABLES	INDICATEURS ET INTERVALLES DESCRIPTIFS
VALEUR TOURISTIQUE INTRINSÈQUE	
1. Datation 1.1 Âge du monument historique	<p>Âge du monument historique par rapport à différents intervalles de temps (1600 à aujourd'hui)</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Construit entre les dates 1600 à 1700 ⇒ Construit entre les dates 1701 à 1800 ⇒ Construit entre les dates 1801 à 1900 ⇒ Construit après la date 1901 <p>L'ensemble des juges consultés s'entende pour dire que cette variable est pertinente et nécessaire à l'évaluation. Toutefois, un seul juge évalue la pertinence de cette variable pour sa valeur intrinsèque, plutôt que de la confronter à d'autres variables devant être présentées plus loin dans le document d'évaluation. Il mentionne que les monuments historiques plus anciens ont plus de valeur à cause de la rareté et non de l'importance des monuments historiques.</p> <p>Tandis que d'autres juges regardent cette variable par rapport à la symbolique, la thématique, la valeur artistique, du monument. Par exemple, il est dit que l'âge du monument tient à sa valeur symbolique ou à celle d'un ensemble auquel il participe, ce qui veut dire que la maison d'un personnage très connu du 20^e siècle a une plus grande valeur qu'un monument historique plus âgé, mais ayant appartenu à un personnage moins connu. Néanmoins, il y a des exceptions à cela, si le bâtiment ayant appartenu au personnage moins</p>
	<p>Jugés pertinents par tous, cet indicateur et ses intervalles descriptifs (intervalles-cotes, se référer à l'Appendice B) semblent adéquats pour ce type d'évaluation en fonction de l'âge du monument historique. Néanmoins, dans la présentation du document envoyé aux juges, il n'était pas clair que l'univers d'observation pour l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain était le Québec. Alors, un des juges qui n'était pas certain de ce fait spécifie que l'indicateur et les intervalles descriptifs choisis ne s'appliquent que dans les nouveaux mondes.</p> <p>Un des juges soumet également l'idée que ceux-ci pourraient plutôt se référer à « avant la conquête » (régime français) et à « après la conquête » (régime anglais). Nous sommes conscientes que ces derniers pourraient être pertinents, mais nous avons tout de même décidé de conserver ceux établis initialement.</p>

connu est le plus vieux bâtiment d'une agglomération, ainsi il peut détenir une plus grande valeur. Ce qui revient à dire qu'en fonction de la rareté (plus vieux bâtiment), la valeur du monument historique au niveau touristique peut être plus grande.

Alors que la symbolique, la thématique et la valeur artistique par exemple, sont d'autres variables qui peuvent entrer en ligne de compte pour faire augmenter la valeur du monument au niveau touristique. Ces autres variables font d'ailleurs l'objet d'attention un peu plus loin.

Puis, il est mentionné que cette variable est différente selon la culture où se situe l'attrait. Par exemple, un monument historique du 16^e siècle, en Europe, n'a pas la même valeur qu'un monument de cette époque au Québec. En effet, au Québec, les monuments historiques de cet âge sont plus rares que là-bas. Bref, cette variable est fonction du milieu (de l'univers d'observation) où s'effectue l'évaluation. L'univers d'observation a donc des répercussions surtout au niveau de l'indicateur et des intervalles descriptifs sélectionnés pour l'évaluation.

2. Histoire

2.1 Personnalité associée au monument historique

Monument historique associé à la vie ou aux activités, d'une personne, d'un groupe, d'une organisation ou d'une institution ayant spécialement contribué à la vie de la localité, de la province ou de la nation.

- ⇒ Personnalité, groupe, etc., de première importance, intimement liés au monument historique
- ⇒ Personnalité, groupe, etc., de première importance vaguement liés ou personnalité d'importance secondaire intimement liée au monument historique
- ⇒ Personnalité, groupe, etc. d'importance secondaire, vaguement liés au monument historique
- ⇒ Monument historique sans aucun lien avec personnalité importante ou groupe, etc.

On s'entend ici aussi sur la pertinence de la variable dans l'évaluation. Il est dit qu'elle doit permettre de vérifier si oui ou non le monument historique peut être associé à une personnalité ou autres. Si c'est le cas, le lien doit être très fort, sinon le potentiel touristique s'en trouve fortement altéré. En outre, la personnalité doit être de première importance pour qu'il y ait un potentiel touristique intéressant en fonction de cette variable (**variable améliorée: Personnalité de première importance fortement associée au monument historique**).

De là, elle sera utilisée pour vérifier si un monument historique est associé fortement à une personnalité de première importance. Si c'est le cas, le monument étudié a une valeur au niveau touristique en fonction de cette variable. Cependant, s'il existe une association très faible entre une personnalité ou s'il existe une forte association entre une personnalité d'importance secondaire, il est jugé que le monument historique n'a aucune valeur touristique en fonction de cette variable. Cette façon de faire est radicale, mais elle évite les demi-mesures.

Finalement, un juge nous fait réaliser que l'aspect artistique du monument historique peut jouer un rôle au niveau de son potentiel touristique. Cet aspect ayant été négligé jusqu'à présent dans les variables de valeur touristique intrinsèque, nous comptons remédier à ce manque dans notre grille d'évaluation. La partie traitant de la « Dimension artistique » (1.2) présente alors des améliorations apportées à la grille à cet effet.

Nous devons remanier les intervalles descriptifs de cet indicateur en fonction de la pertinence leur ayant été accordée par les juges. À vrai dire, la majorité des juges rejette les intervalles descriptifs sélectionnés pour évaluer selon cette variable. De fait, comme l'a mentionné un des juges, il faut que la personnalité soit fortement associée au monument historique pour que cela influence le potentiel touristique. De même, il faut que cette personnalité soit de première importance. Dans le cas contraire, il y a peu de potentiel touristique. Alors, il a été décidé de rejeter les intervalles descriptifs décroissants au niveau du lien pouvant exister entre la personnalité ou autres avec le monument et au niveau de l'importance de la personnalité qui avait été assigné au préalable à cet indicateur.

À la place, ses intervalles descriptifs sont modifiés (intervalles-cotes, se référer à l'Appendice B) de façon à vérifier si la personnalité est de première importance au niveau « **International** », « **National** », « **Provincial** » ou « **Local ou régional** ». L'idée nous est venue d'évaluer de cette façon en lisant les commentaires apportés par l'un des juges sur les intervalles descriptifs de la variable suivante (voir « Événement historique associé au monument historique »).

Toutefois, l'un des juges était en faveur des intervalles descriptifs que nous avions établis à la condition que ceux-ci soient mis en lien avec d'autres aspects de l'offre touristique environnante, par exemple afin de renforcer une thématique locale ou régionale. Donc, selon lui, même si une personnalité est vaguement liée au monument historique, si ce dernier est lié à d'autres aspects de l'offre touristique, il peut y avoir un potentiel touristique. En réalité, ces aspects sont traités séparément par d'autres variables présentées

	plus loin dans ce travail. Alors, comme nous l'avons mentionné précédemment, les intervalles descriptifs tels que nous les avions établis sont rejetés.
2.2 Événement historique associé au monument historique	<p>Monument historique associé à un événement marquant dans la vie de la localité, de la province ou de la nation.</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Événement de première importance directement relié au monument historique. ⇒ Événement de première importance vaguement relié au monument historique ou événement d'importance secondaire directement relié au monument historique ⇒ Événement secondaire directement relié au monument historique ⇒ Monument historique sans aucune relation avec un événement important
<p>Tous reconnaissent que cette variable est pertinente. À l'instar de la variable précédente, il est dit que le lien doit être fort entre l'événement et le monument historique, de même l'événement doit être de première importance, pour que le potentiel touristique d'un monument historique se trouve bonifié en fonction de cette variable (variable améliorée: Événement historique de première importance fortement associé au monument historique). En conséquence de quoi, elle sera utilisée pour vérifier si un monument est associé fortement à un événement de première importance. Encore ici, les demi-mesures sont rejetées.</p> <p>Un des juges signale qu'il faudrait tenir compte du type d'événement lié au monument historique. Par exemple, il dit que le lieu d'un naufrage, d'une bataille, soulève davantage l'intérêt des touristes que le site d'un traité de paix. Cependant, lors de notre évaluation, si un événement est fortement associé au monument historique, nous regarderons seulement s'il est de première importance, sans évaluer en</p>	<p>Les intervalles descriptifs de cet indicateur doivent être retravaillés, car une majorité des juges rejette leur état actuel. Selon les juges, il serait difficile d'évaluer en fonction de ces intervalles descriptifs, cela pourrait créer de la confusion.</p> <p>Nous avons vu qu'un événement en lien avec un monument historique, en plus de lui être fortement lié, il doit être de première importance pour que le potentiel touristique d'un monument soit influencé en fonction de cette variable. L'un des juges soulève l'idée que ces événements peuvent être examinés selon leur importance en fonction de l'échelle géographique. Il suggère que nous regardions si l'événement historique est de première importance au niveau local ou national. Nous avons donc décidé de fonctionner de cette façon et de regarder si l'événement historique est de première importance au niveau « International », « National », « Provincial » ou « Local ou régional » (intervalles-cotes, se référer à l'Appendice B). Il est à noter que l'idée soumise par ce juge nous a conduit à</p>

<p>fonction du type d'événement tel que proposé par ce juge.</p>	<p>modifier, en plus, les intervalles descriptifs de la variable précédente et de celle subséquente.</p> <p>En dernière analyse, un des juges exprime le même commentaire que pour la variable précédente concernant les intervalles descriptifs que nous avions choisi et de leurs liens avec d'autres aspects de l'offre touristique. Notre réponse à ce commentaire est la même, ces autres aspects sont traités séparément par d'autres variables exposées plus loin dans ce travail.</p>
<p>2.3 Contexte historique associé au monument historique</p>	<p>Monument historique associé aux grands courants de l'histoire culturelle, sociale, politique, militaire, économique ou industrielle et l'illustrant particulièrement.</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Tendances de première importance directement reliées au monument historique ⇒ Tendances de première importance vaguement reliées ou tendances d'importance secondaire directement reliées au monument historique ⇒ Tendances d'importance secondaire vaguement reliées au monument historique ⇒ Monument historique sans aucune relation avec tendances importantes
<p>Au même titre que les autres variables exposées plutôt, cette variable est considérée pertinente. De plus, tout comme pour les deux variables précédentes, les commentaires demeurent les mêmes. La variable doit clairement montrer que lien doit être fort entre le contexte historique et le monument historique, de même il doit être de première importance, pour que le potentiel touristique d'un monument se voit augmenter en fonction de cette variable (variable améliorée: Contexte historique de première importance fortement associé au monument historique).</p>	<p>Aucun commentaire nouveau n'est apporté au niveau de l'indicateur et de ses intervalles descriptifs que ceux ayant déjà été énoncés auparavant. Dans ces circonstances, les intervalles descriptifs (intervalles-cotes, se référer à l'Appendice B) de l'indicateur sont transformés, comme dans le cas des deux variables précédentes, pour voir si le contexte historique est de première importance au niveau « International », « National », « Provincial » ou « Local ou régional ».</p>

3. Titre de propriété	
3.1 Propriété foncière	<p>Il y a un terrain qui entoure le monument historique</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ La corporation qui gère le monument est propriétaire du terrain ⇒ Le terrain est accessible au public
<p>Les juges semblent avoir de la difficulté à poser un verdict sur cette variable. En réalité, seulement quelques-uns de ses aspects paraissent appropriés pour les juges.</p> <p>Pour la majorité des juges, la corporation qui gère le monument historique n'a pas à être mêlée à la présence ou non d'un terrain entourant le monument historique. Selon un des juges, peu importe à qui appartient le terrain, s'il y en a un, sa propriété est indépendante du potentiel touristique. Un seul juge croit bon de mentionner que le nom de la corporation, s'il est connu, peut contribuer à rehausser le potentiel touristique, par exemple la fondation Félix Leclerc. Néanmoins, cela n'apparaît pas suffisant pour que la variable puisse conserver son état actuel.</p> <p>De fait, nous traiterons cette variable autrement. Sa forme actuelle est donc éliminée pour créer une autre variable en omettant toute allusion à la corporation qui gère le monument historique. En vertu de la nouvelle forme donnée à cette variable, elle ne peut plus s'inclure dans la liste des variables de valeur touristique intrinsèque. À la place, elle est introduite dans celle des variables de valeur touristique ajoutée. La nouvelle variable est: Mise en valeur par l'apport d'un terrain adjacent.</p> <p>Pour conclure, nous transmettons un dernier commentaire émis par un juge à savoir que</p>	<p>Même si la variable a subi des mutations, l'indicateur demeure semblable. Il est exposé de la façon suivante: Présence d'un terrain adjacent au monument historique.</p> <p>En outre, l'intervalle descriptif traitant d'accès (le terrain accessible au public) est conservé. Selon un des juges, l'accès est importante parce qu'elle permet d'enrichir la visite.</p> <p>Puis, un autre intervalle descriptif fait son apparition pour cet indicateur: le terrain a une importance historique. Selon un des juges, la pertinence de la présence d'un terrain à proximité d'un monument pour l'évaluation de son potentiel touristique vient de son importance historique, d'où l'ajout de cet intervalle descriptif au sein de la nouvelle variable actualisée.</p> <p>Les intervalles descriptifs de cette variable agissent différemment des « intervalles-cotes » et des « intervalles-éléments ». En fait, ils sont un mélange des deux. Tout d'abord, il peut y avoir présence de plus d'un intervalle (comme pour les intervalles-éléments), mais ils ont également chacun une pondération (comme pour les intervalles-cotes). Bref, dans ce cas-ci, la présence des trois intervalles aurait comme impact de donner une valeur maximum au potentiel touristique selon cette variable. Alors que la présence de deux intervalles donnerait une valeur inférieure au potentiel touristique</p>

l'environnement ne doit pas seulement être aménagé et conçu en fonction d'appuyer le monument historique.	selon cette variable, ainsi de suite jusqu'à n'obtenir aucune valeur si aucun intervalle n'était présent.
3.2 Propriétés mobilières et autres	<p>La corporation est propriétaire de meubles ou d'objets qui ont également une valeur historique ou artistique</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Plus de 75% de meubles ou d'objets ont une valeur historique ou artistique ⇒ Entre 75% et 50% de meubles ou d'objets ont une valeur historique ou artistique ⇒ Moins de 50% de meubles ou d'objets ont une valeur historique ou artistique ⇒ Aucun meuble ou objet n'a une valeur artistique ou historique
<p>Les avis se partagent concernant cette variable. Deux juges sur six pensent qu'elle n'est pas pertinente, alors que les quatre autres l'évaluent convenables avec certaines réserves.</p> <p>Pour les tenants du « non », une telle variable n'a pas lieu d'être, car selon un des juges, il est préférable de s'en tenir au monument et non pas aux ressources de la corporation. Selon lui, il est déjà difficile de procéder à une évaluation, alors il vaut mieux s'en tenir à l'essentiel. Pour l'autre juge en désaccord, le visiteur n'a pas besoin de savoir s'il y a propriétés mobilières ou autres.</p>	<p>L'indicateur est bonifié par un ajout visant à faciliter l'évaluation et à éviter toute ambiguïté. Dorénavant l'indicateur est présenté de la façon suivante: La corporation est propriétaire de meubles ou d'objets qui ont également une valeur historique ou artistique d'après le Ministère de la culture et des communications.</p>
<p>Parmi les juges en accords avec cette variable, il est dit que les propriétés mobilières et autres doivent avoir un rapport avec le site et elles doivent avoir une valeur symbolique très forte pour que le potentiel touristique soit influencé selon cette variable. De plus, il faut que l'état de restauration et que la mise en valeur des objets soient adéquats. Il faut qu'ils aident à l'interprétation, car souvent il est plutôt question de « décoration » au détriment de la mise en valeur visée.</p>	<p>Puis, il y a rejet des intervalles descriptifs sélectionnés a priori, puisque la majorité des juges les décline. L'un des juges maintient que le pourcentage d'objets ayant une valeur n'est pas directement proportionnel au potentiel touristique. À titre d'exemple, un monument historique ayant un ou deux objets très significatifs pourrait présenter un plus fort potentiel qu'en monument détenant plusieurs objets ayant une valeur historique ou symbolique faible.</p> <p>Par conséquent, nous évaluerons en fonction de l'indicateur modifié plus haut, sans que des intervalles descriptifs entre en ligne de compte.</p>

<p>Malgré les avis partagés, il y a davantage de juges qui sont en faveur de cette variable qu'en sa défaveur. En conséquence de quoi, nous la conservons dans son état actuel et nous évaluerons selon cette variable en fonction des commentaires apportés par les juges.</p>	
<p>4. Superficie</p> <p>4.1 Superficie totale du monument historique</p>	<p>Il s'agit de la superficie totale en mètre carré du monument historique</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Plus de 1000 m² ⇒ 501 m² à 1000 m² ⇒ 151 m² à 500 m² ⇒ Moins de 150 m²
<p>Les avis se divisent quant à la pertinence de cette variable. Pour un juge, nul n'est besoin de la retrouver dans la liste, pour certains elle se doit d'y apparaître, enfin pour d'autres il y a indécision à son sujet.</p> <p>Le juge en désaccord avec la pertinence de cette variable mentionne que le qualitatif prime sur le quantitatif à moins qu'il ne s'agisse d'un record, par exemple le plus grand manoir seigneurial.</p>	<p>Aucun commentaire ni suggestion, alors l'indicateur et les intervalles descriptifs (intervalles-cotes, se référer à l'Appendice B) demeurent les mêmes.</p>
<p>Pour les trois juges en accord avec la pertinence de cette variable, aucun commentaire ni suggestion n'est apporté.</p> <p>Tandis que pour les deux juges indécis, la pertinence de cette variable est relative; elle varie selon les cas. D'après l'un des juges, la variable pose la question de la définition du potentiel touristique: quel potentiel, quelle clientèle, pour qui, pourquoi? En réalité, le document envoyé aux juges ne faisait pas la lumière sur toutes ces questions, car il se devait d'être concis. Par suite de ces précisions manquantes, ce juge a eu de la difficulté à juger</p>	

de la pertinence de cette variable.

En dernière analyse, cette variable est conservée au sein de la grille d'évaluation, même si elle ne fait pas l'unanimité. En fait, elle peut influencer le potentiel touristique, car une superficie plus grande à davantage à offrir qu'une superficie plus petite (il n'est pas ici question de qualité, nous n'étudions pas « l'attractivité »). Toutefois, son importance comme variable pour l'évaluation du potentiel touristique est moindre que plusieurs autres variables de la grille. Nous la conservons donc telle quelle, mais en lui accordant une importance de second ordre au moment de la pondération.

VALEUR TOURISTIQUE AJOUTÉE

5. Mise en valeur du monument historique	
5.1 Mise en valeur nominative	<p>Présence d'objets permettant d'identifier le monument historique</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Panneaux d'information qui indiquent la présence du monument historique ⇒ Plaques avec le nom du monument historique ⇒ Indications reliées à la circulation au monument historique: barrières, clôtures, portes d'entrées et de sorties indiquées, etc. ⇒ Produits-souvenirs, cartes postales ⇒ Autres spécifiez: _____
Les juges estiment que cette variable peut être utile à l'évaluation du potentiel touristique. Un bémol est toutefois apporté, mais qui ne saurait remettre en question la présence de cette variable dans la grille d'évaluation finale.	L'indicateur sélectionné est conservé, ainsi que ses intervalles descriptifs (intervalles-éléments, se référer à l'Appendice B). Cependant, les « objets permettant d'identifier le monument historique » exclus les panneaux de signalisation routière apposés par une institution gouvernementale. Seuls les « objets permettant d'identifier le monument historique », disposés par ceux qui gèrent le
À vrai dire, l'un des juges doute que cette variable en soit une de potentiel touristique. Selon lui, la variable en est une de signalisation d'acheminement permettant de guider les	

<p>clientèles touristiques lorsqu'un site génère suffisamment d'achalandage. Elle ne permet pas d'évaluer le potentiel touristique propre d'un monument historique.</p> <p>À cette critique nous répondons que le cadre d'analyse présenté dans ce mémoire fait état des trois valeurs pouvant influencer le potentiel touristique des monuments historiques. En plus de la valeur touristique intrinsèque des monuments, il existe aussi une valeur touristique ajoutée et extrinsèque. Tous les ajouts faits aux monuments, leur milieu environnant, sont autant de facteurs pouvant influer sur leur potentiel touristique, même si cela n'a aucun lien avec leur valeur intrinsèque (la valeur propre des monuments).</p> <p>Alors, cette variable de signalisation d'acheminement, qualifiée de variable de marquage et de repérage par un autre juge, permet aux touristes culturels de prendre connaissance de l'existence des monuments, d'où la possibilité d'influencer leur potentiel touristique.</p>	<p>monument, seront pris en considération lors de l'évaluation. Sinon, il ne serait pas vraiment question de « mise en valeur nominative ».</p> <p>Finalement, un juge apporte une spécification sur l'intervalle « produits souvenirs et cartes postales » en disant qu'ils doivent être en relation avec la thématique du monument. Nous ajoutons donc cette spécification à l'intervalle. De surcroît, un juge sur six pense que cet intervalle n'est pas pertinent. Néanmoins, il demeure inscrit dans la grille d'évaluation intermédiaire, car la majorité des juges y sont favorable.</p>
<p>5.2 Mise en valeur explicative</p>	<p>Présence d'objets ou d'installations favorisant la visite du monument historique, racontant des choses à propos du monument</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Panneaux et plans racontant l'histoire du monument historique ⇒ Expositions permanentes ⇒ Expositions temporaires ⇒ Autres spécifiez: _____
<p>La « Mise en valeur explicative » est reconnue comme pertinente par tous les juges, mais encore ici des commentaires et suggestions sont apportés pour que cette variable soit envisagée de la bonne façon.</p> <p>Il est souligné que la variable doit être adaptée</p>	<p>L'indicateur fait l'unanimité auprès des juges, mais il doit bénéficier d'un ajout à sa forme initiale: Présence d'objets ou d'installations favorisant la visite du monument historique, racontant des choses à propos du monument ou permettant de faire connaître la culture québécoise. Cet ajout est le résultat des</p>

aux clientèles touristiques recherchées et qu'elle doit se renouveler régulièrement pour s'ajuster aux besoins.

Lors de l'évaluation selon cette variable, nous regarderons tout d'abord s'il y a « mise en valeur explicative » et si celle-ci est adaptée aux clientèles de tourisme culturel en quête d'expériences touristiques axées sur la culture québécoise. Bref, nous vérifierons s'il y a : « mise en valeur explicative » permettant de faire connaître le monument historique visité ou « mise en valeur explicative » permettant de faire connaître la culture québécoise par le biais de ce monument. Toute autre « mise en valeur explicative » n'ayant aucun lien avec ces deux thématiques ne sera pas prise en considération. Il est à noter qu'un autre juge a mis l'accent sur l'importance des anecdotes au sein de cette variable.

Pour ce qui est du renouvellement, il nous sera impossible de vérifier adéquatement cet aspect pendant l'évaluation.

Puis, un juge se pose la question à savoir si nous sommes toujours dans l'évaluation du potentiel touristique, car selon lui, si le monument dispose de « mise en valeur explicative », c'est qu'il possède sans doute un potentiel touristique certain.

Malheureusement, ce commentaire démontre que la définition du potentiel touristique avancée dans le document envoyé aux juges n'était pas aussi claire qu'elle aurait dû l'être. Cette lacune a été comblée dans la présentation de la définition du potentiel touristique dans la partie sur les concepts de ce travail. En se référant à cette définition, il est possible de voir que la variable est pertinente pour l'évaluation du potentiel touristique.

commentaires présentés dans l'analyse de la variable. Les intervalles descriptifs (intervalles-éléments, se référer à l'Appendice B) sont également gardés.

Un juge a de la difficulté à répondre dans l'absolu sur la pertinence des intervalles descriptifs (dimensions), car selon lui, il y a des monuments qui n'ont pas toutes ces activités et sont attrayants quand même et vice-versa. En réalité, la pertinence des intervalles descriptifs (dimensions) ne doit pas être mise en cause par ce commentaire. À vrai dire, les monuments peuvent être attrayants quand même sans ces activités, car d'autres variables ont la possibilité d'entrer en ligne de compte pour les rendre attrayants.

En relation avec un commentaire présenté lors de l'examen de la variable associé à cet indicateur, il est à noter que les intervalles descriptifs doivent être adaptés aux clientèles visées dans l'étude et aux contenus véhiculés. Nous prendrons soin de respecter cette affirmation lors de l'évaluation en fonction de cet indicateur et de ses intervalles descriptifs.

En terminant, un des intervalles descriptifs (dimensions) est rejeté par deux juges, soit les « expositions temporaires ». Cependant aucune précision n'est apportée concernant leur choix de l'éliminer de la liste des intervalles. Attendu que la majorité l'estime pertinent, il apparaîtra donc au sein de cette liste.

<p>5.3 Mise en valeur incitative</p>	<p>Présence d'objets ou d'activités incitant à une connaissance plus approfondie du monument historique</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Multimédias ⇒ Films ⇒ Spectacles sons et lumières ⇒ Tours guidés ⇒ Activités au monument historique: animation, reconstitution ⇒ Interactivité avec un micro-ordinateur ⇒ Location d'appareils audios ⇒ Autres spécifiez: _____
<p>Cette variable est jugée pertinente même si deux juges ont des hésitations à son sujet. En fait, ces derniers réitèrent les mêmes remarques apportées sur la variable précédente. Tout d'abord, il faut qu'elle soit adaptée aux clientèles visées et qu'elle se renouvelle régulièrement pour s'ajuster aux besoins. Les mêmes commentaires que nous avons apportés sur la variable précédente s'appliquent pour cette variable également.</p> <p>Ensuite, un juge demeure incertain comme précédemment à savoir si nous sommes toujours dans l'évaluation du potentiel touristique lorsqu'il est question de « mise en valeur incitative ». Pareillement, les explications que nous avons fournies à ce sujet lors de l'analyse de la variable « mise en valeur explicative » sont applicables ici aussi.</p>	<p>L'indicateur demeure tel quel. Quelques commentaires sont apportés sur les intervalles descriptifs (intervalles-éléments, se référer à l'Appendice B).</p> <p>Parmi la liste d'intervalles descriptifs (dimensions), certains sont rejettés par quelques juges soit: « L'interactivité avec un micro-ordinateur » (deux juges) et la « Location d'appareils audios » (un juge). Au demeurant, ils ne sont pas retirés de la liste, car la majorité des juges leur sont favorable.</p> <p>De plus, une note apportée par un juge diffère étonnamment d'une note apportée par un autre juge. L'un mentionne que l'histoire ne doit pas être écrasé par la technologie, alors que l'autre émet l'opinion que les monuments historiques ne doivent pas utiliser des moyens de communication dépassés. Bien que ces deux commentaires opposés soient intéressants, ils ne seront d'aucune utilité pour le type d'évaluation dont il est question dans ce mémoire, puisque l'étude de la qualité des moyens de « mise en valeur » n'est pas un objectif de ce travail.</p>
	<p>En relation avec un commentaire présenté dans l'examen de la variable, il est à noter que les</p>

	<p>intervalles descriptifs doivent être adaptés aux clientèles visées dans l'étude et aux contenus véhiculés. Nous prendrons soin de respecter cette proposition lors de l'évaluation en fonction de l'indicateur et de ses intervalles descriptifs.</p>
5.4 Mise en valeur esthétique	<p>Présence d'objets visant à accentuer l'esthétique du monument historique</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Illumination, éclairages spéciaux ⇒ Aménagements paysagers: pelouse, fleurs, arbustes ⇒ Parcs: sentiers piétons, bancs, tables à pique-niques ⇒ Autres spécifiez: _____
<p>Encore ici, la variable demeure inscrite dans la grille d'évaluation finale, car elle est jugée pertinente. En outre, un des juges la trouve essentielle. Par ailleurs, nous faisons un ajout à cette variable, par suite d'une suggestion d'un juge. Ce dernier croit qu'il s'agit davantage de « mise en scène » que de valeur esthétique. Alors, sans éliminer la forme actuelle de la variable, nous la bonifions de la façon suivante: Mise en valeur esthétique (mise en scène). Cet ajout ne modifiera pas la manière d'évaluer selon cette variable, mais il nous renseigne davantage sur sa nature.</p> <p>Néanmoins, au même titre que les variables de « mise en valeur » précédentes, les mêmes hésitations de la part des mêmes juges sont de mise. Relativement aux interrogations de ces juges, nous avons d'ores et déjà fourni des explications, nul n'est besoin de les répéter ici (se référer aux variables précédentes).</p> <p>Malheureusement, le concept de potentiel touristique, tel que nous l'entendons dans ce mémoire, n'ayant pas été clairement défini dans le document envoyé aux juges, la question de la « qualité » est souvent abordée dans leurs commentaires. Ne sachant pas que cette</p>	<p>Aucune modification n'est apportée à l'indicateur.</p> <p>Un seul juge s'est opposé à un des intervalles descriptifs (intervalles-éléments, se référer à l'Appendice B) soit celui de « Parc: sentiers piétons, bancs, tables à pique-niques ». Nous avons alors décidé d'omettre cet intervalle dans la grille intermédiaire, car il entre en opposition avec la variable présentée plutôt soit celle de « Mise en valeur par l'apport d'un terrain adjacent ».</p>

<p>dernière n'a pas sa place dans ce concept, il est légitime qu'ils y fassent souvent allusion. À titre d'exemple, l'un des juges spécifie que la mise en valeur doit « créer l'expérience et l'ambiance et non pas superposer des objets, aménagements ou autres sans concept d'ensemble ou spécialisation permettant de positionner le monument ». De même, un autre juge stipule qu'il s'agit de l'esthétique en accord avec le style et l'époque (intégration esthétique). Si l'évaluation était réalisée selon cette variable en tenant compte de ces commentaires, il faudrait nécessairement regarder du côté de la <u>qualité</u>. Or, cela ne correspond pas à la mission fixée pour ce travail. Par conséquent, ces commentaires doivent être mis de côté.</p>	
<p>5.5 Mise en valeur par l'apport d'objets de valeur</p>	<p>Présence d'objets de valeur, empruntés par la corporation qui gère le monument historique, pour rehausser le monument</p> <p>⇒ Objets de valeur n'appartenant pas à la corporation</p>
<p>La variable est acceptée par tous les juges, mais elle nécessite quelques éclaircissements. Tout d'abord, elle se différencie de la variable « Propriétés mobilières et autres » exposées précédemment. Véritablement, elle a un caractère plus instable que cette dernière. En effet, les objets de valeur n'appartenant pas aux monuments historiques ne peuvent être exposés qu'un court laps de temps aux monuments, tandis que s'ils sont propriété des monuments, ils y demeurent indéfiniment. La variable « Mise en valeur par l'apport d'objets de valeur » peut également influer sur le potentiel touristique des monuments indépendamment de la variable « Propriétés mobilières et autres » en autant que les objets de valeur demeurent pour un temps déterminé aux monuments (même si ce n'est que temporairement). Concernant la</p>	<p>L'indicateur se voit gratifier d'ajout pour que l'évaluation en fonction de celui-ci soit sans ambiguïté. Ainsi, il est dorénavant présenté de la façon suivante: Présence d'objets de valeur, empruntés par la corporation qui gère le monument historique, pour un minimum de six mois, permettant de faire connaître davantage ce monument et/ou la culture québécoise.</p> <p>En ce qui concerne l'intervalle de temps de six mois, il a été fixé arbitrairement. Cependant, un intervalle de temps inférieur ne justifierait pas l'évaluation selon la variable.</p> <p>En dernière analyse, aucun intervalle descriptif n'est nécessaire pour cet indicateur. Par conséquent, nous faisons disparaître l'intervalle</p>

<p>question de temps, elle sera approfondie lors de l'analyse de l'indicateur.</p> <p>Par ailleurs, pour que cette variable soit pertinente dans ce travail, elle se doit d'être en lien avec le monument historique ou avec la culture québécoise. Dans le même ordre d'idée, cette question de liens sera davantage examinée lors de l'analyse de l'indicateur.</p> <p>De plus, « les objets de valeur » dont il est question ici doivent être très importants symboliquement pour que l'on puisse évaluer selon la variable. Ils doivent se démarquer des autres objets empruntés par le monument.</p>	<p>« Objets de valeur n'appartenant pas à la corporation » qui n'apporte rien de nouveau pour l'évaluation.</p>
<p>5.6 Mise en valeur par l'offre de services complémentaires</p>	<p>Présence de services au monument historique</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Services de restauration ⇒ Magasins de souvenirs ⇒ Facilités sanitaires à l'intérieur ou à l'extérieur du monument historique ⇒ Services de garde à l'enfance ⇒ Aires de stationnements ⇒ Autres spécifiez: _____
<p>Tous reconnaissent que cette variable est essentielle. Les commentaires et suggestions sont plutôt apportés à l'indicateur, et à ses intervalles descriptifs, qu'à la variable.</p>	<p>Un des juges est en désaccord avec les intervalles descriptifs: « Services de restauration » et « Magasins de souvenirs ». Un autre juge rejette l'intervalle: « Services de garde ». Tandis que tous les autres acceptent la totalité des intervalles associés à l'indicateur. Par conséquent, nous les gardons, car ils ne peuvent pas nuire au potentiel touristique des monuments historiques.</p> <p>Par ailleurs, nous souhaitons apporter une modification majeure à la grille d'évaluation en séparant la variable de « Mise en valeur par l'offre de services ». Désormais, dans la grille apparaîtra la variable « Mise en valeur par l'offre de services complémentaires » avec son indicateur « Présence de services complémentaires au monument historique »</p>

	<p>et les intervalles descriptifs (intervalles-éléments, se référer à l'Appendice B) de ce dernier, « Services de restauration », « Magasins de souvenirs » et « Services de garde »; ainsi que la variable « Mise en valeur par l'offre de services essentiels » avec son indicateur « Présence de services essentiels au monument historique » et les intervalles descriptifs (intervalles-éléments, se référer à l'Appendice B) de ce dernier, « Facilités sanitaires à l'intérieur et à l'extérieur du monument historique » et « Aires de stationnement ».</p> <p>Cette séparation est le résultat d'un commentaire porté par un juge. Ce dernier mentionne que les intervalles « Facilités sanitaires... » et « Aires de stationnement », de l'indicateur qui lui ont été soumis pour évaluation, sont des intervalles obligatoires, tandis que les autres sont facultatifs (ils sont fonction de la mission, de l'envergure du monument, des clientèles). De fait, il est nécessaire de séparer la variable de « Mise en valeur par l'offre de services » en deux, car le mélange des intervalles facultatifs et obligatoires pourrait causer un biais lors de l'évaluation selon la variable telle quelle était présentée dans sa forme initiale. Par conséquent, la séparation de la variable a pour objectif d'éviter ce biais.</p>
5.7 Mise en valeur en fonction de l'accessibilité du monument historique au public	Ouverture du monument historique au public
La variable est conservée au sein de la grille d'évaluation, car elle est pertinente selon tous les juges. Elle est même considérée indispensable par un juge. Il est vrai que si le monument historique n'est pas accessible au public, son potentiel touristique s'en trouve	Aucun commentaire ni suggestion n'est donné pour cet indicateur, il est suffisamment explicite. C'est pourquoi il ne nécessite aucun intervalle descriptif.

fortement altéré, mais non pas éliminé. En effet, un monument peut posséder plusieurs autres caractéristiques qui assurent un potentiel touristique, même s'il n'est pas accessible au public. Il faut rappeler que nous ne traitons pas d'attractivité touristique ici, mais bien de potentiel touristique selon le sens que nous lui avons donné.

En résumé, un monument qui n'est pas ouvert au public ne serait pas rejeté sur-le-champ lors de l'évaluation, même s'il ne pourrait pas satisfaire la clientèle de tourisme culturel en quête d'expériences touristiques axées sur la culture québécoise dont il est question dans ce mémoire. En réalité, l'objectif de ce dernier est avant tout de déterminer le potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. S'il y a lieu, si un monument non-accessible a un fort potentiel, il n'est pas exclu qu'il devienne un jour accessible et puisse alors satisfaire cette clientèle touristique.

En terminant, cette variable est précurseur des trois sous-variables à venir. S'il n'y a aucune accessibilité au monument historique, il n'y a pas lieu d'évaluer en fonction des trois sous-variables suivantes.

5.7.1 Saisonnalité

Période d'ouverture du monument historique durant l'année

- ⇒ Ouvert 6 mois et plus
- ⇒ Ouvert 3 à 6 mois
- ⇒ Ouvert 1 à 3 mois
- ⇒ Ouvert moins d'un mois

Rien n'est à redire sur la pertinence de cette sous-variable, les juges y sont tous favorables.

En liaison avec cette sous-variable, un juge explique comment elle devrait être vue en fonction des situations. Premièrement, si

L'indicateur est jugé adéquat. Cependant, un des juges suggère une modification à ses intervalles descriptifs, ainsi que l'ajout de nouveaux indicateurs et intervalles. En premier lieu, il soutient que les intervalles présents sont plus ou moins pertinents et qu'ils devraient être

l'objectif est la rentabilisation, les périodes d'ouverture pourraient être optimalisées en ce sens. Deuxièmement, si l'objectif est de hausser la notoriété ou d'éduquer, les périodes d'ouverture pourraient être plus étendues. Troisièmement, il souligne que les périodes d'ouverture sont fonction du type de clientèle. Quatrièmement, il mentionne qu'elles sont également fonction de la gestion du monument historique: privée ou publique. Bref, la saisonnalité doit être vue différemment selon les situations.

Dans ce travail, la saisonnalité est vue en fonction du type de tourisme dont il a été question depuis le début, soit le tourisme culturel. Il a été mentionné dans la partie traitant des concepts que le tourisme culturel présente des solutions au problème de saisonnalité, car il peut avoir lieu à l'année (Jansen-Verbeke, 1996: 6). Ainsi, les périodes d'ouverture étendues sont recherchées pour ce type de tourisme. Ce qui veut dire que plus la période est grande, plus le potentiel touristique est grand selon cette sous-variable.

remplacés par les deux intervalles suivants: « Haute saison (mai à octobre) » et « Basse saison (novembre à avril) ». Sous ce rapport, ils nous semblent inadéquats, puisqu'ils ne tiennent pas compte d'une des propriétés du tourisme culturel qui veut qu'il puisse avoir lieu à l'année (Jansen-Verbeke, 1996: 6). Donc, une évaluation en respectant les intervalles qu'elle propose ne serait pas significative. C'est pourquoi nous conservons ceux (intervalles-cotes, se référer à l'Appendice B) apparaissant déjà dans la grille d'évaluation préliminaire.

En deuxième lieu, il suggère que deux autres indicateurs, avec leurs intervalles descriptifs, soient ajoutés à la sous-variable « Saisonnalité »: un abordant la question des heures d'ouverture et l'autre touchant au nombre de jour d'ouverture. Bien que l'ajout de deux indicateurs à la sous-variable complexifiera l'évaluation, surtout au niveau de la pondération, ils permettront de donner une meilleure idée du potentiel touristique selon la variable de saisonnalité. Par suite, l'indicateur « **Période d'ouverture du monument historique pendant la semaine** », avec ses intervalles descriptifs « 7 jours; 6 jours; 5 jours, 4 jours et moins » (intervalles-cotes, se référer à l'Appendice B) et l'indicateur « **Période d'ouverture du monument historique pendant la journée** », avec ses intervalles descriptifs « 7 heures et plus; 6 heures; 5 heures; 4 heures et moins » (intervalles-cotes, se référer à l'Appendice B), font leur apparition dans la grille d'évaluation.

5.7.2 Durée de la visite

Temps requis pour visiter le monument historique

- ⇒ 3 heures et plus
- ⇒ 2 à 3 heures
- ⇒ 1 à 2 heures
- ⇒ 1 heure et moins

<p>Il y a division au niveau de la pertinence accordée à cette sous-variable. Trois juges la trouvent à propos, un juge est formel quant à son exclusion de la grille d'évaluation, un autre demeure incertain et un d'entre eux énonce une opinion partagée, plus en désaccord qu'en accord, à son sujet.</p>	<p>L'indicateur et ses intervalles descriptifs sont rejetés au même titre que la variable.</p>
<p>Pour ce dernier, le potentiel ne se mesure pas à la durée de la visite, bien qu'une durée de trente minutes soit souhaitable surtout s'il y a un prix d'entrée. Il insiste sur le fait que la visite doit être adaptée aux clientèles visées.</p>	
<p>Après mûres réflexions, cette variable controversée a été extraite de la grille d'évaluation, même si seulement la moitié des juges est en désaccord ou demeure incertain à son sujet. En fait, cette moitié est issue spécifiquement du milieu du tourisme et de l'enseignement du tourisme, elle en connaît donc tous les rouages, c'est pourquoi nous nous fions à leur jugement.</p>	
<p>En fin de compte, une raison supplémentaire nous incite à la mettre de côté. À vrai dire, il serait difficile d'évaluer selon cette variable puisque le temps de visite d'un monument historique est variable d'un touriste à l'autre. À l'instar de ce qu'a dit le juge formellement en désaccord avec la pertinence de cette sous-variable, le touriste gère son temps à sa guise lorsqu'il visite un monument.</p>	
<p>5.7.3 Modalité d'entrée au monument historique</p>	<p>Présence ou absence de frais d'entrée au monument historique</p> <p>⇒ Frais d'entrée</p>
<p>Les avis se partagent concernant cette sous-variable. Des commentaires, tels qu'il est difficile d'établir une règle générale, cela</p>	<p>En vertu du rejet de la sous-variable, l'indicateur et son intervalle descriptif n'ont plus leur raison d'être.</p>

dépend, cela est en fonction des clientèles recherchées, sont émis par les juges incertains de la pertinence de la sous-variable. Parmi les juges en accord avec celle-ci, il y en a un qui spécifie qu'en marketing une partie de la valeur du produit est liée au prix.

Or, nous nous intéressons au potentiel touristique sur une base culturelle plutôt qu'économique dans ce travail. Par conséquent, cette sous-variable est rejetée, car elle fait plutôt appel au côté économique du potentiel touristique qu'à son côté culturel.

6. Mise en marché du monument historique

6.1 Mise en marché à long terme

Production de biens durables

- ⇒ Livres souvenirs, films promotionnels, posters, cartes, plans
- ⇒ Livres-guides internationaux et nationaux
- ⇒ Livres-guides régionaux et locaux
- ⇒ Autres spécifiez: _____

Il n'existe aucun consensus sur le bien-fondé de cette variable. Pour les tenants du « oui » peu de commentaires sont apportés, hormis celui d'un juge proclamant que la « Mise en marché à long terme » est la phase de la consécration et de la notoriété. Pour les indécis, les commentaires apportés par les juges nous laissent entendre que soit la variable n'est pas claire; soit qu'elle va au-delà des limites de l'évaluation du potentiel touristique; soit qu'il n'est pas possible de standardiser la « Mise en marché à long terme », car cela varie selon les cas. Par conséquent, il serait ardu d'évaluer selon cette variable.

À ces commentaires, nous ajoutons que tout comme pour la sous-variable « Modalité d'entrée au monument historique », cette variable fait plutôt appel au côté économique du potentiel touristique qu'à son côté culturel,

Étant donné l'élimination de la variable, l'indicateur et ses intervalles descriptifs ne sont plus daucune utilité.

<p>qui nous intéresse davantage. De là, lorsqu'il est question de « Mise en marché à long terme », nous débordons de l'objectif de ce mémoire. Par suite des commentaires des juges et des précisions que nous venons d'apporter, cette variable a donc été éliminée de la grille.</p>	
<p>6.2 Mise en marché à court terme</p>	<p>Production de biens ponctuels</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Annonces télévisées ⇒ Annonces radiophoniques ⇒ Annonces dans les journaux ⇒ Dépliants promotionnels ⇒ Autres spécifiez: _____
<p>Une majorité de juges sont en désaccord ou indécis sur la pertinence de cette variable. En réalité, les mêmes commentaires et précisions présentés pour la variable précédente s'appliquent ici aussi. De plus, d'après certains juges, cette variable est trop spécifique et instable dans le temps. En conséquence de quoi, elle est retranchée de la grille d'évaluation.</p>	<p>L'élimination de la variable entraîne la suppression de l'indicateur et de ses intervalles descriptifs.</p>

VALEUR TOURISTIQUE INTRINSÈQUE

<p>7. Situation</p>	
<p>7.1 Situation par rapport à des lieux d'importance historique</p>	<p>Lien entre le monument historique et un site ou un arrondissement historique</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Monument historique faisant partie d'un site historique ou d'un arrondissement historique
<p>L'ensemble des juges consultés s'entend pour dire que cette variable est pertinente à l'évaluation. Tous les commentaires émis par eux sont en sa faveur. Par exemple, elle est considérée comme une variable majeure par l'un des juges. Un autre stipule qu'ils s'enrichissent mutuellement (monument et lieu d'importance historique). Finalement, un</p>	<p>Aucun des juges ne commente la structure de l'indicateur et de son intervalle descriptif. Néanmoins, nous souhaitons apporter quelques modifications à ces derniers. En effet, l'indicateur et l'intervalle sont redondants. Ils ont la même signification tous les deux. C'est pourquoi, l'intervalle est éliminé pour ne garder que l'indicateur. Par ailleurs, il se présentera</p>

<p>dernier juge mentionne que pour s'autosuffire, le monument doit être de grande envergure. En définitive cette variable apparaîtra dans la grille d'évaluation intermédiaire.</p>	<p>comme suit: « Monument historique faisant partie d'un site historique ou d'un arrondissement historique ». Nul n'est besoin de plus d'informations pour évaluer selon la variable.</p>
<p>8. Attractions touristiques</p> <p>8.1 Regroupement d'attractions</p>	<p>Regroupement d'attractions touristiques dans un rayon de 500 m du monument historique</p> <p>⇒ Présence d'au moins une attraction dans un rayon de 500 m du monument historique</p>
<p>À l'exception d'un seul juge, cette variable est considérée pertinente. Le seul commentaire en sa défaveur soutient que le « Regroupement d'attractions », quoiqu'en étant un élément complémentaire intéressant, est aléatoire temporellement. Pour les autres, il est suffisamment bénéfique au monument pour être inclus dans la grille d'évaluation. Par exemple, il est dit que la création d'un pôle urbain semble préférable à une répartition éparses sur le territoire. De plus, il est mentionné que le réseautage est de plus en plus indispensable, car il fournit plusieurs exemples de solutions possibles. Puis, il est souligné qu'il y a un effet de synergie lorsqu'il y a « Regroupement d'attractions ». Au demeurant, il est stipulé qu'un monument historique isolé peut quand même avoir un potentiel touristique élevé. Finalement, la variable est gardée au sein de la grille d'évaluation, mais elle subira quelques modifications. Celles-ci feront l'objet d'attention lors de l'analyse de la variable suivante.</p>	<p>L'indicateur et son intervalle descriptif ne soulèvent aucun commentaire ni suggestion. Néanmoins, les modifications qui seront apportées à la variable, dont il sera question subseqüemment, auront un impact au niveau de l'indicateur et des intervalles descriptifs.</p>

8.2 Type d'attractions	Type d'attractions dans un rayon de 500 m du monument historique
	<p>⇒ Attractions culturelles:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Monuments historiques ⇒ Musées ⇒ Centres d'interprétation ⇒ Sites archéologiques ⇒ Théâtres ⇒ Salles de spectacles ⇒ Autres spécifiez: _____
	<p>⇒ Autres attractions:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Parcs thématiques ⇒ Zoos ⇒ Aquariums ⇒ Casinos ⇒ Terrains de golf ⇒ Jardins ⇒ Autres spécifiez: _____
<p>Quoique reconnue comme pertinente par la majorité des évaluateurs, elle nécessite une restructuration de sa forme.</p> <p>La variable présente deux types d'attractions différentes pouvant se trouver dans un rayon de 500 m du monument historique: « Attractions culturelles » et « Autres attractions ». Des juges émettent le commentaire qu'il y a importance du « Type d'attractions » seulement dans le cas où elles visent les mêmes segments de marché que ceux des monuments historiques (attractions complémentaires). Dans ce travail, seule la clientèle de tourisme culturel nous intéresse. Par conséquent, les attractions qui ne sont pas culturelles, pouvant se retrouver à proximité des monuments, sont rejetées.</p> <p>Un juge souligne que les attractions à proximité (culturelles dans ce cas-ci) peuvent contribuer à rehausser la thématique du monument, mais pas obligatoirement. Néanmoins, elles ne peuvent pas nuire au potentiel touristique des</p>	<p>Avec le remaniement de la variable, il est certain que l'indicateur et les intervalles descriptifs subissent des changements. Lors de l'analyse de la variable, nous avons présenté le nouvel indicateur et ses intervalles descriptifs (intervalles-éléments, se référer à l'Appendice B). De la liste initiale d'intervalles (culturels), deux ont été retranchés: « Théâtre » et « Salles de spectacles ». Bien qu'ils s'agissent d'attractions culturelles, elles se différencient des autres attractions que nous avons gardées et qui sont du même acabit que les monuments historiques. Bref, ces deux intervalles n'étaient pas dans l'esprit du monument historique et il serait peu probable qu'ils influencent leur potentiel touristique.</p>

monuments, c'est pourquoi nous avions inclus cette variable de prime abord dans la grille préliminaire et c'est également la raison qui nous incite à la conserver dans la grille finale.

En ne conservant que les attractions culturelles, la variable « Type d'attractions » en tant que telle n'a plus sa raison d'être, puisqu'un seul type d'attraction est retenu. Par conséquent, un jumelage a été fait entre la variable précédente avec qui reste de la variable présente afin d'en obtenir une nouvelle plus adéquate et significative. Alors la nouvelle variable est: « **Regroupement d'attractions culturelles** ». Elle a pour indicateur: « **Présence d'au moins une attraction culturelle dans un rayon de 500 m du monument historique** ». Enfin, les intervalles descriptifs de cet indicateur sont: « **Monuments historiques** », « **Musées** », « **Centres d'interprétation** », « **Sites archéologiques** », « **Autres...** ».

8.3 Renommée des attractions

Renommée des attractions situées dans un rayon de 500 m du monument historique

- ⇒ Attractions renommées mondialement
- ⇒ Attractions renommées au niveau national
- ⇒ Attractions renommées au niveau régional et local

Une majorité de juges accepte cette variable même s'il n'y a pas garantie de succès et même s'il est difficile de classifier un monument en fonction de la renommée d'une autre attraction. Elle est jugée comme un atout et surtout importante pour attirer la clientèle (cela augmente le nombre de passants).

Un des évaluateurs soutient que les attractions doivent avoir un lien avec les monuments historiques. Dans ces circonstances, il faut qu'elles soient culturelles. Conséquemment, la variable ne doit toucher que les attractions de ce type. Désormais, elle sera présentée de la

L'indicateur fait l'unanimité auprès des évaluateurs. Cependant, ses intervalles descriptifs ne sont pas acceptés par tous. Certains élimineraient l'intervalle « Attractions renommées au niveau régional et local ». Ils semblent croire que l'impact serait moindre sur le potentiel touristique des monuments historiques. Par conséquent, nous le rejetons de la grille d'évaluation.

En ce qui concerne les deux autres intervalles (intervalles-cotes, se référer à l'Appendice B), ils recevront une pondération différente en fonction de l'influence qu'ils peuvent avoir sur

façon suivante: **Renommée des attractions culturelles.**

Avant toute chose, il faut être conscient que cette variable est dépendante de la précédente. S'il n'existe aucune attraction culturelle à proximité d'un monument historique, il n'y a pas lieu d'évaluer selon la variable « Renommée des attractions culturelles ».

le potentiel touristique. Par exemple, l'intervalle « Attractions renommées mondialement » obtiendra une valeur plus importante que celui « Attractions renommées au niveau national», car l'influence peut être plus grande dans le premier cas que dans le deuxième cas.

Une précision doit être apportée dans le cas où il existerait plus d'une attraction renommée. Il est certain que dans ce cas, chacune des attractions renommées pourrait être bénéfique au monument. Cependant, nous ne multiplierons pas la valeur par cinq si par exemple cinq attractions renommées se trouvent à proximité d'un monument. En fait, une valeur fixe sera donnée s'il y a au moins une attraction renommée à sa proximité et cette valeur demeurera la même s'il y en a plus d'une. La seule variation possible de la valeur est si une attraction est renommée mondialement et une autre au niveau national, nous choisirons la valeur la plus élevée des deux pour l'évaluation du potentiel touristique d'un monument selon la variable. Cette façon de faire, même si elle peut entraîner des biais, évitera bien des complications.

9. Événements

9.1 Événements récurrents

Événements récurrents dans un rayon de 500 m du monument historique

⇒ Présence d'au moins un événement récurrent dans un rayon de 500 m du monument historique

Quatre juge sur six trouvent cette variable appropriée. Alors que deux juges la rejète.

Le premier juge en désaccord pense qu'il est difficile de classifier un monument en fonction des événements récurrents. Quant au deuxième juge, il est en désaccord avec cette variable si elle n'a aucun lien avec l'événement. Ce qui

Aucun commentaire ni suggestion n'est émis sur l'indicateur et son intervalle descriptif. Cependant, les modifications qui seront apportées à la variable, dont il sera question subséquemment, auront un impact au niveau de l'indicateur et des intervalles descriptifs.

veut dire que si un événement est lié au monument historique, il juge alors la variable pertinente. Il sera d'ailleurs question des liens entre les événements et les monuments un peu plus loin.

Enfin, pour les juges en sa faveur, tout est question de la notoriété de l'événement et de sa complémentarité avec le monument historique. De même, il est dit que cela montre qu'il y a de la vie à proximité.

Finalement, la variable est gardée au sein de la grille d'évaluation, mais elle subira quelques modifications. En fait, elle sera jumelée à la variable suivante. Bref, l'analyse de cette dernière fera la lumière sur ces modifications.

9.2 Types d'événements

Types d'événements dans un rayon de 500 m du monument historique

- ⇒ Festivals
- ⇒ Foires et expositions
- ⇒ Cirques
- ⇒ Autres spécifiez: _____

Les mêmes commentaires édictés pour la variable précédente s'appliquent pour cette variable. Il faut prendre note que pour qu'un événement ait un impact sur le potentiel touristique d'un monument historique, il faut qu'il soit culturel et complémentaire à ce monument.

Après réflexions, nous constatons que la variable « Types d'événements » est superflue et qu'elle peut s'insérer dans la variable précédente. Cela a pour résultat de la rendre plus adéquate et significative. Ainsi, la variable améliorée devient: **Événements récurrents culturels complémentaires au monument historique**. Elle a pour indicateur: **Présence d'au moins un événement récurrent culturel**

Le remaniement de la variable entraîne des modifications chez l'indicateur et ses intervalles descriptifs. Lors de l'analyse de la variable, nous avons présenté le nouvel indicateur et ses intervalles descriptifs (intervalles-éléments, se référer à l'Appendice B). De la liste initiale d'intervalles, un seul a été retranché, soit les « Cirques ». En fait, il ne s'agit pas d'un événement pouvant être complémentaire aux monuments historiques, contrairement aux autres événements gardés comme intervalles.

<p>complémentaire dans un rayon de 500 m du monument historique. Enfin, les intervalles descriptifs de cet indicateur sont: Festivals; Foires et expositions; Autres.</p>	
<p>9.3 Lien entre les événements et le monument historique</p>	<p>Lien entre les événements et le monument historique étudié</p> <p>⇒ Événements liés au monument historique</p>
<p>La variable est conservée au sein de la grille hormis l'opposition de deux juges. Le premier répète le même commentaire que précédemment à savoir que les monuments sont difficilement classables en fonction de cette variable. Le deuxième va en sens contraire des autres juges en disant que le monument peut augmenter l'offre touristique sans qu'il ait de liens avec les événements.</p> <p>Contrairement à ce juge, les autres évaluateurs estiment qu'un événement lié au monument historique (à sa thématique) a un impact sur le potentiel touristique d'un monument. De fait, il a davantage d'impact qu'un événement n'ayant pas de liens directs avec un monument.</p> <p>Attention! Il faut faire la distinction entre les termes « complémentarité » et « lien ». En fait, un événement peut être complémentaire (un événement historique par exemple) sans être lié directement au monument historique. Toutefois, un événement qui est lié au monument historique est obligatoirement complémentaire. Bref, un événement lié au monument peut avoir un impact supplémentaire sur celui-ci que s'il n'était que complémentaire sans lui être lié. C'est pourquoi il en a été fait une variable distincte pouvant influencer le potentiel touristique des monuments historiques.</p>	<p>L'indicateur et l'intervalle descriptif ne sont pas critiqués. Néanmoins, l'intervalle est enlevé pour ne garder qu'un indicateur puisque les deux fournissent exactement la même information. Alors pour éviter la redondance seul l'indicateur est conservé et il va comme suit: Événements liés au monument historique.</p>

9.4 Renommée des événements récurrents	Renommée des événements récurrents situés dans un rayon de 500 m du monument historique ⇒ Événements renommés mondialement ⇒ Événements renommés au niveau national ⇒ Événements renommés au niveau régional et local
<p>Nous n'avons pas encore l'approbation de tous les juges quant à sa pertinence, mais une majorité y sont quand même en faveur. Elle est considérée comme un atout, car elle contribue à l'augmentation du nombre de passants (davantage de clientèle à proximité d'un monument historique).</p> <p>Par ailleurs, un des juges a énoncé précédemment le fait que la notoriété d'un événement peut influencer le potentiel touristique d'un monument historique s'il se trouve à proximité de l'événement renommé.</p> <p>En outre, la variable doit être bonifiée des ajouts faits aux variables précédentes pour qu'elle soit claire, elle doit donc emprunter la forme suivante: Renommée des événements récurrents culturels complémentaires.</p> <p>Finalement, il faut être conscient qu'elle est dépendante de la variable «Événements récurrents culturels complémentaires». S'il n'existe aucun événement de ce type à proximité d'un monument historique, il n'y a pas lieu d'évaluer selon la variable présente.</p>	Les mêmes commentaires et modifications apportés à l'indicateur «Renommée des attractions situées dans un rayon de 500 m du monument historique» et à ses intervalles descriptifs (intervalles-cotes, se référer à l'Appendice B), vus précédemment, s'appliquent ici aussi.
10. Services	
10.1 Restauration	Présence de lieux où il est possible de se restaurer, dans un rayon de 500 m du monument historique ⇒ Restaurants ⇒ Casse-croûtes

<p>La plupart des juges coche « oui » pour la pertinence de cette variable, mais peu de commentaires sont émis justifiant leurs choix. Parmi les rares commentaires obtenus, il y en a un abordant la question de rentabilité. En réalité, la rentabilité ne fait pas l'objet d'attention dans ce mémoire. Par conséquent, ce commentaire n'est pas retenu. En revanche, un autre commentaire émis par le même juge est davantage significatif pour ce travail. Celui-ci fait état de l'intérêt d'avoir des visiteurs « captifs » de services tels que la restauration.</p> <p>À la suite de cet énoncé, il est possible de dire que la « Restauration » peut influencer le potentiel touristique des monuments historiques (la valeur touristique extrinsèque des monuments), car les touristes ont tous le besoin fondamental de se restaurer à un moment donné. Alors, un monument à proximité de lieux où il est possible de se restaurer peut attirer des touristes aux monuments ou vice-versa; un touriste peut décider de visiter un monument en sachant qu'il trouvera certains services essentiels à proximité, tels que ceux de « Restauration ».</p> <p>Bref, ces explications étayent l'opinion d'une des juges qui s'est prononcée en faveur de cette variable à la condition qu'elle soit compatible avec l'évaluation.</p>	<p>L'indicateur et ses intervalles descriptifs (intervalles-éléments, se référer à l'Appendice B) sont acceptés sans condition.</p>
<p>10.2 Hébergement</p>	<p>Présence de lieux où il est possible d'être hébergé, dans un rayon de 500 m du monument historique</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Hôtels ⇒ Motels ⇒ Auberges de jeunesse ⇒ Gîtes du passant
<p>Reconnue comme pertinente par les évaluateurs, malgré certaines hésitations de la</p>	<p>Rien n'est à redire sur l'indicateur et ses intervalles descriptifs (intervalles-éléments, se</p>

<p>part de quelques juges, cette variable demeurera implantée dans la grille.</p> <p>Tout comme pour la variable précédente et pour les mêmes raisons (hébergement = besoin fondamental), elle est donc compatible avec l'évaluation. Il est certain que tous les visiteurs de monuments historiques ne sont pas nécessairement hébergés à proximité de ceux-ci. Néanmoins, s'il y a « Hébergement » aux alentours d'un monument historique, cela peut attirer la clientèle au monument. Au demeurant, la qualité de l'« Hébergement » et celle de la « Restauration », telle que vue plutôt, n'entre pas en jeu ici.</p>	<p>référer à l'Appendice B).</p>
<h3>10.3 Magasins</h3>	<p>Présence de lieux où il est possible de faire des achats, dans un rayon de 500 m du monument historique</p> <p>⇒ Boutiques ⇒ Centres commerciaux</p>
<p>Les avis partagés, les hésitations et le peu de commentaires nous incitent à retirer cette variable de la grille d'évaluation. En fait, trois juges sont en désaccord avec cette variable, un juge hésite et deux autres y sont favorables sans toutefois fournir de détails sur leurs motivations à la juger favorable. Contrairement aux deux variables précédentes, le besoin d'acheter n'est pas fondamental et même s'il peut attirer la clientèle, il influence peu le potentiel touristique des monuments historiques. D'ailleurs un des juges appuie, d'une certaine façon, ces dires en stipulant que les « Magasins », quoique intéressants, ne sont pas essentiels.</p>	<p>La variable étant rejetée, l'indicateur et ses intervalles descriptifs ne sont plus daucune utilité.</p>

10.4 Divertissement	<p>Présence de lieux où il est possible de se divertir, dans un rayon de 500 m du monument historique</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Bars ⇒ Cafés ⇒ Clubs de nuit ⇒ Cinémas ⇒ Autres spécifiez: _____
Tout comme pour la variable précédente, les avis sont divisés sur la pertinence de la variable et les commentaires sont peu nombreux. Malgré tout, un des rares énoncés émis a fait pencher la balance sur le sort à attribuer à cette variable. Selon un des juges, « l'histoire et le divertissement se complètent peu dans un contexte de proximité ». En raison de la portée de cette affirmation, nous concluons que la variable n'a pas sa place au sein de la grille d'évaluation.	Nul n'est besoin de l'indicateur et de ses intervalles descriptifs étant donné le rejet de la variable.
11. Accessibilité	
11.1 Accessibilité en fonction des moyens de transport	<p>Monument historique accessible en voiture, en autobus, en vélo, à pieds</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Tous les moyens de transport possible ⇒ 3 moyens de transport possible ⇒ 2 moyens de transport possible ⇒ 1 moyen de transport possible
Un juge est en désaccord avec cette variable, un est indécis et les autres la trouve à propos. Le juge indécis souligne qu'un monument historique a avantage à être le plus accessible possible, mais qu'il n'arrive pas à répondre par oui ou par non à la pertinence de cette variable. En fait, notre univers d'observation étant les milieux urbains, il est certain que les monuments historiques sont quand même assez accessibles en fonction des différents moyens de transport. À cet effet, nous nous y prendrons	<p>L'indicateur est accepté par une majorité de juges. Cependant, ses intervalles descriptifs sont remis en question par certains évaluateurs.</p> <p>Après quelque temps de réflexion, nous en arrivons à la conclusion que l'indicateur n'est peut-être pas envisagé de la bonne façon. En fait, les intervalles que nous lui avons donnés a priori ne reflètent pas exactement la signification réelle que nous voulions donner à la variable. Par suite, ils seront transformés. Dorénavant, seulement deux intervalles</p>

<p>autrement pour évaluer selon cette variable (voir les nouveaux intervalles descriptifs).</p> <p>En fin de compte, la variable demeure inscrite dans la grille d'évaluation.</p>	<p>descriptifs (intervalles-cotes, se référer à l'Appendice B) seront rattachés à cet indicateur soit: « Tous les moyens de transport possible - incluant les autobus de ville » ; « Presque tous les moyens de transport possible - excluant les autobus de ville ». En fait, la possibilité d'accéder au monument par le biais des autobus de ville est un avantage important pour un monument. C'est pourquoi l'accent est mis à ce niveau dans les nouveaux intervalles descriptifs. Il est à noter que ces intervalles seront pondérés et que le premier des deux recevra la plus grande valeur.</p>
<p>11.2 Accessibilité en fonction du réseau routier</p>	<p>Monument historique situé à proximité d'une autoroute, route principale, route secondaire</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ À proximité d'une autoroute ⇒ À proximité d'une route principale ⇒ À proximité d'une route secondaire ⇒ Éloignée d'autoroute, de route principale et de route secondaire
<p>En ce qui concerne cette variable, les mêmes juges ont pris les mêmes positions que pour la variable précédente. Étant donné que la majorité vote en sa faveur, elle sera gardée au sein de la grille d'évaluation.</p>	<p>L'indicateur est accepté tel quel. Toutefois, un commentaire est donné sur le choix des intervalles descriptifs. À vrai dire, le quatrième intervalle « Éloignée d'autoroute, de route principale et de route secondaire » est considéré comme improbable étant donné que l'univers d'observation dans ce mémoire sont les milieux urbains. Par conséquent, il est retiré de la liste des intervalles. Seuls les trois premiers (intervalles-cotes, se référer à l'Appendice B) sont conservés et pondérés. Enfin, le premier intervalle recevra la plus grande valeur.</p>

11.3 Accessibilité en fonction du centre-ville	Distance entre le monument historique et le centre-ville
	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Moins d'un km ⇒ 1.5 km ⇒ 2 km ⇒ Plus de 2 km
<p>Encore ici, la pertinence de cette variable ne fait pas l'unanimité. Pour un des juges l'important n'est pas là. Selon lui, ce qui est important, c'est la connaissance du positionnement d'un monument en fonction de trois zones émettrices soit: une zone de moins de 24 heures, une zone de court séjour, une zone de long séjour. Nous sommes d'accord avec cette affirmation, mais l'étude du positionnement, par rapport aux milieux émetteurs de touristes, serait une étape ultérieure à l'évaluation que nous ferons. En réalité, dans ce travail, le potentiel touristique des monuments historiques est recherché en fonction d'une clientèle déjà rendue à destination (dans un milieu urbain). Par conséquent, nous ne tenons pas compte de cette affirmation.</p>	<p>Il a été mentionné que l'« Accessibilité en fonction du centre-ville » pourrait s'évaluer autrement. Cependant, nous avons choisi de conserver la méthode faisant appel au kilométrage.</p> <p>Or, certains juges trouvent inadéquate la gradation des intervalles descriptifs. Par conséquent, nous avons décidé de modifier l'indicateur et ses intervalles descriptifs. Plutôt que d'être en présence de ces deux dernières composantes, la variable ne possédera désormais que l'indicateur suivant: Monument historique situé à moins de 1 km du centre-ville. Bref, dans ce cas, le potentiel touristique des monuments se trouve influencé par la variable. Alors que si le monument se trouve à plus de 1 km, le potentiel touristique ne se voit pas influencé par la variable.</p>
<p>Un autre juge fait part de son commentaire à savoir que l'accessibilité en fonction du centre-ville ne dépend pas uniquement du kilométrage, mais également de « temps de déplacement », du « stationnement ». Nous sommes conscientes de cette réalité, mais il serait difficile d'évaluer en fonction de ces composantes, c'est pourquoi seul le kilométrage est pris en compte depuis le départ.</p>	<p>En fait, un des évaluateurs juge qu'une distance supérieure à 1 km ne fait plus partie d'un pôle de distance de marche, en conséquence de quoi cela n'influe pas sur leur potentiel touristique.</p> <p>Donc, il est davantage significatif d'évaluer selon la variable en fonction du nouvel indicateur qu'avec l'indicateur et les intervalles descriptifs précédents.</p>
<p>Bien que la variable ne soit peut-être pas aussi adéquate qu'elle devrait l'être, elle est quand même gardée au sein de la grille d'évaluation.</p>	

4.1.1.2 Importance des variables pour l'évaluation du potentiel touristique

En ce qui a trait à la deuxième tâche d'évaluation, les résultats de l'importance accordée à chacune des variables par les juges sont exposés à l'Appendice F. Une mesure de position a été calculée à partir des quartiles pour connaître l'importance de chacune des variables de la grille d'évaluation. Trois quartiles ont été calculés: Q1 (25 % des valeurs observées sont inférieures à Q1), Q2 (équivaut à la médiane qui est une mesure de tendance centrale comportant 50 % des valeurs observées), Q3 (25 % des valeurs observées sont supérieures à Q3).

Pondération des variables

Pour déterminer le potentiel total d'un monument historique, il a fallu accorder un poids relatif pour chacune des variables. Celui-ci correspond à la valeur maximum pouvant être attribuée à une variable sur une échelle de 1 à 10. Cette valeur est déterminée par la valeur de la médiane. Ainsi, la médiane a été retenue comme valeur de pondération maximum pour chacunes des variables. Le tableau 18 représente les pondérations attribuées aux variables.

À l'égard des nouvelles variables qui ont fait leur apparition dans la grille d'évaluation intermédiaire, la pondération qui leur a généralement été attribuée correspond à la moyenne des pondérations (des médianes) obtenues à la suite de l'évaluation des juges, soit « 7,3 ». Puisqu'elles n'ont pas bénéficié de l'évaluation de l'importance par ces juges, c'est donc le moyen qui a été employé pour les pondérer. Il y a toutefois une exception à cela. En effet, pour la sous-variable « Saisonnalité » (inclus dans la variable « Mise en valeur en fonction de l'accessibilité du monument historique au public ») des ajouts ont été faits. Dorénavant, « la période d'ouverture du monument historique pendant la semaine et pendant la journée » font l'objet d'attention. Auparavant, seule « la période d'ouverture du monument historique durant

l'année » était prise en considération. Or, pour les deux nouveaux ajouts, plutôt que d'assigner la moyenne des pondérations « 7,3 », une portion du poids attribué à « la période d'ouverture durant l'année » (7,5) leur a plutôt été allouée. Ainsi, nous avons divisé par 3 la valeur de 7,5, ce qui a donné 2,5. Puis, nous avons soustrait 2,5 de 7,5, ce qui a donné 5. C'est la valeur que nous avons imputée à « la période d'ouverture pendant la semaine ». Enfin, nous avons soustrait 2,5 de 5, ce qui a donné 2,5. C'est la valeur que nous avons affectée à « la période d'ouverture pendant la journée ».

Tableau 18

Importance allouée aux variables à la suite de la validation faite par les juges

Variables	Pondération = Médiane	Moyenne des médianes (7,3) ou autres...
Âge du monument historique	6,5	
Personnalité de première importance fortement associée au monument historique	7,5	
Événement historique de première importance fortement associé au monument historique	7,5	
Contexte historique de première importance fortement associé au monument historique	8	
Style		7,3
Construction		7,3
Architecte		7,3
Propriété mobilières et autres	2,5	
Superficie totale du monument historique	4	
Mise en valeur nominative	8	
Mise en valeur explicative	8,5	
Mise en valeur incitative	8,5	
Mise en valeur esthétique (mise en scène)	9,5	
Mise en valeur par l'apport d'objets de valeur	6,5	
Mise en valeur par l'offre de services complémentaires	6,5	
Mise en valeur par l'offre de services essentiels	6,5	

Tableau 18

Importance allouée aux variables à la suite de la validation faite par les juges (suite)

Variables	Pondération = Médiane	Moyenne des médianes (7,3) ou autres...
Mise en valeur par l'apport d'un terrain adjacent		7,3
Mise en valeur en fonction de l'accessibilité du monument historique au public	9	
Période d'ouverture du monument historique durant l'année	7,5	
Période d'ouverture du monument historique pendant la semaine		5
Période d'ouverture du monument historique pendant la journée		2,5
Situation par rapport à des lieux d'importance historique	8	
Regroupement d'attractions culturelles	7	
Renommée des attractions culturelles	7,5	
Événements récurrents culturels complémentaires	6,5	
Lien entre les événements et le monument historique	7,5	
Renommée des événements récurrents culturels complémentaires	7	
Restauration	7	
Hébergement	7,5	
Accessibilité en fonction des moyens de transport	9	
Accessibilité en fonction du réseau routier	9	
Accessibilité en fonction du centre-ville	7,5	

Pondération des intervalles

Pour les variables ne possédant pas d'intervalles descriptifs, lors de l'évaluation du potentiel touristique d'un monument historique selon ces variables, la valeur du potentiel attribuée peut être de deux ordres. Il peut s'agir de la valeur des médianes assignées à ces variables, s'il y a présence de ces variables au monument historique. Sinon, il peut s'agir de la

valeur « 0 » si ces variables ne sont pas présentes au monument historique. Toutefois, certaines variables de la grille d'évaluation sont pourvues d'intervalles descriptifs facilitant l'évaluation. Pour ces variables, une distribution de la valeur de la médiane est effectuée au sein des intervalles et lors de l'évaluation selon ces variables, la valeur de potentiel touristique attribuée peut être une portion de la valeur de la médiane⁴².

En fait, nous avons vu qu'il existe deux types d'intervalles, les intervalles-cotes et les intervalles-éléments (voir Appendice B). La façon de distribuer la valeur de la médiane d'une variable, selon ses intervalles, est différente s'il s'agit de l'un ou l'autre de ces deux types d'intervalles. L'Appendice G présente donc la façon dont a été distribuée cette valeur selon qu'une variable possédait des intervalles-cotes ou des intervalles-éléments.

4.1.2 Dimension artistique: Architecture

Deux juges travaillant dans le domaine de la culture nous ont mentionné que la dimension artistique d'un monument historique a été négligée dans la grille d'évaluation. Ils soulignent que certaines variables devraient être ajoutées à cette grille pour qu'elle soit complète. En fait, selon eux, des variables de dimensions artistiques peuvent influencer le potentiel touristique des monuments historiques. En conséquence de quoi, nous créons une nouvelle catégorie de variables (de valeur touristique intrinsèque) appelée **Architecture** au sein duquel trois nouvelles variables de dimension artistique font leur apparition. Nous nous inspirons des commentaires émis par les deux juges pour le choix de ces trois variables, de même que du travail de l'auteur Kalman (1979) pour la structure de ces variables.

Dans le contexte théorique (chapitre 2), nous avons parlé du travail de Kalman et nous avons présenté les variables que nous jugeons pertinentes d'inclure dans notre grille d'évaluation. Nous avons délibérément omis plusieurs variables présentées par l'auteur, car

⁴² Pour connaître la pondération de chacun des intervalles se référer à l'Appendice I.

nous croyions qu'elles n'affectaient en rien le potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. Or, à la suite des commentaires donnés par les deux juges issus du milieu de la culture, nous constatons que certaines variables que nous avons omis au départ ont finalement leur raison d'être dans cette étude. Par conséquent, elles sont donc ajoutées à la grille d'évaluation.

Il est à noter que les nouvelles variables choisies sont soumises aux « Critères d'inclusions des variables dans la grille d'évaluation » que nous avons vu dans le chapitre 3 (voir 1.1.2).

4.1.2.1 Inclusion de la variable *Style*

La première variable de la catégorie **Architecture** à faire son apparition dans la grille est celle traitant du *Style* d'un monument historique. Dans le but d'obtenir de l'information sur cette variable, l'indicateur suivant lui est jumelé: « Spécimen remarquable, rare, exceptionnel ou ancien d'un style, d'une règle et d'un type architecturaux particuliers ». Aucun intervalle descriptif n'est associé à cet indicateur. Lors de l'évaluation selon cette variable une seule question sera posée, le monument historique possède-t-il un *Style* ou non? Si la réponse est affirmative, c'est que le monument historique a une valeur touristique en fonction de cette variable; si la réponse est négative, c'est qu'il n'en a pas.

4.1.2.2 Inclusion de la variable *Construction*

La deuxième variable de la catégorie **Architecture** à faire son apparition dans la grille est celle traitant de la *Construction* d'un monument historique. Afin d'obtenir de l'information sur cette variable, l'indicateur suivant lui est rattaché: « Exemple remarquable, rare, exceptionnel ou ancien de l'emploi d'un matériau ou d'une technique de construction ». Tout comme pour la variable précédente, aucun intervalle descriptif n'est associé à

l'indicateur. De même, la façon d'évaluer selon cette variable est similaire à celle de la variable précédente.

4.1.2.3 Inclusion de la variable *Architecte*

La troisième variable de la catégorie **Architecture** à faire son apparition dans la grille est celle abordant la question de *l'Architecte* d'un monument historique. En vue d'obtenir de l'information sur cette variable, l'indicateur suivant lui est rattaché: « Conçu ou construit par un architecte ou un constructeur ayant particulièrement contribué à la vie de la localité, de la province ou de la nation ». Tout comme pour les deux variables précédentes, aucun intervalle descriptif n'est associé à l'indicateur. En outre, la manière d'évaluer selon cette variable est la même que pour les deux variables précédentes.

4.1.3 Lacunes observées et critique du document envoyé aux juges

Le document envoyé aux juges présentait plusieurs lacunes qui auraient pu mettre en péril cette étude. De fait, notre souci de concision, dans l'élaboration de ce document, nous a conduit à omettre certaines précisions⁴³ importantes pour la compréhension de l'étude que nous voulions réaliser. Ce sont les commentaires donnés par les juges qui nous ont fait découvrir ces lacunes. Néanmoins, grâce à ces commentaires émis lorsqu'ils avaient des doutes sur la signification de certains faits importants, nous avons pu trouver les réponses dont nous avions besoin pour poursuivre cette étude. Les prochains paragraphes font état de ces lacunes.

⁴³ Toutes ces précisions apparaissent dans le mémoire de recherche exhaustif.

4.1.3.1 Potentiel touristique

Tout d'abord, la définition du potentiel touristique n'était pas suffisamment explicite. À quelques reprises, il y a eu un mélange entre notre concept de « potentiel touristique » et celui « d'attractivité touristique ». Toutefois, les commentaires émis par les juges dans les cas où il avait confusion, nous ont permis d'adapter leurs réponses en fonction de nos besoins. Malgré tout, la plupart des juges, à l'exception d'un seul, ont quand même saisi, en partie, le sens réel du concept de potentiel touristique et ont pu procéder aux tâches d'évaluation qui leurs étaient demandées.

Pour ce qui est du juge qui a confondu « potentiel touristique » et « attractivité touristique », étant donné qu'il est spécialiste du domaine de l'attractivité touristique, nos variables lui ont semblé inadmissibles et inadéquates. En conséquence de quoi, il n'a pas répondu aux tâches d'évaluation demandées. C'est pour cette raison que son document n'a pas été utilisé pour l'analyse de la pertinence des variables et des indicateurs.

4.1.3.2 Évaluation du potentiel touristique

Il n'était pas clair dans le document expédié aux juges que l'évaluation devait être réalisée sur une base culturelle plutôt qu'économique. Pour cette raison, de nombreux commentaires ont été émis par les juges à savoir que la rentabilité, les plans de mise en marché, la contribution à bonifier l'offre touristique, sont autant de questions que nous avons laissées en suspens. En réalité, elles ne font pas partie des préoccupations de ce mémoire. Elles seraient plutôt subséquentes à cette recherche. En réponse à la critique d'un juge, nos variables ne touchent que le monument historique lui-même sans analyse de toutes ces questions, car ce ne sont que les caractéristiques propres des monuments historiques, c'est-à-dire ce qu'ils sont, ce qui a été fait d'eux et leur positionnement géographique qui comptent dans cette étude.

Finalement, l'échelle d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques semblait nébuleuse pour certains juges. En réalité, cette évaluation se veut d'être réalisée à l'échelle du site (monument historique), mais en vue d'une utilisation ultérieure à l'échelle du milieu urbain (pour l'intérêt de ce milieu) et même à l'échelle du Québec.

4.1.3.3 Concept de monument historique

Le concept de monument historique, insuffisamment défini, aurait pu compromettre la réalisation de cette étude s'il avait mal été envisagé par tous les juges. Dans le document qui leur a été envoyé, nous avons soumis la définition suivante de ce concept: « Immeuble qui représente un intérêt historique par son utilisation ou son architecture » (MAC, 1986). Pour nous, il était limpide qu'un monument historique équivalait à un « bâtiment ». Nous croyions que la définition venait confirmer cette réalité en soulignant qu'un monument historique était un « immeuble ». Cependant, pour au moins un juge, il est apparu qu'un monument historique pouvait être une « statue ». Dans cette optique, il lui a semblé que plusieurs variables de la grille d'évaluation n'étaient pas pertinentes. Néanmoins, tous les autres juges ont saisi la véritable signification du concept de monument historique. Cela nous a été révélé par leurs fréquents emplois du terme « bâtiment » dans leurs commentaires.

Il est à noter qu'un des juges a tenu à souligner dans ses commentaires généraux qu'un « bâtiment » ne peut pas être touristique en soi. Selon lui, il peut posséder des qualités qui le rendent plus ou moins compatible avec une possible vocation touristique.

4.1.3.4 Intervalles-éléments versus intervalles-cotes

Dans le document qui leur a été expédié, les juges n'étaient pas au courant de l'existence des deux types d'intervalles descriptifs que nous utilisons dans la grille

d'évaluation. Ils ne savaient donc pas que chacun des deux types d'intervalles jouent des rôles différents lors de l'évaluation. Par conséquent, plusieurs questions ont été soulevées par les juges au sujet des intervalles descriptifs.

4.1.3.5 Concision au détriment de la compréhension

Notre souci de concision avait pour but de ne pas submerger les juges d'informations qui auraient pu les décourager de nous retourner le document dûment rempli. Cependant, comme nous l'avons vu, cela a un peu affecter la compréhension de certains faits. En conséquence de quoi, les tâches d'évaluation demandées aux juges ne leur ont pas toujours semblées évidentes. Malgré tout, ils ont tenté de répondre aux meilleures de leurs connaissances pour que nous puissions tirer profit de leurs réponses, afin de mener à bien cette étude.

4.2 VERSION INTERMÉDIAIRE DE LA GRILLE D'ÉVALUATION

Les nombreux changements qu'a subi la grille d'évaluation préliminaire nous incitent à présenter au complet la nouvelle grille d'évaluation épurée et remaniée. Cette grille intermédiaire est donc présentée à l'Appendice H.

4.3 LES MÉTHODES DE MESURES

Plusieurs méthodes de mesure sont nécessaires pour réunir l'information relative à chacune des variables. Néanmoins, il est obligatoire qu'une partie de l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain se fasse directement sur les lieux. Néanmoins, lors de l'évaluation, il est possible de recueillir quelques informations à distance. Bref, l'ensemble des méthodes de mesure est contenu dans la grille d'évaluation intermédiaire présentée à l'Appendice H.

4.4 RÉSULTATS DE L'APPLICATION DE LA NOUVELLE GRILLE D'ÉVALUATION SUR DEUX MONUMENTS HISTORIQUES

Les tableaux des pages suivantes témoignent de l'application de la grille d'évaluation sur deux monuments historiques en milieu urbain, soit la Maison Henry-Stuart située à Québec et soit le Manoir de Tonnancour localisé à Trois-Rivières⁴⁴. Les tableaux 19 et 21, les fiches signalétiques, dressent un bref portrait de l'évaluation: identification de l'évaluateur et identification des monuments historiques évalués. En ce qui à trait aux tableaux 20 et 22, les fiches descriptives, elles permettent la description systématique des variables d'évaluation en application directe sur les deux monuments historiques. Quant au tableau 23, la fiche d'évaluation, il fait état des résultats obtenus à la suite de cette application sur les deux monuments.

De plus, la pondération nécessaire à cette application et utilisée pour chacune des variables est disponible à l'Appendice I. Bref, la pondération accordée à chacune des variables en application sur les monuments historiques était fonction des caractéristiques des monuments historiques et de leur entourage qui ont été présentées dans les deux fiches descriptives sur les monuments historiques à l'étude.

⁴⁴ Les cartes 3 et 4 délimitent les périmètres de 500 m autour des monuments historiques qui devaient être pris en compte lors de l'évaluation selon certaines variables de valeur touristique extrinsèque (voir ces cartes à la fin de ce mémoire).

Tableau 19**Fiche signalétique de la Maison Henry-Stuart pour l'évaluation du potentiel touristique**

FICHE SIGNALÉTIQUE - ÉVALUATION DU POTENTIEL TOURISTIQUE	
Identification de(s) l'évaluateur(s)	
Évaluateur(s):	Annick Moreau
Date de l'évaluation:	29 novembre 2000
Évaluation faite:	sur les lieux
Identification du monument historique évalué	
Nom du monument historique:	Maison Henry-Stuart
Ville où se situe le monument:	Québec

Tableau 20

**Fiche descriptive pour l'évaluation du potentiel touristique
du monument historique Henry-Stuart**

FICHE DESCRIPTIVE - ÉVALUATION DU POTENTIEL TOURISTIQUE	
VALEUR TOURISTIQUE INTRINSÈQUE	
1.1 Âge du monument historique	Construction de la maison en 1843.
2.1 Personnalité de première importance fortement associée au monument historique	<p>La maison a appartenu à Maria Curry (c'est elle qui l'a fait construire). Elle était l'épouse du marchand William Henry. Elle l'a loué à Joseph-André Taschereau en 1850 (il a été avocat, surintendant de la police, député, solliciteur-général, juge de la cour de circuit et finalement de la cour supérieure). Elle a vendu la propriété en 1856. George Mellis Douglas (médecin et surintendant de la quarantaine à la Grosse-île pendant l'immigration des Irlandais en 1847) a habité la maison sporadiquement. En 1863, la maison a été louée par Henry Dinning pour 3 ans (il était l'un des plus importants constructeurs de navires à Québec au XIX^e siècle ainsi que conseiller municipal). En 1874 la maison a été achetée par John Hearn (député au Parlement à Ottawa). La maison a été habitée une année par le journaliste et député Joseph-Israël Tarte (1879). Entre 1880 et 1916, la maison a été occupée par Edward Thomas Davies Chambers, enseignant, journaliste et écrivain. Les demoiselles Stuart ont acheté la maison en 1918 et elles y ont habité avec leur mère Mary O'Meara dès 1917. Elles y ont demeuré jusqu'à leur mort. Leur occupation de la maison est la plus longue période connue de son existence. À leur mort, c'est le neveu Kenneth R. Strang, son épouse Barbara Winter et leur fille Heather qui héritent de la propriété. Yvonne Daigle est engagée comme bonne de cuisine en 1944 et habite la maison en plus d'y travailler. Elle se marie en 1959 quitte la maison pour revenir y habiter avec son époux de 1972 à 1988.</p> <p>Bref, plusieurs personnes ont habité la maison Henry-Stuart, mais aucun d'entre eux n'était une personnalité de première importance fortement associée au monument historique.</p>
2.2 Événement historique de première importance fortement associé au monument historique	Aucun
2.3 Contexte historique de première importance fortement associé au monument historique	Aucun

Tableau 20

**Fiche descriptive pour l'évaluation du potentiel touristique
du monument historique Henry-Stuart (suite)**

3.1 Style	Spécimen ancien d'un style architectural particulier: style colonial anglais (cottage).
3.2 Construction	Normale sans être exceptionnelle ou remarquable
3.3 Architecte	L'architecte est inconnu, seul le nom du contracteur est connu.
4.1 Propriétés mobilières et autres	Tous les meubles et objets détenus dans la maison possède une valeur historique reconnue auprès du Ministère de la culture et des communications.
5.1 Superficie totale du monument historique	Superficie d'environ 195 m ² ; la maison a deux étages

VALEUR TOURISTIQUE AJOUTÉE

6.1 Mise en valeur nominative	Panneaux d'information qui indiquent la présence du monument historique; Plaques avec le nom du monument historique posé sur le mur extérieur de la maison; Indications reliées à la circulation au monument historique: clôtures, portes d'entrées et de sorties indiquées; Disponibilité de produits-souvenirs: cartes postales du monument historique, sérigraphies du monument historique.
6.2 Mise en valeur explicative	Expositions permanentes: meubles d'origine de la maison aménagés à leur place d'origine; Expositions temporaires: dentelles, porcelaines, crèches de Noël, livres.
6.3 Mise en valeur incitative	Tours guidés offerts lorsque le monument historique est ouvert; Activités au monument historique: thé, cocktail, contes, chansons folkloriques, programmation à l'année.
6.4 Mise en valeur esthétique (mise en scène)	Aménagements paysagers: terrain extérieur aménagé, petits sentiers, fleurs d'origines, arbres. Autres: Ambiance dans la maison due à l'authenticité du décor (aménagement d'origine).
6.5 Mise en valeur par l'apport d'objets de valeur	En fonction des expositions, il peut y avoir des objets de valeur, mais ils demeurent rarement 6 mois au monument historique.
6.6 Mise en valeur par l'offre de services complémentaires	Aucune
6.7 Mise en valeur par l'offre de services essentiels	Facilités sanitaires à l'intérieur du monument historique; Une petite aire de stationnement pour les visiteurs.
6.8 Mise en valeur par l'apport d'un terrain adjacent	Terrain adjacent au monument historique; Terrain accessible au public de l'intérieur du monument; Le terrain a une importance historique.

Tableau 20

**Fiche descriptive pour l'évaluation du potentiel touristique
du monument historique Henry-Stuart (suite)**

6.9 Mise en valeur en fonction de l'accessibilité du monument historique au public	Monument historique ouvert au public.
6.9.1 Saisonnalité	
6.9.1.1 Période d'ouverture du monument historique durant l'année	Le monument historique est ouvert à l'année.
6.9.1.2 Période d'ouverture du monument historique pendant la semaine	L'été, le monument est ouvert tous les jours en après-midi; Le reste de l'année, le monument est ouvert tous les dimanches après-midi. La moyenne des jours ouverts dans l'année est inférieure à 4 jours par semaine.
6.9.1.3 Période d'ouverture du monument historique pendant la journée	Le monument historique est toujours ouvert 4 heures.

VALEUR TOURISTIQUE EXTRINSÈQUE

7.1 Situation par rapport à des lieux d'importance historique	Le monument ne fait pas partie d'un site ou d'un arrondissement historique; il n'est pas inclus dans l'arrondissement historique de Québec.
8.1 Regroupement d'attractions culturelles	Musée: Musée du Québec; Centre d'interprétation: Centre d'interprétation du parc des Champs-de-Bataille; Autres: Tour Martello no. 2, Parc des Champs-de-Bataille (Plaines d'Abraham).
8.2 Renommée des attractions culturelles	Le Parc des Champs-de-Bataille, le Musée du Québec et la Tour Martello sont renommés mondialement (il est possible de les retrouver dans des guides touristiques, s'adressant aux touristes étrangers, traitant du Canada)
9.1 Événements récurrents culturels complémentaires au monument historique	Les événements se déroulant aux alentours du monument historique sont plus ou moins complémentaires, il s'agit: du Festival d'été de Québec du Maurier; du Carnaval de Québec, de la Fête nationale du Québec, de la Fête du Canada.
9.2 Lien entre les événements et le monument historique	Aucun
9.3 Renommée des événements récurrents culturels complémentaires	Le Festival d'été de Québec du Maurier et le Carnaval de Québec sont renommés mondialement (il est possible de les retrouver dans des guides touristiques s'adressant aux touristes étrangers, traitant du Canada).
10.1 Restauration	Il y plusieurs restaurants situés à proximité du monument historique.

Tableau 20

**Fiche descriptive pour l'évaluation du potentiel touristique
du monument historique Henry-Stuart (suite)**

10.2 Hébergement	Il y a peu d'hébergement dans un rayon de 500 m du monument historique à l'exception de quelques gîtes du passant et d'un petit hôtel. Néanmoins, à quelques mètres passés le rayon de 500 m se trouve 2 gros hôtels: le Loews Concorde et le Château Laurier).
11.1 Accessibilité en fonction des moyens de transport	Monument historique accessible en voiture, en autobus de ville, en vélo, à pieds. Donc, tous les moyens de transports possibles permettent d'accéder au monument historique.
11.2 Accessibilité en fonction du réseau routier	Monument historique situé à proximité d'une route principale (Grande-Allée); le monument est situé au coin de la rue Grande-Allée et de l'artère commerciale avenue Cartier.
11.3 Accessibilité en fonction du centre-ville	Le monument historique est situé à moins de 1 km du centre-ville.

Tableau 21

**Fiche signalétique du Manoir de Tonnancour (Maison Deschenaux)
pour l'évaluation du potentiel touristique**

FICHE SIGNALÉTIQUE - ÉVALUATION DU POTENTIEL TOURISTIQUE
Identification de(s) l'évaluateur(s)
Évaluateur(s): Annick Moreau
Date de l'évaluation: 30 novembre 2000
Évaluation faite: sur les lieux
Identification du monument historique évalué
Nom du monument historique: Manoir de Tonnancour: Maison Deschenaux
Ville où se situe le monument: Trois-Rivières

Tableau 22**Fiche descriptive pour l'évaluation du potentiel touristique du manoir de Tonnancour**

FICHE DESCRIPTIVE - ÉVALUATION DU POTENTIEL TOURISTIQUE	
VALEUR TOURISTIQUE INTRINSÈQUE	
1.1 Âge du monument historique	Le manoir a été construit entre 1723-1725. Il a toutefois brûlé en 1784. Il a été reconstruit en 1795.
2.1 Personnalité de première importance fortement associée au monument historique	C'est René Godefroy de Tonnancour, procureur du Roi et lieutenant général en matière civile et criminelle de la juridiction des Trois-Rivières, qui a fait construire le manoir. C'est son fils Louis-Joseph Godefroy de Tonnancour qui a hérité du manoir à sa mort. Ce dernier exerçait les mêmes charges que son père. De plus, il était garde-magasin du Roi. Quelques mois avant sa mort en 1784, le manoir a été incendié. C'est le juge Pierre-Louis Deschenaux qui a fait reconstruire la maison en 1795. Il l'a occupé jusqu'à sa mort en 1802. Le gouvernement acquiert la maison Deschenaux en 1812 pour en faire une caserne d'officiers militaires cantonnés à Trois-Rivières. En 1822, un évêque de Québec, Monseigneur Joseph-Octave Plessis acquiert la maison pour en faire un presbytère. En 1852, lorsque le curé Thomas Cooke est élevé au rang de premier évêque de Trois-Rivières, la maison devient le palais épiscopal de Trois-Rivières. Après la mort de Thomas Cooke, son successeur, Mgr Louis-François Laflèche a occupé la maison jusqu'en 1874. Par la suite, les Pères Jésuites habitent la maison de 1882 à 1889 à titre de professeurs au Grand séminaire. Puis, la maison est offerte à la communauté religieuse Les Filles de Jésus qui occupent les lieux à partir de 1902. Elles y fondent le Jardin de l'enfance, une école primaire pour garçon. Elles quittent les lieux en 1966. Le ministère des Affaires culturelles (MAC) du Québec classe la maison en 1966 en tant que monument historique. La ville de Trois-Rivières acquiert le bâtiment en 1976 et le restaure en collaboration avec le MAC. Depuis 1981, la Corporation de la Galerie d'art du Parc loge au manoir et y présente différentes expositions à caractères artistique et historique.

Tableau 22

**Fiche descriptive pour l'évaluation du potentiel touristique
du manoir de Tonnancour (suite)**

	Bref, plusieurs personnes ont habité le manoir de Tonnancour (maison Deschenaux) et certains d'entre eux étaient des personnalités de première importance au niveau local ou régional: René Godefroy de Tonnancour, Louis-Joseph Godefroy de Tonnancour, Mgr Thomas Cooke, Mgr Louis-François Laflèche.
2.2 Événement historique de première importance fortement associé au monument historique	Aucun
2.3 Contexte historique de première importance fortement associé au monument historique	Le monument historique est associé à deux contextes historiques de première importance au niveau local ou régional: tout d'abord par la présence d'officiers militaires au manoir pendant quelque temps et par la présence d'une école primaire pour les garçons (Jardin de l'enfance) pendant plus de 60 ans.
3.1 Style	Normal sans être exceptionnel ou remarquable.
3.2 Construction	Normale sans être exceptionnelle ou remarquable
3.3 Architecte	Il est inconnu.
4.1 Propriétés mobilières et autres	Aucune
5.1 Superficie totale du monument historique	Superficie d'environ 195 m ² ; la maison a quatre étages avec le grenier.

VALEUR TOURISTIQUE AJOUTÉE

6.1 Mise en valeur nominative	Panneaux d'information qui indiquent la présence du monument historique; Indications reliées à la circulation au monument historique: portes d'entrées et de sorties indiquées; Disponibilité de produits souvenirs: petits livres sur le manoir de Tonnancour, des reproductions miniatures du manoir; Autres: dans le parc à côté du manoir, il y a un panneau racontant un peu l'histoire du manoir de Tonnancour.
6.2 Mise en valeur explicative	Panneaux et plans racontant l'histoire du monument historique (permanents); Expositions temporaires: le manoir est devenu une galerie d'art, alors il y a souvent des expositions temporaires (Biennale de céramique, estampes, peintures, etc.).
6.3 Mise en valeur incitative	Tours guidés offerts sur réservations; Films disponibles à visionner directement au manoir: il s'agit de différents films sur l'art, l'histoire...; Activités au monument historique: animation pour le secondaire, le cégep, l'université et pour le public.

Tableau 22

**Fiche descriptive pour l'évaluation du potentiel touristique
du manoir de Tonnancour (suite)**

6.4 Mise en valeur esthétique (mise en scène)	Aucune
6.5 Mise en valeur par l'apport d'objets de valeur	Le manoir (la galerie d'art) expose parfois des œuvres de valeur, mais pour le temps d'une exposition, rarement pour 6 mois.
6.6 Mise en valeur par l'offre de services complémentaires	Magasins de souvenirs
6.7 Mise en valeur par l'offre de services essentiels	Facilités sanitaires à l'intérieur du monument historique.
6.8 Mise en valeur par l'apport d'un terrain adjacent	Petit terrain accessible au public de l'intérieur du monument.
6.9 Mise en valeur en fonction de l'accessibilité du monument historique au public	Monument historique ouvert au public.
6.9.1 Saisonnalité	
6.9.1.1 Période d'ouverture du monument historique durant l'année	Le monument historique est ouvert à l'année. Toutefois, il est fermé un peu avant Noël jusqu'au milieu de janvier.
6.9.1.2 Période d'ouverture du monument historique pendant la semaine	Il est ouvert 6 jours sur 7; il est toujours fermé le lundi.
6.9.1.3 Période d'ouverture du monument historique pendant la journée	La semaine, il est ouvert 5 heures et demie; la fin de semaine, il est ouvert 8 heures; la moyenne de ces heures donne 6 heures par jour.

VALEUR TOURISTIQUE EXTRINSÈQUE

7.1 Situation par rapport à des lieux d'importance historique	Le monument fait partie d'une zone historique reconnue par le Ministère de la culture et des communications.
8.1 Regroupement d'attractions culturelles	Monuments historiques: Manoir Boucher-de-Niverville, Maison Hertel-de-la-Fresnière; Musées: Musée des Ursulines, Musée des arts et traditions populaires du Québec; Centre d'interprétation: Centre d'exposition sur l'industrie des pâtes et papiers; Autres: Église Saint-James.
8.2 Renommée des attractions culturelles	Ces attractions culturelles ne sont pas renommées mondialement (il n'est pas possible de les retrouver dans des guides touristiques s'adressant aux touristes étrangers, traitant du Canada).
9.1 Événements récurrents culturels complémentaires au monument historique	Les événements se déroulant aux alentours du monument historique sont plus ou moins complémentaires, il s'agit: du Festival international de la poésie et de l'international de l'art vocal de Trois-Rivières.
9.2 Lien entre les événements et le monument historique	Aucun
9.3 Renommée des événements récurrents culturels complémentaires	Ces événements ne sont pas renommés mondialement (il n'est pas possible de les retrouver dans des guides touristiques s'adressant aux touristes étrangers, traitant du Canada).

Tableau 22

**Fiche descriptive pour l'évaluation du potentiel touristique
du manoir de Tonnancour (suite)**

10.1 Restauration	Il y a plusieurs restaurants situés à proximité du monument historique.
10.2 Hébergement	Il y a un gros hôtel à proximité du monument: l'hôtel Gouverneur avec 122 chambres. Il y a également quelques gîtes du passant et quelques auberges.
11.1 Accessibilité en fonction des moyens de transport	Monument historique accessible en voiture, en vélo, à pieds. L'autobus de ville ne se rend pas au monument historique. Toutefois, le terminus d'autobus est situé en plein centre-ville non loin du manoir, mais il faut tout de même compter sur quelques minutes de marche pour se rendre au monument.
11.2 Accessibilité en fonction du réseau routier	Monument historique situé à proximité d'une route secondaire (la rue des Ursulines).
11.3 Accessibilité en fonction du centre-ville	Le monument historique est situé en plein centre-ville.

Tableau 23

**Fiche d'évaluation du potentiel touristique de la Maison Henry-Stuart
et du Manoir de Tonnancour (maison Deschenaux)**

FICHE D'ÉVALUATION - ÉVALUATION DU POTENTIEL TOURISTIQUE				
Monument historique →	Henry-Stuart	Tonnancour		
Variables ↓	Pondération →	Pondération attribuée	Pondération attribuée	Pondération maximale
VALEUR TOURISTIQUE INTRINSÈQUE				
1.1 Âge du monument historique	3,3	4,9	6,5	
2.1 Personnalité de première importance fortement associée au monument historique	0	1,8	7,5	
2.2 Événement historique de première importance fortement associé au monument historique	0	0	7,5	
2.3 Contexte historique de première importance fortement associé au monument historique	0	2	8	
3.1 Style	7,3	0	7,3	
3.2 Construction	0	0	7,3	
3.3 Architecte	0	0	7,3	
4.1 Propriétés mobilières et autres	2,5	0	2,5	
5.1 Superficie totale du monument historique	2	2	4	
TOTAL 1	15,1	10,7	57,9	
RAMENÉ EN POURCENTAGE	26,1 %	18,5 %	100 %	
VALEUR TOURISTIQUE AJOUTÉE				
6.1 Mise en valeur nominative	8	8	8	
6.2 Mise en valeur explicative	5,7	5,7	8,5	
6.3 Mise en valeur incitative	2,9	2,9	8,5	
6.4 Mise en valeur esthétique (mise en scène)	9,5	0	9,5	
6.5 Mise en valeur par l'apport d'objets de valeur	0	0	6,5	
6.6 Mise en valeur par l'offre de services complémentaires	0	2,1	6,5	
6.7 Mise en valeur par l'offre de services essentiels	6,5	3,2	6,5	
6.8 Mise en valeur par l'apport d'un terrain adjacent	7,3	7,3	7,3	
6.9 Mise en valeur en fonction de l'accessibilité du monument historique au public	9	9	9	

Tableau 24

**Fiche d'évaluation du potentiel touristique de la Maison Henry-Stuart
et du Manoir de Tonnancour (maison Deschenaux) (suite)**

Monument historique →	Henry-Stuart	Tonnancour		
Variables ↓	Pondération →	Pondération attribuée	Pondération attribuée	Pondération maximale
6.9.1 Saisonnalité				
6.9.1.1 Période d'ouverture du monument historique durant l'année	7,5	7,5	7,5	
6.9.1.2 Période d'ouverture du monument historique pendant la semaine	1,1	3,7	5	
6.9.1.3 Période d'ouverture du monument historique pendant la journée	0,7	1,9	2,5	
TOTAL 2	58,2	51,3	84,8	
RAMENÉ EN POURCENTAGE	68,6 %	60,5 %	100 %	

VALEUR TOURISTIQUE EXTRINSÈQUE

7.1 Situation par rapport à des lieux d'importance historique	0	8	8
8.1 Regroupement d'attractions culturelles	7	7	7
8.2 Renommée des attractions culturelles	7,5	0	7,5
9.1 Événements récurrents culturels complémentaires au monument historique	6,5	6,5	6,5
9.2 Lien entre les événements et le monument historique	0	0	7,5
9.3 Renommée des événements récurrents culturels complémentaires	7	0	7
10.1 Restauration	7	7	7
10.2 Hébergement	7,5	7,5	7,5
11.1 Accessibilité en fonction des moyens de transport	9	4,5	9
11.2 Accessibilité en fonction du réseau routier	6	3	9
11.3 Accessibilité en fonction du centre-ville	7,5	7,5	7,5
TOTAL 3	65	51	83,5
RAMENÉ EN POURCENTAGE	77,8 %	61,1 %	100 %
TOTAL 1 + TOTAL 2 + TOTAL 3 =	57,5 %	46,7 %	100 %

4.5 VERSION FINALE DE LA GRILLE D'ÉVALUATION

À la suite de l'application de la grille d'évaluation intermédiaire sur deux monuments historiques, il est possible de dire que la version finale de la grille demeure la même que celle intermédiaire (voir l'Appendice H).

CONCLUSION

Cette conclusion constitue une synthèse de la recherche qui a été réalisée. Elle présente également les observations principales en fonction des résultats les plus significatifs obtenus. De plus, elle fait ressortir les forces et les faiblesses de l'étude et de la grille d'évaluation, et suggère des améliorations qui pourraient être apportées. Finalement, elle livre une conclusion générale relativement à l'ensemble de cette étude.

SYNTHÈSE

Rappelons que l'objectif de la présente étude est de développer une méthode d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. Cette méthode a pour objet d'aider ces milieux à mieux connaître le potentiel touristique de leurs monuments historiques et s'il y a lieu, à envisager des possibilités de développement touristique pour ces ressources, afin de pouvoir tirer profit de la croissance du tourisme culturel.

Les chapitres précédents ont démontré que le choix de la stratégie de recherche s'est dessiné autour du développement d'une grille d'évaluation du potentiel touristique en milieu urbain. À la suite du constat de l'absence d'un outil permettant de répondre à notre objectif de départ, dans une première étape, il a fallu élaborer un instrument d'évaluation du potentiel touristique.

Dans la seconde étape, un groupe de juges a été sollicité pour valider le nouvel instrument. Grâce au regard objectif et critique de ces derniers, il nous est possible de dire que la validation faite par les juges permet de prétendre que l'instrument mesure le potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. Dans une troisième étape, une

démonstration de l'applicabilité de la grille sur deux monuments historiques, sans être une action proprement dite de validation, renforce notre conviction sur la nature fonctionnelle de la grille d'évaluation. L'application nous informe sur l'acceptabilité de notre instrument en ce qui a trait aux monuments historiques en milieu urbain au Québec. Ainsi, la validation par la méthode des juges et les applications sur deux monuments historiques nous autorise à stipuler que l'objectif de recherche est atteint et que la grille développée permet d'évaluer le potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. Nous verrons dans la prochaine partie l'utilité des résultats obtenus à la suite d'évaluations réalisées sur deux monuments historiques avec l'outil développé.

OBSERVATIONS SUR LES RÉSULTATS OBTENUS

Les valeurs de potentiel touristique obtenues à la suite d'évaluations de monuments historiques rendent possible la comparaison de monuments entre eux du point de vue de leur potentiel touristique. Par exemple, l'application de l'instrument sur deux monuments historiques nous a permis de découvrir que le monument de la ville de Québec possède un plus fort potentiel touristique (57,5%) que celui de la ville de Trois-Rivières (46,7%). D'une certaine façon, il était possible de s'attendre à un tel résultat étant donné le caractère fortement touristique de la ville de Québec comparativement à celui de la ville de Trois-Rivières. Il est donc possible de dire que la grille tient compte de la réalité. Néanmoins, nous désirons mettre un bémol sur cette constatation. Puisque le potentiel touristique n'est évalué que sur une base culturelle, sans égard au caractère économique, il serait quand même envisageable de retrouver un monument historique issu d'un milieu urbain peu reconnu au niveau touristique ayant un meilleur potentiel touristique qu'un monument historique issu d'un milieu urbain davantage reconnu au plan touristique. Quoique plus rare, cette possibilité n'est pas exclue.

En plus de rendre possible la comparaison entre les monuments historiques au niveau de leur potentiel touristique, la grille aide à découvrir s'il y aurait possibilité de développement touristique pour ces monuments. De fait, la grille en étant séparée en trois parties distinctes offre l'opportunité d'obtenir trois valeurs pour chacune des parties: une valeur touristique intrinsèque, une valeur touristique ajoutée et une valeur touristique extrinsèque. À partir des résultats obtenus, il est possible de déterminer où sont les forces et surtout les faiblesses d'un monument en vue d'envisager des solutions d'améliorations. Il est à noter que si les faiblesses se situent au niveau de la valeur touristique intrinsèque, il n'y a pas possibilité de développement à ce niveau. Puis, si les faiblesses sont localisées au plan de la valeur touristique ajoutée, il y a de fortes éventualités de développement, en fait c'est la valeur la plus flexible. Enfin, si les lacunes se retrouvent au niveau de la valeur touristique extrinsèque, il y a des possibilités d'amélioration, mais elles sont à plus long terme, car elles ne dépendent pas uniquement du monument concerné.

En ce qui concerne la Maison Henry-Stuart et le Manoir de Tonnancour, ils détiennent respectivement une valeur touristique intrinsèque de 26,1% et de 18,5%, une valeur touristique ajoutée de 68,6% et de 60,5%, ainsi qu'une valeur touristique extrinsèque de 57,5% et de 61,1%. Bien que la valeur touristique intrinsèque soit basse pour les deux monuments, il est toutefois impossible d'améliorer cette valeur. Cependant, il y a place au développement pour la valeur touristique ajoutée et extrinsèque de ces monuments. Ainsi, il est nécessaire de vérifier pour chacun des monuments historiques où sont les lacunes au niveau des variables qui ont entraîné une diminution du pourcentage pour les deux valeurs. Prenons l'exemple de la Maison Henry-Stuart. Cette dernière pourrait augmenter son pourcentage au plan de la valeur touristique ajoutée en améliorant sa mise en valeur explicative de même que celle incitative. De plus, elle pourrait aussi influencer ce pourcentage positivement en ayant une plage plus étendue d'ouverture au public (saisonnalité) et ainsi de suite. Bref, en analysant chacune des variables n'ayant pas atteint leur maximum de

pondération, il serait possible d'envisager des pistes de solutions pour développer un monument historique afin d'en améliorer son potentiel touristique.

FORCES ET FAIBLESSES DE LA RECHERCHE

Nous mentionnions en conclusion du chapitre 2 qu'aucun des auteurs et qu'aucune des méthodes recensées ne traite de potentiel touristique de monuments historiques en milieu urbain. Effectivement, la littérature sur le sujet de recherche n'est pas abondante et peu d'auteurs se sont penchés sur la question. La résultante se perçoit dans l'étendue relativement limitée de l'univers théorique entourant ce mémoire. Beaucoup de travail était donc à faire en vue de répondre à l'objectif de recherche de ce mémoire. De fait, les éventualités étaient grandes ouvertes quant au développement d'une grille d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain se ralliant à l'objectif que nous énoncions en introduction. Conséquemment, ce mémoire donne un souffle nouveau à la recherche et nous espérons qu'il engendrera un nouvel élan développemental de ce type d'évaluation. Dans cet optique, il est tout de même important de connaître les forces et les faiblesses de la recherche en vue de l'utilisation ultérieure du contenu du présent document.

Méthode de recherche

Nous retenons que le choix de la méthodologie développementale était approprié pour ce mémoire. Elle nous a permis d'obtenir un ensemble de variables afin de créer un outil adéquat pour l'évaluation du potentiel touristique en milieu urbain, de valider l'outil à l'aide de la méthode des juges pour déterminer la pertinence et l'importance des variables sélectionnées apportant ainsi une crédibilité à l'étude, de tester l'outil validé par les juges sur deux monuments historiques pour juger de l'applicabilité de cet outil. Néanmoins quelques faiblesses sont détectables au niveau de la méthodologie.

Tout d'abord, il y a eu beaucoup de manipulations pour en arriver à créer l'outil d'évaluation recherché. Étant donné qu'aucune méthode existante ne permettait d'évaluer le potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain, il a fallu emprunter à d'autres méthodes d'évaluation pour réussir à concevoir un outil répondant à l'objectif de recherche de ce mémoire, d'où la conséquence de nombreuses manipulations. Malheureusement, il était impossible de passer outre ces manipulations.

Par ailleurs, la validation par la méthode des juges aurait gagné à faire appel à un plus grand nombre de juges. Véritablement, cela aurait mené à une source plus imposante d'informations qui aurait pu se traduire par une analyse statistique des résultats obtenus davantage représentative. Cependant, les spécialistes dans le domaine du tourisme et de la culture sont assez rares. Par conséquent, certains juges ont été sélectionnés alors qu'ils n'étaient spécialistes que de l'un ou l'autre des deux domaines et cela pour éviter de contingenter davantage la liste des juges déjà restreinte.

D'autre part, suivant la validation faite par les juges la grille d'évaluation a subi des remaniements, soit des ajouts de nouvelles variables, des modifications de variables existantes et des suppressions de variables sélectionnées au départ. En conséquence de quoi, la grille d'évaluation nécessiterait une deuxième validation de la part des juges pour vérifier la pertinence des nouvelles variables et des variables modifiées. De plus, il faudrait valider la pondération de la grille finale par de nouveaux travaux.

Puis, la vérification de l'applicabilité de la grille d'évaluation sur deux monuments historiques issus de deux milieux urbains différents est intéressante. Avant tout, elle vise à tester l'outil deux fois, ce qui assure davantage son applicabilité que si l'outil n'était testé que sur un seul monument historique. En outre, elle permet la comparaison des résultats d'évaluation des deux monuments historiques, tel qu'il a été vu précédemment. Toutefois, en

vue d'une utilisation ultérieure de la grille son applicabilité devrait quand même être vérifiée sur une plus grande échelle, c'est-à-dire sur un plus grand nombre de monuments historiques.

Instrument d'évaluation

La recherche entreprise dans ce mémoire octroie une contribution importante au travail de rapprochement du secteur touristique et culturel. À cet effet, la grille d'évaluation née de ce travail offre l'opportunité d'obtenir le potentiel touristique de tous les monuments historiques en milieu urbain du Québec. Elle permet d'établir des comparaisons entre des monuments au sein d'un même milieu urbain et par rapport à des milieux urbains différents. De même, elle permet de voir s'il y a possibilité de développement en fonction des résultats obtenus et s'il y a lieu, elle laisse envisager les mesures concrètes à entreprendre pour augmenter le potentiel touristique d'un monument historique. En résumé, elle peut profiter aussi bien aux corporations gérant les monuments historiques, aux milieux urbains pourvus de monuments et au Québec. En définitive, dans tous les cas, elle peut servir d'instrument pour la connaissance, la gestion et le développement touristique des monuments historiques.

Nous avons conclu que l'instrument créé permet de réaliser des évaluations. Cependant, cet instrument a des limites. Tout d'abord, il rend possible la comparaison entre le potentiel touristique d'un monument historique versus le potentiel touristique d'un autre monument. Au demeurant, il ne permet pas d'évaluer un monument de façon exclusive. Le pourcentage de potentiel touristique obtenu à lui seul ne veut rien dire s'il n'est pas comparé à un autre monument historique ou s'il n'est pas utilisé pour détecter les manques au niveau des trois valeurs. De plus, en fonction des variables d'évaluation et relativement à la pondération, un monument peut être déqualifié rapidement. Puis, les évaluations réalisées avec la grille ne donnent qu'une idée de la valeur touristique d'un monument, tel qu'il a été spécifié dans la partie sur les concepts. En outre, en cantonnant notre étude au potentiel touristique sur une base culturelle, cela ne permet pas de connaître toutes les facettes du potentiel touristique des

monuments historiques en milieu urbain. De surcroît, en limitant notre étude aux seuls monuments historiques, plutôt qu'à toutes les ressources culturelles en milieu urbain, l'impact de cette recherche est plus limité.

CONCLUSION GÉNÉRALE

En guise de conclusion, nous désirons mentionner que l'étude réalisée contribue à l'avancement des connaissances sur le potentiel touristique des ressources culturelles en milieu urbain, mais que beaucoup de travail reste à faire. Premièrement, les recherches pourraient être approfondies pour améliorer l'instrument créé dans cette étude. En effet, l'instrument pourrait être bonifié en vue de rendre possible l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques de façon exclusive, d'utiliser une pondération moins sévère et de fournir davantage qu'une idée de la valeur touristique d'un monument. Deuxièmement, elles pourraient être menées plus loin pour qu'un instrument soient élaborés envisageant au-delà de l'aspect culturel et permettant non seulement d'évaluer le potentiel touristique des monuments historiques, mais celui de tous les autres types de ressources culturels se trouvant en milieu urbain. En résumé, la grille d'évaluation développée ne doit pas être considérée comme finale, mais plutôt comme la première manifestation des recherches à venir vers l'aboutissement sur la connaissance du potentiel touristique des ressources culturelles en milieu urbain.

Contandriopoulos, A. P., Chan
préparer une recherche. *Le*
l'Université de Montréal.

Craik, J. (1995). Are There Cu
3, numéro 2, 87-98.

Craik, J. (1997). The Culture o
Transformations of Travel a

Daigle, P., & Maheu, B. (19
Montréal, Univsersité du Qu

Demers, J. (1987). *Le développ
tourisme.*

Demers, J. (1990). *Le tourisme
tourisme, Québec.*

Fabrizio, C. (1997). Éloge de la

Faucheur, P. (1994). Mise en
Cherbuy (Ed.), *Tourisme et*
éditions touristiques européennes

Ferrario, F. F. (1979 a). The Ev
I. *Journal of Travel Research*

Ferrario, F. F. (1979 b). The
Journal of Travel Research,

Gearing, C. E., Swart, W. W.
Attractiveness. *Journal of Tr*

Germain, A. (1992). Du patrim
Le patrimoine, atout du d
organisé dans le cadre des «
Lyon, France, les 3 et 4 déc.
ou divergences?] (pp. 31-36)

- Contandriopoulos, A. P., Champagne, F., Potvin, L., Denis, J. L. , & Boyle, P. (1990). *Savoir préparer une recherche. La définir, la structurer, la financer.* Montréal, Les presses de l'Université de Montréal.
- Craik, J. (1995). Are There Cultural Limits to Tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 3, numéro 2, 87-98.
- Craik, J. (1997). The Culture of Tourism. Dans Rojek, C., & J. Urry (Eds.), *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory* (pp. 113-136). London: Routledge.
- Daigle, P., & Maheu, B. (1998). *Tourisme et culture en ville, une affaire de créativité.* Montréal, Univsersité du Québec à Montréal: Chaire de tourisme de Montréal.
- Demers, J. (1987). *Le développement touristique: Notions et principes.* Québec: Ministère du tourisme.
- Demers, J. (1990). *Le tourisme dans notre économie.* Institut nord-américain de recherche en tourisme, Québec.
- Fabrizio, C. (1997). Éloge de la diversité. *Le Courier de l'Unesco*, septembre 1997.
- Faucheur, P. (1994). Mise en valeur du patrimoine et aménagement du territoire. Dans C. Cherbuy (Éd.), *Tourisme et Culture*, coll. Les Cahiers espaces, 37 (pp. 174-177). Paris: Les éditions touristiques européennes.
- Ferrario, F. F. (1979 a). The Evaluation of Tourist Resources: An Applied Methodology: Part I. *Journal of Travel Research*, vol. 17, n^o m^o 3, 18-22.
- Ferrario, F. F. (1979 b). The Evaluation of Tourist Resources: An Applied Methodology. *Journal of Travel Research*, vol. 17, numéro 4, 24-30.
- Gearing, C. E., Swart, W. W., & Var, T. (1974). Establishing a Measure of Touristic Attractiveness. *Journal of Travel Research*, vol. 12, numéro 4 (printemps), 1-8.
- Germain, A. (1992). Du patrimoine architectural au patrimoine urbain. Dans R. Neyret (Éd.), *Le patrimoine, atout du développement* [Extraits d'exposés présentés à un colloque organisé dans le cadre des « Quatrièmes Entretiens » du Centre Jacques Cartier et tenu à Lyon, France, les 3 et 4 déc. 1991 sur le thème: Patrimoine et développement: connivences ou divergences?] (pp. 31-36). Lyon: Presses universitaires de Lyon.

- Gilbert, D. C. (1990). Conceptual issues in the meaning of tourism. Dans C. P. Cooper (Éd.), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management* (Vol. 2) (pp. 4-27). London: Belhaven Press.
- Gobel, P. (1992). *Regional Analysis of Tourism Potential: An Application to Michigan Counties*, Unpublished master's thesis, Michigan State University.
- Goodrich, J. N. (1978). The Relationship Between Preferences for and Perceptions of Vacation Destinations: Application of a Choice Model. *Journal of Travel Research*, vol. 17, numéro 2, automne 1978, 8-13.
- Guesnier, B. (1996). Le patrimoine, une valorisation touristique à haut risque: De la démarche prospective appliquée à la valorisation du patrimoine. Dans P. Mallon (Éd.), *Prospective et tourisme*, coll. Les Cahiers Espaces (pp. 122-132). Paris: Les éditions touristiques européennes.
- Gunn, C. A. (1972). *Vacationscape: Designing Tourist Regions*. Austin, Bureau of Business Research: University of Texas.
- Gunn, C. A. (1982 a). *Tourism Developement Potential in Canada: A Revised Approach to Destinations and Current Status*. Ottawa: Canadian Gouvernement Office of Tourism.
- Gunn, C. A. (1982 b). *Proposition de méthodologie pour déterminer le potentiel de développement des zones de destination touristique au Canada*. Ottawa: l'Office de tourisme du Canada.
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning: basics, concepts, cases*. 3rd edition. Washington D. C.: Taylor & Francis.
- Hinch, T. D. (1996). Urban Tourism: Perspectives on Sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 4, numéro 2, 95-110.
- Hu, Y., & Brent Ritchie, J. R. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, vol. 32, numéro 2, 25-34.
- Jafari, J. (1988). Le système du touriste: modèles socio-culturels en vue d'applications théoriques et pratiques. *Loisir et Société*, vol. 11, numéro 1, printemps 1988, 59-80.
- Jansen-Verbeke, M. (1996). Cultural Tourism in the 21st. Century. *World Leisure and Recreation*, vol. 38, numéro 1, 6-11.
- Kalman, H. (1979). *Évaluation des bâtiments historiques*. Parcs Canada.

- L'Allier, J.-P. (1993 a). Défis et avenir d'une ville du patrimoine mondial. *Forces*, numéro 102, 12-17.
- L'Allier, J.-P. (1993 b). Réflexions sur Québec et le tourisme. *Téoros*, vol. 12, numéro 1, mars 1993, 51-52.
- Lanquar, R. (1994). Articuler le couple tourisme-culture. Dans C. Cherbuy (Éd.), *Tourisme et Culture*, coll. Les Cahiers espaces, 37 (pp. 46-54). Paris: Les éditions touristiques européennes.
- Laplante, M. (1985). *L'évaluation des attractions touristiques au Québec: éléments de méthodologie*. UQAM: Centre de recherche en gestion et Département d'études urbaines.
- Laplante, M. (1992). Le patrimoine en tant qu'attraction touristique: histoire, possibilités et limites. Dans R. Neyret (Éd.), *Le patrimoine, atout du développement* [Extraits d'exposés présentés à un colloque organisé dans le cadre des « Quatrièmes Entretiens » du Centre Jacques Cartier et tenu à Lyon, France, les 3 et 4 déc. 1991 sur le thème: Patrimoine et développement: connivences ou divergences?] (pp. 49-61). Lyon: Presses universitaires de Lyon.
- Laplante, M. (1996). *L'expérience touristique contemporaine: fondements sociaux et culturels*. Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec.
- Laporte, P. (1965). *Livre blanc*. Québec: Ministère des Affaires culturelles.
- Laurin, C. (1978). *La politique québécoise du développement culturel, volume 1, Perspectives d'ensemble: de quelle culture s'agit-il?* Québec: Ministère des Affaires culturelles.
- Law, C. M. (1993). *Urban Tourism: Attracting Visitors to Large Cities*, Tourism, Leisure and Recreation Series, London: Mansell.
- Legendre-De koninck, H. (1991). Les villes du patrimoine mondial. Dans H. Dorion. *Cités souvenir, cités d'avenir: villes du patrimoine mondial*. Québec: Musée de la civilisation.
- Lew, A. A. (1987). A Framework of Tourist Attraction Research. *Annals of Tourism Research*, vol. 14, 553-575.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.

- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1984). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (4th ed.), New York: Grid.
- Ministère des Affaires culturelles. (1986). *Le Statut de bien culturel et ses effets*, Québec: Auteur {brochure sans pagination}.
- Ministère des Affaires culturelles. (1989). *Comment évaluer l'intérêt d'un bien culturel ou d'un territoire et l'opportunité de lui attribuer un statut juridique*. Québec: Auteur.
- Ministère des Affaires culturelles. [Liza Frula-Hébert] (1992), *La politique culturelle du Québec, notre culture, notre avenir*. Québec: Auteur, Direction des communications.
- Ministère de la culture et des communications. (1998). *Répertoire des biens culturels et arrondissements du Québec*. Québec: Auteur, Direction des interventions.
- Mottura, P. (1994). L'urbanisme culturel. Dans C. Cherbuy (Éd.), *Tourisme et Culture*, coll. Les Cahiers espaces, 37 (pp. 216-220). Paris: Les éditions touristiques européennes.
- Nuryanti, W. (1996). Heritage and Postmodern Tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 23, numéro 2, 249-260.
- Organisation mondiale du tourisme (OMT) (1999). *Annuaire des statistiques du tourisme*. 51^e éd., vol. 1. Madrid: L'Organisation.
- Patin, V. (1994). Peut-on encore parler de tourisme culturel? Dans C. Cherbuy (Éd.), *Tourisme et Culture*, coll. Les Cahiers espaces, 37 (pp. 30-33). Paris: Les éditions touristiques européennes.
- Pearce, D. (1989). *Tourist Development*, 2nd edition. New York: J. Wiley.
- Pearce, D. (1993). *Géographie du tourisme*. Paris: F. Nathan.
- Petit Robert I, Dictionnaire de la langue française* (1989). Paris: Dictionnaires Le Robert.
- Py, P. (1986). *Le tourisme, un phénomène économique*, coll.: Notes et études documentaires. Paris: La Documentation française.
- Ratnapala, L. (1997). Le tourisme culturel. *Nouvelles de l'O.V.P.M.*, numéro 11, septembre 1997, 3-6.
- Ritchie Brent, J. R., & Zins, M. (1978). Culture as Determinant of the Attractiveness of a Tourism Region. *Annals of Tourism Research*, vol. V, numéro 2, 252-267.

- Rizzardo, R. (1994). Tourisme culturel: un élément d'aménagement du territoire. Dans C. Cherbuy (Éd.), *Tourisme et Culture*, coll. Les Cahiers espaces, 37 (pp. 178-185). Paris: Les éditions touristiques européennes.
- Roederer, B. (1994). L'évolution de la demande en matière de tourisme culturel. Dans C. Cherbuy (Éd.), *Tourisme et Culture*, coll. Les Cahiers espaces, 37 (pp. 88-92). Paris: Les éditions touristiques européennes.
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, vol. 16, numéro 5, 361-365.
- Shaw, G., & Williams, A. M. (1994). *Critical Issues in Tourism*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Swarbrooke, J. (1995). *The Development and Management of Visitor Attraction*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Tourisme Québec et Tourisme Mauricie (2000). *Guide touristique officiel 2000-2001: Mauricie*, [brochure].
- Tourisme Québec (2000). *Le tourisme au Québec en 1998, une réalité économique importante*. Bibliothèque nationale du Québec.
- Tribe, J. (1997). The Indiscipline of Tourism. *Annals of Tourism Research*, vol. 24, 638-657.
- Var, T., Beck, R. A. D., & Loftus, P. (1977). Determination of touristic attractiveness of the touristic areas in British Colombia. *Journal of Travel Research*, vol. 15, numéro 3, 23-29.
- Viau, S. (1992). La tétralogie de Québec: capitale, patrimoine, culture et tourisme. Dans R. Neyret (Éd.), *Le patrimoine, atout du développement* [Extraits d'exposés présentés à un colloque organisé dans le cadre des « Quatrièmes Entretiens » du Centre Jacques Cartier et tenu à Lyon, France, les 3 et 4 déc. 1991 sur le thème: Patrimoine et développement: connivences ou divergences?] (pp. 115-125). Lyon: Presses universitaires de Lyon.
- Ville de Québec (1995), *Québec, une ville du patrimoine mondial*, [brochure].
- Wilk, M. B. (1984). *Trois-Rivières profil d'une métropole*, Statistique Canada.
- Yale, P. (1992). *From Tourist Attractions to Heritage Tourism*. London: ELM Publications.

APPENDICES

APPENDICE A

Définitions d'éléments ambivalents du patrimoine

Bien culturel:

Une oeuvre d'art, un bien historique, un monument ou un site historique, un bien ou un site archéologique, une oeuvre cinématographique, audiovisuelle, photographique, radiophonique ou télévisuelle.

Oeuvre d'art:

Un bien meuble ou immeuble dont la conservation présente d'un point de vue esthétique un intérêt public.

Bien historique:

Tout manuscrit, imprimé, document audiovisuel ou objet façonné dont la conservation
• présente un intérêt historique, à l'exclusion d'un immeuble.

Monument historique:

Immeuble qui présente un intérêt historique par son utilisation ou son architecture.

Site historique:

Un lieu où se sont déroulés des événements ayant marqué l'histoire du Québec ou une aire renfermant des biens ou des monuments historiques.

Bien archéologique:

Tout meuble ou immeuble témoignant de l'occupation humaine préhistorique ou historique.

Site archéologique:

Lieu où se trouvent des biens archéologiques.

Arrondissement historique:

Un territoire, une municipalité ou une partie d'une municipalité désignés comme tel par le Gouvernement en raison de la concentration de monuments ou de sites historiques qu'on y trouve.

Arrondissement naturel:

Un territoire, une municipalité ou une partie d'une municipalité désignés comme tel par le Gouvernement en raison de l'intérêt esthétique, légendaire ou pittoresque que présente son harmonie naturelle.

Aire de protection:

Une aire environnant un monument historique classé dont le périmètre est déterminé par le Ministre.

Site du patrimoine:

Lieu où se trouvent des biens culturels immobiliers et dans lequel le paysage architectural présente un intérêt d'ordre esthétique ou historique.

Source: Ministère des Affaires culturelles. (1986). *Le Statut de bien culturel et ses effets*, Québec: Auteur [brochure sans pagination].

APPENDICE B

Intervalles descriptifs: intervalles-éléments et intervalles-cotes

INTERVALLES DESCRIPTIFS

Les variables de la grille d'évaluation sont pourvues d'indicateurs et d'intervalles descriptifs. Pour évaluer selon les variables, il faut tenir compte des indicateurs qui leur sont rattachés. Puis, dans plusieurs cas, il faut tenir compte des intervalles descriptifs qui sont reliés aux indicateurs. Les intervalles ont pour but de faciliter l'évaluation selon les variables en les balisant là où la subjectivité risquerait d'être trop grande. Il existe deux types d'intervalles descriptifs liés aux indicateurs eux-mêmes liés aux variables. Nous les appelons les **intervalles-éléments** et les **intervalles-cotes**. Bref, il est important de différencier les deux types d'intervalles descriptifs, car ils agissent différemment lors de l'évaluation.

Intervalles-éléments

Des intervalles-éléments sont rattachés à certaines variables. Pour qu'une valeur de potentiel touristique soit attribuée en fonction de ces variables lors de l'évaluation, il faut qu'il y ait présence de ces intervalles-éléments au monument historique étudié ou dans son milieu environnant. Il peut y avoir présence de plusieurs intervalles-éléments ou d'un seul intervalle-élément. En ce qui concerne la pondération accordée aux variables par rapport à ces intervalles-éléments, il est à noter que ce ne sont pas les intervalles-éléments en tant que tels qui sont pondérés. Finalement, c'est le chapitre 4 qui fait davantage la lumière sur la méthode de pondération utilisée.

Intervalles-cotes

Des intervalles-cotes sont rattachés à certaines variables. Une valeur de potentiel touristique est obligatoirement attribuée en fonction de ces variables lors de l'évaluation, sauf que la valeur varie relativement à l'intervalle-cote choisi. Le choix d'un tel intervalle est basé sur les caractéristiques les plus représentatives d'un monument historique étudié ou de son

milieu environnant. Ces intervalles-cotes sont pondérés, certains ont une grande valeur et d'autres une petite valeur. En fonction de l'intervalle-cote sélectionné, la valeur du potentiel touristique selon cette variable sera supérieure ou moindre.

APPENDICE C
Identification des juges

Juges	Spécialisations
# 1	France Lessard Chargée de projet, développement touristique, Office du tourisme et des congrès de la Communauté urbain de Québec, spécialité: tourisme
# 2	Jean-Marie Girardville Président et directeur général de l'Association des plus beaux villages du Québec et ex-directeur adjoint de la direction du service de la recherche et du développement de Tourisme Québec, spécialité: tourisme
# 3	Jacques Demers Professeur associé à l'Université du Québec à Trois-Rivières et ex-sous-ministre de Tourisme Québec, spécialité: tourisme
# 4	François de Grandpré Professeur au département de tourisme, loisir et culture, Université du Québec à Trois-Rivières, spécialité: tourisme.
# 5	Gérald Grandmont Sous-ministre adjoint, Ministère de la culture et des communications, spécialité: culture
# 6	Yvon Forgue Directeur de l'économusée Salaberry-de-Valleyfield, spécialité: tourisme et culture
# 7	Michel De la Durantaye Professeur au département de tourisme, loisir et culture, Université du Québec à Trois-Rivières, spécialité: culture.
# 8	Marc Laplante Professeur retraité du Département des études urbaines de l'Université du Québec à Montréal et consultant en tourisme, spécialité: tourisme.

APPENDICE D**Évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain**
(envoi fait aux juges)

Québec, le 23 juin 2000

Madame,
Monsieur,

Je tiens tout d'abord à vous remercier d'avoir accepté de contribuer à la validation de ma grille d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. En réalité, pour mener à terme mon mémoire de maîtrise, il me faut solliciter le concours de « juges » possédant des connaissances dans le domaine du tourisme et de la culture. C'est pourquoi votre participation est essentielle pour la poursuite de mon travail.

Vous trouverez donc ci-joint le document de validation de ma grille d'évaluation. Celui-ci est séparé en trois parties. En ce qui concerne la première partie, elle expose le problème à l'étude. Pour ce qui est de la deuxième partie, elle nécessite une intervention de votre part. En fait, il vous sera demandé d'évaluer la pertinence des variables et des indicateurs choisis pour évaluer le potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. Quant à la troisième partie, elle requiert une dernière fois votre participation. Cette fois-ci, il vous sera demandé de donner une valeur d'importance (sur une échelle de 1 à 10) à chacune des variables utilisées pour l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. En résumé, votre contribution est requise pour les deux dernières parties. Les instructions sont données au début de chacune de ces deux parties. Vous devez remplir les grilles et les retourner dans l'enveloppe préadressée et préaffranchie. Finalement, je vous ferai parvenir un résumé des résultats suivant la parution du mémoire qui sous-tend ce document.

Je vous serais reconnaissante de bien vouloir retourner le document une fois rempli, si possible avant le 1^{er} août 2000. Si vous avez des questions n'hésitez pas à me contacter. Je vous donne mon numéro de téléphone valide jusqu'au 1^{er} juillet: (514) 527-7102. Étant donné que je déménage le 1^{er} juillet, je vous laisse le numéro de téléphone de mes parents. Ils seront à même de vous faire part de mon nouveau numéro après le 1^{er} juillet (418) 662-3087.

Veuillez recevoir, Madame, Monsieur, l'expression de mes salutations les plus cordiales.

Annick Moreau
bongo1@globetrotter.net

1^{ère} Partie

La Problématique

Ce n'est plus un secret pour personne que le tourisme est en voie de devenir l'industrie la plus importante dans le monde¹. Depuis plusieurs années, la croissance du tourisme à l'échelle mondiale connaît un développement extraordinaire. Par exemple, le nombre de touristes ne cesse d'augmenter². De 25 282 000 arrivées de touristes internationaux en 1950, ce nombre est passé à 625 236 000 arrivées en 1998. Véritablement, l'augmentation de l'espérance de vie, des revenus, du temps de retraite, de la connaissance du phénomène du tourisme, ainsi que l'augmentation de l'accessibilité à ce phénomène sont à la base de la popularité grandissante du tourisme³.

Le terme « tourisme » n'est plus le seul terme utilisé. La famille terminologique s'est agrandie. Il est maintenant question d'agrotourisme, de cyclotourisme, d'écotourisme, de tourisme d'aventure, de tourisme religieux. Le tourisme dit « culturel » a également fait son apparition dans la grande famille terminologique du tourisme⁴. Celui-ci représente un segment de marché en croissance pour l'industrie touristique. Toutefois, il est difficile d'avancer des chiffres permettant de visualiser l'ampleur du phénomène. En effet, le tourisme culturel est encore difficilement quantifiable⁵.

Qui plus est, le tourisme culturel est laborieusement définissable; il existe autant de définitions que d'auteurs qui ont étudié le sujet. Néanmoins, il peut se définir simplement comme étant:

un contact plus ou moins intense, lors d'un voyage, avec la personnalité d'une collectivité et ses différentes formes d'expression. Il fait appel à l'imagination créatrice des individus, à leur esprit d'ouverture et à leur sens de l'aventure: il repose sur la qualité des liens qui s'établissent entre le visiteur et l'attrait culturel, et sur leur désir de partager⁶.

Parmi les différentes destinations touristiques proposées aux touristes se trouve les milieux urbains. Ces derniers sont intéressants pour le tourisme, car il est possible d'y retrouver une concentration et une grande variété d'attractions, de services et d'infrastructures sur un territoire restreint⁷. De plus, les milieux urbains sont des secteurs d'intervention propre au tourisme culturel⁸. En effet, ils sont pourvus de plusieurs attractions culturelles (ressources

¹ Ratnapala, L. (1997). Le tourisme culturel. *Nouvelles de l'O.V.P.M.*, numéro 11, septembre 1997, p. 3.

² Tourisme Québec (2000). *Le tourisme au Québec en 1998: Une réalité économique importante*. Tourisme Québec, p. 13.

³ Ratnapala, L. (1997). *op. cit.*, p. 3.

⁴ Patin, V. (1994). Peut-on encore parler de tourisme culturel? Dans C. Cherbuy (Éd.), *Tourisme et Culture*, coll. Les Cahiers espaces, 37 (pp. 30-33). Paris: Les éditions touristiques européennes, p. 30.

⁵ Daigle, P., & Maheu, B. (1998). *Tourisme et culture en ville, une affaire de créativité*. Montréal, Université du Québec à Montréal: Chaire de tourisme de Montréal, p. 3-4.

⁶ *Ibid.*, p. 1.

⁷ Pearce, D. (1993). *Géographie du tourisme*. Paris: F. Nathan, p. 274.

⁸ Mottura, P. (1994). L'urbanisme culturel. Dans C. Cherbuy (Éd.), *Tourisme et Culture*, coll. Les Cahiers espaces, 37 (pp. 216-220). Paris: Les éditions touristiques européennes, p. 216.

culturelles) présentant la culture du visité au visiteur en quête d'expériences touristiques axées sur la culture.

Pour tirer profit de la croissance du tourisme culturel, les milieux urbains doivent bien connaître leurs ressources culturelles; ils doivent savoir si elles ont un potentiel touristique et s'il y a possibilité de développement touristique pour ces ressources. Cependant, il y a méconnaissance au niveau de ce potentiel, car « en milieu urbain, les services culturels des villes sont encore peu tournés vers l'idée que le potentiel culturel d'une agglomération urbaine doive aussi être l'objet d'un tourisme [...] »⁹. En fait, il est souvent question que le tourisme et la culture aient tendance à se bouder, voire à s'ignorer l'un et l'autre¹⁰. Néanmoins, une volonté d'unir le tourisme et la culture se fait de plus en plus sentir autant au niveau du secteur touristique qu'au niveau du secteur culturel.

Ce qui a suscité l'intérêt pour la recherche, c'est donc la méconnaissance du potentiel touristique des ressources culturelles en milieu urbain. Ainsi, en vue d'apporter notre contribution au travail de rapprochement du secteur touristique et culturel, nous nous intéressons à l'étude de ce potentiel. La tâche étant vaste, en vertu de la multitude de ressources culturelles se trouvant dans ce milieu, nous avons choisi de limiter notre étude à un seul type de ressources culturelles, soit les monuments historiques¹¹. Bien entendu, en cantonnant notre étude aux seuls monuments historiques, nous réduisons l'impact de cette recherche. À cet effet, elle ne permet pas à un milieu urbain étudié d'obtenir les données nécessaires à la connaissance de toutes ses ressources culturelles, c'est-à-dire de leur potentiel touristique. Cependant, elle sert de point de départ pour des recherches ultérieures sur les autres ressources culturelles se trouvant en milieu urbain, des recherches qui permettraient à ce milieu urbain d'avoir une meilleure connaissance de ses atouts culturels possédant un potentiel touristique.

L'objectif de la présente recherche est donc d'élaborer une grille d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain.

Il importe, avant de continuer, de bien définir ce que nous entendons par **potentiel touristique** et par **monument historique**. Tout d'abord, au sein de cette recherche, lorsqu'il est question de **potentiel touristique** des monuments historiques en milieu urbain, il s'agit de la possibilité qu'ont les monuments historiques d'attirer les touristes (culturels). Par le fait même, il s'agit de la possibilité qu'ont les monuments d'offrir des expériences touristiques axées sur la culture.

⁹ Rizzardo, R. (1994). Tourisme culturel: un élément d'aménagement du territoire. Dans C. Cherbuy (Éd.), *Tourisme et Culture*, coll. Les Cahiers espaces, 37 (pp. 178-185). Paris: Les éditions touristiques européennes, p. 84.

¹⁰ Viau, S. (1992). La tétralogie de Québec: capitale, patrimoine, culture et tourisme. Dans R. Neyret (Éd.), *Le patrimoine, atout du développement* [Extraits d'exposés présentés à un colloque organisé dans le cadre des « Quatrièmes Entretiens » du Centre Jacques Cartier et tenu à Lyon, France, les 3 et 4 déc. 1991 sur le thème: Patrimoine et développement: connivences ou divergences?] (pp. 115-125). Lyon: Presses universitaires de Lyon, p. 120.

¹¹ La définition d'un monument historique sera donnée un peu plus loin.

Puis, dans cette recherche, lorsqu'il est question de **monument historique**, il s'agit d'un: « immeuble qui représente un intérêt historique par son utilisation ou son architecture »¹², Cette définition provient du Ministère de la culture et des communications. Toutefois, pour être en mesure de reconnaître les immeubles représentant un intérêt historique, nous nous limiterons à ceux classés, reconnus ou cités par ce Ministère, en vertu de la Loi sur les biens culturels (L.R.Q., chapitre B-4), lors de l'évaluation du potentiel touristique. Ainsi, les monuments historiques pourvus d'un des trois statuts (classement, reconnaissance, citation), nous assure de leur intérêt historique.

Notre revue de littérature ne nous a pas permis de découvrir une méthode d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques déjà existante. En réalité, les études répertoriées pour la revue de littérature traitent de méthodes d'évaluation de potentiel touristique de régions touristiques et de destinations touristiques; de méthodes d'évaluation d'attractions touristiques; de méthodes d'évaluation de monuments historiques en vue de leur attribuer un statut juridique; de principes de planification et de développement touristique. En résumé, à notre connaissance, aucune méthode n'aborde spécifiquement l'évaluation du potentiel touristique de ressources culturelles et encore moins de celle des monuments historiques en milieu urbain.

En revanche, ce que la revue de littérature nous apporte, c'est le moyen de construire une grille d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain, à l'aide de variables présentées dans les autres méthodes d'évaluation. Certaines variables originales font également leur apparition dans la grille. En outre, la revue de littérature nous fournit les éléments permettant d'établir une structure balisant le choix des variables, soit un cadre d'analyse (voir figure 1).

Le cadre d'analyse utilisé pour cette recherche est constitué de trois valeurs: **valeur touristique intrinsèque**, **valeur touristique ajoutée**, **valeur touristique extrinsèque**. C'est la somme de ces trois valeurs qui détermine la mesure du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. En bref, la **valeur touristique intrinsèque** découle des qualités intrinsèques des monuments historiques, des qualités pouvant les rendre attrayants aux yeux des touristes. Puis, la **valeur touristique ajoutée** provient des ajouts intentionnels faits aux monuments historiques pour les rendre attrayants aux yeux des touristes. Enfin, la **valeur touristique extrinsèque** résulte de tout ce qui est extérieur aux monuments historiques, tout ce qui est en dehors de leur contrôle, mais qui peut influencer l'attraction des touristes envers ces monuments.

En terminant, afin de bien comprendre les différentes étapes de la recherche en cours, il semble important de schématiser l'ensemble du processus de recherche (voir figure 1).

¹² Ministère des Affaires culturelles. (1986). *Le Statut de bien culturel et ses effets*, Québec: Auteur [brochure sans pagination].

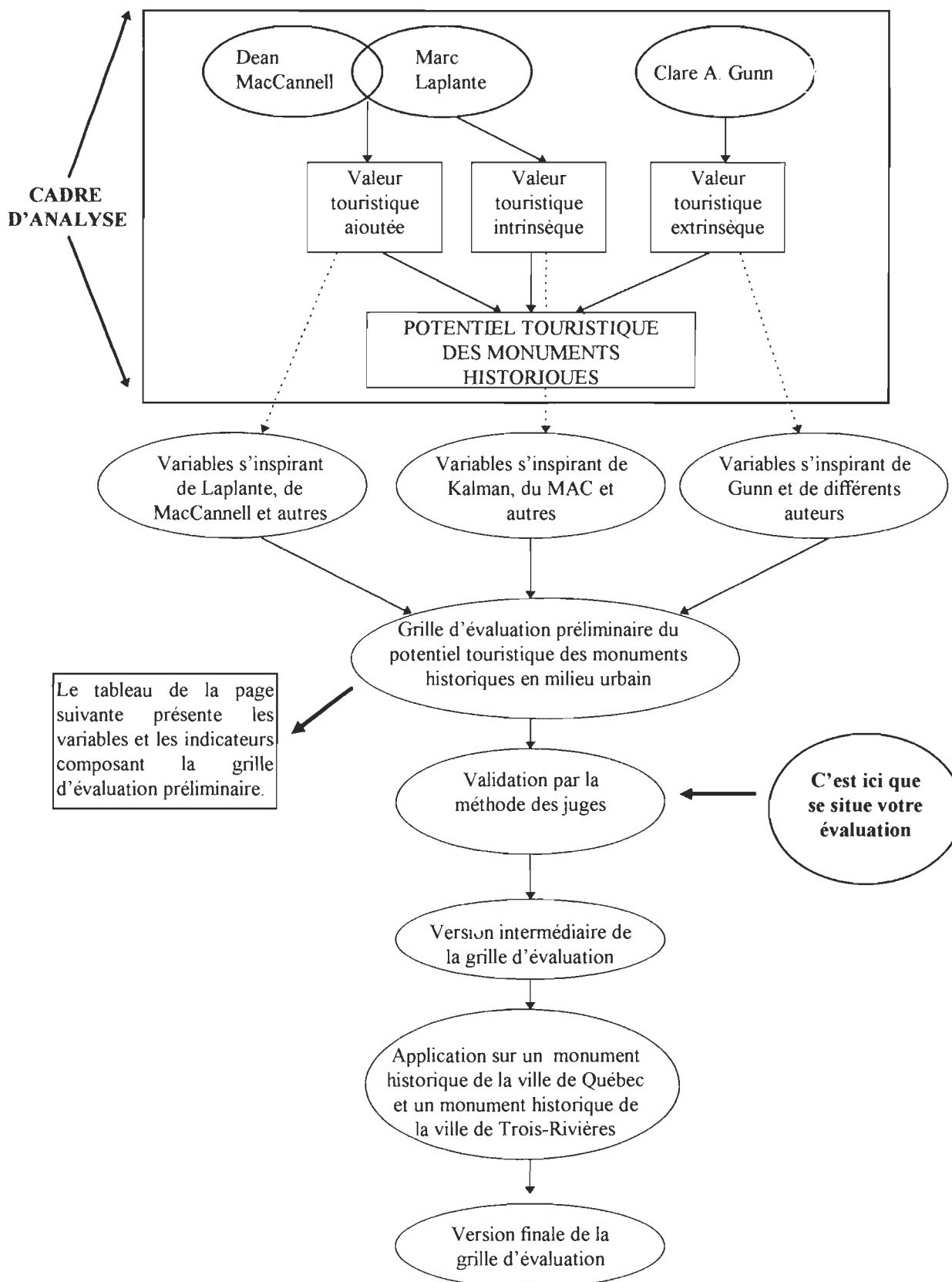


Figure 1: Modélisation de l'ensemble de la recherche

Tableau 1: Synthèse des variables et indicateurs utilisés dans l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain.

VALEUR TOURISTIQUE INTRINSÈQUE	
Variables	Indicateurs
1. Datation du monument historique (Kalman, 1979; Ministère des Affaires culturelles, 1989) <ul style="list-style-type: none"> • Âge d'un monument historique fixé par rapport à la date du début des travaux de construction. 1.1 Âge du monument historique (Kalman, 1979; Ministère des Affaires culturelles, 1989)	1.1 Âge d'un monument historique par rapport à différents intervalles de temps (1600 à aujourd'hui).
2. Histoire (Kalman, 1979; Ministère des Affaires culturelles, 1989) <ul style="list-style-type: none"> • Histoire reliée au monument historique. 2.1 Personnalité ou autres, associé au monument historique (Kalman, 1979; Ministère des Affaires culturelles, 1989) 2.2 Événement historique associé au monument historique (Kalman, 1979; Ministère des Affaires culturelles, 1989) 2.3 Contexte historique associé au monument historique (Kalman, 1979; Ministère des Affaires culturelles, 1989)	2.1 Monument historique associé à la vie ou aux activités d'une personne, d'un groupe, d'une organisation ou d'une institution ayant spécialement contribué à la vie de la localité, de la province ou de la nation. 2.2 Monument historique associé à un événement marquant dans la vie de la localité, de la province ou de la nation. 2.3 Monument historique associé aux grands courants de l'histoire culturelle, sociale, politique, militaire, économique ou industrielle et l'illustrant particulièrement.
3. Titre de propriété <ul style="list-style-type: none"> • La corporation qui gère le monument historique est propriétaire de biens. 3.1 Propriété foncière (Moreau, 2000) 3.2 Propriété mobilière et autres (Ministère de la culture et des communications, 1997)	3.1 La corporation qui gère le monument historique est propriétaire d'un terrain entourant le monument historique. 3.2 La corporation est propriétaire de meubles ou d'objets qui ont également une valeur historique ou artistique.
4. Superficie <ul style="list-style-type: none"> • Superficie du monument historique. 4.1 Superficie totale du monument historique (Moreau, 2000)	4.1 Il s'agit de la superficie totale en mètre carré du monument historique (incluant la propriété foncière).

VALEUR TOURISTIQUE AJOUTÉE	
Variables	Indicateurs
<p>5. Mise en valeur du monument historique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en valeur de l'intérieur et de l'extérieur immédiat du monument historique. <p>5.1 Mise en valeur nominative (Laplante, 1985) 5.2 Mise en valeur explicative (Laplante, 1985) 5.3 Mise en valeur incitative (Laplante, 1985) 5.4 Mise en valeur esthétique (Laplante, 1985) 5.5 Mise en valeur par l'apport d'objets de valeur (Laplante, 1985) 5.6 Mise en valeur par l'offre de services complémentaires (Gunn, 1994) 5.7 Mise en valeur en fonction de l'accessibilité du public au monument historique (Ferrario, 1979)</p> <p>1.7.1 Saisonnalité (Ferrario, 1979) 1.7.2 Durée de la visite (Moreau, 2000) 1.7.3 Modalité d'entrée au monument historique (Ferrario, 1979)</p> <p>6. Mise en marché du monument historique (Laplante, 1985)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en marché extérieure du monument historique. <p>6.1 Mise en marché à long terme (Moreau, 2000) 6.2 Mise en marché à court terme (Moreau, 2000)</p>	<p>5.1 Présence d'objets permettant d'identifier le monument historique. 5.2 Présence d'objets favorisant la visite du monument historique, racontant des choses à propos du monument. 5.3 Présence d'objets incitant à une connaissance plus approfondie du monument historique, à participer à la culture du visité. 5.4 Présence d'objets visant à accentuer l'esthétique du monument historique. 5.5 Présence d'objets de valeur, empruntés par la corporation qui gère le monument historique, pour rehausser le monument. 5.6 Présence de services au monument historique. 5.7 Ouverture du monument historique.</p> <p>5.7.1 Période d'ouverture du monument historique durant l'année. 5.7.2 Temps requis pour visiter le monument historique 5.7.3 Présence ou absence de frais d'entrée au monument historique.</p> <p>6.1 Production de biens durables. 6.2 Production de biens ponctuels.</p>

VALEUR TOURISTIQUE EXTRINSEQUE	
Variables	Indicateurs
<p>7. Situation (Moreau, 2000)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emplacement du monument historique. <p>7.1 Situation par rapport à des lieux d'importance historique (Ministère de la culture et des communications, 1997)</p>	7.1 Lien entre le monument historique et un site ou un arrondissement historique

Variables	Indicateurs
<p>8. Attractions touristiques (Gearing et collaborateurs, 1974; Var et collaborateurs, 1977; Goodrich, 1978; Ritchie et Zins, 1978; Gobel, 1992, Hu et Ritchie, 1993)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Attractions touristiques à proximité du monument historique. <p>8.1 Regroupement d'attractions (Gunn, 1994)</p> <p>8.2 Type d'attractions à proximité du monument historique (Moreau, 2000)</p> <p>8.3 Renommée des attractions (Moreau, 2000)</p>	<p>8.1 Regroupement d'attractions touristiques dans un rayon de 500 m du monument historique</p> <p>8.2 Type d'attractions dans un rayon de 500 m du monument historique.</p> <p>8.3 Renommée des attractions situées dans un rayon de 500 m du monument historique</p>
<p>9. Événements (Gearing et collaborateurs, 1974; Var et collaborateurs, 1977, Gobel, 1992; Hu et Ritchie 1993)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Événements à proximité des monuments historiques. <p>9.1 Événements récurrents (Moreau, 2000)</p> <p>9.2 Types d'événements à proximité du monument historique (Moreau, 2000)</p> <p>9.3 Lien entre les événements et le monument historique (Moreau, 2000)</p> <p>9.4 Renommée des événements récurrents (Moreau, 2000)</p>	<p>9.1 Événements récurrents dans un rayon de 500 m du monument historique.</p> <p>9.2 Types d'événements dans un rayon de 500 m du monument historique</p> <p>9.3 Lien entre les événements et l'histoire du monument historique étudié.</p> <p>9.4 Renommée des événements récurrents situés dans un rayon de 500 m du monument historique.</p>
<p>10. Services (Gearing et collaborateurs, 1974; Var et collaborateurs, 1977; Goodrich, 1978; Ritchie et Zins, 1978; Gobel, 1992, Hu et Ritchie, 1993)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présence de services dans un rayon de 500 m du monument historique. <p>10.1 Restauration (<i>idem</i>)</p> <p>10.2 Hébergement (<i>idem</i>)</p> <p>10.3 Magasins (<i>idem</i>)</p> <p>10.4 Divertissement (<i>idem</i>)</p>	<p>10.1 Présence de lieux, où il est possible de se restaurer, dans un rayon de 500 m du monument historique.</p> <p>10.2 Présence de lieux, où il est possible d'être hébergé, dans un rayon de 500 m du monument historique.</p> <p>10.3 Présence de lieux, où il est possible de faire des achats, dans un rayon de 500 m du monument historique.</p> <p>10.4 Présence de lieux, où il est possible de se divertir, dans un rayon de 500 m du monument historique.</p>
<p>11. Accessibilité (Ritchie et Zins, 1978; Ferrario, 1979; Gobel, 1992; Hu et Ritchie, 1993; Gunn, 1994)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilité que le touriste a pour se rendre au monument historique. <p>11.1 Accessibilité en fonction des moyens de transport (Gunn, 1994)</p> <p>11.2 Accessibilité en fonction du réseau routier (Moreau, 2000)</p> <p>11.3 Accessibilité en fonction du centre-ville (Moreau, 2000)</p>	<p>11.1 Monument historique accessible en voiture, en autobus, en vélo, à pieds.</p> <p>11.2 Monument historique situé à la proximité d'une autoroute, d'une route principale, d'une route secondaire.</p> <p>11.3 Distance entre le monument historique et le centre-ville.</p>

2^e Partie

L'évaluation de la pertinence des variables et des indicateurs pour l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain.

Dans cette partie, nous présenterons une grille d'évaluation des variables et des indicateurs, de valeur touristique intrinsèque, ajoutée et extrinsèque, que nous avons retenus à la suite de la revue de littérature exhaustive en vue d'évaluer le potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain.

Cette grille se compose de quatre colonnes. La première colonne est consacrée aux catégories de variables avec leurs explications, ainsi qu'à une énumération des variables, des indicateurs et des intervalles de mesure à évaluer. En ce qui concerne la troisième et la quatrième colonne, elles vous permettent de cocher (oui ou non) selon que vous trouvez ou non pertinents les éléments à évaluer. Finalement, dans la dernière colonne, un espace est laissé pour indiquer vos remarques, commentaires ou suggestions. Il est à noter qu'il n'y a rien à écrire dans les parties ombragées de la grille d'évaluation.

La forme de la grille d'évaluation est la suivante:

VALEUR TOURISTIQUE INTRINSÈQUE				
	Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
1. Datation du monument historique				
• Âge d'un monument historique fixé par rapport à la date de début des travaux de construction				
1.1 Âge du monument historique ¹³				
1.1 Âge d'un monument historique par rapport à différents intervalles de temps (1600 à aujourd'hui)				
⇒ Construit entre les dates 1600 à 1700				
⇒ Construit entre les dates 1701 à 1800				
⇒ Construit entre les dates 1801 à 1900				
⇒ Construit après la date 1901				

¹³ Il peut y avoir plus d'une variable dans une même catégorie.

Tableau 2: Évaluation de la pertinence des variables et des indicateurs pour l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain

VALEUR TOURISTIQUE INTRINSÈQUE			
Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
1. Datation du monument historique • Âge d'un monument historique fixé par rapport à la date du début des travaux de construction			
1.1 <i>Âge du monument historique</i>			
1.1.1 Âge d'un monument historique par rapport à différents intervalles de temps (1600 à aujourd'hui)			
⇒ Construit entre les dates 1600 à 1700			
⇒ Construit entre les dates 1701 à 1800			
⇒ Construit entre les dates 1801 à 1900			
⇒ Construit après la date 1901			

Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
2. Histoire • Histoire reliée au monument historique			
2.1 <i>Personnalité ou autres, associé au monument historique</i>			
2.1 Monument historique associé à la vie ou aux activités, d'une personne, d'un groupe, d'une organisation ou d'une institution ayant spécialement contribué à la vie de la localité, de la province ou de la nation			
⇒ Personnalité, groupe, etc., de première importance, intimement liés au monument historique			
⇒ Personnalité, groupe, etc., de première importance vaguement liés ou personnalité d'importance secondaire intimement liée au monument historique			
⇒ Personnalité, groupe, etc. d'importance secondaire, vaguement liés au monument historique			
⇒ Monument historique sans aucun lien avec personnalité importante ou groupe, etc			

Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
2.2 <i>Événement historique associé au monument historique</i>			
2.2 Monument historique associé à un événement marquant dans la vie de la localité, de la province ou de la nation			
⇒ Événement de première importance directement relié au monument historique			
⇒ Événement de première importance vaguement relié au monument historique ou événement d'importance secondaire directement relié au monument historique			
⇒ Événement secondaire directement relié au monument historique			
⇒ Monument historique sans aucune relation avec un événement important			
2.3 <i>Contexte historique associé au monument historique</i>			
2.3 Monument historique associé aux grands courants de l'histoire culturelle, sociale, politique, militaire, économique ou industrielle et l'illustrant particulièrement			
⇒ Tendances de première importance directement reliées au monument historique			
⇒ Tendances de première importance vaguement reliées ou tendances d'importance secondaire directement reliées au monument historique			
⇒ Tendances d'importance secondaire vaguement reliées au monument historique			
⇒ Monument historique sans aucune relation avec tendances importantes			

Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
3. Titre de propriété • La corporation qui gère le monument historique est propriétaire de biens			
<i>3.1 Propriété foncière</i>			
3.1 Il y a un terrain qui entoure le monument historique			
⇒ La corporation qui gère le monument est propriétaire du terrain			
⇒ Le terrain est accessible au public			
<i>3.2 Propriété mobilières et autres</i>			
3.2 La corporation est propriétaire de meubles ou d'objets qui ont également une valeur historique ou artistique			
⇒ Plus de 75 % de meubles ou d'objets ont une valeur historique ou artistique			
⇒ Entre 75 % et 50 % de meubles ou d'objets ont une valeur historique ou artistique			
⇒ Moins de 50 % de meubles ou d'objets ont une valeur artistique ou historique			
⇒ Aucun meuble ou objet n'ont une valeur artistique ou historique			

Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
4. Superficie • Superficie du monument historique			
<i>4.1 Superficie totale du monument historique</i>			
4.1 Il s'agit de la superficie totale en mètre carré du monument historique			
⇒ Plus de 1000 m ²			
⇒ 501 m ² à 1000 m ²			
⇒ 151 m ² à 500 m ²			
⇒ Moins de 150 m ²			

VALEUR TOURISTIQUE AJOUTÉE			
Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
5. Mise en valeur du monument historique • Mise en valeur de l'intérieur et de l'extérieur immédiat du monument historique			
5.1 Mise en valeur nominative			
5.1 Présence d'objets permettant d'identifier le monument historique			
⇒ Panneaux d'information qui indiquent la présence du monument historique			
⇒ Plaques avec le nom du monument historique			
⇒ Indications reliées à la circulation au monument historique: barrières, clôtures, portes d'entrées et de sorties indiquées, etc			
⇒ Produits-souvenirs, cartes postales			
⇒ Autres spécifiez: _____			
5.2 Mise en valeur explicative			
5.2 Présence d'objets ou d'installations favorisant la visite du monument historique, racontant des choses à propos du monument			
⇒ Panneaux et plans racontant l'histoire du monument historique			
⇒ Expositions permanentes			
⇒ Expositions temporaires			
⇒ Autres spécifiez: _____			

Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
5.3 <i>Mise en valeur incitative</i>			
5.3 Présence d'objets ou d'activités incitant à une connaissance plus approfondie du monument historique			
⇒ Multimédias			
⇒ Films			
⇒ Spectacles sons et lumières			
⇒ Tours guidés			
⇒ Activités au monument historique: animation, reconstitution			
⇒ Interactivité avec un micro-ordinateur			
⇒ Location d'appareils audios			
⇒ Autres spécifiez: _____			
5.4 <i>Mise en valeur esthétique</i>			
5.4 Présence d'objets visant à accentuer l'esthétique du monument historique			
⇒ Illumination, éclairages spéciaux			
⇒ Aménagements paysagers: pelouse, fleurs, arbustes			
⇒ Parcs: sentiers piétons, bancs, tables à pique-niques			
⇒ Autres spécifiez: _____			

Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
5.5 <i>Mise en valeur par l'apport d'objets de valeur</i>			
5.5 Présence d'objets de valeur, empruntés par la corporation qui gère le monument historique, pour rehausser le monument			
⇒ Objets de valeur n'appartenant pas à la corporation			
5.6 <i>Mise en valeur par l'offre de services complémentaires</i>			
5.6 Présence de services au monument historique			
⇒ Services de restauration			
⇒ Magasins de souvenirs			
⇒ Facilités sanitaires à l'intérieur ou à l'extérieur du monument historique			
⇒ Services de garde à l'enfance			
⇒ Aires de stationnements			
⇒ Autres spécifiez: _____			

Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
5.7 <i>Mise en valeur en fonction de l'accessibilité du monument historique au public</i>			
5.7 Ouverture du monument historique au public			
5.7.1 <i>Saisonnalité</i>			
5.7.1 Période d'ouverture du monument historique durant l'année			
⇒ Ouvert 6 mois et plus			
⇒ Ouvert 3 à 6 mois			
⇒ Ouvert 1 à 3 mois			
⇒ Ouvert moins d'un mois			
5.7.2 <i>Durée de la visite</i>			
5.7.2 Temps requis pour visiter le monument historique			
⇒ 3 heures et plus			
⇒ 2 à 3 heures			
⇒ 1 à 2 heures			
⇒ 1 heure et moins			
5.7.3 <i>Modalité d'entrée au monument historique</i>			
5.7.3 Présence ou absence de frais d'entrée au monument historique			
⇒ Frais d'entrée			

Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
6. Mise en marché du monument historique • Mise en marché extérieure du monument historique			
<i>6.1 Mise en marché à long terme</i>			
6.1 Production de biens durables			
⇒ Livres souvenirs, films promotionnels, posters, cartes, plans			
⇒ Livre-guides internationaux et nationaux			
⇒ Livre-guides régionaux et locaux			
⇒ Autres spécifiez: _____			
<i>6.2 Mise en marché à court terme</i>			
6.2 Production de biens ponctuels			
⇒ Annonces télévisées			
⇒ Annonces radiophoniques			
⇒ Annonces dans les journaux			
⇒ Dépliants promotionnels			
⇒ Autres spécifiez: _____			

VALEUR TOURISTIQUE EXTRINSEQUE			
Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
7. Situation • Emplacement du monument historique			
7.1 <i>Situation par rapport à des lieux d'importance historique</i>			
7.1 Lien entre le monument historique et un site ou un arrondissement historique			
⇒ Monument historique faisant partie d'un site historique ou d'un arrondissement historique			
8. Attractions touristiques ¹⁴ • Attractions touristiques à la proximité du monument historique			
8.1 <i>Regroupement d'attractions</i>			
8.1 Regroupement d'attractions touristiques dans un rayon de 500 m du monument historique			
⇒ Présence d'au moins une attraction dans un rayon de 500 m du monument historique			

¹⁴ Le concept d'attraction touristique inclut autant les attractions touristiques intérieures que celles extérieures; celles fabriquées par l'homme que celles naturelles; celles qui sont permanentes et situées à un endroit précis (site) que celles qui sont temporaires (événements). Bref, les événements sont des attractions touristiques. Toutefois, pour notre grille d'évaluation, nous avons choisi de traiter les attractions touristiques et les événements de façon distincte. C'est pourquoi une catégorie de variables « attractions touristiques » a été créée, de même qu'une catégorie de variables « événements ».

Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
8.2 <i>Type d'attractions</i>			
8.2 Type d'attractions dans un rayon de 500 m du monument historique			
⇒ Attractions culturelles			
⇒ Monuments historiques			
⇒ Musées			
⇒ Centres d'interprétation			
⇒ Sites archéologiques			
⇒ Théâtres			
⇒ Salles de spectacles			
⇒ Autres spécifiez: _____			
⇒ Autres attractions			
⇒ Parcs thématiques			
⇒ Zoos			
⇒ Aquariums			
⇒ Casinos			
⇒ Terrains de golf			
⇒ Jardins			
⇒ Autres spécifiez: _____			
8.3 <i>Renommée des attractions</i>			
8.3 Renommée des attractions situées dans un rayon de 500 m du monument historique			
⇒ Attractions renommées mondialement			
⇒ Attractions renommées au niveau national			
⇒ Attractions renommées au niveau régional et local			

Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
9. Événements • Événements à la proximité des monuments historiques.			
9.1 <i>Événements récurrents</i>			
9.1 Événements récurrents dans un rayon de 500 m du monument historique			
⇒ Présence d'au moins un événement récurrent dans un rayon de 500 m du monument historique			
9.2 <i>Types d'événements</i>			
9.2 Types d'événements dans un rayon de 500 m du monument historique			
⇒ Festivals			
⇒ Foires et expositions			
⇒ Cirques			
⇒ Autres spécifiez: _____			
9.3 <i>Lien entre les événements et le monument historique</i>			
9.3 Lien entre les événements et le monument historique étudié			
⇒ Événements liés au monument historique			

Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
<i>9.4 Renommée des événements récurrents</i>			
9.4 Renommée des événements récurrents situés dans un rayon de 500 m du monument historique			
⇒ Événements renommés mondialement			
⇒ Événements renommés au niveau national			
⇒ Événements renommés au niveau régional et local			
10. Services			
• Présence de services dans un rayon de 500 m du monument historique			
<i>10.1 Restauration</i>			
10.1 Présence de lieux où il est possible de se restaurer, dans un rayon de 500 m du monument historique			
⇒ Restaurants			
⇒ Casse-croûtes			
<i>10.2 Hébergement</i>			
10.2 Présence de lieux où il est possible d'être hébergé, dans un rayon de 500 m du monument historique			
⇒ Hôtels			
⇒ Motels			
⇒ Auberges de jeunesse			
⇒ Gîtes du passant			

Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
<i>10.3 Magasins</i>			
10.3 Présence de lieux où il est possible de faire des achats, dans un rayon de 500 m du monument historique			
⇒ Boutiques			
⇒ Centres commerciaux			
<i>10.4 Divertissement</i>			
10.4 Présence de lieux où il est possible de se divertir, dans un rayon de 500 m du monument historique			
⇒ Bars			
⇒ Cafés			
⇒ Clubs de nuit			
⇒ Cinémas			
⇒ Autres spécifiez: _____			

Variables et indicateurs	Oui	Non	Commentaires et suggestions
11. Accessibilité • Facilité que le touriste a pour se rendre au monument historique			
<i>11.1 Accessibilité en fonction des moyens de transport</i>			
11.1 Monument historique accessible en voiture, en autobus, en vélo, à pieds			
⇒ Tous les moyens de transport possible			
⇒ 3 moyens de transport possible			
⇒ 2 moyens de transport possible			
⇒ 1 moyen de transport possible			
<i>11.2 Accessibilité en fonction du réseau routier</i>			
11.2 Monument historique situé à proximité d'une: autoroute, route principale, route secondaire			
⇒ À proximité d'une autoroute			
⇒ À proximité d'une route principale			
⇒ À proximité d'une route secondaire			
⇒ Éloignée d'autoroute, de route principale et de route secondaire			
<i>11.3 Accessibilité en fonction du centre-ville</i>			
11.3 Distance entre le monument historique et le centre-ville			
⇒ Moins d'un km			
⇒ 1.5 km			
⇒ 2 km			
⇒ Plus de 2 km			

3^e Partie

Détermination de l'importance des variables pour l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain.

Tout aussi centrale que la partie précédente, celle-ci vise à déterminer l'importance des variables utilisées pour l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. Il vous sera demandé de donner une valeur d'importance, en encerclant un chiffre sur une échelle de 1 à 10, à chacune des variables présentées dans les pages subséquentes. Il est à noter que le chiffre 1 représente la valeur la **moins importante** et que le chiffre 10 représente la valeur la **plus importante**.

Par exemple (et cet exemple est purement fictif), selon l'évaluation de l'importance des deux variables qui suivent, il est vrai de dire que l'évaluateur a jugé que la *superficie totale du monument historique* est une variable assez importante pour l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain. Alors qu'il a considéré la variable de *mise en valeur esthétique* comme une variable très importante pour cette évaluation.

Variables	Échelle d'importance									
	Peu importante ↓				Essentielle ↓					
VALEUR TOURISTIQUE INTRINSEQUE										
Superficie totale du monument historique ¹⁵	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VALEUR TOURISTIQUE AJOUTÉE										
Mise en valeur esthétique	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Par le fait même, il est aussi vrai de dire que la variable de *mise en valeur esthétique* est considérée comme une variable plus importante que la *superficie totale du monument historique*, en ce qui concerne l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain.

Nous vous demandons donc de répondre à la question suivante: quelle importance doit être accordée à une variables dans l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain?

¹⁵ Les chiffres en gras indiquent les choix faits par l'évaluateur.

Tableau 3: Détermination de l'importance des variables pour l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain.

Variables	Pas importante ↓	Échelle d'importance									Essentielle ↓
VALEUR TOURISTIQUE INTRINSÈQUE											
1. Âge du monument historique	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
2. Personnalité ou autres, associé au monument historique	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
3. Événement historique associé au monument historique	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
4. Contexte historique associé au monument historique	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
5. Propriété foncière	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
6. Propriété mobilière et autres	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
7. Superficie totale du monument historique	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
VALEUR TOURISTIQUE AJOUTÉE											
8. Mise en valeur nominative	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
9. Mise en valeur explicative	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
10. Mise en valeur incitative	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
11. Mise en valeur esthétique	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
12. Mise en valeur par l'apport d'objets de valeur	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
13. Mise en valeur par l'offre de service complémentaires	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

Variables	↓	Pas importante	Échelle d'importance	Essentielle	↓						
14. Mise en valeur en fonction de l'accessibilité du public au monument historique		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15. Saisonnalité		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16. Durée de la visite		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17. Modalité d'entrée au monument historique		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18. Mise en marché à long terme		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19. Mise en marché à court terme		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VALEUR TOURISTIQUE EXTRINSÈQUE											
20. Situation par rapport à des lieux d'importance historique		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21. Regroupement d'attractions		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
22. Type d'attractions à la proximité du monument historique		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
23. Renommée des attractions		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
24. Événements récurrents		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
25. Types d'événements à la proximité du monument historique		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
26. Lien entre les événements et le monument historique		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
27. Renommée des événements récurrents		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
28. Restauration		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Variables	Échelle d'importance										
	Pas importante ↓	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Essentielle ↓
29. Hébergement		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30. Magasins		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
31. Divertissement		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
32. Accessibilité en fonction des moyens de transport		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
33. Accessibilité en fonction du réseau routier		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
34. Accessibilité en fonction du centre-ville		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Commentaires et suggestions additionnels

Je vous remercie très sincèrement de votre collaboration.

Annick Moreau

Étudiante de maîtrise en loisir, culture et tourisme,
 Département des sciences du loisir et de la communication sociale,
 Université du Québec à Trois-Rivières.

APPENDICE E

Critères d'inscription de la ville de Québec (1985) sur la liste du patrimoine mondial

« [...] l'arrondissement historique de Québec, avec la citadelle, la Haute-Ville défendue par une enceinte bastionnée, la Basse-Ville, son port et ses quartiers anciens offre un exemple éminent - de loin le plus complet en Amérique du Nord - de ville coloniale fortifiée » (**critère iv**).

« Ancienne capitale de la Nouvelle-France, Québec illustre l'une des grandes composantes du peuplement et du développement des Amériques à l'époque moderne et contemporaine » (**critère v**)

Source: Legendre-De koninck, H. (1991). Les villes du patrimoine mondial. Dans H. Dorion. *Cités souvenir, cités d'avenir: villes du patrimoine mondial*. Québec: Musée de la civilisation.

APPENDICE F

Statistiques complètes de l'évaluation faite par les juges pour la détermination de l'importance des variables en vue de l'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain

1. France Lessard
2. J. M. Girardville
3. Jacques Demers
4. François de Grandpré
5. Gérald Grandmont
6. Yvon Forgue

1. Âge du monument historique

6
9
10
7
6
6

Q1 = 6

Q2 = 6.5 = Médiane

Q3 = 8.5

2. Personnalité ou autres de première ...

8
6
10
7
6
10

Q1 = 6.3

Q2 = 7.5 = Médiane

Q3 = 9.5

3. vnement historique de première...

8
7
10
7
6
10

Q1 = 7

Q2 = 7.5 = Médiane

Q3 = 9.5

4. Contexte historique de première...

6
8
10
8
6
10

Q1 = 6.5

Q2 = 8 = Médiane

Q3 = 9.5

5. Style

Moyenne des m diannes = 7.3

6. Construction

Moyenne des m diannes = 7.3

7. Architecte

Moyenne des médianes = 7.3

8. Propriétés mobilières et autres

2
3
1
3
1
7

Q1 = 1.3

Q2 = 2.5 = Médiane

Q3 = 3

9. Superficie totale du monument...

5
3
4
2
4
5

Q1 = 3.3

Q2 = 4 = Médiane

Q3 = 4.8

10. Mise en valeur nominative

6
7
10
10
7
9

Q1 = 7

Q2 = 8 = Médiane

Q3 = 9.8

11. Mise en valeur explicative

8
10
8
10
7
9

Q1 = 8

Q2 = 8.5 = Médiane

Q3 = 9.8

12. Mise en valeur incitative

9
7
6
10
8
9

Q1 = 7.3

Q2 = 8.5 = Médiane

Q3 = 9

13. Mise en valeur esthétique ...

7
10
10
10
6
9

Q1 = 7.5

Q2 = 9.5 = Médiane

Q3 = 10

14. Mise en valeur par l'apport d'objets ...

6
8
6
7
6
7

Q1 = 6

Q2 = 6.5 = Médiane

Q3 = 7

15. Mise en valeur...offre...complém.

7
5
5
6
7
8

Q1 = 5.3

Q2 = 6.5 = Médiane

Q3 = 7

16. Mise en valeur...offre...essentiels¹⁶

7
5
5
6
7
8

Q1 = 5.3

Q2 = 6.5 = Médiane

Q3 = 7

17. Mise en valeur... terrain adjacent

Moyenne des médianes = 7.3

18. Mise en valeur...accessibilité...au public

10
10
8
9
9
8

Q1 = 8.3

Q2 = 9

Q3 = 9.8

¹⁶ La variable 15 et 16 ne formaient qu'une seule variable lors de l'évaluation faite par les juges pour la détermination de l'importance des variables. Malgré le scindage en deux variables, nous avons pris les mêmes valeurs d'importance dans les deux cas pour calculer la médiane et ainsi pour obtenir une pondération de ces variables.

19. Saisonnalité

8
8
6
7
9
7

Q1 = 7

Q2 = 7.5 = Médiane

Q3 = 8

20. Situation par rapport à des lieux...

8
8
8
6
5
8

Q1 = 6.5

Q2 = 8 = Médiane

Q3 = 8

21. Regroupement d'attractions cultur.

7
4
6
9
7
8

Q1 = 6.3

Q2 = 7 = Médiane

Q3 = 7.8

22. Renommée des attractions culturelles

7
8
3
6
9
8

Q1 = 6.3

Q2 = 7.5 = Médiane

Q3 = 8

23. Événements récurrents culturels...

7
2
3
7
6
9

Q1 = 3.8

Q2 = 6.5 = Médiane

Q3 = 7

24. Lien entre les événements et ...

9
2
8
7
7
9

Q1 = 7

Q2 = 7.5 = Médiane

Q3 = 8.8

25. Renommée des évén. récurrents...

7
2
3
8
7
8

Q1 = 4

Q2 = 7 = Médiane

Q3 = 7.8

26. Restauration

7
2
7
7
7
8

Q1 = 7

Q2 = 7 = Médiane

Q3 = 7

27. Hébergement

8
7
8
7
7
8

Q1 = 7

Q2 = 7.5 = Médiane

Q3 = 8

28. Accessibilité en fonction des moyens de...

8
8
9
9
10

Q1 = 8

Q2 = 9 = Médiane

Q3 = 9

29. Accessibilité en fonction du réseau...

9
8
9
9
10

Q1 = 9

Q2 = 9 = Médiane

Q3 = 9

30. Accessibilité en fonction du centre-ville

8
6
7
9
2
10

Q1 = 6.3

Q2 = 7.5 = Médiane

Q3 = 8.8

APPENDICE G

Calcul de la pondération pour les variables pourvues d'intervalles-cotes et d'intervalles-éléments

Intervalles-cotes

Chez une variable pourvue d'intervalles-cotes, la façon de distribuer la valeur de la médiane est simple, prenons l'exemple de la variable « Âge du monument historique » qui a une pondération initiale de 6,5. Cette variable possède quatre intervalles-cote. Alors pour distribuer la valeur de la pondération, nous avons pris la valeur 6,5, nous l'avons divisé par quatre (nombre d'intervalles-cotes) et nous avons obtenu 1,6. Tout d'abord, nous avons attribué la valeur maximale 6,5 à l'intervalle-cote le plus important (construit entre les dates 1600 à 1700). Puis, nous avons soustrait 1,6 de 6,5 pour obtenir la valeur 4,9 que nous avons alloué au deuxième intervalle-cote le plus important (construit entre les dates 1707 à 1800). De la même façon, nous avons soustrait 1,6 de 4,9 pour obtenir 3,3. Nous avons donné cette valeur au troisième plus important intervalle-cote et ainsi de suite pour en arriver à assigner la valeur 1,7 à l'intervalle le moins important. Finalement, nous avons procédé de cette façon pour toutes les variables possédant des intervalles-cotes.

Intervalles-éléments

Chez une variable pourvue d'intervalles-éléments deux façons de distribuer la valeur de la médiane ont été employées. Premièrement, pour les variables de valeur touristique ajoutée possédant des intervalles-éléments, nous avons déterminé que plus le niveau de services offerts était élevé, plus la pondération devait être importante. De plus, afin d'éviter une trop grande sévérité au niveau de la pondération, nous avons décidé de fonctionner avec des catégories 3/4-2/3 selon les cas. Par exemple, la variable « Mise en valeur explicative » possède quatre intervalles-éléments. Si le trois-quart de ces intervalles-éléments se retrouve au monument historique, alors la pondération maximale selon la variable devrait lui être allouées (dans ce cas-ci « 8 ») Tandis que si la moitié des intervalles-éléments se trouve au monument historique une pondération moindre serait attribuée

(dans ce cas-ci « 5,3 »¹⁷) et ainsi de suite jusqu'à obtenir une pondération de zéro si aucun de ces éléments ne se retrouve au monument historique.

Pour certaines variables possédant des intervalles-éléments, nous ne pouvions pas fonctionner avec les catégories 3/4, 1/2, 1/4, car elles ne détenaient que trois intervalles-éléments. Dans ces cas, nous avons opté pour des catégories différentes soit: 2/3, 1/3. Néanmoins, nous avons employé la même procédure de calcul que précédemment pour imputer la pondération en fonction des catégories.

Deuxièmement, pour les variables de **valeur touristique extrinsèque** possédant des intervalles-éléments, nous ne pouvions pas fonctionner de la même façon que pour les variables de **valeur touristique ajoutée** détenant des intervalles-éléments. Prenons l'exemple de la variable de « Regroupement d'attractions culturelles », il était impossible de dire qu'un monument historique entouré d'un autre monument historique, d'un musée, d'un centre d'interprétation, se devait d'obtenir une plus grande pondération au détriment d'un monument historique entouré d'un monument historique et d'un musée seulement. De même, la question du nombre d'attractions culturelles entourant le monument historique posait un problème. Il était impossible de fixer arbitrairement une limite, par exemple de dire qu'un monument historique entouré de quatre attractions culturelles méritait la pondération maximale; qu'un monument entouré de trois attractions culturelles méritait une pondération moindre et qu'un monument entouré de deux attractions culturelles méritait une pondération encore plus basse. Bref, pour contrer ces problèmes aucune demi-mesure n'a été affectée. Donc, la pondération maximale est donnée si un seul intervalle-élément de ces variables est présent. Tandis qu'aucune pondération n'est donnée si aucun des intervalles-éléments n'est présent dans l'entourage du monument historique.

¹⁷ Pour obtenir la valeur 5,3, il faut d'abord diviser la pondération maximale de la variable « 8 » par 3 (qui est le nombre de catégories: catégorie 1 = 3/4, catégorie 2 = 1/2, catégorie 3 = 1/4) ce qui donne la valeur de 2,7. Ensuite, il faut soustraire 2,7 de 8 pour obtenir 5,3 et soustraire 2,7 de 5,3 pour obtenir 2,6.

APPENDICE H

Grille d'évaluation intermédiaire du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain après le processus de validation par les juges

VALEUR TOURISTIQUE INTRINSÈQUE		
Catégories de variables <i>variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
1. Datation du monument historique • Âge d'un monument historique fixé par rapport à la date du début des travaux de construction.		
<i>1.1 Âge du monument historique</i>	1.1 Âge d'un monument historique par rapport à différents intervalles de temps (1600 à aujourd'hui). ⇒ Construit entre les dates 1600 à 1700 ⇒ Construit entre les dates 1701 à 1800 ⇒ Construit entre les dates 1801 à 1900 ⇒ Construit après la date 1901	1.1 Consultation du « Répertoire des biens culturels et arrondissements du Québec », Ministère de la culture et des communications.
2. Histoire • Histoire reliée au monument historique.		
<i>2.1 Personnalité ou autres de première importance fortement associée au monument historique</i>	2.1 Monument historique associé à la vie ou aux activités, d'une personne, d'un groupe, d'une organisation ou d'une institution ayant spécialement contribué à la vie de la localité, de la province ou de la nation. ⇒ Personnalité ou autres de première importance au niveau international ⇒ Personnalité ou autres de première importance au niveau national	2.1 Consultation de documents sur le Monument historique et consultation de personnes connaissant bien le monument historique.

**Grille d'évaluation intermédiaire du potentiel touristique des monuments historiques
en milieu urbain après le processus de validation par les juges (suite)**

Catégories de variables <i>variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Personnalité ou autres de première importance au niveau provincial ⇒ Personnalité ou autres de première importance au niveau local ou régional 	
<i>2.2 Événement historique de première importance fortement associé au monument historique</i>	<p>2.2 Monument historique associé à un événement marquant dans la vie de la localité, de la province ou de la nation.</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Événement de première importance au niveau international ⇒ Événement de première importance au niveau national ⇒ Événement de première importance au niveau provincial ⇒ Événement de première importance au niveau local ou régional 	2.2 Consultation de documents sur le Monument historique et consultation de personnes connaissant bien le monument historique.
<i>2.3 Contexte historique de première importance fortement associé au monument historique</i>	<p>2.3 Monument historique associé aux grands courants de l'histoire culturelle, sociale, politique, militaire, économique ou industrielle et l'illustrant particulièrement.</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Contexte historique de première importance au niveau international ⇒ Contexte historique de première importance au niveau national ⇒ Contexte historique de première importance au niveau provincial ⇒ Contexte historique de première importance au niveau local ou régional 	2.3 Consultation de documents sur le Monument historique et consultation de personnes connaissant bien le monument historique.

**Grille d'évaluation intermédiaire du potentiel touristique des monuments historiques
en milieu urbain après le processus de validation par les juges (suite)**

Catégories de variables <i>variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
3. Architecture • Architecture reliée au monument historique		
<i>3.1 Style</i>	3.1 Spécimen remarquable, rare, exceptionnel ou ancien d'un style, d'une règle et d'un type architecturaux particuliers	3.1 Consultation de documents sur le Monument historique et/ou consultation d'experts en architecture ou de personnes connaissant bien le monument historique.
<i>3.2 Construction</i>	3.2 Exemple remarquable, rare, exceptionnel ou ancien de l'emploi d'un matériau ou d'une technique de construction	3.2 Consultation de documents sur le Monument historique et/ou consultation d'experts en architecture ou de personnes connaissant bien le monument historique.
<i>3.3 Architecte</i>	3.3 Conçu ou construit par un architecte ou un constructeur ayant particulièrement contribué à la vie de la localité, de la province ou de la nation	3.3 Consultation de documents sur le Monument historique et/ou consultation d'experts en architecture ou de personnes connaissant bien le monument historique.
4. Titre de propriété • La corporation qui gère le monument historique est propriétaire de biens.		
<i>4.1 Propriétés mobilières et autres</i>	4.1 La corporation est propriétaire de meubles ou d'objets qui ont également une valeur historique ou artistique d'après le Ministère de la culture et des communications	4.1 Consultation de personnes connaissant bien le monument historique et observation directe.

**Grille d'évaluation intermédiaire du potentiel touristique des monuments historiques
en milieu urbain après le processus de validation par les juges (suite)**

Catégories de variables <i>variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
5. Superficie • Superficie du monument historique		
<i>5.1 Superficie totale du monument historique</i>	5.1 Il s'agit de la superficie totale en mètre carré du monument historique ⇒ Plus de 1000 m ² ⇒ 501 m ² à 1000 m ² ⇒ 151 m ² à 500 m ² ⇒ Moins de 150 m ²	5.1 Consultation des plans du monument historique et consultation de personnes connaissant bien le monument historique.
VALEUR TOURISTIQUE AJOUTÉE		
6. Mise en valeur du monument historique • Mise en valeur de l'intérieur et de l'extérieur immédiat du monument historique		
<i>6.1 Mise en valeur nominative</i>	6.1 Présence d'objets permettant d'identifier le monument historique ⇒ Panneaux d'information qui indiquent la présence du monument historique ⇒ Plaques avec le nom du monument historique ⇒ Indications reliées à la circulation au monument historique: barrières, clôtures, portes d'entrées et de sorties indiquées, etc. ⇒ Produits-souvenirs, cartes postales liés au monument historique ⇒ Autres spécifiez: _____	6.1 Observation directe.

**Grille d'évaluation intermédiaire du potentiel touristique des monuments historiques
en milieu urbain après le processus de validation par les juges (suite)**

Catégories de variables variables	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
<i>6.2 Mise en valeur explicative</i>	<p>6.2 Présence d'objets ou d'installations favorisant la visite du monument historique, racontant des choses à propos du monument et/ou permettant de faire connaître la culture québécoise</p> <p>⇒ Panneaux et plans racontant l'histoire du monument historique</p> <p>⇒ Expositions permanentes</p> <p>⇒ Expositions temporaires</p> <p>⇒ Autres spécifiez: _____</p>	6.2 Observation directe.
<i>6.3 Mise en valeur incitative</i>	<p>6.3 Présence d'objets ou d'activités incitant à une connaissance plus approfondie du monument historique</p> <p>⇒ Multimédias</p> <p>⇒ Films</p> <p>⇒ Spectacles sons et lumières</p> <p>⇒ Tours guidés</p> <p>⇒ Activités au monument historique: animation, reconstitution</p> <p>⇒ Interactivité avec un micro-ordinateur</p> <p>⇒ Location d'appareils audios</p> <p>⇒ Autres spécifiez: _____</p>	6.3 Observation directe.
<i>6.4 Mise en valeur esthétique (mise en scène)</i>	<p>6.4 Présence d'objets visant à accentuer l'esthétique du monument historique</p> <p>⇒ Illumination, éclairages spéciaux</p> <p>⇒ Aménagements paysagers: pelouse, fleurs, arbustes</p> <p>⇒ Autres spécifiez: _____</p>	6.4 Observation directe.

**Grille d'évaluation intermédiaire du potentiel touristique des monuments historiques
en milieu urbain après le processus de validation par les juges (suite)**

Catégories de variables variables	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
<i>6.5 Mise en valeur par l'apport d'objets de valeur</i>	6.5 Présence d'objets de valeur, empruntés par la corporation qui gère le monument historique, pour un minimum de 6 mois, permettant de faire connaître davantage ce monument et/ou la culture québécoise	6.5 Consultation de personnes connaissant bien le monument historique et observation directe.
<i>6.6 Mise en valeur par l'offre de services complémentaires</i>	6.6 Présence de services complémentaires au monument historique ⇒ Services de restauration ⇒ Magasins de souvenirs ⇒ Services de garde à l'enfance ⇒ Autres spécifiez: _____	6.6 Observation directe.
<i>6.7 Mise en valeur par l'offre de services essentiels</i>	6.7 Présence de services essentiels au monument historique ⇒ Facilités sanitaires à l'intérieur ou à l'extérieur du monument historique ⇒ Aires de stationnements ⇒ Autres spécifiez: _____	6.6 Observation directe.
<i>6.8 Mise en valeur par l'apport d'un terrain adjacent</i>	6.8 Présence d'un terrain adjacent ⇒ Le terrain est accessible au public ⇒ Le terrain a une importance historique	6.8 Observation directe.
<i>6.9 Mise en valeur en fonction de l'accessibilité du monument historique au public</i>	6.9 Ouverture du monument historique au public	6.9 Observation directe.

**Grille d'évaluation intermédiaire du potentiel touristique des monuments historiques
en milieu urbain après le processus de validation par les juges (suite)**

Catégories de variables <i>variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
<i>6.9.1 Saisonnalité</i>	<p>6.9.1.1 Période d'ouverture du monument historique durant l'année</p> <p>⇒ Ouvert 6 mois et plus ⇒ Ouvert 3 à 6 mois ⇒ Ouvert 1 à 3 mois ⇒ Ouvert moins d'un mois</p> <p>6.9.1.2 Période d'ouverture du monument historique pendant la semaine</p> <p>⇒ 7 jours ⇒ 6 jours ⇒ 5 jours ⇒ 4 jours et moins</p> <p>6.9.1.3 Période d'ouverture du monument historique pendant la journée</p> <p>⇒ 7 heures et plus ⇒ 6 heures ⇒ 5 heures ⇒ 4 heures et moins</p>	6.9.1 Observation directe et consultation de personnes connaissant bien le monument historique.

**Grille d'évaluation intermédiaire du potentiel touristique des monuments historiques
en milieu urbain après le processus de validation par les juges (suite)**

VALEUR TOURISTIQUE EXTRINSÈQUE		
Catégories de variables <i>variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
7. Situation • Emplacement du monument historique		
<i>7.1 Situation par rapport à des lieux d'importance historique</i>	7.1 Monument historique faisant partie d'un site historique ou d'un arrondissement historique	7.1 Consultation du « Répertoire des biens culturels et arrondissement historique du Québec », Ministère de la culture et des communication et consultation de cartes de la ville.
8. Attraction touristique • Attractions touristiques à la proximité du monument historique		
<i>8.1 Regroupement d'attractions culturelles</i>	8.1 Présence d'au moins une attraction culturelle dans un rayon de 500 m du monument historique ⇒ Monuments historiques ⇒ Musées ⇒ Centres d'interprétation ⇒ Sites archéologiques ⇒ Autres spécifiez: _____	8.1 Consultation de cartes touristiques et observation directe.
<i>8.2 Renommée des attractions culturelles</i>	8.2 Renommée des attractions situées dans un rayon de 500 m du monument historique ⇒ Attractions renommées mondialement ⇒ Attractions renommées au niveau national	8.2 Consultation de guides touristiques internationaux, nationaux, régionaux et locaux.

**Grille d'évaluation intermédiaire du potentiel touristique des monuments historiques
en milieu urbain après le processus de validation par les juges (suite)**

Catégories de variables <i>variables</i>	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
9. Événements • Événements à la proximité des monuments historiques		
<i>9.1 Événements récurrents culturels complémentaires au monument historique</i>	9.1 Présence d'au moins un événement récurrent culturel complémentaire dans un rayon de 500 m du monument historique ⇒ Festivals ⇒ Foires et expositions ⇒ Autres spécifiez: _____	9.1 Consultation de l'horaire des événements annuels de la ville.
<i>9.2 Lien entre les événements et le monument historique</i>	9.2 Événements liés au monument historique	9.2 Consultation de l'horaire des événements annuels de la ville et déduction selon les événements.
<i>9.3 Renommée des événements récurrents culturels complémentaires</i>	9.3 Renommée des événements récurrents situés dans un rayon de 500 m du monument historique ⇒ Événements renommés mondialement ⇒ Événements renommés au niveau national	9.3 Consultation de guides touristiques internationaux, nationaux, régionaux et locaux.
10. Services • Présence de services dans un rayon de 500 m du monument historique		
<i>10.1 Restauration</i>	10.1 Présence de lieux où il est possible de se restaurer, dans un rayon de 500 m du monument historique ⇒ Restaurants ⇒ Casse-croûtes	10.1 Consultation de cartes de ville, consultation de cartes touristiques et observation directe.

**Grille d'évaluation intermédiaire du potentiel touristique des monuments historiques
en milieu urbain après le processus de validation par les juges (suite)**

Catégories de variables variables	Indicateurs ⇒ Intervalles descriptifs	Méthodes de mesure
<i>10.2 Hébergement</i>	10.2 Présence de lieux où il est possible d'être hébergé, dans un rayon de 500 m du monument historique ⇒ Hôtels ⇒ Motels ⇒ Auberges de jeunesse ⇒ Gîtes du passant	10.2 Consultation de cartes de ville, consultation de cartes touristiques et observation directe.
11. Accessibilité • Facilité que le touriste a pour se rendre au monument historique		
<i>11.1 Accessibilité en fonction des moyens de transport</i>	11.1 Monument historique accessible en voiture, en autobus, en vélo, à pieds ⇒ Tous les moyens de transport possible - incluant les autobus de ville ⇒ Presque tous les moyens de transport possible - excluant les autobus de ville	11.1 Consultation de cartes routières et observation directe.
<i>11.2 Accessibilité en fonction du réseau routier</i>	11.2 Monument historique situé à proximité d'une autoroute, route principale, route secondaire ⇒ À proximité d'une autoroute ⇒ À proximité d'une route principale ⇒ À proximité d'une route secondaire	11.2 Consultation de cartes routières et observation directe.
<i>11.3 Accessibilité en fonction du centre-ville</i>	11.3 Monument historique situé à moins de 1 km du centre-ville	11.3 Consultation de cartes routières.

APPENDICE I

Grille fonctionnelle d'évaluation du potentiel touristique des monuments historiques en milieu urbain

ÉVALUATION DU POTENTIEL TOURISTIQUE D'UN MONUMENT HISTORIQUE EN MILIEU URBAIN			
Identification de(s) l'évaluateur(s)			
Évaluateur(s): _____			
Date de l'évaluation: _____			
Évaluation faite: <input type="checkbox"/> sur les lieux			
Identification du monument historique évalué			
Nom du monument historique: _____			
Ville où se situe le monument: _____			
X.X Variable		Pondération	Résultats
X.X Indicateur <input type="checkbox"/> Intervalle-cote <input type="checkbox"/> Intervalle-éléments			
VALEUR TOURISTIQUE INTRINSÈQUE			
1.1 Âge du monument historique		6,5	
1.1 Âge d'un monument historique par rapport à différents intervalles de temps (1600 à aujourd'hui).			
<input type="checkbox"/> Construit entre les dates 1600 à 1700 <input type="checkbox"/> Construit entre les dates 1701 à 1800 <input type="checkbox"/> Construit entre les dates 1801 à 1900 <input type="checkbox"/> Construit après la date 1901		6,5	
		4,9	
		3,3	
		1,7	

**Grille fonctionnelle d'évaluation du potentiel touristique
des monuments historiques en milieu urbain (suite)**

X.X Variable	Pondération	Résultats
X.X Indicateur		
<input type="checkbox"/> <i>Intervalle-cote</i>		
<input type="checkbox"/> <i>Intervalle-éléments</i>		
2.1 Personnalité ou autres de première importance fortement associée au monument historique	7,5	
2.1 Monument historique associé à la vie ou aux activités, d'une personne, d'un groupe, d'une organisation ou d'une institution ayant spécialement contribué à la vie de la localité, de la province ou de la nation.		
<input type="checkbox"/> <i>Personnalité ou autres de première importance au niveau international</i>	7,5	
<input type="checkbox"/> <i>Personnalité ou autres de première importance au niveau national</i>	5,6	
<input type="checkbox"/> <i>Personnalité ou autres de première importance au niveau provincial</i>	3,7	
<input type="checkbox"/> <i>Personnalité ou autres de première importance au niveau local ou régional</i>	1,8	
2.2 Événement historique de première importance fortement associé au monument historique	7,5	
2.2 Monument historique associé à un événement marquant dans la vie de la localité, de la province ou de la nation		
<input type="checkbox"/> <i>Événement de première importance au niveau international</i>	7,5	
<input type="checkbox"/> <i>Événement de première importance au niveau national</i>	5,6	
<input type="checkbox"/> <i>Événement de première importance au niveau provincial</i>	3,7	
<input type="checkbox"/> <i>Événement de première importance au niveau local ou régional</i>	1,8	
2.3 Contexte historique de première importance fortement associé au monument historique	8	
2.3 Monument historique associé aux grands courants de l'histoire culturelle, sociale, politique, militaire, économique ou industrielle et l'illustrant particulièrement.		
<input type="checkbox"/> <i>Contexte historique de première importance au niveau international</i>	8	
<input type="checkbox"/> <i>Contexte historique de première importance au niveau national</i>	6	
<input type="checkbox"/> <i>Contexte historique de première importance au niveau provincial</i>	4	
<input type="checkbox"/> <i>Contexte historique de première importance au niveau local ou régional</i>	2	

**Grille fonctionnelle d'évaluation du potentiel touristique
des monuments historiques en milieu urbain (suite)**

X.X Variable X.X Indicateur <input type="checkbox"/> Intervalle-cote <input type="checkbox"/> Intervalle-éléments	Pondération	Résultats
3.1 Style	7,3	
3.1 Spécimen remarquable, rare, exceptionnel ou ancien d'un style, d'une règle et d'un type architecturaux particuliers	OUI	NON
3.2 Construction	7,3	
3.2 Exemple remarquable, rare, exceptionnel ou ancien de l'emploi d'un matériau ou d'une technique de construction	OUI	NON
3.3 Architecte	7,3	
3.3 Conçu ou construit par un architecte ou un constructeur ayant particulièrement contribué à la vie de la localité, de la province ou de la nation	OUI	NON
4.1 Propriétés mobilières et autres	2,5	
4.1 La corporation est propriétaire de meubles ou d'objets qui ont également une valeur historique ou artistique d'après le Ministère de la culture et des communications	OUI	NON
5.1 Superficie totale du monument historique	4	
5.1 Il s'agit de la superficie totale en mètre carré du monument historique <input type="checkbox"/> Plus de 1000 m ² <input type="checkbox"/> 501 m ² à 1000 m ² <input type="checkbox"/> 151 m ² à 500 m ² <input type="checkbox"/> Moins de 150 m ²	4 3 2 1	
TOTAL 1 : _____ / 57.9 = _____ %		

**Grille fonctionnelle d'évaluation du potentiel touristique
des monuments historiques en milieu urbain (suite)**

VALEUR TOURISTIQUE AJOUTÉE		
X.X Variable	Pondération	Résultats
X.X Indicateur		
<input type="checkbox"/> <i>Intervalle-cote</i>		
<input type="checkbox"/> <i>Intervalle-éléments</i>		
6.1 Mise en valeur nominative	8	
6.1 Présence d'objets permettant d'identifier le monument historique		
<input type="checkbox"/> Panneaux d'information qui indiquent la présence du monument historique	(3/4) 4 = 8	
<input type="checkbox"/> Plaques avec le nom du monument historique	(1/2) 3 = 5,3	
<input type="checkbox"/> Indications reliées à la circulation au monument historique: barrières, clôtures, portes d'entrées et de sorties indiquées, etc.	(1/4) 1-2 = 2,6	
<input type="checkbox"/> Produits-souvenirs, cartes postales liés au monument historique	0 = 0	
<input type="checkbox"/> Autres spécifiez: _____		
6.2 Mise en valeur explicative	8,5	
6.2 Présence d'objets ou d'installations favorisant la visite du monument historique, racontant des choses à propos du monument et/ou permettant de faire connaître la culture québécoise		
<input type="checkbox"/> Panneaux et plans racontant l'histoire du monument historique	(3/4) 3 = 8,5	
<input type="checkbox"/> Expositions permanentes	(1/2) 2 = 5,7	
<input type="checkbox"/> Expositions temporaires	(1/4) 1 = 2,9	
<input type="checkbox"/> Autres spécifiez: _____	0 = 0	

**Grille fonctionnelle d'évaluation du potentiel touristique
des monuments historiques en milieu urbain (suite)**

X.X Variable	Pondération	Résultats
X.X Indicateur <input type="checkbox"/> <i>Intervalle-cote</i> <input type="checkbox"/> <i>Intervalle-éléments</i>		
6.3 Mise en valeur incitative	8,5	
6.3 Présence d'objets ou d'activités incitant à une connaissance plus approfondie du monument historique <input type="checkbox"/> Multimédias <input type="checkbox"/> Films <input type="checkbox"/> Spectacles sons et lumières <input type="checkbox"/> Tours guidés <input type="checkbox"/> Activités au monument historique: animation, reconstitution <input type="checkbox"/> Interactivité avec un micro-ordinateur <input type="checkbox"/> Location d'appareils audios <input type="checkbox"/> Autres spécifiez: _____	(3/4) 6 = 8,5 (1/2) 4 = 5,7 (1/4) 1 à 3 = 2,9 0 = 0	
6.4 Mise en valeur esthétique (mise en scène)	9,5	
6.4 Présence d'objets visant à accentuer l'esthétique du monument historique <input type="checkbox"/> Illumination, éclairages spéciaux <input type="checkbox"/> Aménagements paysagers: pelouse, fleurs, arbustes <input type="checkbox"/> Autres spécifiez: _____	(2/3) 2 = 9,5 (1/3) 1 = 4,7 0 = 0	
6.5 Mise en valeur par l'apport d'objets de valeur	6,5	
6.5 Présence d'objets de valeur, empruntés par la corporation qui gère le monument historique, pour un minimum de 6 mois, permettant de faire connaître davantage ce monument et/ou la culture québécoise	OUI	NON

**Grille fonctionnelle d'évaluation du potentiel touristique
des monuments historiques en milieu urbain (suite)**

X.X Variable X.X Indicateur <input type="checkbox"/> Intervalle-cote <input type="checkbox"/> Intervalle-éléments	Pondération	Résultats
6.6 Mise en valeur par l'offre de services complémentaires	6,5	
6.6 Présence de services complémentaires au monument historique <input type="checkbox"/> Services de restauration <input type="checkbox"/> Magasins de souvenirs <input type="checkbox"/> Services de garde à l'enfance <input type="checkbox"/> Autres spécifiez: _____	(3/4) 3 = 6,5 (1/2) 2 = 4,3 (1/4) 1 = 2,1 0 = 0	
6.7 Mise en valeur par l'offre de services essentiels	6,5	
6.7 Présence de services essentiels au monument historique <input type="checkbox"/> Facilités sanitaires à l'intérieur ou à l'extérieur du monument historique <input type="checkbox"/> Aires de stationnements <input type="checkbox"/> Autres spécifiez: _____	(2/3) 2 = 6,5 (1/3) 1 = 3,2 0 = 0	
6.8 Mise en valeur par l'apport d'un terrain adjacent	7,3	
6.8 Présence d'un terrain adjacent <input type="checkbox"/> Le terrain est accessible au public <input type="checkbox"/> Le terrain a une importance historique	(1/2) 1 = 7,3 0 = 0	
6.9 Mise en valeur en fonction de l'accessibilité du monument historique au public	9	
6.9 Ouverture du monument historique au public	OUI	NON

**Grille fonctionnelle d'évaluation du potentiel touristique
des monuments historiques en milieu urbain (suite)**

X.X Variable	Pondération	Résultats
X.X Indicateur		
<input type="checkbox"/> <i>Intervalle-cote</i>		
<input type="checkbox"/> <i>Intervalle-éléments</i>		
6.9.1 <u>Saisonnalité</u>	7,5 + 5 + 2,5	
6.9.1.1 Période d'ouverture du monument historique durant l'année	7,5	
<input type="checkbox"/> <i>Ouvert 6 mois et plus</i>	7,5	
<input type="checkbox"/> <i>Ouvert 3 à 6 mois</i>	5,6	
<input type="checkbox"/> <i>Ouvert 1 à 3 mois</i>	3,7	
<input type="checkbox"/> <i>Ouvert moins d'un mois</i>	1,8	
6.9.1.2 Période d'ouverture du monument historique pendant la semaine	5	
<input type="checkbox"/> <i>7 jours</i>	5	
<input type="checkbox"/> <i>6 jours</i>	3,7	
<input type="checkbox"/> <i>5 jours</i>	2,4	
<input type="checkbox"/> <i>4 jours et moins</i>	1,1	
6.9.1.3 Période d'ouverture du monument historique pendant la journée	2,5	
<input type="checkbox"/> <i>7 heures et plus</i>	2,5	
<input type="checkbox"/> <i>6 heures</i>	1,9	
<input type="checkbox"/> <i>5 heures</i>	1,3	
<input type="checkbox"/> <i>4 heures et moins</i>	0,7	
TOTAL 2: _____ / 84,8 = _____ %		

VALEUR TOURISTIQUE EXTRINSEQUE

7.1 Situation par rapport à des lieux d'importance historique	8	
7.1 Monument historique faisant partie d'un site historique ou d'un arrondissement historique	OUI	NON

**Grille fonctionnelle d'évaluation du potentiel touristique
des monuments historiques en milieu urbain (suite)**

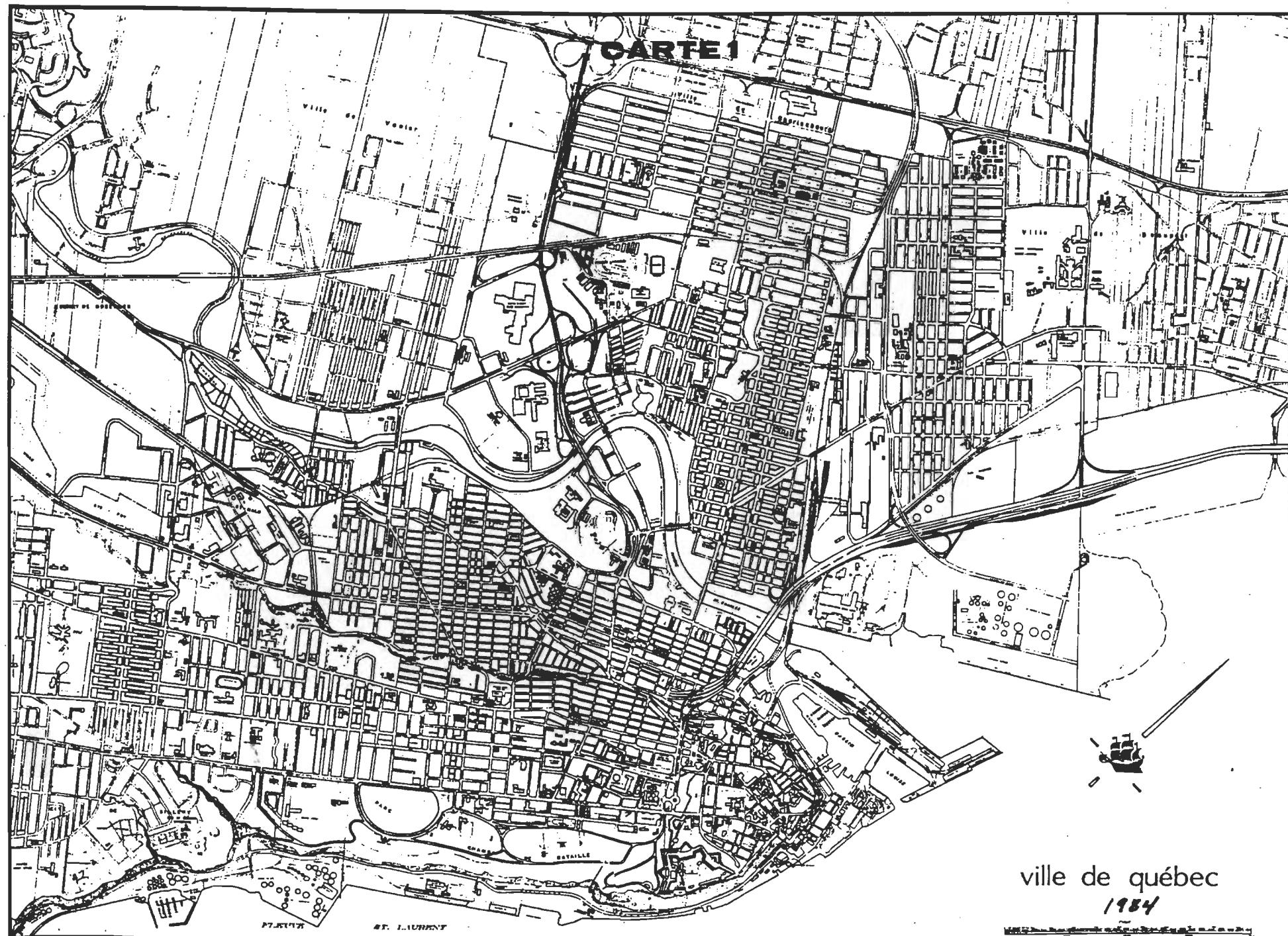
X.X Variable X.X Indicateur <input type="checkbox"/> <i>Intervalle-cote</i> <input type="checkbox"/> <i>Intervalle-éléments</i>	Pondération	Résultats
8.1 Regroupement d'attractions culturelles	7	
8.1 Présence d'au moins une attraction culturelle dans un rayon de 500 m du monument historique	OUI	NON
<input type="checkbox"/> Monuments historiques → nombre: _____ <input type="checkbox"/> Musées → nombre: _____ <input type="checkbox"/> Centres d'interprétation → nombre: _____ <input type="checkbox"/> Sites archéologiques → nombre: _____ <input type="checkbox"/> Autres spécifiez: _____		
8.2 Renommée des attractions culturelles	7,5	
8.2 Renommée des attractions situées dans un rayon de 500 m du monument historique		
<input type="checkbox"/> <i>Attractions renommées mondialement</i> <input type="checkbox"/> <i>Attractions renommées au niveau national</i>	7,5 3,8	
9.1 Événements récurrents culturels complémentaires au monument historique	6,5	
9.1 Présence d'au moins un événement récurrent culturel complémentaire dans un rayon de 500 m du monument historique	OUI	NON
<input type="checkbox"/> Festivals → nombre: _____ <input type="checkbox"/> Foires et expositions → nombre: _____ <input type="checkbox"/> Autres spécifiez: _____		
9.2 Lien entre les événements et le monument historique	7,5	
9.2 Événements liés au monument historique	OUI	NON

**Grille fonctionnelle d'évaluation du potentiel touristique
des monuments historiques en milieu urbain (suite)**

X.X Variable X.X Indicateur <input type="checkbox"/> <i>Intervalle-cote</i> <input type="checkbox"/> <i>Intervalle-éléments</i>	Pondération	Résultats
9.3 Renommée des événements récurrents culturels complémentaires	7	
9.3 Renommée des événements récurrents situés dans un rayon de 500 m du monument historique <input type="checkbox"/> <i>Événements renommés mondialement</i> <input type="checkbox"/> <i>Événements renommés au niveau national</i>	7 3,5	
10.1 Restauration	7	
10.1 Présence de lieux où il est possible de se restaurer, dans un rayon de 500 m du monument historique <input type="checkbox"/> Restaurants → nombre: _____ <input type="checkbox"/> Casse-croûtes → nombre: _____	OUI NON	
10.2 Hébergement	7,5	
10.2 Présence de lieux où il est possible d'être hébergé, dans un rayon de 500 m du monument historique <input type="checkbox"/> Hôtels → nombre: _____ <input type="checkbox"/> Motels → nombre: _____ <input type="checkbox"/> Auberges de jeunesse → nombre: _____ <input type="checkbox"/> Gîtes du passant → nombre: _____	OUI NON	
11.1 Accessibilité en fonction des moyens de transport	9	
11.1 Monument historique accessible en voiture, en autobus, en vélo, à pieds <input type="checkbox"/> <i>Tous les moyens de transport possible - incluant les autobus de ville</i> <input type="checkbox"/> <i>Presque tous les moyens de transport possible - excluant les autobus de ville</i>	9 4,5	

**Grille fonctionnelle d'évaluation du potentiel touristique
des monuments historiques en milieu urbain (suite)**

X.X Variable X.X Indicateur <input type="checkbox"/> <i>Intervalle-cote</i> <input type="checkbox"/> <i>Intervalle-éléments</i>	Pondération	Résu ltats
11.2 Accessibilité en fonction du réseau routier	9	
11.2 Monument historique situé à proximité d'une autoroute, route principale, route secondaire <input type="checkbox"/> <i>À proximité d'une autoroute</i> <input type="checkbox"/> <i>À proximité d'une route principale</i> <input type="checkbox"/> <i>À proximité d'une route secondaire</i>	9 6 3	
11.3 Accessibilité en fonction du centre-ville	7,5	
11.3 Monument historique situé à moins de 1 km du centre-ville	OUI	NON
TOTAL 3: _____ / 83.5 = _____ %		
TOTAL 1 + TOTAL 2 + TOTAL 3 = _____ %		



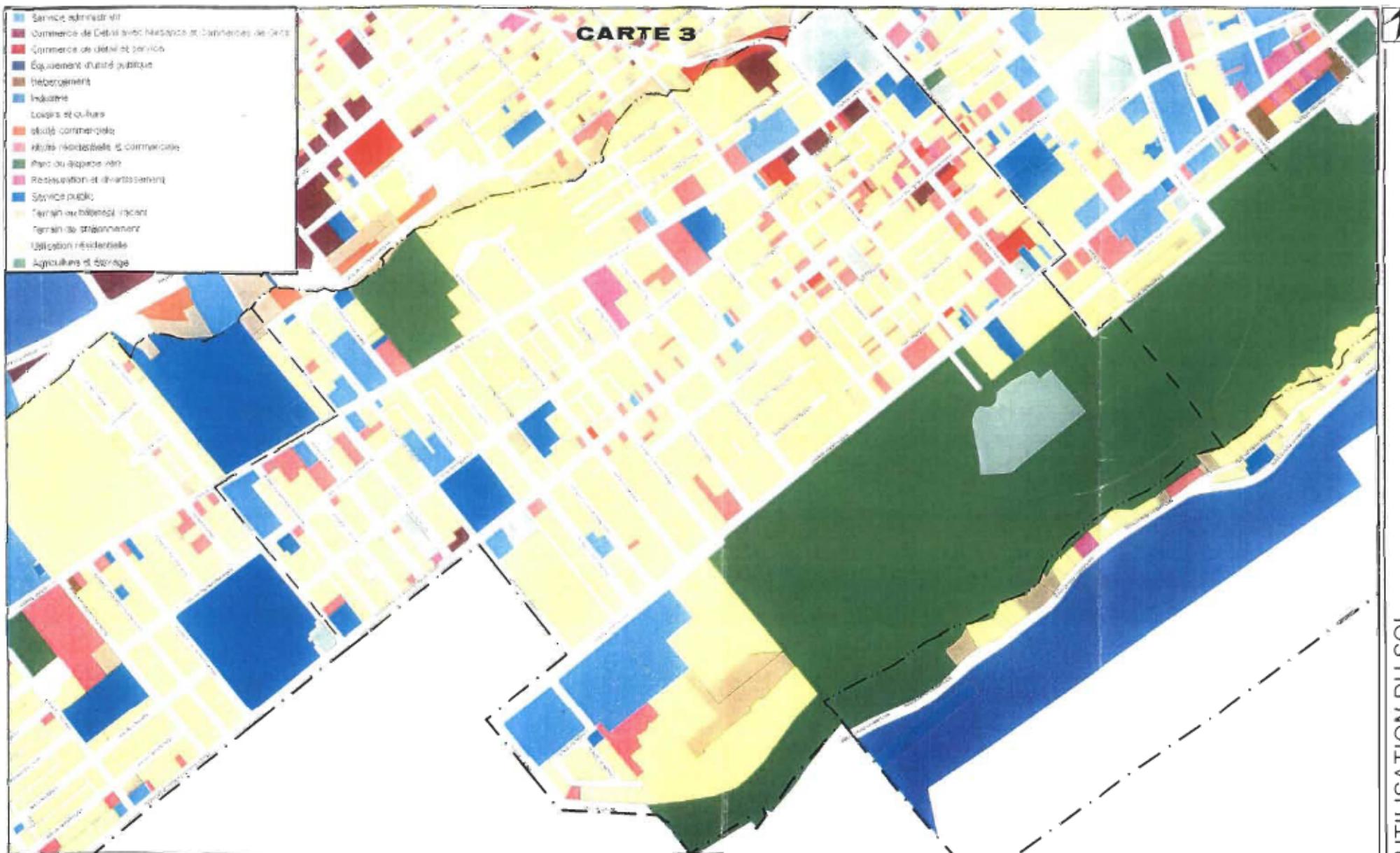
ville de Québec
1984

CARTE 2



- Service administratif
- Commerce de détail avec hésrance et commerces de gros
- Commerce de détail et services
- Équipement d'usage public
- Hébergement
- Industrie
- Loisirs et culture
- Métier commerciale
- Habitation résidentielle & commerciale
- Parc ou espace vert
- Réservation et divertissement
- Service public
- Terrain ou bâtiment vacant
- Terrain de stationnement
- Utilisation résidentielle
- Agriculture et décharge

CARTE 3



DATE 2000-05-01
Préparé par Line Nadeau
Charge de dossier

Echelle 1:7500
PLAN No. sol_haute-ville.gr
Charge de dossier

N.B. Données compilées à partir
du fichier par propriété et
non vérifiées sur le terrain

QUARTIER MONTCALM

CENTRE DE DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE ET URBAIN
DIVISION DE L'AMÉNAGEMENT
DU TERRITOIRE

CARTE 4

FLEUVE SAINT-LAURENT

MANOIR DE TONNANCOUR