

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LE RÔLE DES GRANDS ÉVÉNEMENTS DANS LE DÉVELOPPEMENT  
TOURISTIQUE D'UNE DESTINATION MÉTROPOLITAINE :  
CAS DE LA VILLE DE MONTRÉAL 1960-1992

THÈSE  
PRÉSENTÉE  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
AU DOCTORAT EN ÉTUDES URBAINES

PAR  
MOHAMED REDA KHOMSI

Mars 2015

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de cette thèse se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

Même s'il est réputé que le processus pour compléter des études doctorales est un parcours solitaire, il n'en demeure pas moins que l'aboutissement d'une thèse est souvent le résultat des efforts de plusieurs personnes. Dieu merci ! dans mon cas, elles étaient nombreuses.

Je voudrais remercier en premier lieu mes deux codirecteurs de thèse, Boualem Kadri et François Bédard. Leur soutien, leurs encouragements et leur accompagnement tout au long de ces années m'ont été d'un grand secours. J'ai eu la chance d'avoir deux encadrants passionnés avec deux visions complémentaires, ce que j'estime une richesse inouïe pour une thèse de doctorat. À François Bédard particulièrement, merci d'avoir cru en moi depuis le début et de m'avoir ouvert plusieurs portes pour la suite de ma carrière universitaire.

Ce travail n'aurait pu aboutir sans le soutien de plusieurs professeurs et chercheurs du Département d'études urbaines et touristiques de l'Université du Québec à Montréal (UQAM). À ce titre, je tiens à remercier Sylvie Paré, Richard Morin, Benoît Duguay et Georges A. Tanguay, pour leurs conseils éclairés. Ma gratitude va aussi au personnel de soutien du département et tout particulièrement à Chantal Gaboriau et Nicole Thibeault. À vous tous, merci.

Dans le cadre de cette thèse, j'ai bénéficié des bourses et du soutien de plusieurs organismes, en particulier du Fonds de recherche du Québec-Société et culture (FRQSC), du programme de bourse d'excellence des cycles supérieurs de l'UQAM (FARE) et de la bourse Ivanhoé Cambridge. D'autres organismes ont rendu ce travail possible, notamment le Centre international de formation et de recherche en tourisme (CIFORT) qui a été, et va continuer de l'être avec le nouveau Centre de recherche en

tourisme et patrimoine (CRTP), une extraordinaire pépinière pour les jeunes chercheurs en études touristiques. À tous ces organismes, un grand merci.

Finalement, quels que soient les mots que je vais utiliser, je ne pourrai remercier convenablement ma conjointe, doctorante aussi dans le même programme, de son soutien, ses conseils et son accompagnement tout au long des dernières années. Merci, Hind. À mes parents et malgré la distance qui nous sépare, vos invocations m'ont toujours motivé pour aller de l'avant. À mon père tout particulièrement, qui m'a insufflé le rêve de cheminer vers des études doctorales depuis mon jeune âge, je veux exprimer ma reconnaissance : j'espère avoir réalisé ton rêve.

## TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS.....	ii
LISTE DES FIGURES.....	xi
LISTE DES TABLEAUX.....	xii
RÉSUMÉ.....	xiii
INTRODUCTION.....	1
PREMIÈRE PARTIE	
FONDEMENTS THÉORIQUES, CONCEPTUELS ET MÉTHODOLOGIQUES... 10	
CHAPITRE I .....	
FONDEMENTS ÉPISTÉMOLOGIQUES DE LA THÈSE .....	11
1.1 Les grands événements vus par l'histoire .....	12
1.2 Les grands événements vus par les autres disciplines.....	14
1.3 Les études touristiques et le débat de scientificité .....	17
1.3.1 Les études touristiques : une discipline en construction .....	18
1.3.2 Le tourisme urbain : un domaine de recherche en construction.....	23
1.3.2.1 Problématiques étudiées en tourisme urbain.....	28
1.3.2.2 Les approches utilisées en tourisme urbain.....	30
1.4 Les études touristiques et l'événement .....	33
1.5 Conclusion du chapitre.....	35
CHAPITRE II .....	
LE RAPPORT DIALECTIQUE ENTRE LE TOURISME, LA VILLE	
ET L'URBAIN.....	37
2.1 Le rapport dialectique entre le tourisme, la ville et l'urbain depuis l'époque	
moderne.....	37
2.2 Le rapport dialectique entre le tourisme, la ville et l'urbain à l'ère de la	
postmodernité.....	40
2.3 Du tourisme urbain au tourisme métropolitain : définitions et caractéristiques ...	42
2.3.1 Le tourisme urbain .....	42

2.3.1.1	Définition du tourisme urbain .....	43
2.3.1.2	Les caractéristiques du tourisme urbain.....	48
2.3.2	Le tourisme métropolitain .....	51
2.3.2.1	Définition du tourisme métropolitain.....	51
2.3.2.2	Caractéristiques du tourisme métropolitain .....	53
2.4	Conclusion du chapitre.....	55
CHAPITRE III .....		
MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE.....		
3.1	Problématique de la recherche .....	57
3.2	Cadre théorique et définition des concepts .....	60
3.2.1	Cadre théorique : vers une appréhension pluridisciplinaire de l'objet étudié .....	60
3.2.2	Cadre conceptuel opératoire.....	62
3.2.2.1	Le développement touristique et la diversité des discours.....	62
3.2.2.2	Les grands événements entre la richesse sémantique et le flou conceptuel .....	64
3.2.2.3	La relation entre le développement touristique et les grands événements .....	69
3.2.3	La construction du cadre conceptuel opératoire et opérationnalisation des concepts.....	73
3.2.3.1	L'opérationnalisation de la relation entre le développement touristique et l'évaluation des événements .....	74
3.3	La méthodologie de recherche .....	79
3.3.1	L'approche de recherche et la collecte des données.....	80
3.3.2	La méthode de recherche : l'étude de cas.....	85
3.3.3	La sélection du cas .....	86
3.3.4	Le choix des grands événements.....	87
3.4	Conclusion du chapitre.....	89

DEUXIÈME PARTIE	
ÉTUDES DE CAS ET ANALYSE.....	90
CHAPITRE IV .....	
LE TOURISME À MONTRÉAL AVANT 1960 : LE SPORT, LA RELIGION ET L'IDENTITÉ COMME CATALYSEURS DE LA TRAME ÉVÉNEMENTIELLE .....	91
4.1 Montréal avant 1960 : le difficile équilibre entre le pouvoir économique anglophone et l'identité francophone.....	92
4.2 Le carnaval d'hiver de Montréal (1883-1889) : la genèse du rapport dialectique entre événements et tourisme.....	95
4.3 Le congrès eucharistique international de Montréal (1910) : l'union bénie des événements et du tourisme .....	99
4.4 Conclusion du chapitre.....	100
CHAPITRE V .....	
L'EXPOSITION UNIVERSELLE DE 1967 : MONTRÉAL ACCUEILLE LE MONDE .....	102
5.1 En route vers l'organisation de l'Expo 67.....	103
5.1.1 De la genèse de l'idée jusqu'à l'obtention de l'Expo 67 .....	104
5.1.2 Vers le succès d'un événement non planifié.....	106
5.1.3 Le tourisme, parent pauvre de la gouvernance de l'Expo 67 .....	109
5.1.4 L'Expo 67 et la métamorphose d'une ville .....	113
5.2 Montréal : destination mondiale à l'occasion de l'Expo 67.....	117
5.2.1 L'Expo 67 atteint des records d'affluence.....	117
5.2.2 Gestion de l'hébergement : un exemple d'absence de gouvernance touristique.....	119
5.3 « L'Expo 67 n'est plus, vive Terre des Hommes » .....	120
5.3.1 Montréal : capitale internationale des arts, du commerce et de la culture.....	121
5.3.2 Expo 67 : un héritage perpétuel en recherche de vocation.....	122
5.3.3 L'Expo 67 et la confirmation du modèle de l'acteur unique .....	124

5.4 Conclusion du chapitre.....	125
CHAPITRE VI .....	
LES JEUX OLYMPIQUES D'ÉTÉ DE 1976 : GRANDEURS ET DÉCADENCES D'UN GRAND ÉVÉNEMENT .....	127
6.1 Montréal et les Jeux : histoire d'une accointance ancienne .....	128
6.1.1 L'Expo 67 : une porte d'accès aux Jeux olympiques de 1976 .....	128
6.1.2 La route vers les Olympiades .....	129
6.2 Les Jeux olympiques de 1976 et la difficile traversée du désert.....	131
6.2.1 La gouvernance touristique et la poursuite de la domination du maire de Montréal .....	132
6.2.2 Montréal : l'image d'une ville à scandales .....	135
6.2.3 Le projet olympique comme stratégie de mise en tourisme.....	137
6.3 Le succès des Jeux et la réhabilitation de l'image de Montréal .....	138
6.4 L'après Jeux olympiques de 1976 : au-delà de la dette .....	140
6.4.1 La phase post-olympique et la poursuite de la marginalisation des acteurs touristiques.....	140
6.4.2 Le parc olympique comme icône touristique de Montréal.....	142
6.5 Conclusion du chapitre.....	143
CHAPITRE VII .....	
LES CÉLÉBRATIONS DU 350 <sup>e</sup> ANNIVERSAIRE DE LA FONDATION DE LA VILLE DE MONTRÉAL .....	145
7.1 Les célébrations du 350 <sup>e</sup> et le contexte économique délicat .....	146
7.2 Les célébrations de la fondation de Montréal, une tradition centenaire .....	146
7.2.1 La gouvernance touristique à l'honneur à l'occasion du 350 <sup>e</sup> .....	149
7.2.2 L'image d'abord : Montréal et l'unicité de l'expérience .....	150
7.2.3 Les célébrations du 350 <sup>e</sup> comme vecteur d'aménagement urbain .....	152
7.3 Montréal et l'émergence de l'image de la métropole culturelle.....	153

7.3.1 Les célébrations du 350 <sup>e</sup> et l'ancrage de l'image de Montréal métropole culturelle.....	154
7.3.2 Les célébrations du 350 <sup>e</sup> comme exemple de collaboration fructueuse entre les acteurs.....	156
7.4 L'après célébrations du 350 <sup>e</sup> et les efforts de considération du positionnement culturel de Montréal.....	156
7.4.1 Des équipements qui soutiennent l'image.....	158
7.4.2 C'est parti pour une réelle gouvernance touristique.....	159
7.5 Conclusion du chapitre.....	159
TROISIÈME PARTIE	
RÉSULTATS DE RECHERCHE.....	161
CHAPITRE VIII.....	
DÉVELOPPEMENT ET GOUVERNANCE TOURISTIQUES À	
MONTRÉAL : D'UN MODÈLE À UN AUTRE.....	
8.1 Gouvernance et gouvernance touristique.....	162
8.1.1 Gouvernance : essai de définition.....	162
8.1.2 Typologie des modèles de gouvernance.....	165
8.1.3 Gouvernance touristique.....	168
8.2 Évolution de la gouvernance touristique à Montréal.....	170
8.2.1 Structure de la gouvernance touristique à Montréal avant 1960.....	170
8.2.2 Structure de la gouvernance touristique à Montréal entre 1960 et 1980..	174
8.2.3 Structure de la gouvernance touristique à Montréal de 1980 à 1992.....	177
8.3 Analyse de l'évolution du modèle de gouvernance touristique à Montréal.....	178
8.4 Conclusion du chapitre.....	183
CHAPITRE IX	
LES GRANDS ÉVÉNEMENTS ET L'IMAGE INTERNATIONALE	
DE MONTRÉAL.....	
9.1 L'image de la cité.....	188
9.2 Tourisme, grands événements et image de la ville.....	191

9.2.1 L'image d'une ville en tant que destination touristique .....	191
9.2.2 Les grands événements comme vecteur de diffusion de l'image urbaine	193
9.3 L'impact des grands événements sur l'image touristique de Montréal .....	196
9.3.1 Avant 1960 : deux solitudes, deux images.....	196
9.3.2 1960-1980 : Montréal, ville internationale.....	199
9.3.3 1980-1992 : place à la culture .....	205
9.4 Conclusion du chapitre.....	207

## CHAPITRE X

LES GRANDS ÉVÉNEMENTS COMME CATALYSEUR DES ÉQUIPEMENTS URBAINS .....	212
10.1 Métropoles et équipements touristiques : quelle relation ?.....	212
10.2 Vers un modèle de ville entrepreneuriale ?.....	215
10.3 Classification des équipements touristiques.....	218
10.4 Les grands événements comme catalyseurs des équipements touristiques.....	222
10.5 Montréal, et le rôle des équipements dans le développement touristique.....	225
10.5.1 Avant 1960 : un héritage modeste en équipements.....	225
10.5.2 Les années 1960 à 1980 : les grands événements comme accélérateur de la dynamique urbaine .....	226
10.5.2.1 L'Expo 67 : un héritage en perte de vitesse.....	226
10.5.2.2 Le parc olympique : un équipement symbole !.....	229
10.5.3 Les années 1990 et l'effet du 350 <sup>e</sup> .....	234
10.6 Conclusion du chapitre.....	235

## CHAPITRE XI .....

ESSAI DE MODÉLISATION DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES DESTINATIONS MÉTROPOLITAINES À TRAVERS LES GRANDS ÉVÉNEMENTS .....	238
11.1 Essai de modélisation du développement touristique des destinations métropolitaines à travers les grands événements .....	238
11.1.1 L'importance du niveau d'intégration des acteurs dans le modèle de	

développement touristique d'une destination métropolitaine à travers les grands événements .....	240
11.1.2 La nécessaire cohérence de l'action des acteurs dans le modèle de développement touristique d'une destination métropolitaine à travers les grands événements .....	245
11.1.3 La place des grands événements dans le développement touristique des métropoles postmodernes .....	247
11.2 Conclusion du chapitre.....	249
CONCLUSION.....	251
ANNEXE A .....	
RECENSION DES ÉCRITS SUR LE TOURISME URBAIN.....	262
ANNEXE B .....	
MODÈLES DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES DESTINATIONS ....	265
ANNEXE C.....	
DIMENSIONS D'ÉVALUATION D'UN GRAND ÉVÉNEMENT .....	270
ANNEXE D .....	
COUPURES DE PRESSE DE LA VILLE DE MONTRÉAL DES ANNÉES 1920.....	271
ANNEXE E.....	
GUIDE TOURISTIQUE DE 1910.....	272
ANNEXE F .....	
TYOLOGIE ET CARACTÉRISTIQUES DU MODÈLE DE GOUVERNANCE DE HALL.....	273
ANNEXE G .....	
VILLES ET PAYS ORGANISATEURS D'AU MOINS UNE DES TROIS PLUS GRANDES MANIFESTATIONS SPORTIVES AU MONDE DEPUIS 1948 .....	275
BIBLIOGRAPHIE .....	276

## LISTE DES FIGURES

Figure	Page
0.1 Dépliant électoral du parti civique de Montréal [1962] .....	4
2.1 Les différentes perspectives de définition du tourisme urbain.....	47
3.1 Tableau de bord de performance d'un événement .....	72
3.2 Cadre conceptuel opératoire.....	79
3.3 Charte d'interprétation d'une recherche qualitative.....	82
3.4 Application de la charte d'interprétation d'une recherche qualitative à notre étude..	84
4.1 Vue anticipée du palais de glace du Carnaval d'hiver de Montréal de 1889 .....	96
5.1 Résolution du Comité exécutif de la Cité de Montréal .....	107
6.1 Kiosque d'information d'Hébergement-Olympiques 76 à l'aéroport de Mirabel....	134
7.1 Plaque commémorative du 275 <sup>e</sup> anniversaire de Montréal.....	147
7.2 Évolution dans le temps de la campagne globale de Tourisme Montréal.....	151
7.3 Les composantes de la dimension culturelle de Montréal .....	158
8.1 Typologie de la gouvernance touristique .....	167
8.2 Évolution du modèle de gouvernance touristique à Montréal de 1863 à 1992...	182
9.1 Processus de construction de l'image d'une ville .....	190
9.2 Modèle des déterminants de l'image d'une destination touristique.....	193
10.1 Structure du produit touristique .....	218
10.2 Évolution de l'offre touristique de Toronto et de Montréal à partir du modèle de Smith.....	232
11.1 Modèle analytique de développement touristique d'une destination métropolitaine à travers les grands événements.....	243

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
1.1 Évolution de la recherche en tourisme urbain (1960-2010).....	28
6.1 Nombre estimé de visiteurs de toutes origines à Montréal de 1975 à 1982 (en milliers) .....	143
9.1 Évolution du nombre de congrès organisés à Montréal de 1960 à 1980 .....	201
9.2 Évolution de la fréquentation des touristes étrangers à Montréal, 1975-1981 (en milliers).....	203
10.1 Part des visiteurs des musées par rapport aux visiteurs de l'ensemble des attractions de la ville en 1991.....	219
10.2 Recension de la classification des équipements et activités liés au tourisme urbain ou métropolitain.....	220
10.3 Attractions les plus fréquentés à Montréal en 2001.....	228

## RÉSUMÉ

Les grands événements sont considérés aujourd'hui comme un leitmotiv pour mener des projets urbains d'envergure et ils sont devenus une composante importante de l'identité des métropoles postmodernes. Que ce soit pour la redynamisation des espaces urbains ou la mise en œuvre de projets structurants, ces dernières se livrent une concurrence vigoureuse non seulement en vue de l'accès à des marchés économiques, mais aussi à travers les concours d'organisation des grands événements urbains, tels les Jeux olympiques et la Coupe du monde de football. Eu égard à leur taille et aux enjeux qui y sont associés, les répercussions de ces grands événements dépassent la seule dimension urbanistique et rejoignent d'autres fonctions métropolitaines comme celles liées aux loisirs et au tourisme. En effet, l'activité touristique est celle qui bénéficie le plus de la tenue des grands événements dans une destination métropolitaine. À ce sujet, la littérature scientifique s'est intéressée à évaluer les impacts de tels événements sur l'activité touristique dans une perspective économique à court terme souvent réductrice de la réalité. Dans la présente thèse et à l'aide du cas de Montréal, nous proposons une relecture de l'évaluation des grands événements sur le développement touristique des destinations métropolitaines en étudiant le cas de trois grands événements tenus à Montréal entre 1960 et 1992 à savoir, l'Expo 67, les Jeux olympiques de 1976 et les célébrations du 350<sup>e</sup> anniversaire de la fondation de la ville de Montréal.

Cette réflexion est fondée sur la construction d'un cadre théorique adapté à notre sujet de recherche et qui s'appuie sur trois ancrages, en l'occurrence épistémologique, géographique et sociologique. Sur le plan méthodologique, ce travail a mobilisé dans une démarche hypothético-inductive une approche historico-interprétative qui vise à expliquer les phénomènes dans leur contexte de réalisation. En nous basant sur des fonds d'archives des principaux acteurs du développement touristique montréalais dans les décennies 1960, 1970 et 1980, nous avons pu retracer au terme de ce travail l'impact des trois grands événements étudiés sur le développement touristique de la métropole québécoise. À ce titre, nous avons démontré que l'abandon de l'organisation des grands événements après les Jeux de 1976 a eu pour effet de repositionner Montréal comme une métropole culturelle. Ce changement s'est traduit par une nouvelle dynamique urbaine et touristique plaçant la culture au centre de la stratégie de développement de la ville. À partir de cette conclusion, nous avons présenté un modèle destiné aux métropoles qui souhaitent faire des grands événements le fer de lance de leur stratégie de développement touristique et où la dynamique de collaboration permanente entre les acteurs constitue la pierre angulaire du modèle.

Mots clés : grands événements, développement touristique, Montréal, approche historico-interprétative, dynamique des acteurs.

## INTRODUCTION

« La question n'est plus celle de la ville en tant que cadre bâti, mais celle de la ville en tant qu'image de ce cadre bâti [...] la ville a su se transformer pour accueillir ces émotions de masse que sont les événements [...] mieux, la ville manifeste une capacité étonnante de réinvention d'elle-même lors de ces événements. » (Boullier, 2010, p. 5, 8, 93)

Les chercheurs de l'école de Chicago affirmaient au début du siècle dernier que la ville était une sorte de laboratoire social où l'on pouvait observer « des phénomènes urbains, tous plus spectaculaires les uns que les autres » (Lellouche, 2001). Depuis ce moment, rien n'a changé et la ville demeure un territoire de prédilection pour constater, à travers les formes urbaines, l'évolution du contexte social (LaRocca, 2006). Sans aller jusqu'à reprendre la description poétique de Harvey (1989) sur la relation entre la ville et l'individu<sup>1</sup>, l'espace urbain est bel et bien une incarnation fiable du désir et du projet collectif. À partir de ce postulat, certaines villes ont commencé, à compter des années 1970, à démontrer des caractéristiques différentes de ce que les protagonistes de l'école de Chicago appelaient la ville moderne. La nouvelle ville est pluri-institutionnelle, mouvante, plurielle, éclatée et compte des communautés en réseau (Maffesoli, 2010). Elle est aussi culturelle, animée, hétérogène, esthétique et architecturale (Eagleton, 1987). Elle refuse de se définir par la rationalité industrielle et fait place au ludisme et au festif (Lefebvre, 1968). Bref, elle est postmoderne. En opposition à la ville moderne définie par la société

---

<sup>1</sup> Pour Harvey, vivre en ville est un art en soi; pour décrire la relation de l'individu et la ville, l'auteur invite à utiliser un vocabulaire artistique. Le ville imaginée par Harvey est à la fois une illusion, un mythe, une aspiration, un cauchemar, une réalité, voire plus que de la réalité (Harvey, 1989).

industrielle, la ville postmoderne « coïnciderait avec une société informationnelle dans laquelle l'espace et le temps se rapportent à une nouvelle configuration » (Richer, 2008). L'espace urbain voit apparaître de nouvelles temporalités et de nouvelles pratiques, voire une nouvelle urbanité dominée par les loisirs, l'éphémère et la consommation (Murcia, 2003). Cette dernière est d'ailleurs appréhendée comme une activité centrale de la postmodernité urbaine où l'individu est à la fois acteur individuel et collectif quand il est à la recherche d'interaction sociale. À ce titre, la consommation d'événements de tous genres semble être une caractéristique intrinsèque de la ville postmoderne et une composante essentielle à la thématisation et la théâtralisation de l'espace urbain (Bourgeon *et al.*, 2002 ; LeBel, 2011). Dans ce même ordre d'idées, Gravari-Barbas (2006) estime que l'urbanisme à l'ère de la postmodernité a suivi l'évolution des nouvelles pratiques en faisant place à l'édification de grands équipements. Jumelés à des événements de notoriété mondiale, ceux-ci forment désormais l'identité des villes et des métropoles postmodernes. La combinaison événements-équipements-expérience est devenue très rapidement un modèle à suivre, comme en témoigne la compétition inter-métropoles (Pilette et Kadri, 2005). Pour les acteurs de la ville, l'accueil des grands événements est très souvent considéré comme une opportunité de développement urbain, comme cela a été le cas en 1992 à l'occasion des Jeux olympiques de Barcelone et, bien avant, à Paris en 1889 en marge de l'accueil de l'Exposition universelle.

### **Montréal : ville événement, ville postmoderne**

Considérée comme la métropole du Canada depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle et jusqu'au début des années 1960 (Linteau, 2007), Montréal représente le modèle d'une métropole postmoderne. En effet, après les années de prospérité qui suivent le deuxième conflit mondial où le nombre d'habitants dépasse le million, la métropole francophone de l'Amérique connaît une période de bouleversements socioéconomiques qui vont modifier à jamais son visage. À l'image des mouvements

de contestation et de remise en question des modèles traditionnels observés dans le monde occidental au courant des années 1960 (le mouvement de droits civiques aux États-Unis et la révolte de mai 1968 en France), un vent de changement du modèle de société souffle sur l'ensemble de la province de Québec et sur Montréal en particulier. Les valeurs qui régnaient à l'époque sont contestées et le rôle de l'Église, qui avait la main mise sur la gestion du fait public, est réduit à sa dimension spirituelle et religieuse. La Révolution tranquille donne naissance à une nouvelle classe sociale moderniste, ouverte sur le monde et inspirée du « *Way of American life* », qui prend le relais de la classe ouvrière et investit le territoire urbain d'une façon tout à fait différente (Broudehoux, 2006).

Sur le plan économique, Montréal subit le même sort des mégapoles américaines qui se sont restructurées autour de nouvelles activités après le départ des industries lourdes (Goussot, 2000). À Montréal, les industries manufacturières, fer de lance de l'économie métropolitaine, font face à une rude concurrence de la part des pays en voie de développement et sont obligées de se réorganiser. Cette reconfiguration du tissu industriel ne profite cependant pas à la métropole du Québec, puisque bon nombre d'entreprises décident de s'installer en Ontario où la ville de Toronto est devenue le nouveau centre financier du pays (Linteau, 2007). La conséquence de ce redéploiement fait en sorte que le port de Montréal connaît une baisse significative de ses activités, au point de faire perdre à la métropole le rang de deuxième destination nord-américaine des voyageurs transatlantiques, après New York (Hanna, 2009 ; Proulx, 2009). En matière de transport routier et ferroviaire, la situation n'est pas meilleure, et l'aéroport de Dorval, le plus important du pays depuis sa construction en 1941, sera dépassé par celui de Toronto quelques années plus tard (Gignac, 2009). Dans ce contexte de concurrence intermétropolitaine, et à l'occasion des élections

municipales de 1962, le candidat Jean Drapeau<sup>2</sup> mise sur l'embellissement de la ville et la rénovation urbaine pour attirer de nouveaux investisseurs et redorer l'image de la ville en perte de vitesse vis-à-vis de Toronto (figure 0.1).



Figure 0.1 Dépliant électoral du Parti civique de Montréal [1962] (Archives de la Ville de Montréal)

Drapeau souhaite faire doter Montréal d'équipements, d'installations et d'infrastructures dignes d'une métropole du XX<sup>e</sup> siècle capable de concurrencer les plus grandes villes nord-américaines. Dans cette perspective, Montréal devient la première ville canadienne à recevoir en 1967 l'Exposition universelle et, neuf ans plus tard en 1976, les Jeux olympiques d'été. Depuis ce temps, plusieurs événements à caractère culturel ou sportif de notoriété internationale, mais de moindre importance que l'Exposition universelle ou les Jeux olympiques, ont lieu annuellement à Montréal. Dans le plan marketing de l'Office des congrès et du tourisme du Grand Montréal (OCTGM) pour la période 1990-1992, la dimension événementielle est définitivement intégrée à l'image de la ville et Montréal se positionne désormais comme une destination culturelle, une destination d'événements.

<sup>2</sup> Jean Drapeau a été maire de Montréal de 1954 à 1957 et de 1960 à 1986.

## Objet de la thèse

Constatant la concurrence entre les villes à travers le monde pour l'organisation des événements de grande envergure tels que la Coupe du monde de football, les Jeux olympiques d'été et d'hiver, malgré des contextes économiques difficiles, force est de reconnaître qu'il y a un intérêt certain pour la tenue de ces manifestations. Si leur intérêt économique est incontestable, plusieurs autres facteurs peuvent motiver les gestionnaires des villes à accueillir ces événements : le souhait de redynamiser l'image de la ville afin de mousser la destination (Archambault, 2009), tourner la page de la désindustrialisation (Gras, 2007), s'engager dans un processus de modernité (Roche, 2010) ou structurer l'ensemble du paysage urbain (Gravari-Barbas, 2006). Jusqu'à présent, l'intérêt des chercheurs s'est concentré sur l'évaluation des impacts de ces événements dans une perspective post-événement (Bauthier, 2009), et très peu d'études portent sur ce qu'Archambault (2009) appelle « la trame événementielle » (p. 285). En d'autres mots, au lieu d'analyser les impacts de chaque événement séparément, les auteurs proposent d'étudier les impacts de la dynamique générée par la tenue de plusieurs événements sur la notoriété de la destination. Dans le cadre de la présente thèse, nous proposons d'analyser le rôle aussi bien de chaque événement que de la trame événementielle sur le développement touristique d'une destination métropolitaine. Le fait d'ignorer les événements de moyenne et de petite envergure et de considérer uniquement les grands événements est intimement lié aux caractéristiques intrinsèques de la destination métropolitaine. Cette dernière est qualifiée par plusieurs auteurs comme l'environnement naturel de ce type d'événements (Gravari-Barbas, 2006 ; Chaudoir, 2007 ; Gras, 2007 ; Roche, 2010). L'originalité de notre thèse se manifeste aussi du point de vue de la période étudiée. Bien que nous ne puissions présumer avoir parcouru l'ensemble de la littérature qui traite de l'objet de notre étude, nous n'avons rencontré aucune publication qui analyse le rôle joué par les grands événements sur le développement

touristique dans un contexte métropolitain sur le temps long. En étudiant le cas de Montréal de 1960 à 1992, nous comptons mettre en évidence la contribution de ces manifestations au développement touristique montréalais en mobilisant des cadres théoriques appropriés à chacune des dimensions étudiées. Pour atteindre cet objectif de recherche, la présente thèse est structurée autour de trois parties complémentaires. La première est dédiée à l'exposition des fondements théoriques, conceptuels et méthodologiques de la recherche, la deuxième à la présentation des trois études de cas, alors que la troisième est consacrée aux analyses des résultats de recherche.

À la différence d'un chapitre introductif censé mettre en contexte le sujet étudié, l'ambition du premier chapitre de la première partie est d'apporter un éclairage épistémologique sur notre domaine de recherche. Comme nous allons l'expliquer dans le cadre de cette thèse, le caractère scientifique des études touristiques fait l'objet de plusieurs débats. Certains auteurs (Cazes, 2001 ; Jamal et Hollinshead, 2001 ; Hoerner, 2002) ont soulevé cette question et invité les chercheurs qui s'intéressent aux études touristiques à améliorer les dimensions épistémiques de leurs recherches. Dans cet ordre d'idées, nous consacrons le premier chapitre à la construction épistémologique de notre réflexion sur les grands événements d'une part et les études touristiques d'autre part. Dans le premier cas, nous étudions comment les différents champs disciplinaires appréhendent le grand événement dans l'objectif d'évaluer jusqu'à quel point le traitement du sujet dans le champ touristique constitue un prolongement ou une rupture avec la réflexion menée par les autres champs disciplinaires. Dans le deuxième cas, nous proposons un recensement des problématiques étudiées et des approches utilisées dans les études touristiques et plus particulièrement dans le champ du tourisme urbain et métropolitain. L'objectif de cette démarche est de situer notre étude par rapport à l'évolution de la recherche dans le domaine et d'expliquer par le fait même la valeur ajoutée de notre travail. Notons toutefois que l'attention que nous portons à la dimension épistémique dans le cadre de notre travail ne cherche pas la révision des soubassements théoriques de

l'ensemble de la discipline, ses paradigmes et ses méthodes, mais un tel travail mérite une thèse en soi. En revanche, nous avons voulu dans ce chapitre bien circonscrire notre réflexion avec la modeste ambition de participer au débat sur le sujet. D'ailleurs, l'ensemble de la première partie de cette thèse porte cette ambition et aspire à bien asseoir les fondements théoriques de notre travail. À ce titre, et à travers le deuxième chapitre, nous retraçons l'évolution de la relation entre la ville, le tourisme et les grands événements depuis l'époque moderne jusqu'à celle postmoderne. De l'avis de plusieurs auteurs (Gravari-Barbas, 2006 ; Barthou *et al.*, 2007 ; Roche, 2010), cette dernière époque a eu un impact significatif sur les pratiques urbaines et urbanistiques, au point d'assister à une nouvelle reconfiguration de la morphologie urbaine et sociale de la ville. Dans ce nouveau paysage, la métropole est désormais le modèle dominant et où le tourisme et les événements font partie intégrante de spécificité de ce type de territoire. Dans cet ordre d'idées, le texte de ce chapitre expose les différentes manifestations de l'urbain et du touristique dans le cadre de l'espace métropolitain, avec le dessein de démontrer le rapport éclectique entre les différentes sphères.

Dans le troisième et dernier chapitre de la première partie, nous nous attardons à exposer notre questionnement de recherche, nos hypothèses et notre méthodologie, mais surtout à construire un cadre théorique adapté à notre sujet. Vu le caractère pluridisciplinaire de l'objet touristique, et la diversité des corpus théoriques qui peuvent conséquemment être mobilisés, nous avons eu recours à la construction d'un cadre théorique adapté à notre sujet d'étude. À ce titre, nous avons défini plusieurs ancrages théoriques qui agiraient comme cadre interprétatif de nos résultats de recherche.

La seconde partie de notre thèse présente l'exploration des trois événements sélectionnés en tant que manifestations qui ont *a priori* marqué l'histoire contemporaine de Montréal. Néanmoins, avant d'exposer le déroulement historique

de l'Expo 67 (Chapitre 5), des Jeux olympiques de 1976 (Chapitre 6) et des fêtes du 350<sup>e</sup> anniversaire de la ville (Chapitre 7), nous consacrons le chapitre 4 à la présentation des principaux événements qui ont marqué le paysage montréalais avant 1960. Notons que l'objectif de cette partie est loin d'être un simple récit historique. Notre vœu est plutôt d'examiner chaque événement séparément – avant, pendant et après sa tenue – tout en nous efforçant de repérer les impacts éventuels de celui-ci sur les trois sphères du développement touristique que sont la gouvernance, l'image et les équipements.

Enfin, la troisième partie est dédiée à apporter des réponses directes à notre questionnement de recherche. En nous appuyant, d'une part, sur la littérature scientifique pertinente au sujet étudié et, d'autre part, sur l'analyse exploratoire de chaque événement menée dans la deuxième partie, nous décrivons le rôle joué par la trame événementielle sur le développement touristique à Montréal. À cet effet, il est question dans un premier temps de retracer l'évolution du modèle de gouvernance à Montréal depuis 1863 (Chapitre 8). Même si notre étude porte sur la période de 1960 à 1992, l'approche historico-interprétative que nous avons adoptée dans le cadre de cette thèse exige de faire des aller-retour dans le temps afin de bien circonscrire les contextes avant et après un événement et qui peuvent être porteurs d'éléments explicatifs de l'objet étudié. Par la suite, nous exposons la transformation de l'image de Montréal (Chapitre 9), qui va acquérir une notoriété internationale à l'occasion de l'Expo 67 et des Jeux olympiques de 1976 avant d'adopter en 1992 le positionnement de destination culturelle qui demeure le choix de la métropole jusqu'à aujourd'hui. Enfin, au niveau des équipements touristiques (Chapitre 10), nous concluons en montrant que les événements étudiés ont été à la fois un catalyseur et un frein au développement touristique de Montréal.

Enfin, et à la lumière des résultats d'analyses des trois cas étudiés, le chapitre 11 est dédié à la présentation de notre proposition de modèle analytique de développement touristique des destinations métropolitaines à travers les grands événements.

**PREMIÈRE PARTIE : FONDEMENTS THÉORIQUES,  
CONCEPTUELS ET MÉTHODOLOGIQUES**

## CHAPITRE I :

### FONDEMENTS ÉPISTÉMOLOGIQUES DE LA THÈSE

Généralement, le premier chapitre d'une thèse est dédié à la présentation du cadre théorique, à l'état de la question ou au contexte de la recherche. Nous avons plutôt choisi de consacrer ce premier chapitre à la construction épistémologique de notre réflexion sur les grands événements d'une part et les études touristiques d'autre part. Nous percevons ce choix plus comme un devoir scientifique qu'un des choix stratégiques exigés par l'exercice académique. Dans le cas des grands événements, nous avons jugé qu'il serait intéressant de retracer la construction épistémologique du sujet dans d'autres disciplines avant de l'examiner dans le contexte des études touristiques. L'objectif de cette démarche est d'évaluer jusqu'à quel point l'appréhension du sujet dans le champ touristique constitue un prolongement ou une rupture avec la réflexion menée par les autres champs disciplinaires. Les résultats de cet exercice viendraient soutenir la construction de notre cadre théorique qui se nourrit des apports des différentes disciplines qui s'intéressent à la problématique que nous étudions.

Du côté des études touristiques, notre réflexion épistémologique porte sur le débat engagé entre les différentes écoles de pensée sur le degré de construction scientifique des études touristiques. D'une part, ceux qui soutiennent que le corpus de recherche autour du phénomène touristique est en constante évolution et peut se prévaloir du statut de discipline. D'autre part, ceux qui pensent que les études touristiques ne respectent pas la trajectoire scientifique imposée aux autres disciplines, et ne peuvent se prévaloir par conséquent du statut de discipline. Loin de vouloir trancher ce débat, notre ambition en examinant ce point est de positionner notre sujet par rapport à la discussion scientifique en cours.

### 1.1 Les grands événements vus par l'histoire

Dans le cadre d'une réflexion générale sur le grand événement en tant que concept et phénomène, le politologue Jean-Guy Sarkis analyse, dans un ouvrage paru en 1999 et intitulé *La notion de grand événement. Approche épistémologique*, l'évolution de l'appréhension du concept par les différentes disciplines en parallèle avec l'évolution du phénomène durant le XX<sup>e</sup> siècle. Pour cet auteur, avant de parler des grands événements il faut nécessairement revenir à la notion même d'événement. Cette position est partagée par d'autres auteurs tels Braudel (1985), Farge (2002) et Prestini (2006) qui soulignent que dans le contexte d'une démarche scientifique il faudrait s'intéresser d'abord à l'objet du concept avant d'aborder sa trajectoire. Dans ce sens, l'événement renvoie à une multitude de réalités en fonction de la perspective disciplinaire mobilisée. De l'histoire à la philosophie, en passant par les sciences de l'information, la sociologie et le droit, le terme peut avoir différentes significations. Néanmoins, pour Nora (1972), quelle que soit l'approche utilisée, nous assistons depuis les années 1970 à un retour de l'événement non seulement comme phénomène, mais surtout comme objet d'étude scientifique.

Selon Sarkis (1999), la discipline de l'histoire est celle qui est concernée le plus par la notion d'événement. « Pour les défenseurs de la discipline [l'histoire], lorsqu'ils désirent démontrer la suprématie de l'histoire sur les autres disciplines scientifiques, ils utilisent l'événement comme l'élément majeur de légitimation » (Sarkis, 1999, p. 116). Cela dit, l'interprétation de l'événement et du grand événement au sein de la discipline historique a connu une évolution en trois temps durant le XX<sup>e</sup> siècle<sup>3</sup>. D'abord, au début de ce siècle et jusqu'au lendemain de la Première Guerre mondiale, l'histoire, à l'instar des autres sciences sociales, a été sous l'influence du dogme

---

<sup>3</sup> Dans la littérature francophone, les événements de mai 1968 ont eu une influence probante sur la réinterprétation du concept d'événement. D'un côté, ceux qui considèrent l'événement comme subit et imprévisible et de l'autre côté ceux qui analysent l'événement dans le temps long et qui repèrent des signes précurseurs de l'événement qui n'est que le résultat d'un ensemble de faits.

positiviste. Le récit historique se voulait objectif, et l'événement était au centre de la réflexion de l'historien au point de qualifier cette période « d'histoire événementielle » (Bonnaud, 2001, p. 148). Tout au long de cette période, les chercheurs en histoire se limitaient à la narration sans toutefois tenter d'apporter des éléments explicatifs de l'événement. Face aux perturbations sociales, économiques et surtout politiques qui ont marqué les années 1940, 1950 et 1960, cette approche cédera sa place à l'École des Annales, baptisée d'après une revue du même nom dirigée par Febvre, Bloch et Braudel. Contrairement au courant positiviste, le postulat de l'École des Annales écarte l'événement du récit historique en expliquant que ce dernier ne « forme que la couche superficielle, accidentelle et ne peut pas faire comprendre le sens » (Prestini, 2006, p. 23). Outre l'évacuation de l'événement comme axe structurant de la pensée historique, l'École des Annales engage un rapprochement avec les autres disciplines des sciences humaines et sociales, particulièrement l'économie et la sociologie. Cette ouverture permet à l'histoire d'élargir son champ d'interprétation et d'asseoir son hégémonie sur les autres disciplines. Néanmoins, la succession des mouvements sociaux des décennies 1960 et 1970 permet une révision de la position de l'École des Annales par rapport à l'événement. Dans le cadre de ce qui est communément appelé la nouvelle histoire, l'événement redevient un élément important dans l'ossature historiographique, comme le laissent entendre Morin (1972) Nora (1972) et Ricoeur (1992). Pour Morin (1972), l'histoire est devenue « une étude de processus obéissant à des logiques systématiques ou structurales et de moins en moins une cascade de séquence événementielle » (p. 6). Celui-ci critique sévèrement le « refoulement » et la réfutation de l'événement au profit d'une certaine rationalité scientifique et propose une réintégration du concept eu égard à la sensibilité de la société humaine à l'événement. Dans le même ordre d'idées, Rémond (2002), historien de renom et membre de l'Académie française, félicite Nora (dans un discours prononcé le 6 juin 2002) pour l'intégration et la restitution de l'importance au concept d'événement. Rémond (2002) écrit à ce titre : « Nous voilà loin aussi de la conception positiviste et

de sa confiance quelque peu naïve dans la possibilité d'établir un récit parfaitement objectif. »

En sus de ramener l'événement au centre de la réflexion historiographique, la nouvelle histoire, à travers Le Goff (1978) et Ricœur (1992), est marquée par la mobilisation d'une approche profondément herméneutique. La structure de la nouvelle histoire privilégie le temps long au détriment de la conjoncture et s'inscrit dans le rythme et la durée (Boulay, 2007). L'intérêt est « non pas les événements pour eux-mêmes [...] mais leur construction dans le temps, l'effacement et la résurgence de leur signification » (Rémond, 2002).

## **1.2 Les grands événements vus par les autres disciplines**

Les sciences de l'information à leur tour ont recours assez fréquemment à la notion d'événement. Pour Sarkis (1999), l'historien et le journaliste transigent avec le même objet. Néanmoins, au moment où le professionnel de l'information s'intéresse à l'événement actuel, l'historien examine l'événement passé. Au-delà de cette dimension temporelle, d'autres similitudes et différences peuvent être recensées. Selon Prestini (2006, p. 26), l'événement dans les sciences de l'information est considéré comme « un fait d'actualité qui mérite d'être partagé avec l'ensemble de la population ». Le journaliste, en raison des caractéristiques de son métier, s'intéresse davantage à l'information générale imposée par l'actualité et les faits divers, alors que l'historien se consacre au traitement des grands événements qui ont marqué une époque. De l'avis de Sarkis (1999), cela explique la nature du médium utilisé dans chacune des disciplines pour parler de l'événement. En histoire, la transmission se fait par les canaux traditionnels de diffusion des connaissances, alors qu'en sciences de l'information, on utilise les nouvelles technologies pour rejoindre rapidement le public le plus large possible. Néanmoins, pour Nora (1972), Bensa et Fassin (2002), il ne faut pas séparer l'événement de son outil de médiatisation. En histoire, comme en

sciences de l'information, « dans nos sociétés contemporaines, c'est par eux seuls [les médias et les canaux de diffusion] que l'événement nous frappe et ne peut pas nous éviter » (p. 5).

Dans le domaine des sciences, Morin, souligne en 1972 le retour avec force de la notion d'événement, et particulièrement de grand événement, dans l'évolution des théories de l'expansion de l'univers. Selon lui, les observations de l'époque « ont renforcé la thèse d'un événement originaire, vieux approximativement de 6 milliards d'années d'où a procédé la dispersion explosive qu'on nomme univers, et à partir duquel se déroule en cascade, une histoire évolutive » (p. 7).

Du côté de la sociologie, Sarkis (1999) fait état de la même différenciation temporelle soulevée plus tôt en comparant l'histoire et les sciences de l'information. En sociologie, le chercheur s'intéresse d'abord au temps présent alors que la discipline, quand elle s'interroge sur la temporalité de l'événement, elle « prend pour objet, la reproduction ou le changement et non les mutations » (Bensa et Fassin, 2002, p. 5). Face à l'événement, le dessein du sociologue est de détecter le lien de causalité, les structures générales et logiques dans une perspective prédictive du même type d'événement, alors que l'historien s'intéressera davantage à l'événement sous l'angle de la spécificité. Malgré cette différence dans la perspective d'appréhension de l'événement, il n'en demeure pas moins que la sociologie et l'histoire, et plus particulièrement la nouvelle histoire, se rejoignent au niveau de l'approche utilisée pour comprendre l'objet de l'événement. L'approche herméneutique est mobilisée par les deux disciplines, mais dans deux directions tout à fait opposées. Au moment où le raisonnement sociologique reste très rattaché à son espace d'observation pour interpréter les faits (Passeron, 1991), la logique historiographique cherche à mener l'interprétation en établissant le lien entre les différentes phases avant, pendant et après l'événement.

Enfin, du côté de la philosophie, Ricoeur (1992) estime que le retour de l'événement constaté à l'échelle des différentes disciplines ne devrait pas surprendre le philosophe. La présence de plus en plus importante des médias sur la scène publique participe sensiblement à faire connaître l'événement y compris celui qui n'aurait aucune signification pour une personne ou un groupe de personnes. Dans une perspective phénoménologique, l'événement peut avoir une signification individuelle et/ou collective. À ce titre, Romano (1998) identifie deux substrats pour le concept d'événement en philosophie. D'une part, ce que Sarkis (1999, p. 43) appelle « la raison, le sens et l'ordre ». En d'autres mots, la recherche de causalité est écartée au profit de la recherche de signification et la personne affectée par l'événement ne cherche qu'à comprendre la signification de ce dernier. D'autre part, l'explication causale est centrale dans la compréhension de l'événement tout en l'associant à son contexte de production.

En conclusion de ce tour d'horizon de quelques disciplines qui étudient l'événement<sup>4</sup>, nous pouvons convenir qu'il y a un retour marqué de la notion d'événement comme objet d'étude scientifique. Les mutations économiques, sociales et environnementales observées tout au long du dernier siècle ont imposé la révision de la position des disciplines face à l'événement. Dans cet ordre d'idées, il est légitime de se questionner sur la position des études touristiques face à l'événement. Pour apporter des éléments de réponse, il faut cependant revenir sur le champ des études touristiques lui-même. Si le débat quant au degré de « scientificité » de l'histoire, de la sociologie ou de la philosophie semble arrivé à maturité, dans les études touristiques le débat n'en est qu'à ses débuts, et il nous a paru nécessaire d'en faire état à ce stade-ci de la thèse.

---

<sup>4</sup> Cette exploration n'est certainement pas exhaustive. D'autres disciplines comme le droit et la théologie ont étudié à leur tour la notion d'événement et de façon très approfondie. Néanmoins, nous nous sommes limité aux disciplines que Sarkis (1999) considère comme les plus importantes dans son ouvrage sur la notion de grand événement.

### 1.3 Les études touristiques et le débat de scientificité

Plusieurs théoriciens en sciences sociales utilisent le mot « études » pour désigner le corpus de recherche ayant pour objet une problématique touristique. Néanmoins, au cours de la dernière décennie, des auteurs (Pearce, 2001 ; Ashworth, 2003 ; Kadri, 2008 ; Ashworth et Page, 2010) n'hésitent plus à affirmer que les études touristiques sont bien engagées pour acquérir le « statut de discipline ». Pour cheminer vers ce statut, il faut cependant utiliser ce que Corboz (2009) appelle des « trajets intellectuels » différents. Chaque domaine de recherche a ses propres traits vernaculaires reflétant une complexité idiosyncratique à l'objet étudié. Si la science ne cesse d'évoluer, les modes de production de connaissances doivent à leur tour prendre la même direction. Les chercheurs sont dans l'obligation de démontrer des dimensions jusqu'ici inexplorées sans toutefois s'obstiner à s'enfermer dans des modèles et des méthodes qui leur préexistent (Corboz, 2009). Nous avons donc jugé fondamental d'assujettir notre projet de recherche doctorale à une démarche épistémique dans un double objectif : d'une part, situer notre recherche par rapport à l'évolution des différents courants de pensée traitant des études touristiques ; d'autre part, définir la topographie du corpus des connaissances du domaine de recherche que représente le tourisme urbain dans notre cas.

Notons toutefois que la présente thèse n'a pas pour objectif de mener une réflexion approfondie sur la construction épistémique des études touristiques. Un tel objectif nécessiterait une thèse en soi. Cependant, nous comptons bel et bien questionner tout au long de la première partie de cette thèse certains concepts clés qui semblaient d'évidence établis. Pour y arriver, nous proposons d'examiner dans ce chapitre la construction du tourisme urbain comme domaine de recherche, ses problématiques et ses approches. Néanmoins, il serait nécessaire de comprendre d'abord l'évolution de la recherche en général au sein des études touristiques.

### 1.3.1 Les études touristiques : une discipline en construction

Dans un article paru en 2008 dans la revue de recherche en tourisme *Téoros*, Boualem Kadri questionnait l'existence d'une science du tourisme. Pour y répondre, nous adoptons la démarche inverse en se questionnant sur ce qui empêche les études touristiques d'être considérées comme une science. Est-ce l'absence d'un paradigme fédérateur (Dewailly, 2008), ou est-ce un problème de construction épistémologique ? Si on adopte la perspective de Kuhn (1962), le problème des études touristiques serait l'absence d'une tradition paradigmatique qui permet aux chercheurs en tourisme de normaliser le phénomène et de l'appréhender. Cette explication ne saurait toutefois répondre à notre questionnement, puisque les études touristiques sont par définition pluridisciplinaires. Or, dans la logique de Kuhn (1962), le cadre paradigmatique ne peut s'appliquer qu'aux disciplines où il existe une certaine standardisation de la connaissance (Dewailly, 2008). D'ailleurs, Foucault (1994) va dans le sens de ces deux derniers auteurs et estime que la construction d'un champ de connaissance ne peut se faire à travers la simple régularité des discours et des recherches. Dans une démarche épistémologique, selon Foucault (1994), un champ de connaissance doit dépasser le simple fait de l'acquisition du savoir à la volonté de comprendre la vérité du sujet étudié (CREI, 2005).

Loin de vouloir trancher sur la véracité des propos de Kuhn ou de Foucault, le débat engagé par ces deux auteurs s'insère davantage sous la bannière des débats philosophiques et idéologiques autour de la question de l'évolution de la science de façon générale. Du côté des études touristiques, la question de la « disciplinarité » reste un sujet d'actualité. À ce titre, Tribe rejetait dans un article paru en 1997 l'idée que les études touristiques soient une discipline. Pour arriver à cette conclusion, il suggère d'analyser la façon d'étudier le phénomène touristique en se basant sur des modèles théoriques dédiés à l'étude de l'épistémologie des disciplines ; il conclut que les études touristiques seraient plus un objet de recherche qu'une façon de mener la

recherche qui permettrait de conférer le statut de discipline. En d'autres mots, les études touristiques sont souvent analysées à partir des perspectives des autres disciplines et en empruntant aussi leurs méthodes. Par ailleurs, il n'existerait selon Tribe aucune méthode propre aux études touristiques, et qui serait empruntée par les autres disciplines. Pour ce denier, le constat est sans équivoque. Les études touristiques ne peuvent être considérées comme une discipline à part entière tant et aussi longtemps que ce nouveau champ de recherche ne développe pas ses propres méthodes de recherche (Tribe, 1997).

Contrairement à Tribe, d'autres auteurs (Archer et Fletcher, 1996 ; Echtner et Jamal, 1997 ; Leiper, 2000) considèrent que les études touristiques sont bel et bien une discipline en émergence. Parmi ceux-ci, Leiper (2000) s'est montré particulièrement critique envers les conclusions de Tribe. Il juge en effet que plusieurs éléments théoriques utilisés par Tribe pour mener son analyse étaient biaisés, en commençant par la définition du concept de discipline. Selon Leiper, la définition retenue par Tribe, qui est celle de Hirst (1993), est dépassée et ne reconnaît pas l'évolution des modèles de production de la connaissance. Pour démontrer l'obsolescence de la perspective de Hirst, Leiper (2000) établit un parallèle entre la définition de la discipline proposée par ce dernier et la position des scientifiques européens du XIX<sup>e</sup> siècle. À cette époque, les enfants n'étaient pas considérés comme des êtres humains puisqu'ils n'ont pas encore atteint l'âge de la maturité. Au chapitre de l'épistémologie des sciences, Leiper (2000) considère donc la position de Tribe (1997)<sup>5</sup> comme un manque de rigueur scientifique, et remet en cause sérieusement la crédibilité des conclusions de ce dernier.

---

<sup>5</sup> Tribe (1997) ne reconnaît pas le processus emprunté par un champ de recherche pour cheminer vers le statut de discipline. Autrement dit, il ne tient pas compte de l'évolution d'un corpus de recherche, et le jugement qu'il porte sur un domaine de recherche n'est valable qu'à un moment déterminé.

Depuis le lancement de ce débat scientifique entre Tribe (1997) et Leiper (2000), bien d'autres auteurs ont participé à la discussion, sans pour autant permettre de trancher le débat en faveur d'une position donnée. Néanmoins, nous pensons que la perspective de Leiper (2000), et avant lui celle de Kuhn (1962), semblent susciter davantage d'intérêt de la part des chercheurs des études touristiques. Ces derniers reconnaissent que le phénomène touristique représente une complexité bien particulière qu'il faut clairement prendre en considération. Selon Sofield et Li (2010), depuis le début des années 2000, les études touristiques ne sont plus les seules à faire face à cette question de « disciplinarité ». En effet, l'émergence de la notion de durabilité soulève à son tour un débat similaire. Ce concept, associé au départ à la question de pérennisation des ressources naturelles, a été récupéré par plusieurs disciplines – économie, sociologie, politique, géographie, anthropologie... –, dont les études touristiques. Le tourisme, en tant qu'activité économique et sociale, peut être effectivement conçu comme un moyen de développer la durabilité dans des destinations où la question de la fragilité des ressources revêt une importance capitale. Les études sur la durabilité (*sustainable studies*) font face aujourd'hui à la même problématique que les études touristiques et le débat n'est pas non plus réglé (Sofield et Li, 2010).

Pour avancer dans le débat épistémologique et sortir de la dualité discipline / non-discipline, Coles et *al.* (2006) proposent une avenue intéressante en invitant les chercheurs actifs dans le domaine des études touristiques à appréhender le phénomène selon une perspective « post-disciplinaire ». Visoovsky et Bianchi (2005), pour leur part, avancent que les fondements disciplinaires de l'objet étudié ne doivent pas passer avant l'objectif de compréhension du phénomène étudié. Pour ces deux auteurs, les corpus théoriques mobilisés pour examiner un sujet ainsi que la méthodologie empruntée restent certainement des indicateurs fiables de la rigueur scientifique de tout projet de recherche. Néanmoins, dans un contexte de globalisation et d'hyperconsommation, certains phénomènes deviennent de plus en plus complexes

à comprendre et invitent à une révision de la façon de les approcher. Au XXI<sup>e</sup> siècle, les modes de production des sciences souffrent de leur psychisme en voulant expliquer des phénomènes selon des paradigmes universels (Lévy, 2008), alors que la société postmoderne est appréhendée comme un système d'interdépendance imbriqué et difficilement compréhensible de façon unidimensionnelle (Morin, 1990). Justement, les études menées à ce jour sur le phénomène touristique font appel à des approches « réductionnistes, car elles séparent la totalité d'un phénomène en différents segments qui sont ensuite étudiés comme unité indépendante à l'aide de paradigmes et concepts de la discipline mère » (Clivaz, 2008, p. 69).

Comme solution, plusieurs auteurs (Coles *et al.* 2006 ; Atelejevic, 2009 ; Pritchard *et al.*, 2011) invitent les chercheurs à s'inscrire dans ce cheminement post-disciplinaire en transgressant les frontières des disciplines. De façon plus explicite, Rossi et Warf (2011) expliquent qu'il faut adopter une démarche inductive où la compréhension pragmatique de l'objet étudié est le point de départ. Pour Jessop et Neilsen (2003), le commencement d'une approche post-disciplinaire est « l'identification de problèmes spécifiques pour ensuite mobiliser, développer et intégrer les concepts et les connaissances nécessaires sans se préoccuper des frontières disciplinaires » (2003)<sup>6</sup>. Coles et ses collaborateurs (2006), quant à eux écrivent que l'approche post-disciplinaire offre aux études touristiques plus de flexibilité, de pluralité, et de synergie entre les différents concepts utilisés. Cette situation permettra, de l'avis de Sofield et Li (2011), de saisir le sujet de façon plus holistique et intégrée, en adéquation parfaite avec les *postmodern studies* que décrivent Echtner et Tazim (1997).

---

<sup>6</sup> Traduction de Marc Humbert disponible à l'adresse <<http://fr.pekea-fr.org/comm/5-2-TC-R-JESSOP.html>> [consulté le 1<sup>er</sup> août 2013].

Pour conclure sur ce sujet, nous pensons que notre recherche peut très bien s'insérer dans le contexte de la post-disciplinarité des études touristiques. Comme nous l'exposerons au chapitre III, notre sujet de recherche se retrouve effectivement au carrefour de plusieurs disciplines. Dans ce sens, pour répondre à notre questionnement de recherche il faut effectivement mobiliser plusieurs corpus de connaissances issus de différentes disciplines dans le dessein de construire un cadre théorique adapté. Toutefois, le recours à ces disciplines ne doit pas non plus se faire dans un contexte rigide qui ignore les spécificités de l'objet étudié.

Hormis le focus du courant post-disciplinaire sur le phénomène à expliquer plus que sur l'origine disciplinaire, nous estimons que l'intérêt pour notre travail de s'inscrire dans ce courant réside aussi dans les soubassements théoriques de la post-disciplinarité. En d'autres mots, les protagonistes de cette posture scientifique justifient la pertinence de leurs propos par l'évolution du contexte social où les phénomènes sont de plus en plus complexes. En parallèle, les modes de production des connaissances doivent verser dans le même sens et éviter d'être toujours en mode rattrapage, comme c'est le cas en science sociale (Pronovost, 2008). À l'ère de la postmodernité, la recherche scientifique devra accompagner les mutations de la société et être capable d'appréhender son évolution. Comme le souligne Taylor dans un article publié le 26 avril 2009 sur le site du *New York Times*, la production des universitaires américains est en décalage avec la réalité au point où la diffusion de leur recherche est devenue trop limitée. Il écrit : « *research in subfields within subfields and publications in journals read by no one other than a few liked-minded colleagues* ». Il estime donc que l'état actuel de la recherche pénalise l'ensemble du système de formation américain qui devra passer du paradigme de la masse au paradigme de la qualité<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Pour Taylor, le système américain est devenu un système de production des chercheurs en masse sans aucune préoccupation envers l'adaptabilité de la formation à la réalité de la société.

### 1.3.2 Le tourisme urbain : un domaine de recherche en construction

Après avoir parcouru l'évolution de la recherche sur les études touristiques, nous devons poser la même question quant à notre domaine de recherche, le tourisme urbain. Ce dernier peut-il être considéré comme un domaine de recherche à proprement dit ? Certes, ce thème n'est pas nouveau. Depuis la décennie 1980, des chercheurs issus de disciplines diverses ont tenté de démontrer l'importance économique, sociale et géographique du tourisme au sein des espaces urbains. Ce foisonnement de la recherche peut être expliqué par le développement parallèle de la pensée scientifique touristique et urbaine. D'une part, les études touristiques ont atteint, selon Kadri (2008), le stade de reconnaissance de la complexité. Le phénomène n'est plus considéré comme un fait marginal dans la société et mérite d'être analysé plus profondément. À ce titre, plusieurs auteurs (Ashworth, 1989, 2003 ; Fainstein et Gladstone, 1997 ; Pearce, 2001 ; Knafou et Violier, 2005 ; Dewailly, 2006 ; Duhamel et Knafou, 2007 ; Edwards *et al.*, 2008 ; Ashworth et Page, 2010) soulignent la nécessité de faire appel à des schémas d'analyse plus larges pour appréhender ce « nouveau tourisme urbain » (Page et Hall, 2003, p. 35). D'autre part, les études urbaines connaissent à partir des années 1960 un essor notable en accompagnant les mutations rapides observées au niveau des villes. Ainsi, ce champ de connaissance, relativement récent, a permis de comprendre des problématiques d'ordres sociologique (ex. : relations ethniques), politique (ex. : gouvernance urbaine), géographique (ex. : les dynamiques de mobilité) et économique (développement des zones sectorielles). Ces problématiques s'intègrent à leur tour dans un contexte de postmodernité caractérisé, de dire Françoise Ascher (2001), par une forte urbanisation, un secteur tertiaire dominant, une société assoiffée de consommation et un usage considérable des technologies de l'information et de communication. Dans cet esprit, le tourisme métropolitain est l'incarnation type de la ville postmoderne.

D'après Chambers (2007), la compréhension de l'évolution du phénomène touristique nécessite le déploiement de nouvelles approches méthodologiques. Dans le cas du tourisme urbain, nous pensons que cette nécessité est propulsée au rang du requis, voire du *sine qua non*, lorsqu'il s'agit de tenir compte de l'ensemble des dynamiques qui interfèrent dans les sphères touristiques et urbaines, et plus particulièrement dans un contexte métropolitain.

S'il est vrai que les chercheurs ne se sont penchés sérieusement sur le tourisme urbain en tant qu'objet de recherche qu'à partir des années 1980, le phénomène, comme souligné plus tôt, est certes plus ancien (Ashworth, 1989, 2003 ; Pearce, 2001 ; Boyer, 2002 ; Hoerner, 2002 ; Équipe MIT, 2005a ; Équipe MIT, 2005b ; Dewailly, 2006 ; Knafo, 2007 ; Lussault et Stock, 2007 ; Vajda, 2007 ; Edwards *et al.*, 2008 ; Kadri, 2008 ; Ashworth et Page, 2010). Cet écart entre la recherche et la pratique fait d'ailleurs partie intégrante de « la nature même des sciences sociales qui se penchent sur des problèmes bien longtemps après que ceux-ci soient apparus » (Pronovost, 2008, p. 18). Dans ce sens, et malgré la récence des études, plusieurs auteurs (Ashworth, 1989, 2003 ; Pearce, 2001 ; Knafo, 2007 ; Lussault et Stock, 2007 ; Edwards *et al.*, 2008 ; Ashworth et Page, 2010) soutiennent que la recherche dans ce domaine a déjà parcouru plusieurs stades et que la quête du statut de domaine de recherche est bel et bien une réalité en construction et non une simple illusion intellectuelle. À l'instar de ce qui a été souligné précédemment au niveau des études touristiques, pour percevoir la réalité d'un phénomène, il faudrait d'abord dépasser les paradigmes disciplinaires réducteurs, ensuite reconnaître l'évolution des contextes scientifiques et des modes de production des connaissances et enfin admettre le caractère complexe du phénomène touristique urbain.

Les modes de production des connaissances ont connu des mutations diverses tout au long des dernières décennies. Influencée par les contextes à la fois locaux et universels et par des besoins de plus en plus grandissants, la recherche en tourisme a

traversé différentes étapes de reconnaissance. À cet effet, Kadri (2008) identifie trois stades de reconnaissance du tourisme comme objet d'étude, à savoir :

- Le stade de la reconnaissance idéologique du tourisme (1950-1970) : marqué par la critique à l'encontre à la fois du tourisme et de ceux qui le pratiquent. Le tourisme n'est pas une activité anodine. Le phénomène est jugé important au sein de la société à tel point qu'il renvoie à « un système de représentation complexe (les mythes) qui nécessite de s'intéresser au caché symbolique » (Kadri, 2008, p. 53) ;
- Le stade de la reconnaissance symbolique du tourisme (fin 1970-1990) : caractérisé par une compréhension plus globale du phénomène en fonction des contextes de production de la connaissance. Au moment où la réflexion des auteurs francophones explore les dimensions psychologiques et sociales du tourisme, la recherche anglo-saxonne est orientée vers l'appréhension de l'expérience touristique dans sa globalité et sa complexité ;
- Le stade de la reconnaissance de la complexité du phénomène (depuis 1990 à ce jour) : qui se distingue par la confirmation du statut complexe du tourisme qui ne peut être appréhendé par des analyses réductrices. La tendance est à l'évaluation du phénomène comme un tout indissociable.

Du côté de la recherche sur le tourisme urbain, la réflexion sur le sujet a été fragmentée et l'objet de recherche qu'est le tourisme urbain n'a pas été reconnu comme un domaine distinct (Edwards *et al.*, 2008). Et pour cause, la lenteur d'avancement théorique et la faible reconnaissance scientifique du tourisme (Kadri, 2008) limitaient le développement d'un champ disciplinaire cohérent où les concepts étaient encore marqués par une polysémie contextuelle et disciplinaire. Pearce (2001) croit que la complexité du phénomène touristique urbain a sans doute contribué à retarder la recherche dans ce domaine eut égard à la difficulté de dissocier le tourisme

des autres fonctions et activités urbaines. Dans le même sens, Blank (1994) explique que la nature hétérogène du tourisme urbain rend difficile la compréhension et la circonscription du phénomène. Toutefois, l'évolution exponentielle<sup>8</sup> des flux touristiques à destination des espaces urbains, et par conséquent l'intégration croissante de la variable touristique dans les politiques de développement urbain (Pearce, 2001) ainsi que le recours au tourisme comme alternative à la crise urbaine (Cazes, 1994 ; Judd et Fainstein, 1999), ont suscité l'intérêt pour la ville touristique. Dans ce contexte, les références au tourisme urbain comme un phénomène distinct ont commencé à apparaître dans la littérature au cours des années 1980 (Edwards *et al.*, 2008). L'article rédigé par Gregory Ashworth en 1989 et intitulé « *Urban tourism : an imbalance in attention* » a suscité un réel intérêt autour de la problématique du tourisme urbain :

*There has been quite simply a rural bias noticeable in both the quantity of the literary output and the quality of the theorizing about tourism. This is in itself remarkable because most tourists originate from cities, many seek out cities as holiday destinations and the social and economic impacts of tourism are substantial in urban areas. Thus the failure to consider tourism as a specifically urban activity imposes a serious constraint that cannot fail to impede the development of tourism as a subject of serious study. (Ashworth, 1989, p. 33)*

Depuis ce temps, des numéros spéciaux de revues, des livres et des travaux de recherche ont permis d'explorer différentes problématiques dans le domaine de la recherche sur le tourisme urbain (Cazes, 1994). Cet apport scientifique a permis, d'une part, d'attirer l'attention vers un phénomène important dans les structures économiques et sociales des villes et, d'autre part, de consolider le débat quant à la

---

<sup>8</sup> En France, le nombre de vacances en ville a augmenté de 50 % entre 1981 et 1992, soit une évolution positive deux fois plus importante que le total des vacances (Cazes et Potier, 1996). En Espagne, le nombre des arrivées aux territoires urbains a augmenté de 82 % entre 1991 et 1995, passant de 2,6 millions à 4,8 millions. C'est le même constat à Venise, qui a vu ses arrivées s'accroître de 101 % en seulement quatre années (Wober, 1997).

pertinence d'un champ de recherche spécifique aux études touristiques urbaines. Sur ce dernier point, il semble que le débat ne soit pas tranché. L'hésitation est toujours présente surtout lorsqu'il s'agit des méthodes d'analyse (Edwards *et al.*, 2008), de la définition des concepts (Pearce, 2001) et de la cohérence du cadre théorique (Ashworth et Page, 2010). Selon ces deux derniers auteurs, cette situation est expliquée par le fait que l'étude des progrès accomplis dans la compréhension du tourisme urbain est immédiatement confrontée à une série de paradoxes que nous pouvons résumer ainsi<sup>9</sup>:

1. Le tourisme urbain est une forme de tourisme extrêmement importante à l'échelle mondiale. Toutefois, il a reçu une faible attention de la part des chercheurs à la fois des études touristiques et des études urbaines, et particulièrement en matière de recherche théorique. Par conséquent, malgré son importance, le tourisme urbain est resté un concept flou et vaguement délimité avec un développement modéré des structures systémiques de compréhension.
2. Les villes sont de grandes entités multifonctionnelles dans lesquelles les touristes peuvent être absorbés et devenir invisibles économiquement et physiquement. Du coup, il est extrêmement difficile de cerner les motivations de visite d'une ville.
3. Les touristes font un usage intensif des équipements et services urbains, mais peu de villes dédient des infrastructures à l'usage exclusif des touristes.
4. Les retombées économiques du tourisme sont substantielles, mais les villes dont les économies sont les plus tributaires du tourisme sont susceptibles d'en bénéficier le moins. Ce sont les villes qui développent une offre économique large et variée qui attirent le plus de touristes, et en sont les moins tributaires.

---

<sup>9</sup> Traduction libre des paradoxes identifiés par Ashworth et Page (2010).

5. L'asymétrie critique de la relation entre le tourisme et la ville, et plus particulièrement en ce qui a trait à la politique et à la gestion urbaine, ne permet pas de démontrer clairement la nécessité du tourisme dans une ville.

En résumé, l'évolution de la recherche en tourisme urbain est bien engagée. Comme nous allons le démontrer dans les deux sections qui suivent, la diversité des problématiques traitées et des approches empruntées démontre une dynamique scientifique bien présente synonyme d'une appréhension de plus en plus globale du phénomène.

### 1.3.2.1 Problématiques étudiées en tourisme urbain

L'analyse du corpus scientifique étudié dans le cadre de notre recherche sur le tourisme urbain nous a permis de constater une évolution considérable des problématiques traitées tout au long des 50 dernières années (1960-2010). Dans ce sens, le tableau présenté en annexe A et résumé ci-dessous (compilé essentiellement à partir des travaux de Pearce [2001], Edward *et al.* [2008], Ashworth et Page [2010]) identifie les principales problématiques étudiées par les auteurs depuis 1960. L'examen diachronique de ces problématiques permet de faire ressortir les conclusions suivantes :

DÉCENNIE(S)	THÉMATIQUE(S) DOMINANTE(S)
1960-1970	Image de la ville
1980	Régénération urbaine
1990	Problématiques d'ordres social (relations visiteurs visités) économique (retombées économiques du tourisme urbain) et urbain (impacts du tourisme sur la morphologie urbaine des villes)
2000	Diversité des problématiques : nouvelles urbanités du tourisme, gouvernance du tourisme urbain, la culture et les événements comme facteurs clés de succès du tourisme urbain, tourisme métropolitain et reconnaissance scientifique du tourisme

Tableau 1.1 Évolution de la recherche en tourisme urbain entre 1960 et 2010(Compilation de l'auteur)

Les décennies 1960 et 1970 sont dominées par l'étude de l'image de ville. Cette situation s'explique par les transformations profondes dans la morphologie du paysage urbain, et plus particulièrement des villes reconstruites après la fin de la Deuxième Guerre mondiale. Dans cet esprit, les travaux de Lynch (1960), de Burgess (1975) et de Pearce (1977) sont identifiés par Edwards *et al.* (2008) comme les premières recherches traitant du rôle du tourisme urbain dans la construction de l'image de ville.

Au regard de la crise des villes industrielles qui a marqué les années 1980, la régénération urbaine, particulièrement par le tourisme, a été la thématique phare de cette décennie. En analysant les flux touristiques à destination des espaces urbains, plusieurs auteurs (Liu, 1983 ; Vandermeij, 1984 ; Jansen-Verbek, 1986 ; Hall, 1987, Ashworth, 1989) démontraient le poids de cette activité dans les structures économiques et sociales des villes visitées. Cette prise de conscience a contribué à amorcer le débat sur la pertinence de l'existence d'un champ de recherche spécifique au tourisme urbain, comme le démontrent les articles de Vandermeij (1984) et d'Ashworth (1989).

La décennie 1990 est caractérisée par la consolidation et l'effervescence de la recherche en matière de tourisme urbain. Au-delà des contributions dont l'objectif était la circonscription des frontières d'un nouveau champ de recherche, diverses problématiques sont examinées. Dans ce sens, nous en relevons quatre :

- Les problématiques d'ordre social qui traitent du développement de la relation entre les touristes et les résidents et par conséquent des influences mutuelles et des répercussions de ces rencontres sur le comportement des deux parties.
- Les problématiques d'ordre économique qui confirment la participation grandissante du tourisme urbain à la promotion économique des centres urbains.

- Les problématiques d'ordre urbain qui examinent l'impact de la croissance de l'activité touristique sur la morphologie urbaine des villes et plus particulièrement des centres-villes.
- Les problématiques d'ordre managérial qui s'intéressent à la gestion de l'activité touristique au sein des villes ainsi qu'aux diverses formes d'organisation de la gouvernance touristique et de ses rapports avec la gouvernance urbaine.

Au début de la décennie 2000, on assiste à une diversification des problématiques examinées sur le plan du tourisme urbain. D'une part, les réflexions d'ordre épistémologique sont de plus en plus nombreuses et appellent sans exception à la reconnaissance scientifique du tourisme urbain comme un domaine de recherche distinct. D'autre part, et eu égard au développement exponentiel du phénomène, de nouvelles problématiques sont examinées par les auteurs. À ce titre, les recherches sur le tourisme métropolitain sont de plus en plus nombreuses. Les auteurs intéressés par cette thématique reconnaissent les spécificités du fait touristique au sein des grandes villes et métropoles où le tourisme fait partie intégrante de l'image et du positionnement de la ville.

### **1.3.2.2 Les approches utilisées en tourisme urbain**

Malgré la genèse récente du tourisme urbain comme domaine de recherche, on peut identifier plusieurs approches utilisées par les auteurs pour traiter des problématiques énoncées précédemment. Dans ce sens, Ashworth (1989) relève le recours par les chercheurs à quatre approches dominantes, reflétant selon lui un biais géographique probant :

- L'approche spatiale qui se focalise sur la localisation des attractions, des installations et des infrastructures.

- L'approche écologique qui s'intéresse à l'étude des structures et de la morphologie des zones urbaines ainsi que l'identification des zones fonctionnelles ou des districts.
- L'approche centrée sur l'utilisateur et qui se concentre sur les activités, les motivations, les objectifs et les attitudes des touristes.
- L'approche politique qui tient compte des préoccupations des autorités locales pour accueillir et/ou promouvoir le tourisme.

Fainstein et Gladstone (1997) mettent de l'avant deux approches selon une perspective plus large, en l'occurrence :

- L'approche d'économie politique qui évalue la contribution de l'activité touristique à la sphère économique urbaine, régionale et au bien-être des résidents.
- L'approche culturelle qui s'intéresse aux relations visiteurs-visités et met l'accent sur les aspects symboliques du tourisme. Cette approche, telle que définie par les deux auteurs, se préoccupe de la place du tourisme dans une culture changeante et s'intéresse par la même occasion à de plus larges questions contextuelles telles que la mondialisation, la postmodernisation et l'impérialisme. Dans cette perspective, il existe deux foyers de pensée importants :
  - d'une part, l'impact du mouvement des touristes sur la destination d'accueil, puisqu'ils se déplacent dans la ville, occupent des espaces, consomment des ressources, participent à des activités et interagissent avec la communauté ;
  - d'autre part, l'expérience du touriste et la façon dont il voyage vers une destination urbaine affectent les motivations des touristes, les préférences et les perspectives culturelles qui par la suite forment leur vision future des voyages et du monde.

De leur côté, Edwards *et al.* (2008), estiment qu'en sus de l'approche culturelle développée par Fainstein et Gladstone (1997), deux autres approches d'analyse du tourisme urbain peuvent être retenues, à savoir :

- L'approche de gouvernance urbaine qui considère le tourisme comme un simple acteur économique et social de la ville parmi tant d'autres, en concurrence pour l'espace et contribuant à l'activité économique. Dans cette perspective, les gouvernements municipaux et régionaux font face à des défis de promotion, d'accueil et de contrôle du tourisme aux côtés d'autres activités urbaines.
- L'approche industrielle qui appréhende le tourisme comme une industrie, avec une gamme de produits à vendre, des marchés à identifier, des investissements à entreprendre, des produits à distribuer et des profits à réaliser.

Les différentes approches présentées ci-dessus ne sont certes pas les seules. D'autres auteurs comme Page (1995) et de Pearce (2001) proposent des approches différentes utilisées par d'autres disciplines. Le premier suggère un schéma systémique pour l'analyse du tourisme urbain, alors que le deuxième apporte une approche par l'offre, portant sur l'examen d'un ensemble de variables à des échelles spatiales différentes. Néanmoins, malgré la diversité des critères et des variables utilisés par les auteurs pour la déclinaison d'une taxonomie des approches, nous pouvons conclure qu'il existe à ce jour deux approches dominantes :

- D'une part, l'approche géographique ou spatiale qui est très utilisée dans l'étude des problématiques associées à l'analyse des flux touristiques, des modifications du paysage urbain, des dynamiques des lieux et des nouvelles formes d'urbanité. Cette approche est très présente au sein de la littérature francophone qui s'intéresse aux études touristiques en général et au tourisme

urbain en particulier. Quant à la réflexion issue des pays anglo-saxons, cette approche est aussi très présente sans pour autant être dominante.

- D'autre part, l'approche économique qui est adoptée pour justifier les retombées économiques générées par le tourisme urbain.

L'analyse des différentes approches d'étude du tourisme urbain nous permet de constater à la fois la richesse et la complexité d'un phénomène qui peut être appréhendé à travers différentes perspectives. L'évolution de la recherche dans ce champ d'études a permis de mieux cerner le contour des concepts, favorisant une meilleure évaluation des retombées économiques, sociales et environnementales de l'activité touristique au sein des villes. Cependant, et eu égard aux mutations continues de l'environnement touristique urbain, nous pensons qu'une approche intégrée de toutes celles présentées précédemment est la voie à suivre pour dépasser les analyses fragmentaires et réductrices. D'ailleurs, plusieurs auteurs comme Pearce (2001), Edwards *et al.* (2008) et Ashworth et Page (2010) appellent à l'adoption d'une telle démarche. Cette dernière se positionne à la fois comme une évolution normale du processus de recherche sur le tourisme urbain, et un levier supplémentaire vers la valorisation de ce dernier auprès des communautés scientifiques et des réseaux organisationnels.

#### **1.4 Les études touristiques et l'événement**

Si nous avons conclu plus tôt qu'il y a un retour remarqué de l'événement comme objet d'étude scientifique en histoire, en sociologie, en astronomie, en sciences de l'information et en psychologie, nous pouvons faire le même constat au niveau des études touristiques. En effet, l'importance grandissante du tourisme urbain et métropolitain à partir des années 1980 (Page et Hall, 2003) est attribuée en partie à la tenue d'événements dans ce type de territoire. Pour Pilette et Kadri (2005), les événements font partie de l'identité du tourisme métropolitain et particulièrement en

Amérique du Nord. Néanmoins, il faut souligner que sur le plan scientifique, l'étude de la relation entre les événements et le tourisme se concentre dans la sphère de l'évaluation des impacts. Cette situation peut être attribuée à notre avis à deux éléments :

- D'abord, l'absence d'une méthode de recherche propre aux études touristiques fait en sorte que la problématique de la relation entre les événements et le tourisme est étudiée en s'appuyant sur le dogme positiviste<sup>10</sup> dominant les autres sciences sociales et humaines (Silberzahn, 2013). Dans ce sens, les études d'impacts économiques, sociaux et environnementaux forment l'essentiel du corpus de recherche qui s'intéresse à la relation entre les événements et le tourisme.
- Ensuite, et tenant compte de la multiplicité des événements organisés à travers le monde, les acteurs engagés<sup>11</sup> dans l'organisation de ce type de manifestations recourent souvent à des études d'impacts dans une perspective de légitimation de l'engagement pris par chaque partie dans la tenue de ces événements.

Cette dominance de l'évaluation de l'événementiel dans les problématiques qui portent sur les rapports entre le tourisme et l'événement a été souvent critiquée par les chercheurs qui s'intéressent à ce sujet. Pour Spindler (2009), les différentes méthodes utilisées sont incomplètes et insatisfaisantes. D'après cet auteur, pour bien cerner l'objet de recherche il faut faire appel de façon complémentaire aux méthodes

---

<sup>10</sup> Le dogme positiviste renvoie vers l'appréhension uniquement à travers les faits sans accorder d'importance aux connaissances qui peuvent se dégager de la compréhension de ce phénomène.

<sup>11</sup> Nous identifions à ce titre trois types d'acteurs : d'abord les acteurs publics qui subventionnent les événements et les grands événements avec les deniers publics. Ensuite, les acteurs privés, ou organisations qui commanditent les événements à des fins commerciales. Finalement, les organisateurs de ces événements. Nous pouvons toutefois ajouter un quatrième type d'acteurs qui s'est imposé durant les décennies 1980 et 1990, il s'agit des groupes de pression (regroupements de citoyens, groupes environnementaux...etc.) qui défendent des intérêts propres au groupe.

quantitatives et qualitatives. Cette dimension est d'une importance capitale pour lui dans le sens où certains grands événements sont appréhendés par des métropoles « comme de véritables catalyseurs de transformations urbaines » (Spindler, 2009, p. 10). À cet effet, Getz (2005, 2007, 2008) invite les chercheurs à mobiliser le corpus des « études de l'événement » (*event studies*) et non celui de la gestion des événements (*event management*) pour bien circonscrire le rapport entre les événements et le tourisme. Ces derniers par leur caractère pragmatique se limitent souvent à une évaluation quantitative et limitée dans le temps, alors que les études de l'événement adoptent des perspectives plus larges en mobilisant des approches complémentaires et pluridisciplinaires.

### 1.5 Conclusion du chapitre

En terminant ce chapitre, nous souhaitons en rappeler l'objectif. Notre but était double. D'une part tracer le comportement des différentes disciplines vis-à-vis de la notion d'événement. Cela nous permettra de comprendre dans le troisième chapitre si l'appréhension de cette notion dans les études touristiques constitue un prolongement ou une rupture avec les autres disciplines. D'autre part, situer notre réflexion par rapport à l'évolution de la recherche dans les études touristiques de façon générale et dans le champ du tourisme urbain en particulier. Dans le premier cas, nous pouvons conclure que la position des études touristiques vis-à-vis de l'événement et en particulier du grand événement s'inscrit dans la même trajectoire que celle des autres disciplines. En d'autres mots, le retour de l'événement comme objet d'étude scientifique est un point commun entre les différentes disciplines. Dans le cadre des études touristiques, et dans le champ du tourisme urbain en particulier, l'événement est à la base même de l'effervescence de la recherche.

Au niveau du tourisme urbain, nous avons démontré que ce dernier peut être considéré clairement comme un champ de recherche de plus en plus important. À cet effet, notre recherche s'inscrit dans les nouvelles problématiques étudiées depuis le début du XXI<sup>e</sup> siècle et plus particulièrement celle traitant du tourisme métropolitain. Sur le plan des approches, nous adhérons à la position de Pearce (2001), Edwards *et al.* (2008), Ashworth et Page (2010) qui invitent les chercheurs en tourisme urbain à adopter des approches intégrées pour mieux comprendre le phénomène étudié. Cet appel rejoint l'idée de la post-disciplinarité énoncée plus tôt et qui s'intéresse à la compréhension du phénomène étudié abstraction faite des barrières disciplinaires qui peuvent marquer l'étude d'un sujet qui se situe au carrefour des disciplines. Dans cet esprit, et après avoir exploré dans ce premier chapitre le lien entre les études touristiques, les grands événements et le tourisme urbain comme objet de recherche scientifique, le chapitre qui suit a pour objectif d'explorer le lien entre ces trois dimensions en tant que phénomènes à appréhender.

## **CHAPITRE II :**

### **LE RAPPORT DIALECTIQUE ENTRE LE TOURISME, LA VILLE ET L'URBAIN**

Nous avons conclu dans le chapitre précédent que les grands événements, en tant qu'objets d'études scientifiques dans les études touristiques, ont été particulièrement étudiés dans le contexte du tourisme urbain. Ce constat nous amène à nous interroger sur la relation entre le tourisme et les grands événements comme phénomènes, et l'urbain et la ville comme contextes d'accueil de ces phénomènes. Dans ce sens, le présent chapitre tentera d'apporter des éléments de réponse à cette question en explorant de façon diachronique le rapport entre le tourisme, la ville et l'urbain depuis l'époque moderne.

#### **2.1 Le rapport dialectique entre le tourisme, la ville et l'urbain depuis l'époque moderne**

Pour plusieurs auteurs (Boyer, 2006 ; Kadri, 2007 ; Knafou, 2007 ; Vajda, 2007 ; Violier et Zarate, 2007) l'accointance entre le tourisme et la ville est très ancienne. Non seulement le tourisme est consubstantiel à la définition même de la ville, le tourisme est étymologiquement urbain (Lussault et Stock, 2007 ; Bernie-Boissard, 2008) et il est profondément lié à la culture urbaine. En effet, dès le XVI<sup>e</sup> siècle, les élites des grandes nations européennes s'intéressent aux espaces urbains. Des villes comme Rome, Venise et Florence, berceaux de la civilisation romaine, suscitent la curiosité des visiteurs qui admirent la splendeur architecturale de la période de Renaissance (Boyer, 2006). L'historien Marc Boyer écrit que « Les voyageurs prétouristiques ont un goût prononcé pour l'esthétique urbaine » (2006, p. 18). Au XVIII<sup>e</sup> siècle, l'invention du Grand Tour, considéré aujourd'hui comme étant à l'origine du développement du tourisme, renforça le rapport entre la ville et le

tourisme. Dans ce sens, et si nous considérons cet événement comme l'une des modalités de l'invention du tourisme, « les villes ont été touristiques, au moins comme étapes, dès la genèse du tourisme » (Violier et Zarate, 2007, p. 143).

Au XIX<sup>e</sup> siècle, le paysage urbain connaîtra une reconfiguration de ses contours suite à l'avènement de la révolution industrielle. Celle-ci est décrite comme un processus qui a profondément transformé les sociétés tout au long des deux derniers siècles (Lefebvre, 1968). En ce moment se développe un discours anti-urbain favorable à la ruralité et à la nature (Knafou, 2007) où la campagne est associée au loisir et la ville à la pollution (Coppock et Duffield, 1975 ; Knafou, 2007). Cette situation reflète un préjugé profondément anti-urbain enraciné et particulièrement répandu dans la société anglo-américaine qui gardait une réaction nostalgique aux révolutions industrielle et urbaine du XIX<sup>e</sup> siècle (Ashworth et Page, 2010). La ville est devenue synonyme de croissance brutale, de pollution et d'urbanisation massive. La ville a perdu son charme et son attirance, et les élites urbaines investissent des nouveaux territoires à l'instar des « villes d'évasion » (Pinol, 1991) où des zones rurales ou urbaines miniaturisées<sup>12</sup>.

Nonobstant que la ville faisait fuir une catégorie de ses habitants, elle a continué à subjuguier les esprits comme un modèle de modernisation (Pinol, 1991), de centralités mouvantes (Lefebvre, 1968) et de destination qui attire (Knafou, 2007). La ville continue d'être visitée pour d'autres raisons et dans un contexte complètement différent. La forte croissance de l'urbanisation, l'accentuation du processus de mondialisation et la tenue des événements culturels de grande envergure ont influencé les modes de consommation de l'espace urbain. La gentrification des centres-villes, le développement des *Edge Cities* et la montée de la *Fantasy City* et des villes de

---

<sup>12</sup> En référence à des villes comme Brighton et Bath (Royaume-Uni) ; Deauville et Étretat (France) ; Atlantic City (New Jersey, États-Unis) (Pinol, 1991).

divertissement, comme Las Vegas, ont reconfiguré la morphologie spatiale de la ville (Ashworth et Page, 2010). Le tourisme a pris ainsi une place de plus en plus considérable dans les politiques urbaines eu égard aux mutations économiques, à l'affirmation du pouvoir urbain (Violier et Zarate, 2007) et de la capacité du tourisme à créer des lieux d'urbanité différents des schémas traditionnels (Lussault et Stock, 2007). À partir des années 1960, le tourisme urbain devient une véritable réponse à la crise des villes industrielles (Fainstein et Gladstone, 1997) et de toutes celles qui ont vu disparaître leurs bases fonctionnelles (Chaline, 1999)<sup>13</sup>. Le tourisme apparaît de plus en plus comme un argument légitimant des opérations de réhabilitation urbaine comme cela a été le cas dans plusieurs villes européennes (ex : Lisbonne, Plymouth, Portsmouth, Manchester) (Dubois et Ceron, 2001). Le tourisme a servi comme stratégie de revitalisation en vue de la création d'activités formatrices d'images (Law, 1993b) puisque l'activité touristique est formative de ce qu'Harvey (1987) désigne comme le rapport étroit entre le mouvement esthétique et culturel et la nature changeante de l'expérience urbaine. Ce rapport dialectique entre la ville et le tourisme conduit, de l'avis de plusieurs auteurs, à de nouvelles formes d'urbanité et d'association participant incontestablement au processus global d'urbanisation. Selon Lussault et Stock (2007), il faudrait dépasser le stade d'examen du lien entre la ville et le tourisme et mener la réflexion sur les croisements et les hybridations entre les différentes manifestations de l'urbain et du touristique. En effet, l'analyse morphologique des espaces touristiques démontre que ces derniers sont rattrapés par des formes d'urbanité portées par les touristes et percevables dans leurs pratiques spatiales (Coëffé et Violier, 2008). Le touriste, qui investit des nouveaux territoires à la recherche du dépaysement s'inscrit dans un processus comportemental observable à travers les pratiques culturelles et spatiales, est au centre de cette relation entre

---

<sup>13</sup> Nous citons le cas de Manchester qui a perdu à partir des années 1960 une grande partie de ses activités industrielles, plus particulièrement la fabrication du coton, et par conséquent la diminution des flux portuaires (Chaline, 1999).

l'urbain et l'identité. Dans ce sens, il serait donc absurde de négliger ces nouvelles formes de manifestation de l'urbain et d'ignorer le questionnement du lien entre le tourisme et l'urbanité. À partir de ce moment, l'analyse de l'urbanité<sup>14</sup> touristique nous permettra d'appréhender « en quoi le tourisme de par les ordres de réalité qu'il instaure et les registres relationnels qu'il exige entre ces ordres s'avère constitutif de l'urbain » (Lussault et Stock, 2007, p. 242). La prise de conscience du rapport dialectique entre le tourisme et l'urbain entraînera une meilleure évaluation des processus d'urbanisation, de la ville en général et de l'espace touristique en particulier.

## **2.2 Le rapport dialectique entre le tourisme, la ville et l'urbain à l'ère de la postmodernité**

Si la notion de postmodernité est intimement liée à la dimension sociale, elle l'est tout autant à celle de l'espace. En effet, Simmel (1903) décrivait déjà au début du siècle dernier la modification du comportement des Berlinoises sous l'effet des stimuli internes et externes de l'espace urbain. Ce dernier a, d'après Wirth (1938), ses propres caractéristiques qui n'ont jamais cessé de se transformer au vu des considérations économiques qui ont imposé une nouvelle réalité dans les villes occidentales. Le mouvement de désindustrialisation observé au lendemain de la Deuxième Guerre mondiale et la présence accrue du secteur tertiaire ont favorisé une logique de concentration (d'hommes, d'activités, d'informations et de produits échangés) (Kadri, 2005) et, par le fait même, l'accélération du processus de métropolisation (Hamel et Poitras, 1998). Cette nouvelle réalité a aussi été marquée

---

<sup>14</sup> Lévy définit l'urbanité comme la qualité de ce qui est urbain, de « ce qui fait d'une ville un objet spécifique » (1999, p. 208). En d'autres mots, l'urbanité désigne l'ensemble des caractéristiques idiosyncratiques, matérielles et immatérielles qui renvoie à un contexte de densité et de diversité. L'urbanité se manifeste à la fois dans l'organisation spatiale (concentration, polarité et centralité) et dans le rapport de l'urbain à l'identité et à l'altérité (Clivaz et *al.*, 2010).

par l'émergence d'une classe moyenne ayant des habitudes de consommation en rupture avec le passé où la masse ouvrière s'intéressait peu ou pas à la culture, aux loisirs et au tourisme. La nouvelle configuration urbaine a permis à la ville de disposer de nouveaux espaces qui ont constitué un terrain propice au développement de nouvelles activités festives et ludiques au point d'être « tenté de penser que l'acceptation même de l'essor urbain, associé jusqu'à il y a quelques années aux forces productives, est désormais associée à la célébration du déclin de la ville industrielle » (Gravari-Barbas, 2006, p. 46). Depuis ce temps, la métropole postmoderne n'a pas cessé de se métamorphoser sous l'effet des nouvelles pratiques et des nouvelles temporalités. Même si la ville postmoderne est considérée comme une fiction chez certains auteurs (Hamel et Poitras, 1998), il n'empêche que l'approche promue par les protagonistes du postmodernisme a significativement influencé la réorganisation spatiale des villes au point de supporter la parution de nouvelles pratiques urbaines (Lévy et Lussault, 2003). L'essor économique de la population a permis une démocratisation de l'accès au loisir à l'extérieur du domicile, et une nouvelle urbanité est alors à l'œuvre afin de tenir compte de ces nouvelles tendances qui profitent d'abord aux centres-villes (Gravari-Barbas, 2006).

Pour éliminer ce que Roche (2010) appelle « la ceinture de la rouille »<sup>15</sup> attribuable au passage d'une économie productive à une économie de service, les centres-villes ont adopté différentes stratégies de relance et de revitalisation urbaine, l'objectif étant d'attirer de nouveaux investisseurs de la nouvelle économie dans une perspective de modernisation et de diversification des activités. Le moment est au développement des espaces de divertissement, fréquentés non seulement par les résidants, mais aussi par des touristes de plus en plus nombreux. Dans un contexte de métropole, figure de proue du postmodernisme, il existe une sorte de culture internationale acceptée et

---

<sup>15</sup> Traduction libre de *rust belts* en référence aux usines délaissées en raison du passage à une économie de service.

partagée à la fois par les locaux et les visiteurs. Ces derniers sont d'ailleurs une cible très courtisée des plus grandes villes, et sont par conséquent des acteurs clés dans la diffusion du modèle postmoderne. Du point de vue d'Harvey (1989), ce modèle est basé essentiellement sur la tenue des grands événements, comme les Jeux olympiques et la Coupe du monde de football, qui sont devenus des outils de développement d'un tourisme de masse orienté vers la production d'expériences stimulantes. Lévy et Lussault (2003, p. 734) abondent dans le même sens et reconnaissent qu'il faudrait désormais considérer ces manifestations comme des « phénomènes caractéristiques du monde postmoderne » en raison de leur large adoption dans le monde occidental. Ces événements contribuent à la diffusion d'une image des lieux, éphémère certes, mais combien affirmatrice de l'appartenance à un réseau de villes globales, de villes postmodernes.

Enfin, si nous pouvons conclure que la relation entre le tourisme et l'urbain est établie, il faut reconnaître cependant l'évolution de cette relation. À l'ère de la postmodernité, il faut distinguer entre le tourisme urbain et le tourisme métropolitain. Ce dernier se caractérise par une présence remarquable des événements qui sont devenus une caractéristique fondamentale de l'espace métropolitain. À ce titre, les deux sections qui suivent tracent les différences entre le tourisme urbain et le tourisme métropolitain dans la perspective de bien cerner la place des grands événements au sein du fait métropolitain.

### **2.3 Du tourisme urbain au tourisme métropolitain : définitions et caractéristiques**

#### **2.3.1 Le tourisme urbain**

Quand il s'agit de définir le concept du tourisme urbain, le chercheur est devant un exercice scientifique délicat. En effet, au-delà du poids sémantique des mots qui sont

mis en rapport, le tourisme urbain est marqué par une forte polysémie, à la fois linguistique et contextuelle. De l'avis de Cazes et Potier, « la juxtaposition de deux concepts imprécis rend l'analyse d'autant plus délicate qu'elle ne correspond pas à une définition communément admise » (1996, p. 8). Le tourisme urbain est un phénomène difficile à délimiter, à l'image de la complexité du champ urbain et de la diversité de l'activité touristique. Néanmoins, l'évolution de la recherche dans ce domaine a permis de nuancer quelques soubassements théoriques d'un concept en mutation constante. Dans ce sens, nous allons dans un premier temps parcourir les différentes interprétations proposées dans la littérature et ensuite présenter ses principales caractéristiques.

### **2.3.1.1 Définition du tourisme urbain**

Selon Ashworth et Page (2010), la difficulté majeure dans l'appréhension du tourisme urbain est l'absence d'une définition simple d'un phénomène complexe. L'addition du qualificatif urbain au tourisme positionne une activité dans un contexte spatial, sans toutefois la circonscrire. Comme l'expliquent Edward *et al.* (2008), le tourisme urbain est l'une des nombreuses forces sociales et économiques dans le milieu urbain. Il englobe une industrie qui gère et commercialise une variété de produits et d'expériences pour des gens qui ont un large éventail de motivations, de préférences et de perspectives et qui sont impliqués dans un engagement dialectique avec la communauté d'accueil. Dans cet esprit, Violier (2008) qualifie la ville comme une destination nœud de flux qui obéissent à des logiques différentes. En effet, la ville peut être visitée pour diverses raisons et le tourisme urbain peut être perçu comme une fonction transversale au sein d'une ville.

Dans la perspective de comprendre le phénomène, et plus particulièrement dans le dessein de pouvoir mesurer ses impacts, la Conférence nationale permanente du tourisme urbain (CNPTU) a tenté de définir le concept à l'occasion des premières

assises nationales du tourisme urbain tenues en France en 1998. Le tourisme urbain a alors été défini comme « l'ensemble des ressources ou activités touristiques implantées en ville et proposées à des visiteurs extérieurs » (Vighetti, 1994). Dans le même esprit, l'Institut national de recherche sur les transports et leur sécurité en France (INRETS) a complété la description du CNPTU en identifiant les caractéristiques des visiteurs. Dans ce sens, l'INRETS propose pour aborder le tourisme urbain, d'une part de définir les touristes et les excursionnistes en fonction de leurs caractéristiques et leur motivation de déplacement et, d'autre part, de considérer l'urbain comme toutes les agglomérations de 20 000 habitants et plus (Cazes et Potier, 1996)<sup>16</sup>.

Cette proposition de définition est sans doute réductrice d'une réalité complexe. D'abord parce que le tourisme urbain, et plus particulièrement le tourisme au sein des métropoles, ne se limite pas à la visite par les non-résidents des principales attractions de la ville. Selon les statistiques de l'Agence de développement touristique de la France (ATOOUT France) portant sur l'année 2011, entre 11 % et 38 % des visiteurs (en fonction du pays de provenance) de l'espace urbain se rendent à la ville pour d'autres motifs que le tourisme d'agrément<sup>17</sup>. Ensuite et avec le développement des espaces métropolitains, des transports, des mobilités territoriales et des fonctions urbaines, les frontières du tourisme urbain sont de plus en plus floues. Cette situation favorisée par les transformations économiques, l'exode rural, les mouvements migratoires, l'étalement suburbain et l'immigration internationale contribue « à la constitution d'un véritable marché de proximité pour une pratique touristique

---

<sup>16</sup> Depuis 2011, cette définition de l'urbain comme toutes les agglomérations de 20 000 habitants et plus, n'est plus reconnue par le Département de l'économie et des affaires sociales, Division de la population de l'ONU. Pour qualifier un territoire d'urbain, cette division onusienne se base désormais sur les critères définis par chaque office de statistique national. <<http://bit.ly/1mFPWtG>> [consulté le 25 février 2014].

<sup>17</sup> Les autres motifs pour se rendre en ville, selon ATOOUT France, sont les activités professionnelles, le magasinage et la visite de parents et d'amis.

métropolitaine qui sera enrichie par les séjours à des fins d'affaires, d'agrément et de visite aux parents et amis de la part de touristes classiques dont la durée du séjour dépasse 24 heures » (Pilette et Kadri, 2005, p. 3).

Enfin, et si nous retenons les interprétations de certains auteurs (Fainstein et Gladstone, 1997 ; Dubois et Ceron, 2001 ; Bernie-Boissard, 2008) qui considèrent le tourisme urbain comme un ensemble de comportements qui font partie intégrante de la culture urbaine, voire d'un mode de vie urbain, qui peuvent être reproduits à l'extérieur même des espaces urbains (en montagne ou sur le littoral par exemple), la définition du tourisme urbain dépasserait largement la simple réflexion statistique.

Selon Iankova (2007), le tourisme urbain est souvent assimilé au tourisme culturel (visites de musées, de monuments et des manifestations culturelles). S'il est vrai que le tourisme urbain est fondamentalement culturel (Vighetti, 1994) et qu'il s'est développé par opposition à d'autres formes de tourisme, et par les produits spécifiques, et surtout culturels (Kadri, 2009), il ne peut être réduit à la visite des sites patrimoniaux ou des musées. La variété des sites et des infrastructures offerts dans le contexte de la ville postmoderne invite continuellement les visiteurs à vivre de nouvelles expériences urbaines telles que le magasinage ou l'événementiel. C'est le cas notamment en Amérique du Nord où « le tourisme urbain ou surtout métropolitain est défini plutôt par l'offre que par la demande, dans un positionnement de territoire urbain ou métropolitain d'appel, de destination touristique, englobant trois clientèles, celles des touristes, des excursionnistes et enfin même la clientèle locale » (Pilette et Kadri, 2005, p. 11).

Finalement et au regard de la diversité des motivations, des comportements, des sites, des espaces, des événements et de la population, le tourisme urbain ne peut être approché selon une perspective sectorielle réductrice de la réalité. « Le tourisme urbain sous ses nombreuses formes est comme la vie en ville, un phénomène en

perpétuelle mutation. » (Burhin, 2003, p. 8) Ainsi, le tourisme urbain est devenu un véritable enjeu pour les villes. Au-delà du poids économique, l'activité peut dans certains cas jouer le rôle de locomotive du développement local, un vecteur de rayonnement culturel, un médium de régénération urbaine et un producteur d'image. Le besoin aujourd'hui ne se limite pas à des niveaux terminologique et épistémologique, où il faut développer de nouvelles approches de recherche, mais les dépasse avec la nécessité de comprendre et de faire ressortir la spécificité du tourisme urbain par rapport aux autres formes de tourisme.

En résumé, l'analyse des différentes définitions du tourisme urbain relevées dans la littérature nous a permis de procéder à un regroupement de ces dernières en fonction des critères utilisés par les auteurs. Dans ce sens, nous constatons que la variable géographique est un critère commun de définition du tourisme urbain dans la mesure où l'espace est considéré comme le champ d'observation du phénomène. Les quatre schémas de la figure 2.1 illustrent les différentes perspectives de définition du tourisme urbain dans la littérature :

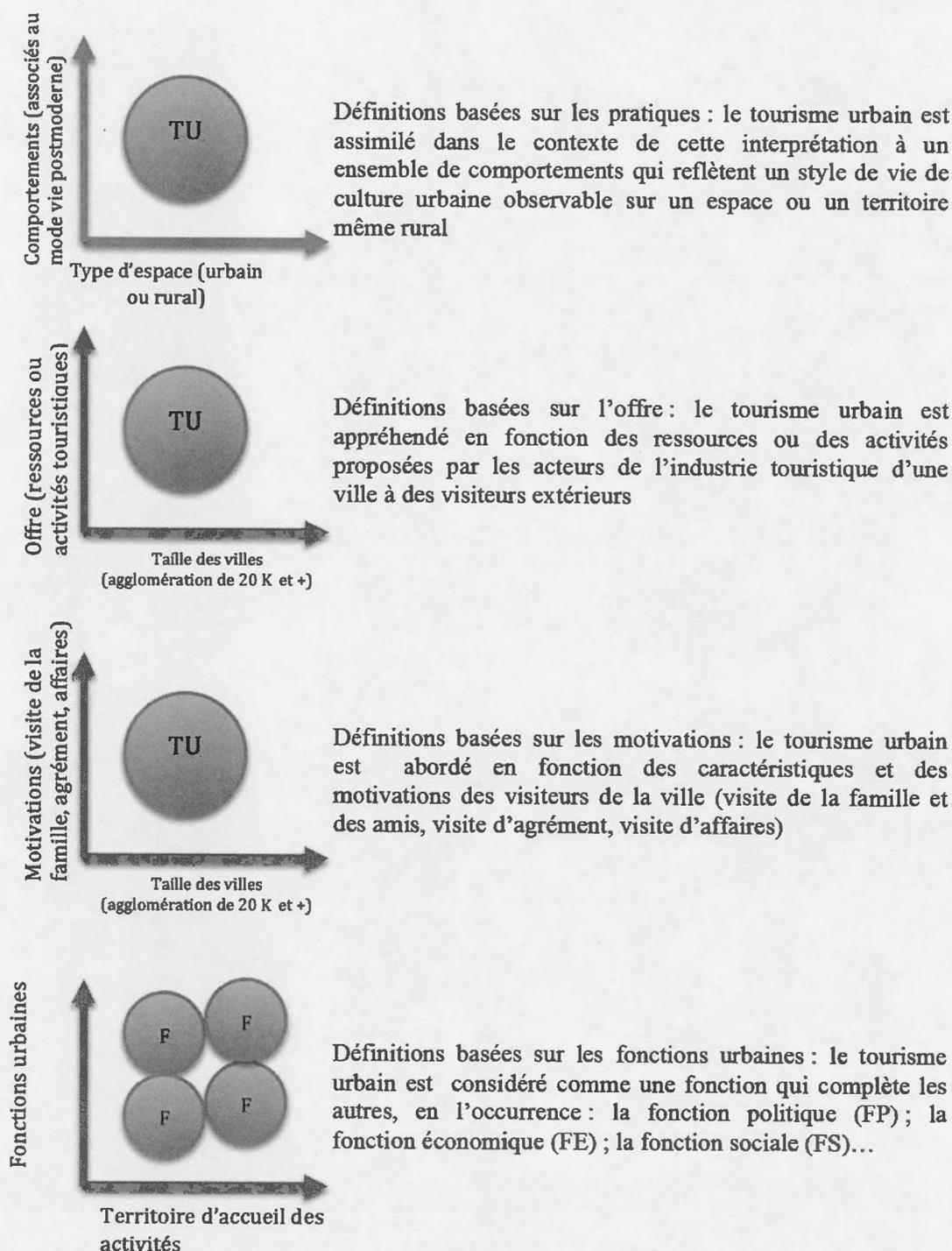


Figure 2.1 Les différentes perspectives de définition du tourisme urbain (Conception originale de l'auteur)

### 2.3.1.2 Les caractéristiques du tourisme urbain

Si le débat autour de la définition du tourisme urbain n'est pas tranché, les chercheurs s'accordent pour qualifier le phénomène de complexe. Cette situation est intégrée à la structure et la nature du tourisme urbain, lui conférant ainsi des caractéristiques intrinsèques qui le distinguent des autres formes de l'activité touristique. Toutefois, s'interrogeant sur l'existence réelle d'une spécificité du tourisme urbain, Cazes (1994), tout en confirmant la complexité de l'objet étudié, précise que l'énumération des caractéristiques du tourisme urbain doit être intégrée dans le cadre d'une réflexion approfondie. Cette dernière porte d'abord sur les rapports diversifiés entre le tourisme urbain et le développement général des mobilités, ensuite le mouvement de revalorisation des villes et enfin, les mutations constatées dans le comportement des voyageurs marqués par l'élargissement de la consommation culturelle et le renforcement des conduites conviviales (Cazes, 1994). Au demeurant, l'examen des contextes mis en évidence par Cazes permettra de mieux cerner la définition du concept de tourisme urbain et, par conséquent, d'identifier ses principales caractéristiques. Néanmoins, certains auteurs soulignent l'existence *a priori* d'éléments vernaculaires au tourisme urbain. À cet effet, Edwards *et al.* (2008) relèvent trois caractéristiques spécifiques au tourisme urbain, en l'occurrence :

- la motivation d'un nombre significatif de touristes de l'espace urbain est différente du loisir, à savoir : affaires, conférences, magasinage et visite des familles et d'amis ;
- les résidents, souvent majoritaires, font preuve d'un usage significatif des attractions et des infrastructures qui ont été développées pour d'autres fins que le tourisme ;

- le tourisme urbain n'est qu'une activité économique parmi d'autres ; il rivalise avec les autres industries (en matière de ressources humaines, foncières, économiques...).

Au chapitre des motivations des visiteurs et comme nous l'avons indiqué dans la discussion concernant la définition du concept, les touristes peuvent avoir des raisons diverses pour visiter un espace urbain (Blank, 1994 ; Vighetti, 1994). De la visite de parents et d'amis à la participation à un congrès scientifique, ils peuvent avoir une multitude d'autres motivations. Néanmoins, il faudrait noter que chaque ville favorise, délibérément ou non, un modèle de visite différent, et ce, en fonction des données géographiques (villes à proximité d'espaces naturels), historiques (villes anciennes), économiques (villes marquées par la concentration d'une industrie particulière) ou sociales (villes multiethniques). Dans une étude menée par le US menée dans le cadre du US Census of Travel, dont l'objectif était d'identifier les motivations de déplacements dans quatre villes américaines, les chercheurs ont constaté que la structure des motivations de voyage différait largement d'une ville à une autre. À Orlando par exemple, 53 % des visiteurs affirment se rendre à la ville pour le loisir, tandis que 38 % des visiteurs d'Indianapolis se déplacent pour visiter un proche de la famille (Blank, 1994 ; Vighetti, 1994). À Washington, 47 % des visiteurs se rendent en ville pour le loisir alors que 30 % visitent Portland pour le travail (Blank, 1994). Au Canada, le même constat se confirme en comparant les deux plus grandes villes du pays. À Toronto, 45,1 %<sup>18</sup> des visiteurs de la ville en 2007 ont pour motif de voyage la visite de parents et amis. Or, à Montréal, les visites

---

<sup>18</sup> Structure des motifs de voyage à Toronto en 2007 : 45,1 % (visite parents et amis), 30,16 % (agrément) et 18,57 % (affaires) (Tourism Toronto, 2010).

d'agrément dominant la structure des motivations du voyage avec 37,6 %<sup>19</sup> des visiteurs.

Au niveau de l'usage commun des infrastructures urbaines, les touristes partagent avec les résidents de nombreux services, espaces et équipements. C'est le cas par exemple des infrastructures de transport qui sont destinées d'abord aux locaux, mais qui sont massivement utilisées par les visiteurs. Eu égard à cette situation, on assiste depuis le début des années 1990 à l'émergence, d'une façon de plus en plus probante, de la dimension touristique au sein des politiques urbaines et plus particulièrement dans des contextes de revitalisation.

Dans des villes connaissant une diversification des activités économiques, le tourisme est considéré comme une fonction parmi d'autres. Dans ce contexte, la concordance entre les différentes fonctions devient un enjeu urbain important compte tenu de la mobilité des touristes dans la ville. Le défi est de mettre en place des programmes d'actions cohérents qui coordonnent les différents projets entre les acteurs (opérateurs privés, administration municipale, société civile...) de la même ville dans le but d'en arriver à une meilleure répartition des retombées économiques de l'activité touristique.

En sus des caractéristiques signalées par Edwards *et al.* (2008), nous retenons les propos de Cazes et Potier (1996), ou encore de Dubois et Ceron (2001), qui constatent, s'appuyant sur les études réalisées par l'INRETS, que les séjours effectués dans le cadre du tourisme urbain sont généralement de courte durée. Cette situation s'explique, d'une part, par la mutation profonde des pratiques touristiques qui favorisent une multiplicité des périodes de vacances au détriment du congé annuel et,

---

<sup>19</sup> Pour Montréal la même année, la structure est la suivante : 38,3 % (loisir), 37,6 % (parents et amis) et 16,3 % (affaires) (Tourisme Montréal, 2010).

d'autre part, par le développement des conurbations et des espaces métropolitains qui favorisent la mobilité régionale. Dans ce sens, plusieurs auteurs et organisations internationales font la différence entre tourisme urbain et métropolitain. S'il est évident que le dernier renvoie à une dimension spatiale urbaine plus large, il demeure néanmoins que le tourisme métropolitain incarne davantage la ville postmoderne du XXI<sup>e</sup> siècle. À cet effet, la section suivante a pour objectif de définir et de mettre en exergue les caractéristiques du tourisme métropolitain par rapport au tourisme urbain même si la distinction entre les deux sphères reste extrêmement difficile en raison de la diversité des critères de qualification des espaces métropolitains.

## **2.3.2 Le tourisme métropolitain**

### **2.3.2.1 Définition du tourisme métropolitain**

Dans la perspective de la ville postmoderne, le tourisme urbain ne peut se limiter au modèle européen classique basé sur la visite du patrimoine et des sites historiques. La ville contemporaine, celle du XXI<sup>e</sup> siècle, est marquée par de nouvelles formes d'urbanité touristique et intègre aujourd'hui les espaces métropolitains caractérisés par la multifonctionnalité, l'importance des services et la diversité des styles de vie (Law, 1996 ; Laplante, 2003 ; Page et Hall, 2003). Pilette et Kadri (2005, p. 2) avancent que « le tourisme urbain dans son acceptation courante s'intègre au tourisme métropolitain pour refléter d'une part, la prédominance des métropoles dans l'organisation des territoires nationaux et, d'autre part, l'intégration des produits touristiques dans une offre métropolitaine cimentée par le style de vie, l'ambiance et la notoriété qu'on y trouve ». Dans la ville postmoderne, l'enjeu et l'avenir du tourisme appartiennent désormais à la métropole qui unifie le périmètre urbain à son arrière-pays (Coëffé, 2009), maximise la diversité et enrichit par conséquent l'offre touristique de la ville centre (Jan et Beesau, 2010). Néanmoins, le pouvoir d'attraction de la ville ne se limite plus aux dimensions géographiques ou

économiques, mais intègre la diversité des fonctions, y compris celle touristique, et la capacité de la ville à créer des synergies et des passerelles entre les différentes composantes. Le tourisme par son potentiel d'agrégation (Jan et Beesau, 2010) et son caractère transversal participe de façon probante à la fois à cet effort d'harmonisation du paysage métropolitain et de diffusion des flux de la ville centre à destination des autres territoires formant la métropole.

Sur le plan scientifique, et au-delà du débat terminologique<sup>20</sup>, la définition du concept de tourisme métropolitain, à l'instar de celle du tourisme urbain, ne fait pas consensus. Dans ce sens, Page (1995), dans sa typologie des villes touristiques, circonscrit le tourisme métropolitain dans les *capital cities* à l'image de Paris ou de Londres. Des villes qui disposent, selon l'auteur, d'un rayonnement régional, national et international. D'autres auteurs retiennent des critères croisés pour définir le phénomène. Par exemple, Cazes et Potier (1996) font référence à la concentration des populations et des activités sur un territoire donné, alors que Law (1996) identifie le tourisme métropolitain dans des villes dont le nombre d'habitants dépasse un million de personnes et où l'offre touristique est destinée à différents types de clientèle, en l'occurrence les résidents et les visiteurs étrangers.

Sur le plan institutionnel, les Nations Unies reconnaissent l'ambiguïté des définitions autour du concept de métropole. L'organisation précise que certaines agglomérations se définissent en fonction de critères purement physiques, alors que d'autres intègrent des localités mitoyennes en fonction du rattachement de ces dernières à la ville centre. La multiplicité des définitions du tourisme métropolitain reflète d'après notre analyse la complexité du phénomène. Néanmoins, nous retenons à notre niveau la

---

<sup>20</sup> Le concept de tourisme métropolitain est fortement utilisé par des chercheurs francophones au moment où les Anglo-Saxons utilisent le concept de tourisme dans les grandes villes (*large cities*) pour désigner la même réalité.

définition de Boualem Kadri (2009) qui a l'avantage, d'une part, de distinguer le tourisme urbain du tourisme métropolitain et, d'autre part, de tenir compte des spécificités régionales. En ce sens, cet auteur définit le tourisme métropolitain

d'avantage par l'offre (positionnement du territoire, mode de vie métropolitain) que par la demande, comme l'est le tourisme urbain dans son acception traditionnelle et européenne. Si le tourisme urbain s'est défini par opposition à des formes de tourisme plus traditionnelles (balnéaire, villégiature, montagne), par les produits spécifiques surtout culturels, et par une clientèle élitiste, il en va différemment pour le tourisme métropolitain. Ce dernier englobe le tourisme urbain et s'en distingue par l'offre généraliste proposée par les métropoles, notamment nord-américaines, mais ailleurs aussi. Le tourisme métropolitain se démarque du modèle traditionnel (européen) du tourisme urbain, présent dans les villes de petite taille (vingt mille habitants) et bénéficiant d'attraits culturels nombreux. (Kadri, 2009, p. 293)

### **2.3.2.2 Caractéristiques du tourisme métropolitain**

Outre l'approche spatiale du tourisme métropolitain, ce dernier est marqué par une multitude de caractéristiques qui reflètent son inscription dans la postmodernité et la ville contemporaine. Selon Page et Hall (2003), la diversité des expériences, la domination des espaces de consommation ainsi que l'importance des flux touristiques forment les traits communs du tourisme métropolitain. En effet, aussi bien les résidents que les visiteurs, qui forment les deux variables de ce rapport d'altérité, investissent les différents territoires de la ville à la recherche de nouvelles expériences, favorisant au passage la consommation des biens et services, tout cela dans le cadre d'une mise en scène favorisant « la touristification<sup>21</sup> » des habitudes de la vie urbaine.

---

<sup>21</sup> La touristification d'un espace exprime à la fois que cet espace est (ou a été) le théâtre d'un certain développement touristique, en expansion physique (bâti) et économique (revenus nouveaux), mais aussi que cet espace est touristique, dans une certaine mesure, comme résultat de ce processus (Dewailly, 2006, p. 30)

La ville contemporaine, haut lieu du tourisme métropolitain, est marquée par un esprit festif, devenu marque de commerce d'une stratégie de singularisation des territoires au XXI<sup>e</sup> siècle (Gravari-Barbas, 2009) où les richesses culturelles, sociales et naturelles sont les clés de voûte de la performance touristique (Cheviron, 2009). Cette dernière se reflète dans la richesse de l'offre et la diversité des équipements et des événements, au point que les métropoles qui connaissent les plus fortes progressions de leur fréquentation touristique sont celles qui se sont lancées dans de grandes opérations à coup de milliards en investissements et d'événements d'envergure internationale (Knafou, 2007). À ce sujet, la filière de l'événementiel est devenue un indice évident dans la mesure de l'intégration des métropoles aux réseaux de mondialisation (Christofle et Massiera, 2009). En sus du niveau de développement des fonctions supérieures (affaires, finances, culture, informations...), l'accueil des événements de notoriété, la construction d'équipements titanesques et l'émergence d'une classe créative<sup>22</sup> sont autant d'indicateurs qui participent au rayonnement de la métropole et au dynamisme de la fonction touristique (Florida, 2005 ; Pilette et Kadri, 2005 ; Gravari-Barbas, 2009).

En conclusion, nous retenons les caractéristiques identifiées par Pilette et Kadri (2005), qui se résument en quatre éléments :

- L'importance de la fréquentation touristique est une marque vernaculaire aux espaces métropolitains eu égard à la diversité de l'offre et des expériences possibles. À ce titre, certains auteurs soulignent que la présence des touristes

---

<sup>22</sup> La classe créative de Richard Florida renvoie à une classe sociale disposant d'un potentiel d'innovation et de créativité capable d'accélérer le développement économique d'une ville. Cette classe créative se caractérise par son talent, l'utilisation probante de la technologie et un niveau élevé de tolérance et d'ouverture.

internationaux est devenue un enjeu majeur pour les villes qui prétendent au statut de métropole (Équipe MIT, 2005a, 2006).

- Tenant compte des aménagements nécessaires dans la perspective de développement d'un tourisme métropolitain, le volontarisme et l'engagement des acteurs, publics et privés, sont des conditions nécessaires à l'atteinte des objectifs.
- Au-delà des ingrédients traditionnels d'une destination touristique urbaine, le tourisme métropolitain met en valeur l'ambiance, le rythme et l'art de vivre local comme des éléments phares dans ce que Gravari-Barbas (2009) appelle la stratégie de singularisation.
- Dans une logique de mondialisation, le service offert dans le cadre d'un tourisme métropolitain est caractérisé par une standardisation et une classification dans la perspective de minimiser le risque de déception des touristes qui s'inscrivent dans des processus de comparaison à échelle mondiale.

#### **2.4 Conclusion du chapitre**

À la fin de ce chapitre, nous pouvons conclure que, à l'ère de la postmodernité, le tourisme et les événements sont des éléments inhérents à l'espace métropolitain. D'une part, la postmodernité a permis l'émergence d'un certain nombre de pratiques favorisant le développement touristique au sein des métropoles ; d'autre part, elle a doté ces dernières de l'espace nécessaire pour la tenue des grands événements. À partir de ce constat, nous considérons la postmodernité comme l'ancrage sociologique de notre réflexion puisqu'elle sert à expliquer le comportement des principaux acteurs de la métropole. En effet, l'organisation des grands événements n'est que la traduction dans l'espace d'une nouvelle appréhension de l'urbanité où le ludique, le festif et l'expérience sont les mots clés. Par ailleurs, nous considérons la métropole comme l'ancrage géographique de notre cadre théorique. La métropole est en effet le

terrain de manifestation physique de cette nouvelle urbanité où l'aménagement des espaces et la diversification des territoires sont la clé de voûte.

La définition de ces deux ancrages à ce stade de la thèse est d'une importance capitale pour la construction de notre cadre théorique. Comme nous l'exposerons dans le chapitre qui suit, nous empruntons une démarche hypothético-inductive pour répondre à notre problématique de recherche et vérifier nos hypothèses. Néanmoins, le processus d'induction ne doit pas se faire sans balises théoriques claires, d'où la nécessité de définir des ancrages conceptuels et théoriques dès à présent.

## **CHAPITRE III :**

### **MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE**

Le chapitre précédent avait pour objectif principal de situer le tourisme et les événements comme deux caractéristiques fondamentales de l'identité urbaine et métropolitaine à l'ère de la postmodernité. Il faut désormais définir notre objet d'étude et le cadre conceptuel dans lequel s'intègre notre recherche doctorale. Pour ce faire, nous allons d'abord exposer notre problématique en nous basant sur la revue de littérature que nous avons élaborée sur le sujet. Ensuite, nous formulerons la question de recherche et les hypothèses qui la soutiennent. Enfin, nous présenterons la méthodologie proposée pour atteindre les objectifs précités.

#### **3.1 Problématique de la recherche**

Comme souligné plus tôt, les recherches sur le phénomène touristique sont d'une genèse récente. Cette situation, opposée entre la pratique et la recherche, expliquerait partiellement les imprécisions contiguës aux concepts relevant du champ de recherche sur le tourisme urbain. Dans ce sens, la question du développement touristique, tout particulièrement dans un contexte métropolitain, est marquée par une insuffisance de réflexion visant à expliquer l'évolution d'une destination métropolitaine. Cette carence intellectuelle est d'autant plus incompréhensible au regard du rayonnement d'un certain nombre de destinations phares qui ne cessent d'émuler l'imaginaire collectif. L'intérêt des chercheurs dans les trois dernières décennies s'est orienté vers l'examen des facteurs clés de succès d'une dynamique de développement touristique (Équipe MIT, 2005b), l'identification des composantes d'une destination touristique (Goeldner et Ritchie, 2006) et l'élaboration des modèles de compétitivité et de durabilité du développement touristique (Ritchie et Crouch,

2003). Or, tout chercheur ou gestionnaire de destination, fasciné par l'exploit touristique des grandes métropoles internationales, à l'instar de Paris, Londres ou New York, est conscient que la performance observée est l'aboutissement temporel d'un processus de développement qui a permis d'escompter les résultats obtenus. Dans ce sens, Davidson et Maitland (2002) ont recensé cinq modèles (voir annexes B-1 à B-5) qui répondent à la problématique du processus de développement touristique. Ces études, peu nombreuses, ont permis d'apporter quelques éléments de réponses concernant de la question du développement touristique. Toutefois, ces modèles, y compris celui de Butler qui reste le modèle le plus appliqué (Violier, 2008), restent génériques (Cooper et Jackson, 1989 ; Di Benedetto et Bojanic, 1992 ; Équipe MIT, 2005a) et ignorent souvent les spécificités de chaque type de destination. Dans ce sens, le caractère urbain, et plus particulièrement métropolitain, marqué par sa complexité, a été particulièrement ignoré dans les différentes recherches qui traitaient indifféremment les espaces étudiés. Or, nombre de chercheurs (Ashworth, 1989 ; Law, 1993a ; Cazes, 1994 ; Page, 1995 ; Cazes et Potier, 1996 ; Page et Hall, 2003) attestent non seulement de la particularité du tourisme urbain et tourisme métropolitain, mais aussi de la complexité de ce dernier dans l'optique où le tourisme en ville peut être appréhendé selon différentes perspectives. Cette complexité se confirme davantage dans un contexte métropolitain où des éléments vernaculaires à ce type de territoire façonnent le paysage touristique. À ce titre, nous avons démontré dans le chapitre précédent que les grands événements, en plus d'être considérés comme un fait urbain et métropolitain, ont été appréhendés par plusieurs destinations comme des leviers du développement touristique. En effet, la concurrence acharnée entre les plus grandes métropoles du monde, malgré un contexte de crise financière qui a sensiblement affaibli les fondamentaux économiques de plusieurs pays, soulève bien des questions. Comme réponse partielle à cette course effrénée, les études d'impacts sont souvent utilisées comme un moyen pour justifier le recours à l'organisation d'événements. Toutefois, ce type d'évaluation s'inscrit dans une logique éphémère puisqu'il ne s'intéresse

qu'aux répercussions directes, immédiates et mesurables de l'événement. Cependant, dans une perspective touristique, et au-delà des retombées économiques sur l'industrie touristique, la question du rôle que peut jouer ce type d'événement dans le développement touristique des destinations métropolitaines, plus précisément sur le long terme, reste sans réponse. À partir de ce constat, nous souhaitons explorer le rôle joué par la tenue des grands événements sur le développement touristique d'une métropole, d'où la question principale de recherche suivante :

- Comment les grands événements façonnent-ils le développement touristique d'une métropole ?

Tenant compte de nos objectifs de recherche et de notre contexte d'étude, la réponse à cette question nécessite la recherche des éléments de réponses aux deux sous-questions suivantes :

- De quelle façon le jeu des acteurs engagés dans le développement touristique est-il modifié dans les villes hôtes des grands événements ?
- Comment les grands événements participent-ils à l'affirmation du statut de métropole internationale ?

Notre questionnement de recherche sera orienté vers la validation des hypothèses suivantes :

Hypothèse 1 : La tenue des grands événements modifie la structure de gouvernance touristique où l'organisme de gestion de destination (OGD) est le principal acteur. À cet égard, les promoteurs de ces événements s'imposent comme des acteurs et des interlocuteurs probants auprès des acteurs publics et sont consultés au même titre que les autres partenaires engagés dans le développement touristique.

Hypothèse 2 : La multiplicité des grands événements favorise l'intégration de la dimension touristique dans le processus de planification des grands événements futurs et influence significativement la planification urbaine. Les acteurs engagés dans le processus de planification tiennent compte des pratiques des visiteurs en aménageant des sites et des infrastructures dédiés.

Hypothèse 3 : la récurrence des grands événements fait en sorte que ces derniers deviennent une composante importante dans le positionnement touristique de la métropole. En effet, plus le rayonnement des événements organisés est important, plus l'association entre ces derniers et la ville hôte est forte.

### **3.2 Cadre théorique et définition des concepts**

Dans cette section, nous allons nous attarder à la construction de notre cadre théorique de recherche ainsi qu'à la définition de nos deux principaux concepts, à savoir : le développement touristique et les grands événements.

#### **3.2.1 Cadre théorique : vers une appréhension pluridisciplinaire de l'objet étudié**

Le tourisme a été approché par plusieurs champs de recherche et analysé à partir de diverses approches, et se positionne donc au carrefour de plusieurs disciplines des sciences sociales. Toutefois, le corpus scientifique disponible à ce jour est caractérisé par la dominance des perspectives disciplinaires qui ne tiennent pas compte du caractère pluridisciplinaire du phénomène touristique. Dans ce sens, plusieurs chercheurs appellent à l'adoption d'approches fédératrices afin de mieux appréhender ce phénomène. Nonobstant, la difficulté de ces approches réside dans la morphologie scientifique de chacune des disciplines. En d'autres mots, chacune mobilise ses propres approches, méthodologies et processus pour l'étude d'un même phénomène.

Malgré cet état de fait, nous avons fait le choix de retenir une approche pluridisciplinaire dont l'objectif est non pas de rapprocher les fondements et les concepts entre les différentes disciplines, mais plutôt d'emprunter ces derniers dans la perspective de produire un développement théorique adapté à notre objet d'étude. Ce choix trouve sa justification dans l'ancrage épistémologique que nous avons présenté plus tôt et qui s'inscrit dans le courant post-disciplinaire. Pour rappel, ce dernier s'intéresse davantage à la compréhension du phénomène étudié abstraction faite des barrières disciplinaires qui peuvent marquer l'étude d'un sujet qui se situe au carrefour des disciplines. De façon plus concrète, nous allons mener une démarche inductive dont le point de départ est l'observation des données et où la formulation d'un cadre théorique est le point d'arrivée. Néanmoins, Quivy et Campenhoudt (2006) font remarquer que l'induction ne peut pas se faire dans un vide théorique absolu. Aussi bien la problématisation du cas que l'interprétation des données doivent être réalisées en référence à un corpus scientifique préalable. À cet effet, nous rappelons qu'en sus de l'ancrage épistémologique soulevé plus tôt, notre réflexion s'organise autour de deux ancrages supplémentaires. D'une part, la postmodernité que nous appréhendons comme un contexte social explicatif du comportement des acteurs. D'autre part, la métropole, appréhendée comme un espace de manifestation de la postmodernité est considérée comme le contexte géographique de nos observations. En somme, ces trois ancrages (épistémologique, sociologique et géographique) forment le cadre théorique de notre recherche doctorale (figure 3.2) qu'il faut cependant compléter par un cadre conceptuel opératoire. Ce dernier sert à construire le champ spécifique de recherche (Gurvitch, 1960) et agit comme un système de référence pour le processus d'induction.

### 3.2.2 Cadre conceptuel opératoire

Dans la problématique annoncée précédemment, la question du développement touristique au sein des métropoles est au centre de notre réflexion. En même temps, on s'interrogeait sur le rôle joué par les grands événements dans le développement touristique étant donné le recours de plus en plus évident à ces derniers par les acteurs de la ville. Pour répondre à cette interrogation il faut d'une part préciser ce que nous entendons par développement touristique et grands événements et d'autre part déterminer comment les impacts de ces derniers sur le développement touristique de la métropole peuvent être évalués.

#### 3.2.2.1 Le développement touristique et la diversité des discours

Définir et cerner le développement touristique peut s'avérer *a priori* une question simple. En effet, l'usage très répandu du terme, à la fois dans les discours politiques et économiques, a mené à une compréhension implicite du concept, au point de considérer la signification du développement touristique comme acquise même dans les écrits à caractère scientifique. Néanmoins, l'examen de la littérature ayant traité du sujet nous renvoie à des figures multiples du concept qui est souvent appréhendé selon divers contextes et approches. Dans cet esprit, nous retiendrons les deux principales orientations de recherche ci-après :

- L'approche mercatique qui conçoit le développement touristique selon un schème actanciel et dont la finalité est l'identification d'une stratégie de gestion des activités touristiques en vue de la réalisation des objectifs. Cette approche applicable à des échelles spatiales diversifiées est généralement adoptée par une littérature issue des sciences de la gestion, lorsqu'il s'agit de traiter du développement touristique à un niveau organisationnel, ou des sciences économiques lorsque l'objet d'analyse est de dimension territoriale.

- L'approche systémique et holistique qui rejette une analyse unidimensionnelle du phénomène. En effet, Gunn, conscient du caractère complexe du développement touristique et des relations entre les différents acteurs, invitait déjà en 1979 à une approche plus globale du concept :

*Throughout tourism [...] development and management do not have much more than a tangential relationship to other site development or to external factors. This practice of fragmentation exposes the need for a more comprehensive approach. (p. 189)*

Demers (1987) va dans le même sens que Gunn et incite tant les chercheurs que les acteurs à cesser de penser ce terme en fonction des reliquats du passé. Autrement dit, les approches dominantes du développement touristique, en l'occurrence mercatique et économique, ont atteint leurs limites. Le développement touristique n'est pas une panacée économique (Godfrey et Clarke, 2000) et « déborde de la simple conception du plan et de sa mise en place » (Demers, 1987, p. 192). Bodlender (1991) est de ceux qui soutiennent cette orientation. Il explique à ce titre que le caractère composite et croisé des dimensions touristiques impose la mobilisation d'une perspective interdisciplinaire afin d'appréhender le phénomène dans sa globalité.

Outre ces deux orientations, nous ne pouvons ignorer le discours institutionnel promu par des organisations internationales telles que l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le Programme des Nations unies pour le développement (PNUD), l'Organisation internationale de tourisme social (OITS), la Commission européenne du tourisme (CET) et la Banque mondiale (BM). Eu égard aux missions de ces organisations, il est évident de relever une approche politique, supportée par une perspective normative, dans l'appréhension du concept de développement touristique. Cette position explique en effet la promotion et l'adoption par ces organismes, depuis la fin du XX<sup>e</sup> siècle, des principes de durabilité dans la circonscription des paramètres de développement touristique. Au-delà du traité institutionnel, plusieurs auteurs ont mis en exergue cette dimension dans la compréhension du concept. Godfrey et Clarke

(2000) mettent en avant la dimension de la durabilité comme une condition nécessaire à la réussite du tourisme sur les plans économique, environnemental et social. Demers (2007) décrit la relation entre la durabilité et le tourisme comme l'éveil d'une conscience environnementale qui vient perturber une quiétude qui semblait indéfectible, celle d'un développement touristique qui s'est déroulé depuis toujours allégrement et sans reproche.

### **3.2.2.2 Les grands événements entre la richesse sémantique et le flou conceptuel**

L'analyse du corpus scientifique qui traite ce concept nous permet de constater que les auteurs utilisent le concept des grands événements, au pluriel, et non du grand événement au singulier. Cette situation peut être expliquée par l'influence, voire la dominance « du discours professionnel », en référence au discours utilisé dans une industrie, sur le discours scientifique. De façon plus explicite, les grands événements, tels que désignés aujourd'hui, renvoient généralement à leur dimension quantitative (nombre de visiteurs, dépenses des touristes...etc.) sans pour autant s'intéresser aux dimensions plus qualitatives telles que la nature des acteurs impliqués. Or, un concept se définit comme une manière de représenter une réalité ou une situation<sup>23</sup>. Dans le cas des grands événements, nous croyons que l'usage actuel du concept ne représente que partiellement la réalité supposée être traduite par l'utilisation du concept. Dans le cadre de notre recherche, nous pensons qu'il est impératif de ramener la réflexion sur le plan scientifique en procédant à une déconstruction-construction du concept. Pour ce faire, nous proposons d'abord une analyse épistémologique du concept avant de parcourir les différentes taxinomies des événements telles que proposées dans la littérature.

---

<sup>23</sup> Selon la définition proposée par le Centre national de ressources textuelles et lexicales et disponible en ligne : <<http://www.cnrtl.fr/definition/concept>> [consulté le 30 août 2013].

### L'événement d'abord

Comme mentionné dans le premier chapitre, avant de tenter de définir la notion de grand événement, il faut *a priori* bien comprendre le terme événement. Selon le dictionnaire *Larousse*, ce dernier désigne tout ce qui se produit, arrive ou apparaît. Cette définition est cependant très large et renvoie vers différentes significations. En conséquence, chaque discipline va définir l'événement en fonction de ses repères et de ses axes de recherche. À titre d'exemple, les historiens abordent l'événement en fonction de sa singularité alors que les juristes l'appréhendent comme la réalisation d'une condition. Pour les statisticiens, l'événement est défini comme « l'éventualité, le résultat possible lorsque celui-ci est aléatoire » (Sarkis, 1999, p. 10) alors que les théologiens le considèrent comme un acte fondateur et le commencement d'une succession de faits (Prestini, 2006). Pour Morin (1972), il a toujours été difficile de définir l'événement et le discours scientifique s'est focalisé sur le problème de la classification plutôt que sur la définition. Néanmoins, depuis cette affirmation de Morin dans les années 1970, il y a eu plusieurs propositions de définition sans qu'il y ait toutefois un consensus sur une en particulier. Dans cet esprit, Prestini (2006, p. 27), qui a analysé le concept d'événement dans différentes disciplines, conclut que l'événement est

un fait inattendu, qui crée une rupture. Il représente un aspect exceptionnel, parfois spectaculaire, toujours unique et singulier. Il se réfère à des effets, à un résultat, à une réception. Il relève de l'expérience, puisqu'il est situé dans un temps et un lieu. Il peut interpeller l'individu dans son histoire [...], mais il peut se situer également à un niveau collectif.

Si les dimensions spatiale et temporelle, en référence à l'avènement de l'événement dans un lieu à un moment donné, semblent faire l'unanimité auprès des auteurs, la question de la survenance inattendue de l'événement semble faire débat. Pour le philosophe Ricoeur (1992), l'improbabilité et l'aléatoire sont des éléments

intrinsèques au concept de l'événement. Farge (2002, p. 74), bien au contraire, affirme que l'événement est « une construction permanente qui s'étale considérablement dans le temps », alors que selon pour Sarkis (1999, p. 16) « le grand événement est un produit fabriqué par l'activité humaine à la demande du système social ». Ce débat autour de la survenance brusque ou non de l'événement s'observe aussi chez Morin (1972) et Dosse (2010). Le premier qualifie l'événement d'un sphinx qui survient d'une façon imprévisible et énigmatique alors que la deuxième souligne qu'il s'agit plutôt d'un sphinx « qui renaît sans cesse de ses cendres » (Dosse, 2010, p. 4).

Au-delà de la question du degré de prévisibilité d'un événement, Prestini (2006) note que quel que soit le type de l'événement, ce dernier crée une rupture menant à un changement. Les signes de ce changement peuvent être perceptibles à travers les modifications, les conversions et les renversements qui surviennent chez la personne, l'organisation ou la société qui subit l'événement. Cette idée de rupture a été soulevée quelques années auparavant lorsque Sarkis (1999) soulignait que l'événement a un caractère exceptionnel et qu'il présente une rupture, alors que Farge (2002) signalait que l'événement donne « une tonalité nouvelle au cours de l'histoire ». Néanmoins, l'importance de cette rupture et de ce changement, considérés par Ricoeur (1992) comme conditions minimales à la considération d'un événement, dépend de la position des acteurs impliqués dans l'événement. En d'autres mots, un fait similaire peut être considéré comme un événement significatif auprès d'un groupe de personnes comme il peut passer inaperçu auprès d'un autre groupe. Bref, ce sont les dimensions contextuelles de réalisation d'un événement qui influencent la façon dont il est considéré.

Essai de définition du concept de grand événement

Malgré sa large utilisation, le concept de grand événement demeure pour Sarkis (1999) mal compris. Pour cet auteur, le point de départ pour définir le terme réside d'abord dans sa circonscription dans le temps et dans l'espace. Comme nous l'avons soulevé dans le point précédent, ces deux dimensions, en référence au temps et à l'espace, font unanimité auprès des auteurs pour appréhender un événement quels que soient sa forme, son objet, son type et sa taille. Ensuite, pour associer l'adjectif de grandeur à l'événement, le même auteur pose plusieurs questions. Comment juger qu'un événement est grand par rapport à un autre ? À partir de quand peut-on qualifier l'événement de grand ? À quelle grandeur fait-on référence ? Pourquoi ne pas utiliser l'adjectif international, historique ou mémorable ? Pour Sarkis (1999), qui a consacré un ouvrage à l'analyse du concept de grand événement, l'utilisation d'autres qualificatifs pour désigner l'importance de l'événement trahit la construction épistémologique du terme. À titre d'exemple, si nous désignons un événement d'international, c'est que nous n'appréhendons ce dernier qu'à travers la perspective unidimensionnelle, celle du rayonnement médiatique. Or, tel que mentionné plus tôt, un événement se définit d'abord par sa double dimension spatio-temporelle. Cette précision est d'une importance capitale pour Sarkis puisque, quel que soit le qualificatif utilisé pour désigner un événement, « il existe une racine commune [dimension spatio-temporelle] qui transcende les clivages disciplinaires ». Cet élément a aussi son importance par rapport à notre réflexion théorique. Rappelons que nous avons adopté la post-disciplinarité comme ancrage épistémologique de notre thèse dans le dessein de nous intéresser davantage au phénomène étudié et en faisant abstraction des barrières disciplinaires. En résumé, quelle que soit l'approche disciplinaire mobilisée pour définir le grand événement, la grandeur de ce dernier reste fortement corrélée à son lieu et à son moment de réalisation.

Plusieurs auteurs (dont Nora, 1972 ; Morin, 1972 ; Ricoeur, 1992 ; Dosse, 2010) insistent sur le fait que le XX<sup>e</sup> siècle a été marqué par le retour de l'événement et surtout du grand événement. Les deux guerres mondiales, la crise économique de 1929, Mai 68, le 11 septembre 2001 et bien d'autres événements ont marqué l'imaginaire collectif. À partir de ce constat, Sarkis (1999) ajoute une troisième dimension à la définition du grand événement, qui se résume à l'historicité de ce dernier. Autrement dit, pour utiliser l'adjectif « grand », il faut que l'événement ait marqué aussi bien ses acteurs que les hommes qui l'ont subi. Cette dimension rejoint effectivement la proposition de Ricoeur (1992) qui imposait trois conditions pour qualifier un événement d'historique. D'abord, ce sont des hommes qui produisent ou qui subissent l'événement, ce qui exclut les catastrophes naturelles qui n'ont pas d'incidence sur l'être humain. Ensuite, l'événement doit être jugé suffisamment important pour les contemporains. La troisième condition, que Ricoeur appelle « la mise en intrigue » (1992, p. 29), renvoie vers le récit et l'effort engagé pour documenter un événement.

Enfin, pour définir le concept de grand événement, nous nous inscrivons dans la même perspective que Nora (1972), Morin (1972), Ricoeur (1992), et Sarkis (1999). Ces auteurs conditionnent la jonction du qualificatif de grandeur à un événement lorsque celui-ci a une importance dans le temps, dans l'espace et auprès des acteurs qui le façonnent ou qui le subissent. À ces trois dimensions, nous ajoutons l'effet de rupture ou de changement qu'un grand événement est supposé produire auprès des acteurs susmentionnés. Il s'agit donc d'une approche qualitative que nous adoptons dans la présente thèse et qui trouve justification dans les deux logiques qui suivent. D'une part, d'un point de vue épistémologique, et comme nous l'avons souligné plus haut, la grandeur d'un événement dépend significativement du contexte de son avènement. À titre d'exemple, un événement qui commémore la fondation d'un pays est souvent perçu comme un grand événement par les citoyens de ce pays, alors qu'il n'a aucune signification pour les autres pays qui ne sont pas concernés par ce

moment. D'autre part, d'un point de vue méthodologique, les indicateurs utilisés pour qualifier la grandeur d'un événement diffèrent d'un contexte à un autre d'où la non pertinence de faire appel à des indicateurs d'évaluation universelle. À ce titre, le point qui suit fait état de l'appel de plusieurs auteurs à l'utilisation des dimensions qualitatives dans l'évaluation des grands événements et leurs impacts sur le développement touristique d'une destination.

### **3.2.2.3 La relation entre le développement touristique et les grands événements**

L'analyse du rôle des grands événements sur le développement touristique renvoie systématiquement à la question de l'évaluation des événements. Cette dernière est une préoccupation de plus en plus importante vu les impacts de ce type d'événements sur leur environnement d'accueil. Que cela soit sur les plans économique, social, environnemental, touristique, mercatique, géographique, urbain, voire politique dans certains cas, les acteurs impliqués s'intéressent davantage à la question des retombées. Traditionnellement, ce sont les études d'impacts économiques qui sont les plus réalisées compte tenu des engagements financiers importants que peuvent mobiliser certains événements, comme c'est le cas des Jeux olympiques. Néanmoins, depuis au moins la décennie 1970, d'autres éléments font l'objet d'un intérêt grandissant. Cet intérêt est d'autant plus pertinent sachant que chaque événement a lieu dans des contextes très différents. La structure de gouvernance locale, la culture des acteurs et les objectifs poursuivis sont quelques éléments qui peuvent sensiblement influencer les résultats d'une évaluation d'impacts. De là se pose la question de l'universalité des méthodes d'évaluation des impacts des événements. À ce titre, plusieurs auteurs (Ahlert, 2009 ; Bohlin, 2009 ; Soteriades, 2009 ; Varvaressos, 2009) rejettent l'idée de l'universalité des méthodes en se basant sur une multitude d'éléments. Ainsi, selon Dimanche (2009, p. 275) « La diversité de ces événements, les divers objectifs auxquels ils répondent, les différents contextes

géographiques, sociaux, économiques dans lesquels ils se fondent, les différents marchés qu'ils attirent font qu'une démarche spécifique doit être établie pour chaque événement. ». Cela dit, Dimanche (2009) souligne que malgré l'effort d'adaptation qui doit être déployé à chaque fois, il existe certaines conditions qui doivent être respectées quel que soit le contexte d'application. En l'occurrence, il insiste sur la rigueur de la méthode utilisée, la définition des objectifs en fonction du besoin de chacun des acteurs et, finalement, la diffusion de l'information auprès des différents acteurs, y compris le milieu.

En sus de la question de l'universalité des méthodes d'évaluation, une autre interrogation se pose sur la possibilité d'innovation dans ce domaine. Au-delà d'adapter les méthodes traditionnelles aux différents contextes, peut-on carrément proposer de nouvelles façons d'évaluation ? À ce titre, il semble qu'une nouvelle tendance est en marche depuis quelques années, même si, comme le confirme Marinetti (2009, p. 427), « on est bien au début d'un vaste ambitieux processus de recherche ». De notre côté, nous pensons que cette tendance s'intègre dans un schéma plus global et qui concerne une modification du paradigme même des approches d'évaluation. De façon plus explicite, malgré l'évolution des études d'impacts vers l'intégration de nouvelles dimensions davantage qualitatives, les impacts sociaux par exemple, les outils de mesure restent dominés par une approche quantitative. Pour mieux illustrer notre propos, citons deux exemples récents.

Dans une étude sur l'utilité sociale de la Coupe du monde de Rugby de 2007 organisée en France, Barget et Gouguet (2010) critiquent le recours simple aux études d'impacts économiques comme unique indicateur de l'évaluation des événements. À cet égard, ces deux auteurs proposent l'intégration de la notion d'utilité sociale

comme un deuxième indicateur de mesure. En se basant sur la théorie du bien-être<sup>24</sup>, ils jugent qu'il est préférable d'intégrer l'évaluation de l'utilité sociale dans le cadre d'une analyse coûts/bénéfices, pour mieux estimer les retombées auprès de la communauté d'accueil. Au bout du compte, le résultat est présenté sous forme d'un ensemble d'indicateurs mesurant la satisfaction créée pour les habitants par la tenue de l'événement dans leur environnement. Dans un exemple plus proche du contexte québécois, Festivals et événements Québec (FEQ) a développé en 2013 un modèle d'évaluation des pratiques sociales (MEPS) des festivals et des événements organisés dans la province. Insistant sur la carence en matière de recherche sur l'évaluation des impacts sociaux et plus particulièrement de l'expérience humaine et culturelle, les rédacteurs du rapport basculent rapidement vers la notion de la performance sociale. Cette dernière est définie comme « La capacité et la volonté à mettre en place des pratiques sociales qui sont susceptibles de générer des effets directs et indirects positifs dans leur milieu d'accueil » (Proulx, 2013, p. V). Malgré le caractère à première vue qualitatif des indicateurs, le résultat du modèle proposé par FEQ est un tableau de bord (figure 3.1) qui attribue un indice de performance à chacun des douze enjeux sociaux définis dans le cadre du MEPS. Par la suite, l'indice de performance de chaque enjeu est pondéré en fonction du niveau d'importance de ce dernier dans le résultat global, sachant que la pondération a été déterminée de façon consensuelle entre les membres d'un comité d'acteurs. Au bout du processus, les gestionnaires des événements peuvent comparer leur performance globale avec d'autres événements de la même catégorie de budget et par région touristique.

---

<sup>24</sup> « La théorie du bien-être ou l'économie du bien-être trouve en fait son origine dans les écrits de Jeremy Bentham. Ses fondements ont été posés au XX<sup>e</sup> siècle par Vilfredo Pareto et Arthur Pigou (1908). Elle désigne en effet une branche de la théorie néoclassique qui étudie les différents états de l'économie sous l'angle du bien-être social (niveau de satisfaction atteint par les individus). Elle s'efforce donc de déterminer quelle est la meilleure situation parmi toutes les répartitions possibles des ressources et des revenus. » (Institut numérique, 2013)

<b>DIAGNOSTIC DES PRATIQUES SOCIALES DE VOTRE ORGANISATION</b>			
Nom du Festival	Le festival des festivals du Québec		
Budget d'opération	Budget variant de 500 000\$ à 999 999\$		
Région touristique	Abitibi-Témiscamingue		
Enjeux sociaux	Indice de performance (variant de 0 à 2)	Pondération	Résultats pondérés
Gestion responsable	0,65	0,04	0,03
Gouvernance participative	0,38	0,06	0,02
Épanouissement du personnel bénévole et salarié	0,41	0,09	0,04
Qualité de vie des populations environnantes	0,66	0,10	0,07
Épanouissement et qualité de vie des festivaliers	0,38	0,11	0,04
Participation sociale auprès de l'événement	0,43	0,07	0,03
Engagement de l'événement auprès de sa communauté	0,90	0,13	0,12
Accessibilité	0,77	0,10	0,08
Mise en valeur de l'identité socioculturelle du milieu	0,75	0,10	0,08
Promotion de la diversité culturelle	0,00	0,07	0,00
Développement de la créativité et capacité d'innovation	1,00	0,06	0,06
Consommation locale et responsable	0,34	0,07	0,02
<b>Indice de performance globale</b>			<b>0,57</b> ou <b>57,5%</b>

Figure 3.1 Tableau de bord de performance d'un événement (Proulx, 2013, p. 35)

Loin de vouloir discuter de l'utilité ou de la validité scientifique des études d'impacts sociaux, notre dessein à travers les deux exemples présentés ci-dessus, et issus de deux contextes différents, est de démontrer l'hégémonie du paradigme quantitatif sur le plan des études d'impacts. Cette critique n'est d'ailleurs pas nouvelle. Wall écrivait déjà en 1996 (p, 213) : « *The incorporation of the results of impacts studies in decision making for planning and management will be furthered by relinquishing the thoughtless application of simplistic concepts.* »

À travers l'étude du cas de Bali, Wall (1996) invite la communauté scientifique à repenser la manière d'évaluer les impacts et plus particulièrement ceux associés au tourisme. Selon l'auteur, l'appréciation des impacts par la simple équation input/output – en référence à l'usage de données quantitatives – ne reflète pas la réalité du terrain. Depuis cette réflexion de Wall (1996), les études d'impacts ont évolué, mais le constat est resté le même. L'intégration de données qualitatives

avance, mais timidement. Comme le démontre Thomas (2009) dans une étude purement économique portant sur l'évolution des flux monétaires générés par le Festival de Cannes, les études d'impacts gagneraient en précision en intégrant des dimensions qualitatives. Cet avis est partagé par Deery et al. (2012) qui étudient l'évolution des études d'impacts sociaux et qui estiment que le temps est arrivé pour changer de paradigme et innover en matière d'études d'impacts. Dans des sociétés de plus en plus complexes – en référence au caractère postmoderne des sociétés occidentales –, les variables quantitatives sont loin d'expliquer les phénomènes observés. Ces auteurs remarquent que : « *The adoption of more qualitative and innovative methods in social impacts research, following, to some degree, the path of organisational culture research is the proposed next stage of social impact of tourism on communities research.* » (2012, p. 72)

En résumé, nous pouvons conclure que l'évaluation des impacts des grands événements sur le développement touristique est en train de prendre un nouveau virage en intégrant davantage les dimensions qualitatives. Le but est d'appréhender ces événements de façon holistique afin de mieux les justifier auprès des différents acteurs impliqués. Plus concrètement, il faut revoir les méthodes d'évaluation des grands événements afin de mieux estimer leurs retombées sur le développement touristique d'une destination. Le point qui suit tente justement d'opérationnaliser la relation entre les grands événements et le développement touristique en identifiant des indicateurs clairs.

### **3.2.3 La construction du cadre conceptuel opératoire et opérationnalisation des concepts**

Dans l'objectif de compléter la construction de notre cadre conceptuel, il faut désormais opérationnaliser la relation entre le développement touristique d'une part et l'évaluation des événements d'autre part. Néanmoins, avant d'aborder cette question,

nous souhaitons rappeler quelques éléments qui soutiennent notre construction théorique :

- **Ancrage épistémologique** : en adoptant la post-disciplinarité comme fondement épistémologique de notre réflexion, nous mobiliserons des cadres théoriques issus de plusieurs disciplines dans l'objectif de comprendre le phénomène étudié à partir de plusieurs perspectives.
- **Ancrage sociologique** : À ce titre, nous appréhendons la postmodernité comme un contexte sociologique explicatif de l'action des acteurs touristiques au sein d'une métropole.
- **Ancrage géographique** : La métropole, figure de proue du postmodernisme, est considérée dans le présent travail comme un espace de manifestation des nouvelles pratiques touristiques, urbaines et événementielles.

### **3.2.3.1 L'opérationnalisation de la relation entre le développement touristique et l'évaluation des événements**

Le concept de développement touristique peut renvoyer vers différentes significations comme nous l'avons démontré plus tôt. Par ailleurs, l'évaluation des événements peut se faire de différentes manières. À ce titre, nous avons choisi d'étudier la relation entre le développement touristique et l'évaluation des événements à travers l'action des acteurs. Ce choix est fondé sur les éléments théoriques suivants :

- Le concept de développement « dénote par son origine étymologique l'action d'un déroulement ou d'un déploiement » (Lévy et Lussault, 2003, p. 245). L'évaluation du développement à travers l'action des acteurs serait en conséquence une avenue logique pour ce type d'exercice.
- Au chapitre du développement touristique, la littérature scientifique, dominée par une perspective empirique, propose différents scénarii d'opérationnalisation.

Néanmoins, l'évaluation à travers l'évolution de l'action des acteurs dans le temps et dans l'espace semble gagner du terrain auprès des chercheurs. Dans un article récent, Haugland *et al.* (2011) confirment cette tendance et proposent une définition du développement touristique comme « *the activities involved in developing an overall strategy for the destination that generates value for the individual actors* » (Cité dans Haugland *et al.*, 2011, p. 270) . Selon Demers (1987, p. 92), « le développement touristique déborde de la conception d'un plan et sa mise en place ». Il est d'avis que lorsqu'on parle de développement touristique, cela implique l'organisation des actions en vue de développer le tourisme sur un territoire donné. Dans cette optique, le plan de développement touche l'orientation des actions en général. Doxey (1975), Miossec (1977), Gormsen (1981), Butler (1980) et Schwarzenbach (1991, cité dans Kouassi, 2001) vont dans le même ordre d'idées en définissant le développement touristique en fonction de l'évolution de l'action d'un ou de plusieurs acteurs impliqués dans le processus.

- Au niveau de l'évaluation des impacts des événements, l'approche à travers l'action des acteurs est une perspective de plus en plus utilisée. Loin de vouloir se substituer aux études d'impacts traditionnelles, l'évaluation à travers l'action des acteurs se veut un complément de ces études. Néanmoins, elle possède l'avantage de ne pas s'enfermer dans des approches unidimensionnelles et offre une perspective d'analyse plus large. En étudiant les relations entre les acteurs, et surtout au tout début du processus, cette approche permet de mieux comprendre les retombées, car ce sont ces relations qui vont « conditionner l'organisation générale de l'événement et par là même ses héritages » (Bauthier, 2009, p. 343).

En résumé, et pour utiliser un vocabulaire associé à la méthodologie de recherche, la principale variable à mesurer dans notre cas est l'action des acteurs. Il s'agit à la fois des acteurs impliqués dans le développement touristique et ceux engagés dans

l'organisation des grands événements. Au demeurant, il faut toutefois déterminer qui sont ces acteurs et quels sont leurs champs d'interventions.

### Identification des acteurs

Nous appuyant sur les modèles de développement touristique proposés par Doxey (1975), Miossec (1977), Gormsen (1981), Butler (1980) et Schwarzenbach (1991) (annexes B-1 à B-5), nous pouvons identifier quatre types d'acteurs : publics, privés, touristes et résidants. De par leurs positions, chacun des acteurs va influencer différemment le développement touristique. Dans un contexte métropolitain, les acteurs privés et publics sont considérés comme les artisans et les promoteurs de tout développement touristique. Néanmoins, les touristes et les résidants peuvent jouer à leur tour un rôle important dans la configuration des politiques touristiques d'une métropole. Dans le cas des premiers, plusieurs études, issues principalement de la géographie du tourisme, affirment que les touristes, par leurs pratiques et leurs usages, peuvent orienter le développement touristique. Nous citons à ce titre l'exemple de villes françaises, notamment Paris, qui grâce à l'achalandage des berges de la Seine pendant la saison estivale, parmi bien d'autres raisons, a entamé depuis 2002 une opération appelée Paris-Plage. Cet événement consiste à aménager les rives de la Seine en des espaces balnéaires dédiés aux habitants de la métropole française qui n'ont pas la possibilité de partir en vacances. Selon Pradel (2010), l'aménagement temporaire de cet espace a participé à la création d'une nouvelle forme d'urbanité, touristique en l'occurrence.

Dans le cas des résidants, les nouvelles formes de gouvernance métropolitaine accordent de plus en plus de place à la consultation citoyenne. Les résidants de la ville, d'un arrondissement ou d'un secteur ont aujourd'hui la possibilité, par le biais des différentes organisations ou regroupements citoyens, de bloquer, réorienter ou modifier un projet de développement touristique.

Dans la présente thèse, nous avons fait le choix de ne nous intéresser qu'aux deux premiers acteurs, publics et privés. Cette décision est justifiée principalement par notre période d'étude allant de 1960 à 1992. La revue de littérature menée sur le concept de développement touristique, et particulièrement dans un contexte métropolitain, nous a permis de conclure que :

- Le rôle des deux autres acteurs, les touristes et les résidants en l'occurrence, n'était pas assez significatif dans le développement touristique. Comme nous allons le voir plus tard, dans le cas montréalais plus précisément, l'action des résidants, et encore moins celle des touristes, n'auront que des effets limités sur le développement touristique de la métropole.
- Lors des grands événements, eu égard à l'importance de ces manifestations par rapport au contexte d'organisation, les acteurs publics d'abord et les acteurs privés ensuite sont les principaux architectes de ce type de manifestations.

#### Champs d'interventions des acteurs

La définition de l'action des acteurs comme la variable à mesurer est une étape importante certes, mais qui demeure abstraite. Au sein d'une métropole, aussi bien les acteurs publics que privés interviennent dans plusieurs domaines. Dans cet esprit, et dans la perspective d'évaluer les impacts des grands événements sur le développement touristique, il faut définir les champs d'interventions des acteurs en question. À ce chapitre, en nous basant d'abord sur les modèles de développement touristique présentés en annexes (B-1 à B-5), ensuite sur les dimensions d'évaluation d'un grand événement (annexe C) et enfin sur les caractéristiques du tourisme métropolitain présentées dans le deuxième chapitre, nous avons procédé à un regroupement des différents critères afin de circonscrire finalement l'action des acteurs dans trois domaines : la gouvernance, l'image et les équipements.

Dans le premier cas, la gouvernance, la structure de gestion de la destination est un facteur déterminant dans le développement touristique d'une destination. Dans le modèle de Schwarzenbach particulièrement, le rôle et le type de la structure chargée de mener les politiques touristiques conditionneront la nature du développement futur de la destination. Au volet des équipements, tous les modèles s'accordent sur l'importance de cette dimension, au point de la considérer comme le noyau de tout développement touristique. Dans un contexte métropolitain, et à l'ère de la postmodernité, les équipements sont effectivement perçus comme l'essence même de l'offre touristique. Finalement, en ce qui a trait à l'image, Davidson et Maitland (2002) affirment que cette dimension est extrêmement importante dans le cas des villes et des métropoles, tenant compte de l'étroite relation entre l'activité touristique et l'image de la ville. Pour cause : « *The presence of tourism as an activity in a town can have impact on how the destination is perceived by those seeking a place to move to, for residential purposes or for industrial relocation.* » (Davidson et Maitland, 2002, p. 69)

En conclusion, retenons que nous appréhendons le rôle des grands événements dans le développement touristique d'une métropole à travers l'action des acteurs dans le temps. Selon Ballester (2009), pour bien saisir les impacts d'un événement sur son environnement il faut l'étudier en trois temps, soit avant, pendant et après. Pour lui, les études post-événement sont essentielles pour évaluer les retombées d'une manifestation. Néanmoins, les conclusions de ces études restent incomplètes en l'absence d'un portrait global qui retrace l'ensemble du processus. Dans le même ordre d'idées, Bauthier (2009) précise que, de façon générale, les premières étapes de l'élaboration d'un projet sont importantes vu leur influence sur la suite du processus. Dans le cas des événements, les études d'impacts doivent effectivement tenir compte de la même logique puisque l'héritage d'un événement n'est que l'aboutissement temporel d'un certain nombre d'actions dans le temps, d'où l'utilité de disposer d'une

description de l'évolution du processus à chaque étape de son développement. La figure 3.2 résume notre cadre conceptuel opératoire censé agir comme cadre d'interprétation de notre analyse :

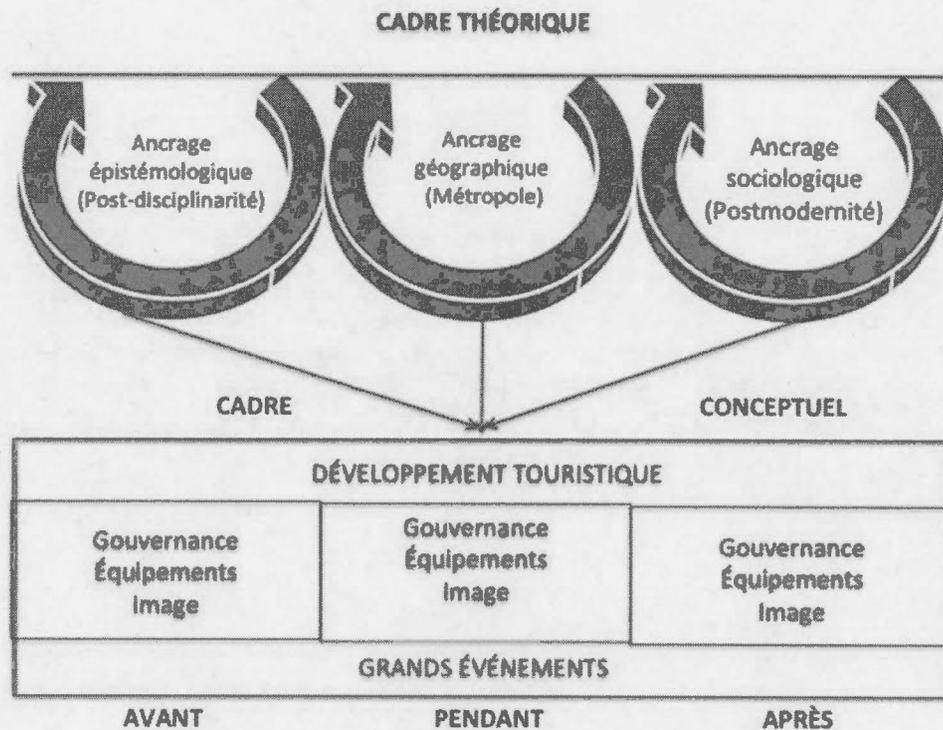


Figure 3.2 Cadre conceptuel opératoire (Élaboration originale de l'auteur)

### 3.3 La méthodologie de recherche

Pour élaborer un design de recherche capable de répondre à notre question de recherche qui vise à déterminer le rôle des grands événements dans le développement touristique d'une destination métropolitaine, il faut tenir compte de notre cadre théorique et de notre cadre conceptuel opératoire définis plus tôt. À cet égard, notre réflexion s'inscrit dans une perspective diachronique supportée par un schème actanciel et une méthodologie de recherche qualitative, inductive et interprétative où

l'analyse documentaire est la principale technique de collecte de données. De façon plus explicite, notre stratégie de recherche se déploie en trois volets : le choix de l'approche, la sélection du cas et la définition de la période d'étude.

### 3.3.1 L'approche de recherche et la collecte des données

Au chapitre de l'approche, tenant compte de la problématique étudiée et des ancrages épistémologiques et sociologiques que nous avons adoptés, nous estimons qu'une approche historico-interprétative est incontournable pour les raisons suivantes :

- D'après Sarkis (1999), l'histoire est la discipline de prédilection pour étudier les grands événements. À ce titre, pour plusieurs historiens et sociologues (Morin, 1972 ; Nora, 1972 ; Ricoeur, 1992) la survenue d'un certain nombre d'événements d'importance dans un contexte de postmodernité a nécessité la révision des approches historiographiques mobilisées pour étudier la notion de grand événement. À cet effet, la Nouvelle Histoire, présentée par Le Goff (1978) comme le nouveau courant historiographique de l'École des Annales, dépasse la simple narration des faits à leur interprétation dans leur contexte de réalisation. Dans cet esprit, nous estimons que le recours à l'approche historico-interprétative, qui vise justement à expliquer des faits historiques en tenant compte de leur contexte de réalisation, répond adéquatement à notre problématique de recherche.
- Étant donné notre recours à l'action des acteurs comme un moyen pour comprendre le rôle des événements dans le développement touristique, l'approche choisie rejoint notre préoccupation. Appliquée le plus souvent en architecture et en patrimoine, cette approche est alimentée par un paradigme interprétatif où l'objet de la recherche est justement l'action des acteurs (Lessard-Hébert, 1995).

- Dans le cadre de l'approche historico-interprétative, la dimension contextuelle jouit d'une place de choix puisqu'elle permet de corrélérer les résultats de la recherche à leur contexte d'étude. Comme le soulignent Groat et Wang (2002), cette approche est encore plus adaptée lorsque l'objectif affiché est la recherche des significations d'un phénomène qui s'inscrit dans un contexte spécifique et complexe. Dans notre cas, nous avons souligné à plusieurs reprises la complexité du contexte de notre recherche.
- Eu égard à son appartenance aux méthodes de recherche interprétative, notre approche s'inscrit dans une perspective historique qui cherche à situer le phénomène dans le temps long. En conséquence, le chercheur peut intégrer des variables explicatives généralement exclues lorsque le chercheur se restreint à un horizon limité.
- Sur le plan méthodologique, l'approche historico-interprétative s'inscrit dans le courant novateur des études qualitatives. En nous intéressant d'abord à la compréhension et non à l'évaluation, l'approche choisie permet d'apporter un éclairage utile à l'explication d'un phénomène en mettant en avant des dimensions non mesurables. Cela rejoint la perspective post-disciplinaire que nous avons définie comme notre ancrage épistémologique.

En résumé, l'adoption de l'approche historico-interprétative nous permet de dépasser une compréhension restrictive des faits puisque ces derniers sont appréhendés dans un contexte plus général. En effet, l'élargissement du champ d'interprétation offre la possibilité de détecter des éléments susceptibles d'influencer significativement un processus et qui risqueraient d'être négligés si nous nous limitions à l'analyse de l'environnement direct. Pour atteindre cet objectif Groat et Wang (2002) définissent un processus d'interprétation qui se compose de quatre étapes représentées dans la figure 3.3.

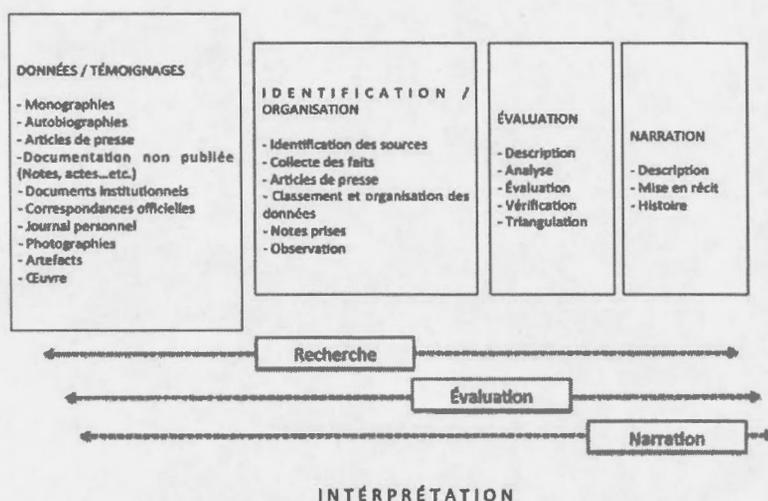


FIGURE 3.3 Charte d'interprétation d'une recherche qualitative (Groat et Wang, 2002, p. 137).

La première étape commence par une collecte de données répertoriées dans les différentes sources d'informations (manuscrits, autobiographie, correspondance...). L'objectif de cette étape est de diversifier les sources d'information et de s'assurer d'un recensement exhaustif de la littérature afin de limiter les biais qui peuvent être associés à l'utilisation d'une méthode ou d'une source en particulier. Dans notre cas, notre première source d'information concerne les rapports officiels produits par les comités d'organisation des événements étudiés. En complément, nous avons recouru à la documentation fournie par les instances publiques parties prenantes des différents événements étudiés (comme c'est le cas à l'occasion des Jeux olympiques). Pour compléter le tour d'horizon, et surtout pour étudier l'action des acteurs, nous avons pu consulter les fonds d'archives des principaux acteurs impliqués dans les événements étudiés. Nous estimons à ce titre que ces archives nous ont permis de mieux appréhender notre sujet d'étude et, surtout, de prendre connaissance des relations entre les acteurs qui ne pourraient être déduites de la simple lecture des rapports officiels. À titre d'exemple, le fonds documentaire de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal a été pour nous une source inestimable

d'informations. Regroupant une documentation de plus de 14 000 pages, ce fonds retrace l'histoire de cet organisme chargé du développement touristique à Montréal depuis sa fondation en 1919. À travers les procès-verbaux des conseils d'administration, des correspondances, des rapports d'activités annuels et des notes internes, nous avons pu identifier les positions, les tensions et les relations de cet acteur important avec les autres joueurs du développement touristique à Montréal que sont la Chambre de commerce et la Ville de Montréal. Pour cette dernière institution, nous avons pu notamment consulter les archives des réunions des comités exécutifs où se prenaient les décisions concernant les événements étudiés ainsi qu'un ensemble de rapports rédigés par les services chargés du développement touristique de l'époque, mais disparus de la structure organisationnelle depuis la fin des années 1980. Finalement et tenant compte du style de direction du maire Jean Drapeau comme principal instigateur du développement de Montréal durant une grande partie de la période étudiée, nous avons pu consulter des biographies du personnage, ce qui nous a permis de mieux comprendre certaines décisions prises à l'époque.

Lors de la deuxième étape, le chercheur doit procéder à une organisation des données collectées précédemment en procédant à des regroupements thématiques. Dans notre cas, et à partir de la revue de littérature menée précédemment, nous avons convenu que nous étudierons l'action des acteurs dans trois domaines, d'abord la gouvernance, ensuite l'image et finalement les équipements.

Pour la troisième étape et avant d'enchaîner avec l'interprétation des données, le chercheur doit se livrer à une première analyse de ces dernières. En effet, tenant compte de notre approche de recherche, basée sur l'interprétation des données en fonction de leur contexte de production, et de notre méthode de collecte de données orientée vers l'analyse documentaire, il est probable que certaines sources d'informations soient teintées ou influencées par une idéologie spécifique. Nous avons ainsi procédé à une triangulation des données en diversifiant les sources

d'information pour le même événement. Finalement, la dernière étape consiste à narrer les faits constatés tout en établissant des liens entre les différentes thématiques.

Notre narration se fera en deux temps :

- D'abord, la narration de chaque événement en considérant les trois étapes d'organisation identifiées par des auteurs comme Ballester (2009) et Bauthier (2009), soit avant, pendant et après la tenue de l'événement.
- Ensuite, l'exposition des liens entre les grands événements étudiés et les trois domaines du développement touristique que sont l'image, la gouvernance et les équipements.

La figure 3.4 résume l'application de la charte d'interprétation de Groat et Wang (2002) à notre sujet de recherche.

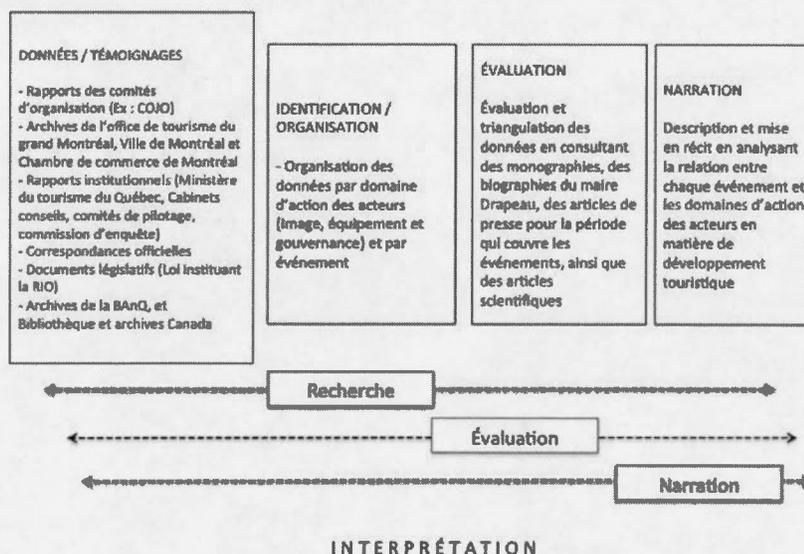


Figure 3.4 Application de la charte d'interprétation d'une recherche qualitative à notre étude (Adapté de la charte d'interprétation de Wang et Groat, 2002, p. 136).

### 3.3.2 La méthode de recherche : l'étude de cas

Pour répondre à notre question de recherche, nous avons adopté la méthode de l'étude de cas. L'usage de cette méthode de recherche est très fréquent, et plus particulièrement en sciences exactes. Toutefois, le recours à l'étude de cas ne fait pas l'unanimité auprès de la communauté scientifique malgré son ancienneté. Au-delà du débat conceptuel, Roy (2003) souligne que malgré la divergence des avis, il existe un niveau probant de consensus des auteurs au sujet des apports de cette méthode. L'étude de cas permet d'explorer des phénomènes nouveaux ou négligés, ce qui n'est pas la situation des autres méthodes d'échantillonnage qui tiennent compte plus de la tendance générale que des cas particuliers. Néanmoins, la question de la validité externe de la recherche se pose avec acuité puisqu'en optant pour l'étude de cas, les possibilités de généralisation des conclusions restent très limitées.

Dans notre cas, et tenant compte du nombre des destinations métropolitaines à travers le monde ainsi que des contraintes temporelles et matérielles, il était évident que nous ne pouvions faire appel à une méthode d'échantillonnage puisque la représentativité ne pouvait être respectée. À cet effet, la méthode de l'étude de cas nous a semblé la plus appropriée, eu égard d'abord à la possibilité d'analyser un nombre réduit de cas et ensuite aux perspectives intéressantes de généralisation, conditionnées par la tenue d'une démarche scientifique rigoureuse. Dans ce sens, les conclusions de notre étude ne peuvent certes être généralisées à toutes les destinations urbaines et métropolitaines, mais peuvent cependant l'être pour des villes qui ont évolué dans un contexte similaire à celui de Montréal.

Si nous nous fions à la classification des études de cas<sup>25</sup> proposée par Roy (2003) nous déduisons que l'approche que nous prévoyons emprunter est celle dite monographique, dans la mesure où l'objectif est d'explorer et/ou d'expliquer le cas étudié. C'est dans cet esprit que se situe notre thèse puisque nous souhaitons avant tout expliquer le rôle des événements dans le développement touristique d'une destination métropolitaine.

### 3.3.3 La sélection du cas

Au départ, nous avons souhaité mener une étude comparative entre trois destinations métropolitaines dans l'objectif d'identifier les éléments communs du rôle joué par les événements dans le processus de développement touristique. Toutefois, vu les contraintes temporelles et matérielles imposées par le projet, nous avons fait le choix d'examiner le seul cas de Montréal. Néanmoins, le choix de cette métropole représente un intérêt certain au regard de ses dimensions descriptives, analytiques et heuristiques.

- Sur le plan descriptif : il s'agit du niveau élémentaire dans la construction d'un cas et matérialisé par la collecte de données provenant de sources diversifiées (Kadri, 2005). Dans le cas de Montréal, nous avons découvert au fil de notre recherche qu'il n'existe aucune étude sur le développement touristique à Montréal et encore moins de la relation entre les événements et le développement touristique. La présente thèse constitue donc à notre connaissance le premier document scientifique qui retrace de façon détaillée cet aspect.

---

<sup>25</sup> Roy (2003) propose trois types d'étude de cas. D'abord celle dite monographique qui s'attarde à une description exhaustive du cas en recueillant toutes les informations nécessaires pour répondre à la problématique. Ensuite, l'étude de cas suggestive. Pour Roy, ce type d'études est similaire au premier type, mais se différencie par leur caractère atypique et suggestif. Enfin, l'étude de sujets individuels s'appuie sur l'étude approfondie d'un seul sujet.

- Sur le plan analytique : l'étude de cas est l'incarnation de la construction d'un phénomène à partir de plusieurs composantes. Il s'agit en effet d'observer comment s'enchaînent et se relient les événements dans le temps (Kadri, 2005). Dans le cas de Montréal, nous analysons les principales étapes du développement touristique de la ville en identifiant des caractéristiques propres à chaque étape.
  
- Sur le plan heuristique : nous avons souligné précédemment que le tourisme urbain s'est amorcé par la visite des villes historiques. Par la suite, avec le développement de l'urbanisation, une nouvelle reconfiguration de la morphologie urbaine a permis l'émergence du tourisme métropolitain. Dans le cas de Montréal, la spécificité du cas réside dans la coexistence de ces deux configurations avec un tourisme « traditionnel » orienté vers la visite des sites historiques et un tourisme métropolitain alimenté par l'expérience unique qu'offre Montréal.

### **3.3.4 Le choix des grands événements**

Avant d'identifier les grands événements qui font l'objet de notre étude, rappelons que pour la définition du concept de grand événement, nous nous inscrivons dans une perspective qualitative. Donc, un grand événement est un événement qui a une importance dans le temps et dans l'espace des acteurs qui le façonnent ou qui le subissent. Outre cette définition, nous avons précisé que pour qualifier l'événement de grand, il faut que ce dernier ait constitué une rupture et un changement auprès des acteurs en question.

À partir de cette circonscription du concept de grand événement, et tenant compte de notre ancrage géographique, incarné par Montréal en tant que métropole, et notre ancrage sociologique, traduit par la postmodernité perçue comme une phase de l'histoire du développement des territoires et observable à partir de la décennie 1960,

nous avons identifié trois grands événements qui cadrent avec notre définition du concept : d'abord l'Exposition universelle de 1967, ensuite les Jeux olympiques de 1976 et finalement les célébrations du 350<sup>e</sup> anniversaire de la fondation de la ville de Montréal. Ballester (2009, p. 465) souligne que « les expositions universelles et les Jeux olympiques sont devenus des moyens de faire penser la ville par l'organisation de grands événements touristiques ». De ce fait, les deux premiers événements, l'Expo 67 et les Jeux olympiques de 1976, s'imposent comme de grands événements à étudier dans le cas montréalais vu leur importance et leur signification pour la métropole québécoise. En outre, le fait que ces deux événements aient été les premiers du genre à être organisés au Canada leur confère une importance très particulière auprès des Montréalais, mais surtout auprès des Canadiens français qui considéraient ces deux événements comme une affirmation de l'identité canadienne française.

Par ailleurs, plusieurs auteurs (Demers 1987, 2007 ; Prévost, 2000 ; Pilette et Kadri, 2005 ; Linteau, 2007 ; Kadri 2009) s'accordent à considérer les célébrations du 350<sup>e</sup> de Montréal comme un événement qui a marqué l'histoire récente de la métropole, de façon moins spectaculaire que l'Expo et les Jeux très certainement, mais il est considéré comme un événement de rupture tenant compte de l'implication de l'ensemble des acteurs engagés dans le développement touristique de la métropole.

Cela dit, et pour être en cohérence avec notre méthodologie de recherche qui accorde une place importante au contexte entourant chaque événement, nous allons explorer de façon systématique la situation avant 1960 et particulièrement le rôle des deux grands événements qui ont eu lieu avant cette date, à savoir, le Carnaval d'hiver de 1883 à 1889 et le Congrès eucharistique de 1910. L'idée derrière ce retour dans le temps rejoint en effet notre postulat de départ. Comme nous l'avons exposé précédemment, l'importance d'une destination ou d'un événement est

l'aboutissement d'un processus temporel, d'où l'obligation dans notre compréhension de disposer d'un recul historique probant pour bien évaluer la situation.

### **3.4 Conclusion du chapitre**

Notre recherche s'articule autour de deux concepts importants. D'une part, les grands événements que nous avons définis comme des faits historiques qui ont eu lieu à un moment donné et dans un espace donné. Ces derniers doivent représenter une importance significative pour les acteurs de la place au point de créer un mouvement de rupture avec le passé. D'autre part, le développement touristique que nous avons identifié comme l'action des acteurs dans trois domaines : la gouvernance, les équipements et l'image. Pour évaluer le rôle des grands événements sur ces domaines, nous analyserons, dans une perspective historico-interprétative et tenant compte des trois ancrages épistémologique, sociologique et géographique que nous avons définis, l'action des acteurs avant, pendant et après chaque événement. Dans cet ordre d'idées, nous avons choisi d'analyser les grands événements qui ont eu lieu à Montréal à compter des années 1960 et jusqu'à 1992 et qui sont porteurs d'une symbolique historique pour les acteurs de la destination. À cet effet, l'Exposition universelle de 1967, les Jeux olympiques de 1976 et les célébrations du 350<sup>e</sup> de la fondation de Montréal sont les trois événements qui feront l'objet de notre analyse dans la deuxième partie de cette thèse.

**DEUXIÈME PARTIE: ÉTUDES DE CAS ET ANALYSE**

## CHAPITRE IV :

### LE TOURISME À MONTRÉAL AVANT 1960 : LE SPORT, LA RELIGION ET L'IDENTITÉ COMME CATALYSEURS DE LA TRAME ÉVÉNEMENTIELLE

S'il est acquis maintenant que les grands événements font partie intégrante de l'identité et des stratégies de promotion touristique des métropoles occidentales du XXI<sup>e</sup> siècle (Gravari-Barbas, 2006 ; Gras, 2007 ; Roche, 2010), il n'en demeure pas moins qu'à Montréal la relation entre la ville, l'événement et le tourisme existe depuis au moins la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Dans cette perspective, nous tenterons, avant d'étudier les trois grands événements objets de cette thèse, de comprendre la relation entre le développement touristique et les grands événements à Montréal avant 1960. En effet, le Carnaval d'hiver de Montréal, qui s'est tenu pendant sept ans (de 1883 à 1889), était considéré comme un important événement dans la stratégie promotionnelle de la ville (Pilette et Kadri, 2005). Le Congrès eucharistique international de 1910 a été le deuxième moment le plus marquant des événements tenus dans la métropole dans la mesure où 500 000 visiteurs ont investi la ville (Latraverse, 2003) au moment où la population totale de Montréal atteignait 468 000 personnes (Linteau, 2007). Par la suite, plusieurs événements de moindre importance se sont succédé au sein de la métropole sans avoir toutefois des visées touristiques. Pour cause, le contexte de l'époque a été marqué par la forte volonté d'affirmation de l'identité canadienne-française (Drouin, 2005 ; Gagnon, 2007 ; Morisset, 2007) et plus spécifiquement à Montréal où la lutte identitaire entre anglophones et francophones était très visible. Du coup, tous les événements, y compris le Carnaval d'hiver et le Congrès eucharistique international, tenus dans la métropole, étaient d'abord perçus comme une démonstration de force d'un groupe vis-à-vis d'un autre. Dans cet esprit, et avant d'explicitier le rôle de ces deux événements dans le développement touristique à Montréal, nous tenterons d'exposer brièvement le

contexte sociopolitique de la métropole au XIX<sup>e</sup> et début du XX<sup>e</sup> siècle puisqu'il a significativement marqué les événements tenus pendant cette période.

#### **4.1 Montréal avant 1960 : Le difficile équilibre entre le pouvoir économique anglophone et l'identité francophone**

Si l'essor du tourisme dans les différentes régions du Québec n'a pris son envol qu'à compter du début du XX<sup>e</sup> siècle, le portrait à Montréal est tout à fait différent. Dès le début du XIX<sup>e</sup> siècle, plusieurs hôtels de prestige voient le jour. C'est le cas notamment du Rasco (1836), du Donegana (1845) du Hayes (1848) et finalement du renommé hôtel Windsor inauguré en grande pompe par la conjointe du gouverneur général en 1878 (Prévost, 2000). Ces lieux d'hébergement se concentrent au centre-ville, proche des principales portes d'entrée de la ville, en l'occurrence la gare et le port. Ce dernier était d'ailleurs classé premier port d'exportation des céréales en Amérique, et le deuxième en matière de trafic et d'accueil des voyageurs transatlantiques juste derrière New York (Proulx, 2009). Le développement du réseau ferroviaire au cours du XIX<sup>e</sup> siècle propulse l'activité touristique de la métropole qui connaît en même temps un essor commercial et industriel sans précédent (Proulx, 2009). Toutefois, l'embellie économique de Montréal cache derrière elle des tensions de plus en plus grandissantes entre les anglophones et les francophones. Ces derniers sont confinés à des emplois modestes laissant la place aux anglophones qui détiennent le monopole des secteurs névralgiques. Le déclenchement de la Grande Guerre en 1914 ne favorise pas l'amélioration de la situation puisque la structure de l'immigration de l'après-guerre ne fait que consolider la dominance du modèle britannique sur la métropole.

À compter de 1920, une nouvelle élite de francophones fait son apparition à Montréal ; elle investit le champ de la politique municipale et accède au pouvoir. Dès lors, le rapport à « l'Autre » n'est plus le même et la vague du nationalisme québécois déferle sur tous les secteurs, y compris le tourisme. Aussi saugrenu que cela puisse

paraître, ce dernier sera un outil de promotion spectaculaire de l'identité canadienne-française. Favorisé par le développement de l'automobile, le Québec, Montréal incluse, se lance dans un effort sans précédent de patrimonialisation des symboles de son identité. Les vieilles maisons, les vieilles églises et les traditions de la civilisation canadienne-française forment le noyau du produit touristique que les guides touristiques officiels décrivent avec fierté. Dans cet esprit, l'abbé Albert Tessier, célèbre historien de l'époque, invite le ministère de la Voirie, organisme provincial chargé de la promotion touristique, à engager un effort de restructuration des vieilles maisons de Montréal (château Ramezay, Palais de justice et marché Bonsecours) et d'en faire usage comme un outil de promotion de la ville (Prévost, 2000). Dans le même esprit, Victor Morin, figure éminente des milieux culturels canadiens-français de Montréal et fervent défenseur du patrimoine de la métropole (Morisset, 2009), est le premier à proposer un circuit de visites du Vieux-Montréal en 1917 et il fonde quelques années plus tard, en 1931 plus exactement, la première École de tourisme affiliée à l'Université de Montréal. Si l'objectif derrière la mise en place de l'école est la formation des guides touristiques en histoire canadienne (Université de Montréal, 2001), il n'en demeure pas moins que Morin, par sa position comme membre de la Commission des monuments historiques du Québec et de la Société d'archéologie et de numismatique de Montréal, a voulu mettre en valeur la culture francophone comme partie intégrante et indissociable de la culture canadienne (Alaoui, 2011).

En parallèle à l'effervescence du fait français, les anglophones de Montréal réunis dans l'Automobile Club of Canada (ACC, aujourd'hui le CAA), réussissent à fonder un office de tourisme sous le nom de Montreal Tourist Bureau. Le procès-verbal de l'assemblée constitutive tenue le 8 octobre 1919 démontre encore une fois l'étendue des relations de cette communauté sur les plans tant politique qu'économique. Sont présents à cette réunion des représentants des hôtels, de la Ville de Montréal, de la Chambre de commerce, de l'Assemblée nationale, des transporteurs maritimes et ferroviaires, de l'ACC, des commerçants et des publicitaires. Ce bureau sera par

ailleurs très actif dans la promotion du tourisme à Montréal jusqu'à au moins 1960, au point de devenir un joueur important sur l'échiquier touristique montréalais. Dans un article du journal *La Presse* du 1<sup>er</sup> juillet 1939, on apprend que la Ville de Montréal a participé à hauteur de 25 000 dollars au budget de l'organisme, soit un montant équivalent aux cotisations versées par les membres. Ce budget était destiné à appuyer la promotion de la destination auprès des marchés américains pendant que la Ville et le ministère de la Voirie assuraient au même temps ce rôle.

Au moment où les Canadiens français promeuvent un tourisme basé sur leur identité, les anglophones de Montréal misent sur l'esprit festif de la métropole. L'analyse des coupures de presse des années 1920 du Montreal Tourist Bureau (annexe E) nous renseigne sur l'image que souhaite transmettre cet organisme. Les activités sportives (golf, hockey, ski et raquette), le caractère moderne de la ville et l'ambiance de fête sont les principaux axes de communication. À ce niveau, il faut dire que Montréal jouit d'un trait distinctif par rapport à l'ensemble des villes nord-américaines. En effet, malgré la forte présence de l'Église catholique dans la gestion du fait public, et les interdits qui en découlent, l'alcool coule à flots dans la métropole. « Durant les années 1920, Montréal est la seule grande ville du continent à légaliser la vente et la consommation de l'alcool » (Broudehoux, 2006, p. 345). Cette particularité est d'ailleurs clairement exploitée dans la promotion touristique de la ville, comme en témoigne le guide touristique de 1932, publié par le Montreal Tourist Bureau, qui consacre 12 pages sur 52 à la publicité des liqueurs. Selon Broudehoux (2006), l'autorisation de l'alcool et les allures de modernité de la ville ont constitué un atout considérable dans le développement de l'industrie du spectacle et du tourisme puisque Montréal se verra attribué le statut du *One-week-stand* dans les tournées de spectacles américains (Broudehoux, 2006).

#### 4.2 Le Carnaval d'hiver de Montréal (1883-1889) : la genèse du rapport dialectique entre événements et tourisme

Comme le relèvent plusieurs auteurs (Prévost, 2000 ; Dufresne, 2001 ; Pilette et Kadri, 2005), le Carnaval d'hiver de Montréal, organisé par le Montreal Snow Shoe Club à cinq reprises entre 1883 et 1889, est un événement important dans l'histoire du développement touristique de la métropole. La célèbre revue de l'époque *Dominion Illustrated* rapporte que « si quelqu'un demandait quel est l'événement le plus typique au Canada, on lui répondrait tout de suite : c'est le Carnaval d'hiver » (Prévost, 2000, p. 45). La promotion de l'événement dépasse le territoire canadien et le Carnaval est promu largement aux États-Unis. En 1889, on établit le nombre de voyageurs qui se sont déplacés par train pour participer au Carnaval à presque 58 000 personnes<sup>26</sup> (Prévost, 2000). Au-delà des activités sportives qui façonnent le programme du Carnaval, les visiteurs apprécient également les activités circonstanciennes telles que le défilé du gouverneur général, la marche au flambeau, le banquet et les mascarades en patin (Dufresne, 1983). Néanmoins, l'activité la plus populaire du Carnaval est incontestablement celle de l'attaque du palais de glace construit pour l'occasion sur le carré Dominion (figure 4.1).

Sur le plan touristique, le souhait d'attirer des touristes étrangers était un objectif clairement avoué dès le début :

*The promoters of the Carnival are actuated by a desire to advertise the city, to shew the progressive strides she is making, and to demonstrate to pleasure-seekers in the United States and Ontario that Montreal, during the height of our winter season, is one of the most attractive cities in the world. (Star, 11 novembre 1882, p. 4, cité dans Dufresne, 1980)*

---

<sup>26</sup> Au moment où le nombre des habitants de Montréal est de 217 000 (1891) (Linteau, 2007).



Figure 4.1 Vue anticipée du palais de glace du Carnaval d'hiver de Montréal de 1889 (Archive du Centre Canadien d'Architecture).

Eu égard aux retombées économiques potentielles, les acteurs économiques de l'époque accueillent favorablement l'initiative, plus particulièrement le secteur hôtelier dont les unités affichent complet tout au long de l'événement. Les petits commerces bénéficient à leur tour des retombées de l'achalandage généré par l'événement, de même que les compagnies de transport qui assurent le déplacement des voyageurs, plus particulièrement le Canadian Pacific et le Grand Tronc.

Même si l'événement n'a été organisé qu'à cinq reprises entre 1883 et 1889, il n'empêche que l'image de marque de Montréal comme métropole du Canada s'en est trouvée consolidée à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. L'intérêt suscité par l'événement dépasse les frontières et ce dernier est souvent promu par les médias américains. À ce titre, le journal *La Patrie* rapporte : « *The secretary says that perhaps there never was a scheme that received so much free advertising as the carnival. Every American paper from the Atlantic to the Pacific has contained notices of and comments on the festival.* » (*La Patrie*, 22 janvier 1883, cité dans Dufresne, 1980).

Avant même sa tenue, le succès touristique attendu du Carnaval inspire d'autres villes à emboîter le pas à Montréal et à organiser un événement de la même nature. Quelques promoteurs de la ville de Québec notent à ce sujet :

*There is not the lightest reason why the same measure of success not attend a similar carnival to be held in this city, but to be limited to three days only. The host of visitors who will be attracted to Montreal by the carnival will all be desirous of seeing Quebec in winter, and such attractions as a drive to Montmorency, a tobogganing day, snowshoeing and skating tournaments, will scarcely fail to bring here so large a number of tourists and the city will be materially benefited thereby.* (*Star*, 15 décembre 1882, p. 7, cité dans Dufresne, 1980)

Au vu de la promotion menée et des attentes créées auprès des voisins américains et ontariens, Montréal est carrément prise d'assaut par les touristes. À titre d'illustration, l'hôtel Richelieu reçoit la première année du Carnaval près de 1650 personnes, l'hôtel du Canada 1500, et l'hôtel Windsor 3131 visiteurs (Dufresne, 1983). Ce dernier réalise ainsi « des profits chiffrant 30 000 à 35 000 \$ au moment où le chiffre d'affaires de cet établissement pendant la même période est de l'ordre de 400 \$ par semaine » (Dufresne, 1980, p. 15). Eu égard à ce succès, la tenue de nouvelles éditions est évidente. D'ailleurs, celle de 1884 rencontrera la même réussite. Toutefois, dès 1885, plusieurs problèmes surgissent et aboutissent à la suspension des

activités ; et 1889 connaîtra la dernière édition du Carnaval. Parmi les problèmes rencontrés, soulignons :

- Les tensions sociales entre francophones et anglophones de l'époque sont considérées comme la principale raison de la disparition du Carnaval (Dufresne, 1983, 2001 ; Prévost, 2000, Broudehoux, 2006). Eu égard au succès de ce dernier, et aux retombées économiques qu'il générerait pour hommes d'affaires issus de la communauté anglophone, les Canadiens français réclament qu'une partie des activités soit déplacée vers la partie est de la ville. L'édition de 1885 est l'illustration type de cette confrontation puisqu'elle se tient « sous le signe de la discorde latente qui se traduit par deux programmes et deux Carnavals » (Dufresne, 2001, p. 6).
- L'organisation de cet événement est une initiative privée du Montreal Snow Shoe Club en association avec les autres clubs de la ligue de raquette. Par conséquent, le fardeau financier se pose directement sur les épaules de ces organisations. À force de vouloir tenir des événements grandioses et en raison de la faible contribution des commerçants, des hôtels et des compagnies de transport, même s'ils sont les premiers bénéficiaires du Carnaval, le poids de la dette s'aggrave d'une année à l'autre et oblige les organisateurs à annuler les éditions de 1886 et 1888 et à abandonner le projet au complet après l'édition de 1889.
- Le lancement en 1886 à Saint-Paul, Minnesota, de la première édition du Saint Paul Winter Carnival (qui continue jusqu'à aujourd'hui) fait sensiblement chuter le nombre des touristes américains qui se déplacent vers cette ville du Midwest américain spécifiquement pour l'événement.
- Les autorités catholiques de l'époque voient d'un mauvais œil la tenue de cet événement perçu comme immoral.

En résumé, le Carnaval d'hiver de Montréal n'a certainement pas eu un effet structurant sur le développement touristique de la métropole. Cependant, comme il le sera démontré dans la troisième partie de cette thèse, l'événement a démontré, même implicitement, le fait que les événements d'envergure peuvent être considérés comme un moteur de développement touristique à long terme.

#### 4.3 Le Congrès eucharistique international de Montréal (1910) : l'union bénie des événements et du tourisme

Du 3 au 11 septembre 1910, Montréal accueille le Congrès eucharistique international. Un événement d'une grande ampleur puisque la ville reçoit alors « trois éminences cardinalices [...] cent sept grandeurs épiscopales, quelque dix mille religieux, les premiers ministres du Canada et du Québec et un demi-million de visiteurs »<sup>27</sup> (Latraverse, 2003, p. 81)<sup>28</sup>. Cet événement a lieu dans un climat tendu entre les Québécois francophones et catholiques, et les Canadiens anglophones et protestants. La réplique de Henri Bourassa<sup>29</sup>, homme politique d'influence à l'époque, au primat de l'église catholique d'Angleterre sur le lien entre la langue et la diffusion de la foi est la démonstration la plus célèbre à ce titre (Leclerc, 2002).

---

<sup>27</sup> Près de 200 000 selon les données du CCA.

<sup>28</sup> Voir article de Jean-Claude Leclerc du 29 juillet 2002 intitulé « La légende de Notre-Dame » dans le journal *Le Devoir*, disponible en ligne : <<http://bit.ly/14SsZaq>> [consulté le 13 février 2013].

<sup>29</sup> Lors de cette cérémonie, l'archevêque de Westminster demande aux catholiques de l'Amérique d'utiliser l'anglais dans la diffusion de leur foi. Ce à quoi Bourassa réplique : « Je ne veux pas par un nationalisme étroit dire ce qui serait le contraire de ma pensée, et ne dites pas, mes frères, ne dites pas, mes compatriotes, que l'Église catholique doit être française au Canada ; non ; mais dites avec moi que la meilleure sauvegarde de la conservation de la foi chez trois millions de catholiques d'Amérique, qui furent les premiers apôtres de la chrétienté en Amérique, que la meilleure garantie de cette foi est la conservation de l'idiome dans lequel, pendant trois cents ans, ils ont adoré le Christ. » (Université de Sherbrooke, 2013, disponible en ligne : <<http://bit.ly/1pNsBod>> [consulté le 2 avril 2014].

Sur le plan urbain, d'importants travaux d'embellissement de la ville sont réalisés sous la direction d'un comité d'architectes. En guise de préparation d'une messe en plein air « On érige un monumental baldaquin avec autel [...] et on construit seize arcs de triomphe à divers croisements de rues et points névralgiques, le long de la route qu'empruntera la grande procession » (Centre Canadien d'Architecture, 2013). Ce défilé attire une foule importante de 100 000 personnes et prend presque sept heures pour arriver à sa destination finale (Université de Sherbrooke, 2013). Le guide touristique de la ville de Montréal consacre à l'événement une partie importante de son édition de l'année et met en valeur les principaux sites des églises, des communautés religieuses, des organismes de charité, des écoles ainsi que les plus célèbres monuments historiques de la métropole. Un important marché de souvenirs naît en marge de l'événement et démontre la dimension internationale du congrès dans le sens où plusieurs articles ont été produits à l'extérieur du pays (Centre Canadien d'Architecture, 2013). Quelques années plus tard, en 1935 plus exactement, l'Église décide de célébrer le 25<sup>e</sup> anniversaire du Congrès eucharistique international de 1910. La portée de cet événement est de moindre importance, mais cela n'empêche pas près de 100 000 personnes d'assister à la grande procession du 15 septembre de cette année (Université de Sherbrooke, 2013). Hormis les Congrès eucharistiques de 1910 et de 1935, d'autres événements d'importance à caractère religieux ont lieu dans la métropole depuis le début du XIX<sup>e</sup> siècle. C'est le cas notamment de la Saint-Jean-Baptiste, de la Saint-Patrick et de la Fête-Dieu. Cette dernière rassemble, en 1853, 10 000 personnes (Broudehous, 2006), au moment où la population de la ville atteint presque 60 000 personnes (Linteau, 2007).

#### **4.4 Conclusion du chapitre**

Le parcours de cette période de l'histoire de Montréal montre clairement que les événements n'ont pas eu d'effets à long terme sur les trois dimensions que nous étudions, en l'occurrence l'image, les équipements et la gouvernance touristique.

Nous pouvons donc conclure ici sans trop de risques d'erreur que, tant du côté du Carnaval d'hiver que du Congrès eucharistique, l'impact a été ponctuel, voire très immédiat. Cette situation est expliquée, d'une part, par le contexte tendu entre Canadiens français et Canadiens anglophones qui régnait dans la métropole et qui teintait tous les événements et, d'autre part, par l'absence d'une réelle planification de développement touristique. L'absence d'une structure unique dédiée à l'animation, la promotion et la planification touristique et plus tard, après la création du Montreal Tourist Bureau, l'absence d'un travail concerté entre les différents intervenants de la métropole a fait en sorte que les effets des deux grands événements ont été éphémères.

Si le Carnaval d'hiver et le Congrès eucharistique n'ont pas réussi à pérenniser le positionnement de Montréal comme destination touristique d'envergure internationale, il ne faut pas négliger cependant l'apport de la dynamique culturelle au développement touristique de la ville. Les activités musicales, cinématographiques et théâtrales se sont multipliées à Montréal tout au long de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle et du début du siècle suivant. Cette effervescence culturelle jumelée à la montée d'une élite canadienne-française, d'une part, et les performances économiques de la métropole, d'autre part, fait dire à Broudehoux (2006, p. 343) que cette époque a permis à la métropole de se forger une « expérience urbaine et une identité culturelle proprement montréalaise » qui servira de soubassement à la construction des grandes réalisations des années 1960 et 1970.

## CHAPITRE V :

### L'EXPOSITION UNIVERSELLE DE 1967 : MONTRÉAL ACCUEILLE LE MONDE

« Ce fut magistral, Montréal n'est plus la même » (Dupuy, 1972, p. 32)

Pierre Dupuy  
Commissaire général de l'Expo 67

Dans l'histoire contemporaine de Montréal, voire du Québec et du Canada, l'Exposition universelle de 1967 a très certainement été un moment illustre et important. Le 13 novembre 1962, après le désistement de l'ex-URSS, le Canada, pays désigné officiellement par le Bureau international des expositions (BIE) pour organiser l'Exposition universelle de 1967, déclare Montréal comme hôtesse de l'événement. Dès lors, la métropole devient pendant les cinq années qui suivent sa nomination un grand chantier à ciel ouvert. Traditionnellement, le succès d'une exposition est évalué par rapport au nombre des visiteurs et des pays participants. Dans le cas de l'Expo 67, la réussite de l'événement dépasse largement les contours des chiffres. En effet, le Québec vit à l'époque une période de transformations sociales qui modifient à jamais le visage de la province. Montréal, qui a perdu au début des années 1960 son titre de métropole du Canada au profit de Toronto, symbolise l'effervescence d'une nouvelle ère et les espoirs d'une nouvelle génération. Le succès de l'événement devient un enjeu identitaire des Canadiens français qui veulent prouver leur capacité à « offrir leur ville à l'univers » (Broudehoux, 2006), comme le rêve le maire Jean Drapeau. Dès son premier mandat de 1954, mais surtout à partir de son deuxième mandat de 1960, ce dernier veut faire de Montréal une ville aux allures modernes, à l'image des métropoles du XX<sup>e</sup> siècle. Le maire engage donc

Montréal dans un programme de grands projets, et l'Exposition universelle de 1967 constitue un effet de levier pour ses ambitions.

La majorité des ouvrages qui traitent de l'histoire de l'Expo 67 se focalisent essentiellement sur les aspects logistiques (aménagement des îles et des pavillons), financiers (coût de l'événement par rapport aux retombées économiques), commerciaux (nombre des visiteurs et des pays participants) et urbains (projets engagés après la tenue de l'événement). Or, très rares sont les auteurs qui se sont penchés sérieusement<sup>30</sup> sur le rôle joué par l'Expo 67 dans le développement touristique de Montréal et plus particulièrement à long terme. Et pourtant, s'il y a un secteur qui a bénéficié largement de l'événement, c'est bel et bien le secteur touristique, dans la mesure où l'événement a permis à Montréal de se positionner comme une destination touristique d'envergure internationale. Pour approfondir les connaissances à ce sujet, nous proposons dans le présent chapitre de revisiter l'histoire de l'Expo 67 en analysant l'action des principaux acteurs engagés dans cet événement dans les trois phases décrites par Bauthier (2009), soit avant, pendant et après l'événement.

### 5.1 En route vers l'organisation de l'Expo 67

Depuis la réélection de Jean Drapeau en 1960, la ville connaît une effervescence et un dynamisme sans précédent. Le maire multiplie les tribunes pour expliquer sa vision pour Montréal. En collaboration avec l'urbaniste Claude Robillard et les membres du comité exécutif, Drapeau mène un exercice de planification urbaine à l'horizon 2000. Les prévisions tablent sur une croissance démographique qui porterait le nombre d'habitants de Montréal en l'an 2000 à 7 millions de personnes (Gignac, 2009). Par

---

<sup>30</sup> Le seul ouvrage qui a traité sommairement cette question est le livre *Trois siècles de tourisme au Québec* de Prévost (2000), qui consacre un maigre cinq pages pour exposer cette perspective.

conséquent, la métropole doit se doter des infrastructures nécessaires pour son développement, mais aussi pour lui procurer une notoriété internationale.

Aidées par un contexte très favorable, les idées de grandeur du maire vont trouver écho auprès des gouvernements fédéral et provincial. Au Québec, « l'intervention étatique accrue portée par la Révolution tranquille a des effets importants sur la modernisation de l'économie et de l'espace montréalais » (Linteau, 2007, p. 144). Le métro, la Place des arts, l'autoroute Bonaventure, la place Ville-Marie, la tour Radio-Canada et plusieurs grands projets structurants sont lancés en même temps. Avec la perspective historique que d'aujourd'hui, on peut dire que l'Expo 67 s'intégrait parfaitement dans le grand projet social et urbain de la métropole et semblait être un aboutissement normal d'une dynamique engagée au début de la décennie 1960. Néanmoins, on ne peut nier que l'événement ait été à son tour une locomotive de plus au développement métropolitain. L'exemple type de la contribution de l'Expo 67 à la métamorphose urbaine de Montréal est sans doute le site de l'événement, les îles en l'occurrence. Selon Pierre Dupuy, commissaire de l'Expo 67, une des facettes du triomphe du maire Drapeau dans cet événement a été le choix du Saint-Laurent pour abriter le site de l'événement. Au-delà du génie du lieu, Dupuy estime que la motivation de Drapeau était la volonté de ce dernier de démontrer que sa ville, et à travers elle, les Canadiens français, étaient capables de « réaliser une grande œuvre » (Dupuy, 1972, p. 25)

### **5.1.1 De la genèse de l'idée jusqu'à l'obtention de l'Expo 67**

Si l'histoire moderne du Québec attribue le crédit du succès de l'Exposition universelle de 1967 au maire Drapeau, il faut cependant noter que l'idée d'accueillir cet événement datait du début du XX<sup>e</sup> siècle (Dupuy, 1972). Cependant, il a fallu attendre jusqu'à 1956 pour qu'un publicitaire et promoteur de foires du nom de

Alphonse Barthe propose à Pierre Sévigny<sup>31</sup> de célébrer le centenaire de la Confédération en accueillant l'Exposition universelle de 1967 (Jasmin, 1997). La même année (1956) Sévigny réussit à rallier à l'idée le chef de l'opposition, John Diefenbaker, qui sera élu premier ministre deux ans plus tard, et le premier ministre du Québec, Maurice Duplessis. Toutefois, Jean Drapeau, maire de Montréal depuis 1954, ne semble pas très favorable à l'idée. Le projet reste en suspens jusqu'à l'arrivée du maire Sarto Fournier en 1957, qui relance le dossier de candidature du Canada. En 1960 et à l'occasion d'un vote serré, le BIE accorde le droit de la tenue de l'Expo 67 à l'URSS.

Deux ans plus tard, soit en 1962, l'Union soviétique annonce son désistement pour des raisons politiques et financières, ce qui relance par le fait même le processus de candidature. Le député Sévigny, devenu ministre associé à la Défense canadienne, réussit alors à convaincre le premier ministre du Québec, Jean Lesage, et le maire Drapeau à soumettre de nouveau la candidature de Montréal. Ce dernier se déplacera plusieurs fois auprès du premier ministre Diefenbaker qui semble hésitant au départ, mais qui finit par accepter sous la pression de Drapeau (Gignac, 2009). Le 9 octobre 1962, le maire annonce à la télévision le départ le jour même d'une délégation pour Paris en vue de déposer la candidature canadienne (Radio-Canada, 1962). Le 13 novembre 1962, le BIE annonce la sélection du Canada et, par le fait même, de Montréal comme lieu de la tenue de l'Exposition universelle de 1967. À son retour au pays, le maire Drapeau est reçu en héros et la nouvelle fait la une des médias dans le pays, d'un océan à l'autre.

---

<sup>31</sup> Héros de guerre de 1949 et député à partir de 1958 à la Chambre des communes sous la bannière du Parti conservateur.

### 5.1.2 Vers le succès d'un événement non planifié

Même si Montréal a eu l'habitude depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle d'organiser des événements d'envergure, il n'en demeure pas moins qu'aucune stratégie de développement de la ville par les événements n'a été élaborée, du moins officiellement. En effet, dès le lancement de l'idée d'accueillir l'Expo 67, le maire Sarto Fournier, dans une déclaration datée d'août 1958, semble davantage préoccupé par le financement de l'événement, l'usage des installations après la fin de l'exposition, ainsi que le choix de site. Même s'il reconnaît les avantages économiques, commerciaux et industriels que la ville peut tirer d'un tel événement, le maire ne s'emballe pas tout de suite et souhaite consulter les membres de son comité exécutif. Ce dernier adopte le 8 septembre 1958 (figure 5.1) une résolution remerciant le sénateur Mark Drouin<sup>32</sup> de sa proposition émise lors de l'Exposition de Bruxelles la même année, et mandate le maire pour compléter les démarches auprès des parties concernées.

Le maire Fournier n'est pas le seul à exprimer des réserves quand à l'organisation de l'Expo 67 à Montréal. À l'occasion d'une réunion tenue en 1959 par l'Office des congrès et du tourisme du Grand Montréal et le Montreal Board of Trade, les deux organisations estiment que la métropole ne dispose pas des infrastructures nécessaires pour accueillir un tel événement. Néanmoins, pour permettre à la métropole d'attirer des manifestations d'envergure, l'office recommande à la Ville de Montréal, aux municipalités avoisinantes et au gouvernement provincial d'engager un vaste programme d'amélioration des installations, et plus particulièrement les installations sportives.

---

<sup>32</sup> Le sénateur Drouin est le premier officiel à lancer publiquement l'intention du Canada d'accueillir l'Expo 67 en marge de l'Exposition universelle de Bruxelles de 1958.



117781

EXTRAIT du procès-verbal d'une séance du COMITÉ EXÉCUTIF de la Cité de  
Montréal, tenue le 8 septembre 1958.

✓ Exposition Universelle 1967  
✓ Bravington Park  
✓ Foire universelle en 1967  
Maire.

Soumise une résolution du Conseil en date du 2 septembre 1958 remerciant l'honorable sénateur Mark Drouin, président du sénat canadien, de sa suggestion très appropriée faite à l'exposition universelle à Bruxelles, lors de la journée du Canada le 25 août 1958, à l'effet que Montréal soit choisi comme site au Canada de la foire universelle en 1967, si le Canada était désigné pour tenir une telle exposition, et priant le Comité exécutif de faire, s'il y a lieu, auprès du Gouvernement fédéral les démarches nécessaires à cette fin.

Après délibération, il est

RESOLU: de prier Son Honneur le Maire de poursuivre les démarches qu'il a déjà faites pour la fin ci-dessus mentionnée.

(Certifié)

Greffier adjoint de la Cité.

/gb

M. Hétu 2  
S.H. le Maire  
Greffier 3.

Figure 5.1 Résolution du Comité exécutif de la Cité de Montréal (Bibliothèque et Archives Canada.)

L'hésitation à accueillir de grands événements peut aussi être perçue dans le programme électoral de 1962 du Parti civique de Montréal. Au moment où la Ville a déjà déposé son dossier de candidature pour l'Expo 67 et semble en bonne posture pour décrocher les grands honneurs après le désistement de Moscou, le programme ne fait aucune référence à l'événement, malgré l'enthousiasme exprimé par Jean Drapeau. À la décharge de ce dernier et de son prédécesseur, il faut dire que même sur le plan provincial, le développement touristique par les événements n'est alors pas à l'ordre du jour. Jusqu'au début de la décennie 1960, c'est l'office provincial de publicité qui est chargé de la promotion de la destination Québec avec la seule préoccupation de positionner la province comme un îlot de francophonie au sein de l'Amérique du Nord (Prévost, 2000).

En résumé, malgré l'absence d'une vision commune et la réticence de certains acteurs de la ville, l'Expo 67 connaît le succès. À notre sens, cette performance serait due principalement attribuable au contexte de l'époque. D'un côté, la vision moderniste du maire Drapeau laisse de la place à l'intégration d'un tel projet. L'Expo 67 incarne une nouvelle époque de l'histoire de Montréal où le nationalisme francophone, porté par la Révolution tranquille, bat son plein. De l'autre côté, le contexte politique favorable au Québec et au Canada supporte largement la poussée de Montréal. Dans la Belle Province, l'arrivée au pouvoir des libéraux de Jean Lesage conjuguée à une forte croissance économique favorise la réingénierie de l'État basée sur une « politique de grandeur ». Dans ce sens, l'Exposition universelle est sans aucun doute une occasion de plus de confirmer cette orientation. Sur le plan fédéral, la célébration du centenaire de la Confédération par la tenue de l'Exposition universelle à Montréal symbolise l'unité du pays.

De façon générale, la tenue des grands événements ne figure nullement dans les priorités des gouvernements en place. Ce constat peut être généralisé à l'ensemble du

Canada, puisqu'aucune ville n'a accueilli un événement majeur avant Montréal. Même à Toronto, plate-forme financière du pays depuis 1930 et « Ville reine » depuis 1960, la perception vis-à-vis des grands événements est négative. Lorsque le ministre Sévigny propose la première fois au premier ministre Diefenbaker l'idée de l'Expo, ce dernier demande d'abord au maire de Toronto, Nathan Philipps, s'il souhaite que sa Ville organise l'événement (Linteau, 2007). Sans hésitation, ce dernier refuse catégoriquement, craignant de s'engager dans un gouffre financier si jamais sa Ville décidait d'accueillir l'Exposition universelle de 1967.

### **5.1.3 Le tourisme, parent pauvre de la gouvernance de l'Expo 67**

Dès que le Canada est désigné comme pays hôte de l'Exposition universelle de 1967, le gouvernement Diefenbaker promulgue, le 20 décembre 1962, la Loi 11 constituant la compagnie de l'Exposition universelle canadienne. L'article 3 de cette loi stipule : « Pour assurer la conception, l'organisation, la réalisation et l'administration de l'exposition, il est par les présentes constitué une compagnie, appelée la Compagnie de l'exposition universelle canadienne. » (CCEU, 1969, p. 25)

Eu égard à la diversité des domaines couverts par une exposition universelle, et des retombées sur la ville des chantiers engagés à l'occasion de l'Expo, le conseil d'administration et le conseil exécutif de la Compagnie canadienne de l'exposition universelle (CCEU), s'entourent des comités consultatifs suivants :

- le comité consultatif de l'architecture,
- le comité consultatif des beaux-arts,
- le comité consultatif sur les assurances,
- le comité consultatif des arts vivants,
- le comité consultatif sur les sciences et la médecine,
- le comité consultatif des clubs sociaux,
- le comité consultatif de la jeunesse,

- le comité consultatif pour l'agriculture,
- le comité consultatif sur les sports,
- le bureau médical consultatif,
- le comité consultatif féminin,
- le comité consultatif chargé de l'étude des conséquences de l'Expo 67,
- le comité régional de circulation routière,
- le comité conjoint du centenaire,
- le comité montréalais des participants nationaux à l'expo 67,
- le comité des participants de la place d'Afrique.

Sur le plan touristique, aucun comité consultatif n'est mis en place pour l'intégration de la dimension touristique à l'organisation de l'événement. La seule présence d'un représentant d'un organisme officiel en charge du tourisme est du côté du Comité régional de la circulation routière en la personne d'Alexandre Couture, représentant à l'échelle provinciale du ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche. L'analyse du rapport général de l'Expo 67 nous porte à conclure que la dimension touristique a été réduite aux efforts de promotion et de publicité engagés par le département de relation publique et de publicité de la CCEU.

Du côté de la ville de Montréal, l'Office municipal de tourisme créé en 1961 pour promouvoir les attractions de la métropole (Drouin, 2009b) se limite à l'édition des guides touristiques sans toutefois jouer un rôle important dans la promotion de l'événement. Du côté de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal reconnu par les instances de la Ville comme l'organisme responsable du développement touristique de la métropole, nous pouvons aussi conclure qu'il a été écarté de la promotion de l'événement. L'étude des rapports annuels ainsi que des comptes rendus de réunion de cet organisme pour la période allant de 1962 jusqu'à 1967 fait clairement ressortir cette mise à l'écart. Et comme nous le démontrerons dans la troisième partie de cette thèse, la venue de l'Expo et la création de l'Office

municipal du tourisme amènent l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal à se concentrer sur la sollicitation des congrès.

Sur le plan provincial, l'implication du ministère du Tourisme, Chasse et Pêche créé en 1963 s'avère la plus importante. Pour cause, l'affluence record attendue pour l'Expo 67 nécessite la mise en place d'une réglementation adaptée à l'événement. Selon Prévost (2000), plusieurs lois sont adoptées en guise de préparation à l'Expo :

- En 1963, l'Assemblée nationale adopte une nouvelle Loi sur l'hôtellerie qui contraint les promoteurs de gîtes, d'hôtels, de motels et de restaurants à afficher leurs tarifs. À l'approche de l'Expo 67, l'offre de service de gîte est subordonnée à l'obtention du permis et tout établissement d'hébergement doit déclarer au Service de l'hôtellerie, au plus tard le 1<sup>er</sup> juin 1966, les tarifs qui seront en vigueur pour les douze prochains mois à compter du 1<sup>er</sup> mai 1967. Cette loi oblige aussi les restaurateurs à afficher leurs prix et leurs menus à l'extérieur de l'établissement.
- En 1964, une réglementation est adoptée rendant obligatoire l'obtention d'un permis en vue d'aménager des terrains de camping, dans la perspective d'un contrôle plus sévère des normes de sécurité.
- En 1966, le gouvernement provincial crée la Régie des prix des logements offerts aux visiteurs de l'Expo 67. Cette démarche vise principalement à ouvrir la voie vers l'offre d'une nouvelle formule d'hébergement chez l'habitant.

En sus de ces dispositions réglementaires, en préparation à l'Expo 67, les autorités provinciales procèdent aux actions suivantes (Prévost, 2000) :

- mise en service d'une centrale de réservation (LOGEXPO), en collaboration avec la CCEU, destinée aux touristes qui souhaitent disposer d'un hébergement avant leur arrivée à Montréal ;
- création d'un comité de planification pour l'aménagement des parcs et jardins afin d'accueillir les touristes en caravane ;
- publication de sept nouvelles brochures qui font l'éloge des attractions touristiques des principales régions de la province. Avant l'Expo, les seules brochures qui existaient étaient celles de la Gaspésie et du Bas-Saint-Laurent.

Sur le plan fédéral, la CCEU mène quelques opérations conjointes avec l'Office canadien du tourisme et la Commission du centenaire. Néanmoins, la collaboration entre ces organismes s'inscrit dans le cadre d'opérations ponctuelles et ne relève d'aucune planification stratégique. À titre d'exemple, et en guise de promotion de l'Expo aux États-Unis, un véhicule teinté des couleurs et des symboles de l'Expo est très visible durant le défilé du « Rose Bowl » dont la retransmission télévisée a rejoint 123 millions de téléspectateurs.

Tenant compte de ce qui précède, nous pouvons conclure que le développement touristique à l'occasion de l'Expo 67 a été réduit à sa dimension commerciale. Le Département de publicité et des relations publiques de la CCEU s'intéressait uniquement à la promotion et la mise en marché de l'événement dans les marchés cibles. La mise à l'écart, par le CCEU, de la Ville de Montréal et surtout de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal, jumelée à l'absence d'une stratégie récréotouristique à moyen et long terme, a fait en sorte que chaque acteur travaille séparément. Malgré l'impact important sur l'image de Montréal comme une ville d'envergure internationale, il n'en demeure pas moins que l'absence d'une vision de développement touristique intégrée va peser sur l'avenir du legs de l'Expo 67. Dans un rapport de l'Office de planification et de développement du Québec, publié en 1985, l'organisme constate d'ailleurs la détérioration des installations de l'Expo à

compter du début des années 1980 en raison du manque de concertation et de coordination dans la gestion des attractions touristiques.

#### 5.1.4 L'Expo 67 et la métamorphose d'une ville

Après l'image, le deuxième volet où Montréal bénéficie de la tenue de l'Expo 67 est le développement des infrastructures et des équipements urbains. Néanmoins, nous souhaitons dès maintenant annoncer notre position. Si certains auteurs (Jasmin, 1997 ; Cazalais *et al.*, 2000 ; Pilette et Kadri, 2005) estiment que l'Expo 67 a largement participé à la reconfiguration du paysage urbain de Montréal, nous nous positionnons davantage du côté de Linteau (2007), Lortie (2007) et de Vanlaethem (2008), qui considèrent que l'Expo 67 n'a été qu'un accélérateur des grands projets des années 1960. Pour preuve :

- Si Jasmin (1997) affirme que Montréal doit son métro à l'Expo, il reste que ce projet était dans les cartons de Jean Drapeau depuis son premier mandat comme le rappelle le maire dans une entrevue à l'émission Format 30 en date du 18 mai 1970 (Radio-Canada, 1970). En effet, le projet de métro remonte au début du XX<sup>e</sup> siècle. Lors du lancement des travaux de construction en mai 1962, Drapeau rappelle qu'il n'y aura pas de meilleure façon de célébrer le cinquantenaire du projet de métro que de lancer sa construction (Vanlaethem, 2008).
- Dès le milieu des années 1950 d'ambitieux projets sont à l'étude. La place Ville-Marie, le siège d'Hydro-Québec, la tour de la Banque de commerce canadienne impériale (BCCI) et la tour CIL sont tous en chantier vers la fin de décennie. Au moment où Montréal pose sa candidature en 1962 pour l'obtention de l'Exposition universelle de 1967, plusieurs de ces projets sont déjà inaugurés. Dès le début de la décennie 1960, Montréal est déjà identifiée comme « le chef de file international » (Lortie, 2007) en matière d'évolution du paysage urbain.

- Vanlaethem (2008) va un peu plus loin dans l'analyse et constate que c'est plutôt la nouvelle reconfiguration urbaine de la ville qui a aidé Montréal à obtenir l'Expo 67. À cet effet, les maquettes de la place Ville-Marie et de la Place Windsor de même qu'un exposé photographique de l'autoroute Est-Ouest sont annexés au dossier déposé auprès du BIE et où la métropole est présentée comme :

Une ville cosmopolite d'origine française, située à la croisée des grandes routes maritimes et ferroviaires, carrossables et aériennes. En ce qui concerne l'architecture, les images sont plus éloquentes que le texte, même si y sont mentionnés le confort de ses bâtiments au design moderne et l'efficacité de son réseau routier. (Vanlaethem, 2008)

Sur le plan architectural, nous pouvons donc conclure que le statut de la métropole comme îlot de design et d'innovation a consolidé le dossier de candidature de Montréal en vue d'accueillir l'exposition universelle. Ce statut aurait même influencé les allures de l'événement puisque, selon Guy Legault, urbaniste adjoint au Service de l'urbanisme à la Ville de Montréal, l'Expo a été le fait du design encore plus que de l'architecture (Jasmin, 1997).

Le constat fait au niveau architectural ne saurait s'appliquer au niveau du réseau routier. S'il est vrai que plusieurs projets étaient déjà planifiés avant la désignation de Montréal comme ville hôte de l'Expo 67, il n'empêche que, en raison de l'événement, les priorités sont révisées. Le pont de la Concorde et l'autoroute Bonaventure sont considérés comme un résultat direct de l'Expo 67 (Jasmin, 1997). Et les projets des autoroutes Décarie et des Laurentides ainsi que du tunnel Louis H. Lafontaine sont accélérés pour répondre à l'afflux massif des visiteurs attendus à l'occasion de l'Expo 67.

À partir d'une perspective de développement touristique qui est la nôtre dans la présente thèse, ces infrastructures sont venues renforcer l'image de la ville d'une part,

et l'amélioration du produit et de l'expérience touristique d'autre part. Sur ce dernier volet, l'Exposition universelle de 1967 a offert à la métropole une attraction touristique de premier plan. En construisant le parc d'attractions La Ronde, qui a été fréquenté par les deux tiers des visiteurs de l'Expo 67, l'offre touristique a été grandement améliorée, sachant que le concept a été inspiré des fameux jardins danois de Tivoli ainsi que du parc d'attractions Walt Disney. Si La Ronde a attiré en 2009 plus de 1,2 million de visiteurs (Froment, 2010), il faut se rappeler que le projet a failli être annulé au tout début. En effet, dans une perspective d'optimisation budgétaire de l'Expo 67, Lucien Saulnier, directeur du comité exécutif, a souhaité renoncer au projet de La Ronde en raison de ses coûts de construction estimés à 40 millions de dollars (Jasmin, 1997). Saulnier a changé d'idée après avoir visité les jardins de Tivoli à Copenhague et constaté l'opportunité pour l'Expo 67 de disposer d'un parc d'attractions. En matière d'analyse de l'action des acteurs, cette situation témoigne encore une fois de l'évacuation de la dimension touristique dans la phase post-événement ainsi que de l'absence d'une vision de développement touristique à long terme.

En conclusion de ce premier point (en route vers l'Expo 67), nous avons rappelé quelques éléments de l'histoire de la phase pré-événement de l'exposition universelle de 1967 tout en mettant en lumière le rôle des principaux acteurs engagés dans cet événement. Il ressort de ce qui précède que le développement touristique dans l'appréhension des acteurs se limitait à la promotion de l'événement ainsi qu'à la mise en place des infrastructures d'accueil. À travers l'analyse des Archives de la Ville de Montréal, de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal (OCTGM), des rapports officiels de la Compagnie canadienne de l'exposition universelle (CCEU) ainsi que des différentes publications sur le sujet, dont celles rédigées par les organisateurs eux-mêmes, nous pouvons conclure sans trop risquer de nous tromper, qu'aucune stratégie de développement touristique n'a été élaborée pendant l'étape de planification de l'événement. Nous estimons que l'absence d'une

gouvernance touristique, voire d'acteurs touristiques probants et légitimes dans l'organisation de l'Expo 67, est l'explication de cette absence de stratégie. Même si l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal a été reconnu par la Ville comme l'organisme chargé du développement, il reste que la faiblesse de ses budgets limitait considérablement son action, d'où sa décision de se concentrer à la sollicitation des congrès dans les marchés américain et canadien.

Notons aussi que même sur la scène provinciale, le tourisme n'était pas encore perçu comme un secteur important dans la structure économique du Québec, et ce n'est qu'en 1963 que le ministère du Tourisme a vu le jour et a été associé aux activités de la chasse et de la pêche. Au vu de cette perception, il est tout à fait normal que les plans de développement touristique, tels qu'on les connaît aujourd'hui, n'étaient pas une pratique courante.

Soulignons en outre le contexte social de l'époque : même s'il semblait favorable au développement touristique, il était marqué par l'effervescence de la flamme nationaliste francophone. Le défi du maire Drapeau, symbole du nationalisme québécois à Montréal, était de démontrer que les Canadiens français pouvaient réaliser des grandes prouesses. Ce qui bien évidemment fut le cas. Néanmoins, l'absence de planification et d'intégration de l'événement dans une perspective plus large n'a pas favorisé la pérennité des installations qui sont devenues vétustes peu de temps après la fin de l'événement.

L'objectif dans cette conclusion n'est pas de discréditer le succès de l'Expo 67, bien au contraire. Comme suite à la tenue de l'événement, Montréal a acquis une notoriété internationale qui a favorisé l'obtention des Jeux olympiques de 1976. Cependant, du point de vue du développement touristique, nous pouvons conclure que l'Expo 67 ne peut constituer un modèle qui peut être reproduit ailleurs même si, au risque de nous répéter, l'image de Montréal en a largement profité.

## 5.2 Montréal : Destination mondiale à l'occasion de l'Expo 67

Après plus de quatre ans de travaux, l'Expo 67 est inaugurée le 27 avril en présence des commissaires des 62 pays participants, des premiers ministres des provinces et des territoires canadiens, des journalistes ainsi que du personnel d'accueil des différents pavillons. En parallèle à cet événement, une cérémonie d'ouverture symbolique est organisée à Paris sur les eaux de la Seine où 30 000 personnes assistent. Cela confirme, d'une part, le rayonnement international que les organisateurs souhaitent attribuer à l'événement et, d'autre part, le rattachement aux origines francophones de Montréal, étant donné que c'est la seule manifestation, à notre connaissance, qui a eu lieu en parallèle à l'ouverture officielle, même si la France n'était pas le premier marché en termes d'arrivées touristiques attendues.

### 5.2.1 L'Expo 67 atteint des records d'affluence

Si les rapports de la CCEU indiquent que l'Expo 67 a reçu plus de 50 millions de visiteurs, les prévisions de départ divergeaient sensiblement. Dans le numéro de février 1967, soit à peine deux mois avant l'événement, de la revue *Montréal* publiée par la Ville en préparation de l'Expo, le nombre de visiteurs attendus est estimé à 12 millions (Ville de Montréal, 1967, p. 11). Au même moment, la firme Stanford Research Institute, engagée par la CCEU, table sur une affluence variant entre 19 et 35 millions de personnes, alors que le maire Drapeau en prévoit 100 millions. Finalement, la CCEU fixe son objectif à 26 millions de visiteurs (CCEU, 1969).

Au-delà des différences de chiffres, nous n'avons pu trouver aucune indication sur la répartition de la provenance des visiteurs. Nonobstant, l'Office canadien du tourisme estime à 480 millions de dollars les recettes touristiques, dont une partie est générée par les 21 millions de nuitées consommées à l'occasion de l'Expo 67 (Jasmin, 1997).

Ces données laissent croire qu'effectivement le nombre de touristes parmi les visiteurs a été important. Ce constat peut être confirmé par les efforts de promotion menés par le Département de la publicité. Ce dernier, créé à l'automne 1964, a en effet mené des actions auprès de l'ensemble des régions du monde. En se basant sur les rapports de la Compagnie canadienne de l'exposition universelle 1967, nous avons calculé que 37 300 000 dépliants et brochures ont été distribués entre juin 1965 et février 1967.

Parmi les visiteurs de l'Expo qui ont donné encore plus de visibilité à l'événement, figurent des invités d'honneur dont la présence n'est pas passée inaperçue. Citons ici :

- la reine Élisabeth II et le duc d'Édimbourg ont visité le site de l'événement le 3 juillet 1967 ;
- le prince Rainier de Monaco, sa conjointe la princesse Grace et leurs enfants ont visité le site de l'Expo ainsi que quelques attractions de Montréal du 17 juillet au 19 juillet 1967 ;
- Jackie Kennedy, veuve du président des États-Unis John F. Kennedy, a visité les différents pavillons de l'Expo du 6 au 8 octobre 1967 ;
- le président des États-Unis Lyndon B. Johnson a visité l'Expo le 4 juillet 1967 pour célébrer la fête nationale de son pays ; quant à son épouse, Claudia Taylor Johnson, elle a consacré à la visite de l'Expo et de la ville de Montréal deux jours vers la fin du mois d'août ;
- le président de la France, le général Charles de Gaulle, a sans aucun doute été la personnalité politique qui a marqué le plus l'Expo 67 en lançant, le 26 juillet, du balcon de l'hôtel de ville, sa très célèbre phrase « Vive le Québec libre ! ».

Tout au long des six mois de l'Expo, la ville de Montréal était considérée par ses résidents comme le centre du monde. Au-delà du nombre des visiteurs qui a dépassé

les 26 millions prévus par la CCEU, les différentes personnalités internationales qui étaient de passage dans la métropole donnaient encore plus de visibilité à Montréal grâce à la couverture médiatique qui les accompagnait.

### **5.2.2 Gestion de l'hébergement : un exemple d'absence de gouvernance touristique**

Avec plus de 21 millions de nuitées commerciales (Jasmin, 1997), le secteur de l'hébergement figure parmi les industries qui ont tiré significativement profit de l'événement. Pour accueillir le flux des visiteurs, la CCEU met en place le bureau officiel d'hébergement, mieux connu sous la dénomination LOGEXPO. Cet organisme se positionne comme un intermédiaire entre les visiteurs et les établissements offrant des services d'hébergement en hôtel, motel, gîte, institution scolaire, auberge, camping ou pensionnat de famille (Jasmin, 1997). Très rapidement, les responsables de la CCEU se rendent compte que l'efficacité d'un tel dispositif exige une coordination plus large de la part des acteurs du secteur. À cet effet, le gouvernement du Québec crée un groupe de travail qui a pour double mission l'inspection et l'approbation des logements offerts, d'une part, et le contrôle des tarifs de séjour tout au long de la période de l'événement, d'autre part. Au moment où la demande de la CCEU estime le besoin en chambres à 20 000, le Service du logement annonce que 79 365 chambres ont été inspectées, en sus de 1200 unités de motel et roulotte et plus de 20 000 places en camping (Jasmin, 1997). Cette explosion de l'offre fait en sorte que malgré les 21 millions de nuitées, une partie significative de la capacité litière de la métropole reste vacante, surtout durant les premiers mois de l'Expo.

Outre la surabondance de l'offre d'hébergement, d'autres problèmes apparaissent en raison de l'absence de coordination entre la CCEU et le groupe d'inspection des sites d'hébergement. Certains projets de motel avaient reçu l'aval de l'autorité provinciale,

mais ces établissements ne voient jamais le jour. Des habitations étroites sont approuvées, mais dont le prix dépasse largement les tarifs des hôtels de luxe. En tout, l'Expo 67 reçoit 1900 plaintes. Dans la majorité des cas, la CCEU attribue la responsabilité aux autorités provinciales, exception faite de 418 cas. Inquiet de la mauvaise publicité générée par la situation, le maire Drapeau intervient personnellement pour dédommager certains touristes exploités.

### 5.3 « L'Expo 67 n'est plus, vive Terre des Hommes »

C'est en ces mots que Jean Drapeau annonce la clôture de l'Exposition universelle de Montréal le 29 octobre 1967. Si nous reprenons les propos des journalistes de Radio-Canada qui couvrent l'événement ce jour-là, l'universalité de l'Expo s'est traduite de deux manières : le monde est venu au Canada ; et le pays s'est définitivement taillé une place sur l'échiquier mondial. En effet, pour la première fois dans l'histoire des expositions universelles, 62 pays sont représentés à l'événement. L'expérience du commissaire général Pierre Dupuy comme ancien ambassadeur du Canada à Paris a permis de convaincre plusieurs nations, plus spécifiquement les africaines qui n'avaient pas l'habitude de prendre part à ce type de manifestation. Grâce au génie du lieu, à la qualité de l'organisation, à la modernité des installations et au caractère grandiose des activités, le Canada sort de la discrétion et s'affirme désormais comme une puissance économique montante du XX<sup>e</sup> siècle.

Sur le plan économique, la question des retombées générées par l'événement n'a pas été sérieusement étudiée. La dissolution de la Compagnie canadienne de l'exposition universelle de 1967, en décembre de la même année, explique grandement cette situation. Il n'en demeure pas moins que certains auteurs, notamment Dupuy (1972) ou Jasmin (1977), respectivement commissaire général et responsable des communications de l'Expo, évoquent un déficit de l'ordre de 210 millions de dollars par rapport à un coût de réalisation de 430 millions de dollars.

Au niveau touristique, et au-delà des chiffres exposés plus tôt, la destination Montréal tire donc profit de l'événement sur plusieurs tableaux, comme nous allons l'expliquer dans les deux prochains points.

### **5.3.1 Montréal : capitale internationale des arts, du commerce et de la culture**

C'est en ces mots que Claude Jodoin décrit Montréal dans sa chronique du 30 octobre 1967 du *Journal de Montréal*. Vu son programme culturel, la dynamique économique générée ainsi que le nombre record de visiteurs, l'Expo 67 présente Montréal au monde sous un nouvel angle. L'image de la métropole est transformée, au grand bonheur des citoyens, des commerçants et des politiciens. En effet, l'événement procure aux Montréalais une fierté de leur ville qui devient pendant six mois la place où il faut se rendre. Cette fierté prend le dessus sur le sentiment de scepticisme qui avait envahi les Montréalais au début de la décennie 1960, au point où certains prédisaient l'échec de l'histoire (*La Presse canadienne*, 1967).

Sur le plan politique, l'Expo 67 est considérée comme un événement qui a uni le Canada. Le premier ministre fédéral, Lester B. Pearson, reconnaît dans son discours prononcé lors de la cérémonie de clôture que l'Expo a « contribué puissamment à grandir l'unité et la fierté nationales » (Ville de Montréal, 1967, p. 8) L'événement a été souligné élogieusement partout dans le pays et plusieurs chroniqueurs n'hésitent pas de décrire l'événement comme un rêve qui prend fin (MacDonald, 1967).

Au chapitre du développement touristique, le secteur est identifié comme le grand bénéficiaire du déploiement de l'image de Montréal à l'international (MacDonald, 1967). Toutefois, et eu égard à l'absence de statistiques sur la fréquentation de

Montréal avant et après l'événement<sup>33</sup>, nous ne pouvons évaluer exactement l'impact de la tenue de l'Expo 67 à Montréal. Cependant, l'analyse des archives de l'Office du tourisme et des congrès du Grand Montréal (1965-1980) et des articles de presse parus après la fin de l'Expo nous permet de formuler les conclusions suivantes quant aux impacts de l'Expo sur l'image de Montréal :

- L'image de Montréal comme ville moderne, tel que démontré à l'occasion de l'Expo 67, a significativement influencé la tenue de congrès dans la métropole pour au moins les 20 années qui ont suivi l'événement. Comme nous l'exposerons au chapitre 9, de 1967 jusqu'à 1985, le nombre de congrès organisés à Montréal connaîtra une croissance constante.
- Même si Montréal a perdu son statut de métropole du Canada au début des années 1960, le succès de l'Expo a été régulièrement associé au rayonnement du Canada dans le monde. Dans la perception générale, Montréal est restée la métropole du pays.
- L'image de Montréal a aussi été moussée auprès de ses résidents, et plus particulièrement des Canadiens français. Le maire Drapeau affirme ainsi à la veille de la clôture de l'événement que « l'Expo a été la révélation d'un peuple qui a démontré une immense possibilité intellectuelle. » (Adam, 1967, p. B6)

### 5.3.2 Expo 67 : un héritage perpétuel en recherche de vocation

Quelques semaines avant la fin de l'événement, l'idée de garder une exposition permanente sur le site de l'Expo est proposée par le maire Drapeau (*Le Soleil*, 1967). Les réactions de Québec et d'Ottawa sont mitigées en raison des coûts supplémentaires d'un tel projet. Toutefois, l'opposition la plus forte provient du maire de Toronto et du *Canadian National Exhibition*, un regroupement national

---

<sup>33</sup> Montréal n'a commencé à comptabiliser ses visiteurs qu'à partir des années 1970 (Prévost, 2000).

d'organismes d'événements, qui insistent sur les coûts faramineux que peut nécessiter la restauration des pavillons conçus initialement pour une durée de six mois (*The Telegraph Journal*, 1967).

Malgré les réticences et les oppositions, le maire Drapeau va de l'avant avec son projet et annonce en octobre 1967 la mise en place d'une exposition permanente au nom de Terre des Hommes en hommage à la thématique de l'Expo. Le 17 mai 1968, l'exposition est inaugurée par Pierre Elliott Trudeau, ministre fédéral de la Justice, et connaît un succès significatif dès la première année, et dans les années suivantes<sup>34</sup>. Cependant, dès 1973, la fréquentation du site connaît une baisse sensible et les déficits ne font que s'accumuler pour totaliser, en 1977, 80 millions de dollars (*The Telegraph Journal*, 1967). En 1981, l'exposition permanente prend officiellement fin.

Au chapitre des équipements, l'Expo 67 a légué à la ville un héritage qui a servi, et sert toujours, à diverses vocations, notamment récréotouristiques. Les îles Sainte-Hélène et Notre-Dame, qui symbolisent le génie du lieu de l'Expo 67, ont accueilli dans les années qui ont suivi divers événements. À titre d'exemple, citons :

- 1968-1981 : l'Exposition permanente Terre des Hommes,
- 1976 : la construction d'un bassin olympique dans le cadre des JO de 1976, pour les compétitions aquatiques,
- 1978 : la construction du circuit de l'île Notre-Dame<sup>35</sup> pour accueillir le Grand Prix de Formule 1,
- 1980 : la tenue des Floralies internationales sur l'île Notre-Dame.

---

<sup>34</sup> Selon la collection montée par Bibliothèque et Archives Canada, 20 millions de personnes ont visité le site l'année de l'inauguration : <[http://www.collectionscanada.gc.ca/expo/0533020602\\_f.html](http://www.collectionscanada.gc.ca/expo/0533020602_f.html)> [consulté le 13 mars 2013].

<sup>35</sup> En 1982 le circuit portera le nom de Gilles-Villeneuve en hommage à ce pilote canadien et québécois décédé le 8 mai de la même année sur le circuit du Grand Prix de Belgique de Formule 1.

Certains pavillons de l'Expo connaissent à leur tour une nouvelle vie après des travaux de mise à niveau. C'est le cas entre autres du pavillon de la France qui devient à nouveau un acteur touristique important de la métropole. Après sa reconversion d'abord en un Palais de la civilisation en 1985, le pavillon de la France abrite à compter de 1993 le Casino de Montréal. Le pavillon des États-Unis avec sa sphère en acier vient par ailleurs enrichir l'offre muséale de la métropole en devenant un musée de l'environnement, plus connu sous l'appellation de la Biosphère.

Malgré le recyclage des équipements construits à l'occasion de l'Expo 67 à des fins récréotouristiques, il n'en demeure pas moins que, presque 50 ans après la fin de l'événement, le site de l'événement se cherche toujours une vocation précise. Comme nous le démontrerons ci-dessous et au chapitre 10, la négligence de la phase post-événement dans le processus de planification qui a précédé l'Expo ainsi que l'absence d'une gouvernance touristique ont pesé sur l'avenir du site de l'événement.

### **5.3.3 L'Expo 67 et la confirmation du modèle de l'acteur unique**

Depuis le lancement du projet de l'Expo 67, le maire Drapeau ne cessait de souligner que le développement touristique montréalais sortirait gagnant de cet événement. Sur le plan de l'image, la métropole a effectivement acquis une notoriété internationale. Sur le plan de la gouvernance, le portrait est différent.

Le fait que l'Expo 67 relevait d'une société de la couronne, sans compter le style de leadership peu consultatif du maire Drapeau, a eu pour effet de mettre à l'écart les autres acteurs touristiques. En effet, depuis la création au sein de la Ville de Montréal de l'Office municipal du tourisme en 1961, le rôle de l'OCTGM a été réduit au minimum. Très peu consulté, ce dernier se concentrera sur la sollicitation des congrès nationaux et internationaux, et la seule collaboration avec la Ville se fera exclusivement dans ce domaine. L'annonce en 1962 de l'organisation par Montréal

de l'Expo 67 n'a guère modifié la situation et peut même être considérée comme la confirmation de cette mise à l'écart d'un organisme vu jusqu'à l'arrivée au pouvoir du maire Drapeau comme l'institution en charge du développement touristique dans la métropole.

Après la fin de l'Expo et le succès rencontré par l'événement, la question de la gouvernance touristique et l'association des autres acteurs locaux dans le développement touristique n'était plus à l'ordre du jour. Comme nous le démontrerons au chapitre VIII, l'Expo 67 a été l'occasion d'asseoir un nouveau modèle de gouvernance urbaine où un seul acteur domine le processus, en l'occurrence le maire.

#### **5.4 Conclusion du chapitre**

Presque cinquante ans après l'événement, l'Expo 67 est encore perçue comme une manifestation grandiose qui a fait connaître Montréal au reste du monde. Dans le contexte de l'époque, l'Expo 67 était aussi une source de fierté pour les Canadiens français qui vivaient alors une ère de prospérité économique et de changement des valeurs sociétales.

Au chapitre du développement touristique, et grâce à la qualité de l'événement, Montréal s'est définitivement illustrée comme une destination urbaine, unique et différente du modèle des autres villes nord-américaines. Avec sa dualité culturelle et linguistique, ses infrastructures modernes et son patrimoine riche et diversifié, la métropole du Québec a impressionné ses visiteurs. Cette image se traduit par une affluence record des congrès tenus dans la métropole après l'Expo 67, et surtout par la consolidation de son dossier de candidature pour accueillir les Jeux olympiques d'été de 1976. Grâce à l'Expo, Montréal a su démontrer ses capacités

organisationnelles et son dynamisme, qui seront déterminants dans la venue du deuxième événement le plus important de l'histoire de la métropole à ce jour.

Le succès de l'Expo ne saurait toutefois cacher les différentes lacunes constatées tout au long du processus de planification et d'organisation de l'événement. Si l'image de la ville a grandement bénéficié de l'Expo, il demeure que le bilan du point de vue des équipements et de la gouvernance est moins reluisant. Dans le premier cas, l'absence d'une stratégie récréotouristique post-événement dans les plans d'élaboration de l'Expo a pesé lourd sur « le recyclage » des installations. Quelques années à peine après l'événement, en raison du manque d'entretien, les équipements construits pour l'Expo 67 dégagent une image de négligence et de mauvaise gestion. Dans un rapport publié en 1983, l'Office québécois de développement économique souligne avec insistance l'état de délabrement des installations de l'Expo et appelle à une coordination entre les différents acteurs de la ville pour redonner une nouvelle vie au site. Ce site qui a fait en 1967 la fierté des Montréalais est devenu quelques années plus tard un facteur qui nuit à l'image de la métropole.

Finalement, au chapitre de la gouvernance touristique, l'Expo 67 n'a été que la confirmation de la mise en place d'un modèle de gestion du fait public basé sur un acteur dominant, le maire Jean Drapeau. Ce dernier a joué certainement un rôle déterminant dans le succès de l'événement; il n'empêche que sa vision du développement laissait peu de place aux autres acteurs, qui ont été mis à l'écart à l'occasion de l'Expo 67. Une telle situation sera davantage confortée à l'occasion des Jeux olympiques de 1976 où la dimension touristique sera réduite, encore une fois, à la variable de l'hébergement et où aucun acteur touristique ne jouera un rôle significatif.

## CHAPITRE VI :

# LES JEUX OLYMPIQUES D'ÉTÉ DE 1976 : GRANDEURS ET DÉCADENCES D'UN GRAND ÉVÉNEMENT

« C'est injuste cette façon de considérer l'olympisme »

Jean Drapeau, maire de Montréal

Plus de trente ans après la tenue à Montréal des Jeux d'été de la 21<sup>e</sup> olympiade des temps modernes, en 1976, l'événement continue de susciter l'intérêt. En effet, la dette historique de 1,2 milliard de dollars, et dont le remboursement a pris fin en 2006, a souvent soulevé la controverse auprès des contribuables québécois. Pour ces derniers, le Stade olympique est l'installation la moins aimée de leur ville. Néanmoins, nous ne reviendrons pas sur cette dimension – de dépassement de coûts – qui a été à notre avis largement étudiée et analysée par d'autres chercheurs, ni dans la présente thèse, ni dans ce chapitre. Eu égard à notre question de recherche, à notre cadre conceptuel et à notre méthodologie, nous analyserons les Jeux olympiques de 1976 comme un grand événement qui a influencé le développement touristique de la métropole. À ce titre, aussi paradoxal que cela puisse paraître, le stade et les installations olympiques de façon générale sont considérés comme l'icône touristique par excellence de la ville (Barry, 2009). Dans un sondage réalisé par la firme SECOR à l'automne 2011 auprès de 5500 répondants européens et américains, le Stade olympique et sa tour inclinée sont considérés comme un symbole international très représentatif de Montréal (Gouvernement du Québec, 2011)

## **6.1 Montréal et les Jeux : histoire d'une acointance ancienne**

### **6.1.1 L'Expo 67 : une porte d'accès aux Jeux olympiques de 1976**

Le succès retentissant que connaît Montréal à l'occasion de l'Expo 67 est déterminant dans l'attribution à Montréal du privilège d'organiser les Jeux de 1976 (devant Los Angeles et Moscou). La capacité de la métropole à gérer des foules importantes ainsi que les infrastructures mises en place en marge de l'Expo marquent en effet l'esprit des 35 délégués électeurs du Comité international olympique (CIO) qui étaient de passage à Montréal durant l'événement, sur invitation du maire Jean Drapeau.

Pour Drapeau, le lien entre les deux manifestations est évident : « Nous avons besoin d'événements comme l'Expo et les Olympiques à cause de la valeur spirituelle qu'ils représentent et qu'ils inspirent. » (Maur, 1976, p. 25). Les Jeux marquent une autre étape importante dans le développement économique de Montréal et la succession des événements d'envergure facilite l'insertion de la métropole dans le circuit des villes internationales. Dans la vision du maire, Montréal doit accueillir les Jeux dès l'été 1972. Ce faisant, « ce sera comme une suite de plans quinquennaux d'expansion globale » (COJO, 1978, p. 13). Toutefois, la candidature de Calgary pour l'accueil des Jeux d'hiver de la même année, jumelée à des rumeurs sur les difficultés rencontrées dans la préparation de l'Expo 67, donne un avantage à Munich, qui finalement est désignée hôtesse des Jeux d'été de 1972.

En 1970, et malgré la solidité des dossiers des deux grandes métropoles, Los Angeles et Moscou, pour l'accueil des Jeux de 1976, Montréal crée la surprise en étant désignée ville organisatrice. Malgré l'absence d'une caution d'indemnisation, que les deux autres villes candidates ont soumis, la métropole canadienne sort gagnante à l'issue du vote. Comme on peut le déduire de la réponse de Drapeau au président du

CIO sur le sujet de la caution d'indemnisation, Montréal a démontré à travers son histoire sa capacité d'organiser des événements d'envergure sans qu'il y ait des problèmes financiers particuliers :

Permettez-moi monsieur le président de vous rappeler que le CIO a toujours choisi une ville où les jeux ont finalement été tenus avec succès. À mon avis, Montréal ne pourrait ni oserait inciter la population du monde, les représentants de l'olympisme ni mes compatriotes à croire qu'une caution en argent vaudrait plus que le passé de Montréal, dont l'histoire est une succession de défis relevés. À cela, je ne saurais comparer un dépôt qui d'ailleurs n'apporterait rien aux membres du CIO comme assurance que les jeux auront lieu. Si les jeux n'étaient pas présentés, le dépôt, je suppose, serait confisqué, mais il n'y aurait pas de Jeux. Or, nous promettons de tenir les Jeux, si nous avons l'honneur d'être choisis, nous jurons sur trois siècles de défis relevés que les Jeux seront présentés, c'est là la garantie la meilleure et la plus sûre que mes compatriotes peuvent vous accorder. (COJO, 1978, p. 14)

Dans cette déclaration, on peut effectivement détecter le poids accordé aux événements précédents dans l'argumentaire du premier magistrat de la ville. L'Expo 67 a été le dernier de ces événements et certainement le plus important jusqu'à cette date. Dans cet esprit, l'analyse de l'histoire de l'implication de Montréal dans la tenue des grands événements démontre clairement que l'Expo 67 est un événement fondateur d'une nouvelle dynamique orientée vers l'organisation de manifestations de grande envergure. Sinon, comment expliquer l'échec de Montréal à accueillir les Jeux d'été ou d'hiver avant cette date, alors qu'elle était la métropole du Canada ?

### **6.1.2 La route vers les Olympiades**

Montréal semblait dès la moitié du XIX<sup>e</sup> siècle prédestinée à accueillir les Jeux. En effet, en 1844, la métropole organisait, sous le patronage du gouverneur général, « les Jeux olympiques de Montréal », un événement sportif qui regroupait pas moins de seize épreuves et qui s'intégrait dans un mouvement mondial de rénovation des Jeux qui va durer jusqu'à 1892. Deux ans plus tard, Pierre de Coubertin propose une formule moderne de l'olympisme basée sur un idéal qui prône le développement

sportif et le renforcement de l'esprit d'amitié entre les sportifs du globe (Caillat et Brohm, 1984).

Au-delà de cette coïncidence, la volonté d'accueillir les Jeux olympiques, d'hiver ou d'été, ne date pas de l'ère du maire Drapeau. En effet, c'est plutôt le maire Camillien Houde qui est l'instigateur du rêve olympique. Durant ses quatre mandats<sup>36</sup> à la tête de Montréal, la métropole essaie à trois reprises d'accueillir les Jeux :

- d'abord en 1929 : Montréal dépose son dossier pour accueillir les Jeux d'hiver de 1932, qui sont accordés à Lake Placid ;
- ensuite en 1939 : Montréal dépose sa candidature en vue d'obtenir les Jeux d'hiver de 1944, qui sont annulés en raison de la Seconde Guerre mondiale après avoir été attribués à la ville italienne de Cortina D'Ampezzo ;
- finalement en 1949 : le maire Camillien Houde dépose la candidature, cette fois-ci pour les Jeux d'été de 1956, dont l'organisation est finalement confiée à Melbourne.

À l'arrivée du maire Drapeau au pouvoir, l'idée de faire porter Montréal comme candidate à la tenue des Jeux survient au moment où le maire est en visite en Suisse, en 1964, à l'occasion des préparatifs de l'Expo 67. Le maire, souhaitant profiter de l'expérience helvétique en matière d'organisation d'une exposition universelle, puisque Lausanne en était l'hôtesse en 1964, rend visite à son homologue lausannois qui loge dans les mêmes bureaux que le Comité international olympique. Pendant cette visite, Drapeau est tout de suite charmé par l'esprit olympique et plus particulièrement par la dimension humaine que défendait Pierre de Coubertin au début du siècle (Maur, 1976). De retour à Montréal, le maire confie le dossier à ses

---

<sup>36</sup> Camillien Houde a été élu à quatre reprises comme maire de Montréal : de 1928 à 1932, de 1934 à 1936, de 1938 à 1940 et de 1944 à 1954. (Archives de la Ville de Montréal. Disponible en ligne : <<http://bit.ly/10sxzY>> [consulté le 1 avril 2013].)

collaborateurs les plus proches, qui travaillent d'arrache-pied pour présenter le dossier de Montréal pour accueillir les Jeux d'été de 1972. Toutefois, en raison d'une règle non écrite d'alternance entre l'Europe et le reste du monde, puisque les Jeux d'été de 1968 ont été organisés à Mexico, les Jeux sont accordés à Munich.

## **6.2 Les Jeux olympiques de 1976 et la difficile traversée du désert**

Le 12 mai 1970, quand le président du CIO annonce la tenue à Montréal de la 21<sup>e</sup> édition des olympiades modernes, personne ne s'imagine que ces jeux vont devenir l'événement le plus contesté de l'histoire du Canada (Maur, 1976). Au-delà des coûts de construction qui explosent, la phase préparatoire des Jeux affecte négativement l'image de Montréal. Le dépassement des budgets, les retards dans la livraison des installations, les grèves des ouvriers et les soupçons de corruption et de collusion qui planent sur l'octroi des contrats sont quelques exemples des titres qui font la une non seulement des médias locaux, mais aussi internationaux. Pourtant, un comparatif des Jeux de Montréal avec ceux qui ont précédé démontre que la métropole canadienne n'a pas fait exception. Aussi bien à Grenoble, à Mexico, à Sapporo, à Munich et à Innsbruck<sup>37</sup>, les déficits ont largement dépassé les prévisions (Caillat et Brohm, 1984). Néanmoins, le cas de Montréal constitue une exception dans le sens où même après le succès sportif et populaire des Jeux, la question de l'utilisation des installations olympiques continue d'alimenter la polémique jusqu'à nos jours, presque 40 ans après l'événement.

Au chapitre du développement touristique, il faut reconnaître que cette dimension a été évacuée de la phase de planification. Aussi bien la gouvernance touristique que la question de l'usage récréatif post-événement des installations olympiques ne sont pas

---

<sup>37</sup> Villes qui ont accueilli les Jeux olympiques d'hiver et d'été dans la décennie qui a précédé la tenue des Jeux à Montréal.

pris en compte. Sur ce dernier point, et même si cette question commençait à s'imposer dès le début des années 1970 (Roult, 2011) la Ville de Montréal, en sa qualité de promoteur de l'événement, n'intègre jamais, explicitement du moins, cette dimension dans le projet de développement des installations olympiques. Comme l'explique Maur (1976, p.45) : « Il était certain que les jeux auraient des effets importants sur l'industrie des services et les rentrées touristiques, mais ils avaient d'abord été conçus comme un immense projet de travaux publics. ».

Paradoxalement, et malgré cette mise à l'écart de la dimension touristique, le Stade olympique, surtout depuis l'achèvement de sa tour inclinée en 1987, est devenu l'attraction phare de la métropole.

### **6.2.1 La gouvernance touristique et la poursuite de la domination du maire de Montréal**

Au début de la décennie 1970, le développement touristique et la promotion de la destination Montréal sont du ressort de plusieurs organismes. Cependant, la Ville de Montréal, et le maire Drapeau plus précisément, reste le principal acteur quand il s'agit de prendre des décisions. À l'hôtel de ville, l'Office municipal du tourisme et la Division du tourisme et renseignement s'occupent de la publicité, de la production des statistiques ainsi que de la fourniture de renseignements aux touristes. L'autre acteur important de l'industrie touristique à la métropole est l'OCTGM. Ce dernier, depuis la création de l'Office de tourisme municipal en 1961, s'occupe exclusivement de la sollicitation de congrès. Au nombre de ces institutions, il faut ajouter aussi l'implication indirecte de la Chambre de commerce du district de Montréal<sup>38</sup> qui

---

<sup>38</sup> Qui deviendra en 1984 la Chambre de commerce de Montréal, puis en 1990 la Chambre de commerce du Montréal métropolitain et finalement en 1992 la Chambre de commerce de Montréal/Bureau de commerce de Montréal.

produit souvent des études sur l'état du tourisme à Montréal. Sur le plan provincial, le jeune ministère du Tourisme de la Chasse et de la Pêche donne priorité à la promotion des régions ainsi qu'à la gestion des demandes d'information. En 1973 et 1974, on estime le nombre de brochures imprimées et distribuées par la direction générale du tourisme à 4 millions (Prévost, 2000).

Dans le secteur de l'hébergement, les autorités provinciales, profitant de l'expérience de l'Expo 67, créent un bureau pour étudier et fixer les prix de l'hébergement dans la grande région métropolitaine. Cet organisme, nommé « Hébergement-Olympiques 76 » (HEQUO 76 – figure 6.1), commande conjointement avec le ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche et le Comité d'organisation des Jeux olympiques (COJO), dans une des rares actions concertées au chapitre du développement touristique, une étude pour définir une méthode objective dans la formulation d'une législation de tarifs maximaux qui sera en vigueur pendant les Jeux (Renoux et Pelletier, 1976). Les résultats de cette étude seront par la suite généralisés lors de des grands événements tenus dans la province, notamment à l'occasion des Florales internationales de Montréal de 1980<sup>39</sup>.

Malgré la diversité des acteurs et l'enjeu touristique qui caractérisent normalement la tenue des Jeux, aucun représentant des différentes organisations citées précédemment n'est représenté au COJO. Comme cela a été le cas à l'occasion de l'Expo 67, la dimension touristique dans la perspective de l'administration montréalaise se limite à garantir l'hébergement et les renseignements aux touristes. Cette position explique certainement la difficulté rencontrée par les rédacteurs du rapport officiel à évaluer les impacts de l'événement sur le développement touristique à Montréal. Dans le rendu officiel, produit deux ans après les Jeux, le seul paragraphe qui traite de la

---

<sup>39</sup> Catégorie spéciale des expositions internationales reconnue par le BIE.

relation entre le tourisme et les Jeux propose deux scénarios. Selon le rapport, « L'apport des Jeux olympiques aux recettes touristiques du Canada a fait l'objet de deux estimations : 77 millions au minimum et 135 millions maximum en dollars de 1976. » (COJO, 1978, p. 21) Quel que soit le chiffre retenu, le rapport précise que les « visiteurs ont dépensé au Québec pendant les JO plus de 63 millions de dollars. Les dépenses des visiteurs du reste du Canada au Québec pendant cette période auraient été de 9,6 millions de dollars » (COJO, 1978, p. 21). Au-delà de cette précision concernant le total des dépenses touristiques, qui reste néanmoins au conditionnel, le rapport est muet sur plusieurs aspects tels que l'origine des 3 195 170 spectateurs ainsi que sur la répartition de leurs dépenses, le nombre de nuitées des visiteurs, la dépense moyenne par personne.



Figure 6.1 Kiosque d'information d'Hébergement-Olympiques 76 à l'aéroport de Mirabel (Archives de Services-Hébergement-Québec Olympique)

Si l'administration du maire Drapeau néglige la dimension touristique dans la gouvernance du projet des installations olympiques, les autorités provinciales ne font pas mieux. En effet, en novembre 1975, eu égard aux problèmes et aux retards accumulés sur les chantiers, le gouvernement du Québec décide d'intervenir directement dans le dossier par la création de la Régie des installations olympiques (RIO) qui a pour mandat : « de construire des installations olympiques en vue des Jeux de la XXI<sup>e</sup> olympiade qui doit avoir lieu à Montréal en 1976 » (Article 13, section III du projet de loi 81, 1975, p. 3).

Sur les 34 articles du projet de loi 81, aucune mention n'est faite quant à l'usage post-olympique des installations. Si le maire Drapeau considérait le projet olympique comme un projet de travaux publics, le gouvernement provincial, par la création de la Régie des installations olympiques, appréhende le projet dans une perspective politique. Devant la décision d'abandonner les Jeux ou de s'engager directement, le premier ministre Robert Bourassa opte pour la deuxième option, considérant que « Le jeu en valait la chandelle et qu'il y avait même de sérieux avantages politiques à en tirer. En prenant l'affaire en main, son gouvernement passerait pour le sauveur des Jeux. » (Maur, 1976, p. 164)

### **6.2.2 Montréal : l'image d'une ville à scandales**

Après l'image reluisante transmise à l'occasion de l'Expo 67, la phase préparatoire des Jeux allait présenter au monde un autre visage de Montréal. Dès 1973, la presse internationale est alertée par les propos de Wili Daume, vice-président du CIO et ancien président du COJO de Munich en 1972 qui émet « de sérieuses réserves sur la capacité de la ville de Montréal de tenir à temps les Jeux de 1976 » (Ohl, 1977, p. 208). Cette déclaration est relayée d'abord par les médias de l'Allemagne de l'Ouest, puis par les médias d'autres pays. Dès lors, le dossier fait régulièrement

l'objet d'un suivi journalistique national et international. Cependant, l'apogée de la couverture médiatique est atteinte en 1976, à quelques mois du début des Jeux, alors que les travaux de construction accusent un retard qui met en péril la tenue de l'événement à temps. Les déboires du projet de construction des installations olympiques prennent le dessus sur le volet sportif, censé occuper la place médiatique, et l'information est relevée par plusieurs journaux internationaux, comme le rapporte Paul E. Ohl (1977) dans son livre *La guerre olympique*. En voici les grandes lignes :

- La revue *Sports Illustrated* fait état dans son édition du 9 février 1976 du « Cauchemar olympique de Montréal » (p. 220). L'article expose la montée démesurée des coûts de construction due principalement à la mauvaise planification et aux problèmes syndicaux qui ont émaillé le chantier.
- Le quotidien allemand *Die Welt* revient à son tour sur l'escalade des coûts et blâme l'imprudence du maire Jean Drapeau. Ce dernier avait lancé au début du projet que les jeux ne coûteraient rien aux contribuables, qui devront vraisemblablement assumer la facture pour plusieurs années vu les montants astronomiques engagés à ce jour.
- De son côté, le journal *France Soir* critique sévèrement la tournée de promotion en Europe du COJO puisque cela ne fait qu'alourdir la facture du projet.
- Pour sa part, le *Figaro* souligne que « les Canadiens y auront mis le prix » (p. 222) et que les contribuables se retrouveront à payer une dette gigantesque.

Après avoir surfé sur le succès de l'Expo 67 pendant plusieurs années, l'image de Montréal est sérieusement atteinte pendant cette période préparatoire des Jeux. Le défi de renverser la vapeur semble plus que jamais difficile à atteindre.

### 6.2.3 Le projet olympique comme stratégie de mise en tourisme

Même si le maire Drapeau affirme à l'occasion des élections du 25 octobre 1970 que le tourisme sera une de ses priorités pour le prochain mandat (Ryan, 1970), officiellement aucune stratégie récréotouristique n'a été intégrée lors de l'étape de planification des installations olympiques. Comme le précise Maur (1976), même si l'industrie du tourisme allait être le grand bénéficiaire des jeux, le projet a été appréhendé par l'administration Drapeau comme un projet de travaux publics. Toutefois, l'analyse du discours du maire ainsi que celui des autres acteurs impliqués dans le projet tout au long de la phase préparatoire laisse sous-entendre que l'exploit architectural des installations (Augustin, 2008) est en soi un leitmotiv touristique. Dans cet esprit, le choix d'un architecte célèbre comme Roger Taillibert pour la conception du projet dénote une volonté d'ériger une œuvre d'art (Noppen, 1992) et en même temps une attraction touristique. Le maire Drapeau rêvait d'une merveille que les gens viendraient voir des quatre coins du monde (Maur, 1976). Le rapport officiel de l'événement, publié en 1978, abonde dans le même sens en insinuant que les installations seraient davantage visitées si la RIO décidait de compléter la construction du mât et du toit du stade<sup>40</sup>. Noppen (1992) souligne d'ailleurs que « la décision de parachever le stade selon le projet initial après les Jeux olympiques repose en bonne partie sur l'évaluation du potentiel monumental de l'objet » (p. 32).

En sus du stade, l'exploit architectural du complexe olympique se prolonge à deux autres bâtiments : le vélodrome dont le toit symbolise le casque d'un cycliste ; le village olympique qui est structuré sous forme de deux pyramides de 19 étages comptant 932 logements (Bilodeau, 2004). De façon plus globale, les plans originaux du complexe olympique prévoyaient aussi un grand stationnement en terrasse et une

---

<sup>40</sup> À l'inauguration des Jeux, le stade est encore sans toit ni tour penchée. Ce n'est qu'en 1987 que le toit et la tour inclinée vont être complétés conformément aux dessins originaux de Taillibert.

station de métro, ce qui démontre la volonté de faire du lieu une destination pour les visiteurs.

À l'Expo 67 comme aux JO de 1976, la volonté de Drapeau est la même. Démontrer que les Canadiens français sont capables de réaliser de grandes choses. Néanmoins, les défis des deux événements sont carrément à l'opposé. Dans le premier cas, et eu égard à la durée sur laquelle se prolonge une exposition universelle, l'enjeu pour l'administration montréalaise est de faire vivre aux visiteurs une expérience mémorable qui se nourrit de la découverte des grandes réalisations de l'Homme et du frottement avec les autres cultures. Dans le cas des JO, un événement qui se déroule uniquement sur deux semaines, le défi pour Jean Drapeau est de perpétuer l'exploit. Pour ce faire, la construction d'un édifice monumental est la meilleure façon d'incarner le succès, d'inspirer la jeunesse et de stimuler la fierté locale. Toutefois, les phases de planification et de préparation des Jeux sont marquées par plusieurs événements qui nuisent littéralement au rayonnement de l'événement, même avant qu'il ne commence. La question de l'explosion des coûts de construction – due essentiellement à la mauvaise estimation des coûts et de la bulle inflationniste qui a sévi au début des années 1970 – prend très certainement le dessus sur la gestion de l'ensemble du processus et nuit, selon Roult (2011), aux préoccupations d'usage post-olympique des installations.

### **6.3 Le succès des Jeux et la réhabilitation de l'image de Montréal**

Après des mois d'incertitude, les Jeux olympiques s'ouvrent à Montréal le 17 juillet 1976, en présence de plus de 72 000 spectateurs. Ces derniers assistent pendant plus de trois heures au défilé des 6189 athlètes qui disputeront 196 épreuves dans 21 sports différents (COJO, 1978). En présence de la reine Élisabeth II, du gouverneur général, du premier ministre du Canada, ainsi que l'ensemble des premiers ministres des autres provinces, la cérémonie d'ouverture est grandiose et l'événement est

souligné partout dans le pays. La déception qui a marqué toute la période de préparation des jeux cède la place à l'admiration, et la presse locale, nationale et internationale ne manque pas de souligner son émerveillement.

Dès la fin de la cérémonie d'ouverture, l'image de la métropole semble être réhabilitée. Le journal français *Le Monde* titre pour son édition du 20 juillet : « Le Québec sait faire » (Dethomas, 1976, p. 3). Dans la même veine, le journal *Le Devoir* salue « l'impressionnante entrée de scène des Jeux » (Ryan, 1976, p. 5), alors que l'édition du 18 juillet 1976 du *Dimanche matin* qualifie l'ouverture des jeux comme étant « extraordinaire et bouleversante » (Lanrendeau, 1976, p. 4). Le rayonnement de Montréal atteint son apogée avec la télédiffusion des compétitions dans 125 pays alors que plus de un milliard de personnes peuvent regarder les jeux (Ohl, 1977).

Au-delà de l'intérêt pour le sport, plus de un million de personnes (COJO, 1978) prennent part aux activités du programme art et culture des Jeux. Véritable vitrine de la diversité culturelle canadienne, le programme séduit les visiteurs et la population locale par sa richesse et sa diversité.

Après la quinzaine de compétitions, le premier août 1976, les jeux de Montréal prennent fin dans une ambiance électrisante. Comme le signale le reporter du *New York Times*, Smith, « *Olympics that opened in strife end with optimism in Montreal* » (cité dans Ohl, 1977, p. 1306). La métropole a séduit le monde. Tout au long des jeux, l'intérêt public a oublié, le temps des compétitions, le gigantisme des coûts de construction. Désormais, les yeux sont tournés vers l'URSS qui sera l'hôte de l'édition de 1980.

## **6.4 L'après Jeux olympiques de 1976 : au-delà de la dette**

### **6.4.1 La phase post-olympique et la poursuite de la marginalisation des acteurs touristiques**

Après la fin des Jeux de 1976, le gouvernement en place décide de créer une commission publique, présidée par le juge Albert H. Malouf, pour analyser l'extravagance des coûts de construction du complexe olympique. Les conclusions, sans surprise, sont cinglantes à l'égard de la mairie de Montréal, du COJO et de l'architecte Taillibert. Les propos de la commission, largement repris dans les médias, finissent par asseoir cette perception négative vis-à-vis des installations olympiques et hypothèquent le processus de reconversion post-olympique pour plusieurs années.

Quelques mois après la fin des Jeux olympiques, un comité est constitué par le ministère des Sports et des Loisirs du Québec, sous la présidence de l'architecte Jean-Claude Marsan, avec le mandat « d'étudier plusieurs scénarios de développement pour ces équipements » (Roult, 2011, p. 113). D'un point de vue touristique, le rapport de ce comité est décevant, puisque la dimension récréotouristique n'y figure nullement comme une priorité. La vocation des installations olympiques, selon le rapport, est d'en faire un haut lieu « des sports et des loisirs ayant pour fonction de valoriser et de concrétiser l'activité sportive par la participation et la compétition » (Marsan, 1977). Cette recommandation, ainsi que bien d'autres qui sont formulées par les différents comités consultatifs sur l'avenir du parc olympique, restent lettre morte. D'une part, à cause de la très grande capacité du stade par rapport aux besoins réels du sport amateur et, d'autre part, le brouhaha qui a accompagné la phase préparatoire empêche tout nouvel investissement dans des installations qui ont déjà coûté très cher.

Depuis le comité Marsan, plusieurs autres comités-conseils se succèdent pour étudier la reconversion post-olympique du parc, sans toutefois disposer d'une réelle vision. Il faudra attendre jusqu'à 1984 pour commencer les travaux d'achèvement du toit et de la tour, conformément aux plans originaux de Taillibert, travaux qui dureront jusqu'en 1987. À partir de la décennie 1990, tant la Régie des installations olympiques (RIO) et le gouvernement du Québec que la Ville de Montréal reconnaissent la nécessité de réviser la stratégie d'utilisation des installations olympiques et identifient deux axes de développement (Augustin, 2008) :

- favoriser l'intégration du Parc olympique dans son environnement direct de telle sorte à créer une cohésion avec son secteur d'accueil – Hochelaga-Maisonneuve ;
- définir une stratégie commune de mise en tourisme regroupant le Parc olympique et les attractions avoisinantes, le Jardin botanique et l'Insectarium.

En 1999, la déchirure de la seconde toile du stade remettra aux calendes grecques le déploiement de la stratégie de mise en tourisme du Parc olympique et le débat technique portant sur le remplacement du toit ou sa réfection reprend encore une fois le dessus sur l'usage proprement dit du stade.

Dans un nouveau rapport d'un nouveau comité-conseil sur l'avenir du Parc olympique présenté en 2012 par la présidente de ce comité, Lise Bissonnette, le problème de la gouvernance des installations olympiques est clairement montré du doigt. Le succès touristique, mesuré par le taux de fréquentation de la Tour<sup>41</sup> ainsi que des attractions environnantes, relève du miracle en l'absence d'une stratégie touristique délibérée. En effet, le chevauchement entre la volonté de faire du Parc

---

<sup>41</sup> 250 000 visiteurs annuellement (Ville de Montréal, 2010).

olympique un haut lieu du sport et une destination touristique incontournable ne contribue pas à doter le site d'une identité claire. Cette situation, selon le rapport Bissonnette, contribue à une sous-utilisation du potentiel récréatif du site considéré comme l'icône touristique de la métropole.

#### **6.4.2 Le parc olympique comme icône touristique de Montréal**

Durant les années 1970, l'image de Montréal est souvent associée aux polémiques suscitées autour du projet olympique. Malgré la monumentalité de l'œuvre d'art que représente le Parc olympique, signée par un des célèbres architectes de l'époque (Noppen, 1992), le qualificatif de fiasco du siècle colle encore au projet olympique plusieurs années après la fin de ce dernier (Caillat et Brohm, 1984 ; Ohl, 1977 ; Maur, 1976). À ce sujet, le rapport Bissonnette souligne que les révélations de la commission Malouf au sujet de l'explosion des coûts de construction du Parc olympique font apparaître les admirateurs de l'œuvre comme des minorités dissidentes (Bissonnette, 2012) et hésite par conséquent à défendre l'objet. Néanmoins, malgré cette situation, il semblerait que l'image de Montréal n'a pas été affectée, ou du moins que le succès sportif des jeux a compensé. Au moment où les Montréalais souhaitent « faire dynamiter » le Parc olympique (Payne, 2006), la fréquentation de la métropole ne baisse que légèrement l'année suivant les Jeux. Elle dépasse même par la suite son niveau de 1976. Le tableau 6.1 expose l'évolution des arrivées touristiques à Montréal de 1975 à 1981 :

Année	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981
Fréquentation	4396	5794	5202	5478	5824	6050	5926
Taux d'occupation moyen des hôtels	N.D	62,8	61,4	63,4	68	68,4	66,7

Tableau 6.1 Nombre estimé de visiteurs de toutes origines à Montréal de 1975 à 1982 (en milliers) (CEGIR, 1983b, p. 131-136)

Le même constat peut être fait pour la visite des Québécois à Montréal puisque la métropole continue de recevoir, tout au long de la période de 1976-1981, autour de 6 millions de personnes-visites en provenance des autres régions du Québec (CEGIR, 1983a). Dans une étude commandée par l'Office de planification et de développement du Québec en 1983, portant sur l'état du tourisme à Montréal, le quartier du Parc olympique figure parmi les principales zones touristiques de la métropole<sup>42</sup>. Hormis la curiosité qui pousserait certains touristes à visiter l'objet du scandale, l'hypothèse de Noppen (1992) qui postule que la monumentalité et l'architecture de l'œuvre sont une attraction touristique en soi, semble se confirmer par les chiffres annoncés plus tôt.

## 6.5 Conclusion du chapitre

Comme ce fut le cas pour l'Expo 67, les Jeux olympiques de 1976 permettent de faire connaître Montréal à l'échelle mondiale. Au-delà des problèmes rencontrés dans les phases pré-événement et post-événement, la métropole arrive à confirmer sa position de destination touristique de calibre international, comme le démontrent les statistiques de fréquentation exposées dans ce chapitre.

<sup>42</sup> Les autres zones sont : le centre-ville, le Vieux-Montréal, le mon -Royal, l'île Sainte-Hélène et ses abords et finalement la route panoramique du bord de l'eau (CEGIR, 1983a).

Sur le plan de la gouvernance touristique, la mise à l'écart par l'administration Drapeau des différents acteurs engagés dans le développement touristique s'est poursuivie durant cet événement. En aucun moment, l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal, la Chambre de commerce, ou l'Association des hôteliers, ne sont invités à participer au processus de planification, d'organisation, voire d'évaluation post-événement. À notre avis, cette situation explique partiellement l'échec de reconversion touristique du Stade olympique, considéré par plusieurs auteurs (Maur, 1976 ; Augustin, 2008 ; Roullet, 2011) comme l'exemple à ne pas suivre.

En sus du succès sportif et populaire de l'événement, les Jeux lèguent à Montréal une œuvre architecturale devenue l'icône touristique de la métropole. Figures marquantes du paysage montréalais, le stade, le vélodrome (devenu le Jardin botanique) et le village olympique sont parmi les attractions les plus visitées de la ville aujourd'hui. Cependant, les problèmes financiers qui ont accompagné l'événement ont empêché tout développement futur des sites, et surtout du stade. Par crainte d'engager des fonds supplémentaires, aucun acteur, public ou privé, n'a osé proposer de nouvelles stratégies de reconversion qui exigeraient bien évidemment des investissements importants vu l'absence d'une planification post-événement au début du processus. Cette situation n'aura pas seulement une incidence sur le stade, mais sur l'ensemble du développement touristique de la métropole. Depuis la fin des Jeux en 1976, et jusqu'à 1992, date de célébration des fêtes du 350<sup>e</sup>, aucun autre événement d'envergure n'a eu lieu à Montréal.

## CHAPITRE VII :

### LES CÉLÉBRATIONS DU 350<sup>e</sup> ANNIVERSAIRE DE LA FONDATION DE LA VILLE DE MONTRÉAL

« J'aime éperdument Montréal. Cette grande ville bonne enfant où je suis devenu adulte a planté ses racines dans le fond de mon âme et bien malin qui pourrait l'en déloger. »

Extrait du discours de l'écrivain québécois Yves Beauchemin devant Le monument de Maisonneuve, le 17 mai 1992. (Corporation du 350<sup>e</sup>, 1992)

Fondée en 1642 par Sieur de Maisonneuve, Montréal célèbre en 1992 son 350<sup>e</sup> anniversaire de fondation. À cette occasion, la Ville de Montréal, sous la gouverne du maire Jean Doré après 26 ans de règne de Jean Drapeau, crée en 1988 une corporation privée en charge de la planification et de l'organisation des festivités du 350<sup>e</sup> et le dote d'un budget de 14,1 millions de dollars. Cet événement intervient dans un contexte économique morose et surtout à un moment où Montréal, en tant que destination touristique, cherche un nouveau souffle. Même si l'événement est moins important comparativement à l'Expo 67 et aux Jeux olympiques de 1976, il n'en demeure pas moins que les célébrations du 350<sup>e</sup> de la fondation de Montréal ont eu un effet important sur le développement touristique de la métropole, plus particulièrement sur les plans du positionnement et de la gouvernance. Dans cet esprit, le présent chapitre revient sur l'action des acteurs impliqués dans cet événement et l'effet de leur implication sur le développement touristique avant, pendant et après la manifestation.

### **7.1 Les célébrations du 350<sup>e</sup> et le contexte économique délicat**

L'annonce des célébrations du 350<sup>e</sup> de la fondation de Montréal intervient dans un contexte économique particulier. Malgré le virage pris par l'administration Drapeau au début des années 1980 en abandonnant la politique des grands projets, et le déplacement du fardeau fiscal vers le gouvernement provincial, la structure financière de la Ville est demeurée fragile (Pilette, 2009). La très lente restructuration de l'économie montréalaise, amorcée au début des années 1970, jumelée à la récession économique des années 1990 et au taux de chômage élevé, forment un portrait sombre de la situation économique métropolitaine (Linteau, 2007).

Sur le plan politique, après 26 ans de règne du Parti civique, le Rassemblement des citoyens et des citoyennes de Montréal (RCM) accède au pouvoir en 1986 avec la désignation de Jean Doré comme maire de Montréal. La politique de ce dernier, qui restera en poste jusqu'à 1994, est davantage orientée vers l'accessibilité des services et l'intégration des citoyens dans la gestion du fait municipal. Néanmoins, et comme cela a été le cas pour son prédécesseur, le rayonnement international de la ville par la tenue des grands événements est une préoccupation permanente du maire Doré. Dans ce sens, le 350<sup>e</sup> est un événement marquant de son deuxième mandat de 1990 à 1994.

### **7.2 Les célébrations de la fondation de Montréal, une tradition centenaire**

Les célébrations de l'anniversaire de fondation de la ville de Montréal sont une tradition qui s'est installée depuis au moins la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Selon nos recherches, le premier événement officiel de célébration est organisé en 1892 à l'occasion du 250<sup>e</sup> anniversaire de Montréal. À cette époque, l'événement est souligné par la pose de plaques commémoratives identifiant pour la première fois les

principaux sites historiques et patrimoniaux de la ville<sup>43</sup>. Cette tradition se poursuit pour les éditions du 275<sup>e</sup> (1917) et du 300<sup>e</sup> (1942), qui sont éclipsées par leur coïncidence avec les deux guerres mondiales. Les célébrations du 325<sup>e</sup> n'ont pas plus de rayonnement que les précédentes, puisque Montréal organise alors en grande pompe l'Expo 67.



Figure 7.1 Plaque commémorative du 275<sup>e</sup> anniversaire de Montréal (Gauffre, 2007, p. 99).

Il faut donc attendre le 350<sup>e</sup> pour que l'événement prenne une dimension et un intérêt significatifs. Dans ce sens, le 22 février 1988, le conseil exécutif de la Ville de Montréal adopte une résolution créant une corporation privée dédiée à l'organisation

<sup>43</sup> D'après une description du site Web du château Ramezay <<http://www.chateauramezay.qc.ca/150e-anniversaire/>> [consulté le 15 avril 2013].

des célébrations du 350<sup>e</sup> et dont la mission se résume en trois grands objectifs (CC350AM, 1992, p. 14) :

- susciter et renforcer le sentiment d'appartenance et de fierté de la population montréalaise à l'égard de sa ville ;
- favoriser des activités générales à caractère récurrent ;
- renforcer la visibilité et le rayonnement de Montréal à l'échelle internationale.

Pour atteindre ces objectifs, l'administration du maire Doré nomme un conseil d'administration représentatif des principales forces vives de la métropole, comme en témoignent sa composition et sa diversité. La nouvelle corporation réunit autour de la table des représentants des mondes universitaire, syndical, communautaire, économique, touristique, politique et médiatique. Eu égard au contexte économique difficile de l'époque, le maire, veut faire des célébrations un relais de croissance et un événement majeur, à l'image des grandes manifestations qui ont marqué l'ère Drapeau. Sur ce sujet, Doré veut que les fêtes du 350<sup>e</sup> soient un virage dans l'histoire du développement de la métropole, symboles d'une nouvelle ère et d'une nouvelle génération, comme on peut le déduire du nombre important de sites inaugurés, aménagés ou rénovés à cette occasion. Cette importance est explicitement avouée par le maire lors du discours inaugural des célébrations « Nous voulons faire des Célébrations du 350<sup>e</sup> le symbole vivant du nouvel élan donné au développement de Montréal et celui-ci, vous pouvez en être assurés, ne s'arrêtera pas en 1992. » (CC350AM, 1992, p. 90)

Contrairement aux grands événements des années 1960 et 1970, aussi bien le leadership, la planification que la gestion de l'événement sont partagés par les acteurs du milieu, même si l'administration municipale est l'instigatrice du projet. Sur le plan du développement touristique, ce constat est très perceptible puisque l'esprit de collaboration est présent tout au long de la phase préparatoire.

### 7.2.1 La gouvernance touristique à l'honneur à l'occasion du 350<sup>e</sup>

Comme nous l'avons démontré, la gouvernance des grands événements tenus à Montréal depuis les années 1960 réduisait la dimension touristique à la simple question de l'hébergement. Il y a un virage lors du 350<sup>e</sup>, puisqu'au moins trois acteurs touristiques sont représentés au conseil d'administration de la Corporation. Il s'agit de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal, qui réunissait depuis 1986 l'ensemble des forces touristiques de la métropole<sup>44</sup>, de la Régie des installations olympiques et du prestigieux hôtel Ritz-Carlton. Soulignons en outre la présence au bureau des gouverneurs de la Corporation des représentants de l'Association internationale de transport aérien (IATA), de Via Rail Canada et de la Société historique de Montréal.

Bien au-delà de la représentation sur les instances décisionnelles de la Corporation, les acteurs issus de l'industrie touristique participent activement à la phase de préparation. Leur implication est entre autres très visible en matière de communication, plus particulièrement celle à destination des marchés étrangers. Nous remarquons ici le travail conjoint réalisé par la Corporation, l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal et l'Association des hôteliers en matière de promotion de l'événement auprès des marchés ontarien et américain. La collaboration des trois organisations permet l'encartage de 1,8 million d'exemplaires du *Guide Vacances* de l'OCTGM dans les 19 principaux quotidiens du nord-est américain (CC350AM, 1992). Sur le marché français, l'effort de promotion est mené conjointement avec le ministère du Tourisme du Québec et résulte au lancement d'une campagne publicitaire dans les publications à grand tirage (CC350AM, 1992).

---

<sup>44</sup> En ce qui concerne le processus qui a mené à cette fusion des forces vives du développement touristique de Montréal, voir le chapitre VIII.

Enfin, et toujours en matière de promotion de l'événement, la Corporation participe, avec le soutien de l'OCTGM et de Tourisme Québec, à plusieurs foires touristiques dans la perspective de faire rayonner à la fois l'événement et la destination. Parmi les salons auxquels la Corporation prend entre 1989 et 1992, nommons :

- la National Tour Association à Cleveland,
- le World Travel Market à Londres,
- le Spring Summer Spotlight, Canada,
- le Travel and Leisure Show à Toronto,
- l'atelier Canada à Paris,
- le salon Bienvenue Québec.

L'objectif derrière la participation à ces salons est bien évidemment de promouvoir l'événement auprès des marchés cibles ; néanmoins, ces manifestations sont saisies aussi pour diffuser la nouvelle image de Montréal qui offre à ses visiteurs une expérience unique.

### **7.2.2 L'image d'abord : Montréal et l'unicité de l'expérience**

Une des différences marquantes entre le 350<sup>e</sup>, d'une part, et l'Expo 67 et les Jeux de 1976, d'autre part, réside dans la saisie de l'événement pour communiquer un nouveau positionnement de la destination avec une nouvelle image. À ce titre, le plan de marketing triennal (1990-1992) de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal (OCTGM) est construit principalement autour des célébrations du 350<sup>e</sup>. Tenant compte de la vive concurrence entre Montréal et ses concurrents, les dirigeants de l'OCTGM considèrent l'événement comme une opportunité à saisir pour la métropole. Le préambule du rapport décrit l'événement comme « Le catalyseur recherché pour justifier le choix de Montréal comme destination

touristique (court terme) et renforcer le positionnement de Montréal (long terme). » (OCTGM, 1989, p. 160) En s'appuyant sur le rayonnement international attribuable à l'Expo et aux Jeux, l'effervescence générée par la bulle culturelle ayant donné naissance à plusieurs festivals<sup>45</sup>, ainsi que l'ambiance sportive due à la présence à Montréal de plusieurs clubs de sport professionnel<sup>46</sup>, le nouveau positionnement de Montréal doit conjuguer ces trois composantes pour démontrer la richesse de l'histoire de la métropole. Pour la première année du plan triennal 1990-1992, la communication autour de l'image doit conséquemment se concentrer sur le message suivant : « Montréal est la seule expérience différente en Amérique du Nord » (OCTGM, 1989, p. 171). À partir de 1991, la référence au 350<sup>e</sup> est évidente, puisque le message promotionnel de la destination se résumait à « Montréal, 350 ans d'histoire ». Ce message sera adopté et déployé dans tous les marchés cibles de la destination avec, comme trame de fond, l'ambiance de fête qui va régner sur la métropole pendant des cinq mois de l'événement.

Tout au long de cette phase préparatoire, l'image de Montréal est étroitement associée aux célébrations du 350<sup>e</sup>. L'événement est considéré, aussi bien vis-à-vis de la population québécoise que vis-à-vis des touristes étrangers, comme un moment d'histoire qu'il faut saisir pour relancer la fierté montréalaise, d'une part, l'exception nord-américaine, d'autre part. Le schéma qui suit, tiré des archives de l'OCTGM, démontre clairement cette association entre le 350<sup>e</sup> et l'image de la ville :

---

<sup>45</sup> Dans la foulée de la Révolution tranquille et de la politique de démocratisation de la culture, plusieurs festivals voient le jour à partir de la fin de la décennie 1970. À titre d'exemple, le Festival des films du monde (1978) le Festival de jazz de Montréal (1980), le festival Juste pour rire (1983) et les FrancoFolies de Montréal (1989).

<sup>46</sup> Notamment le Club de hockey les Canadiens de Montréal et l'équipe de Baseball les Expos.

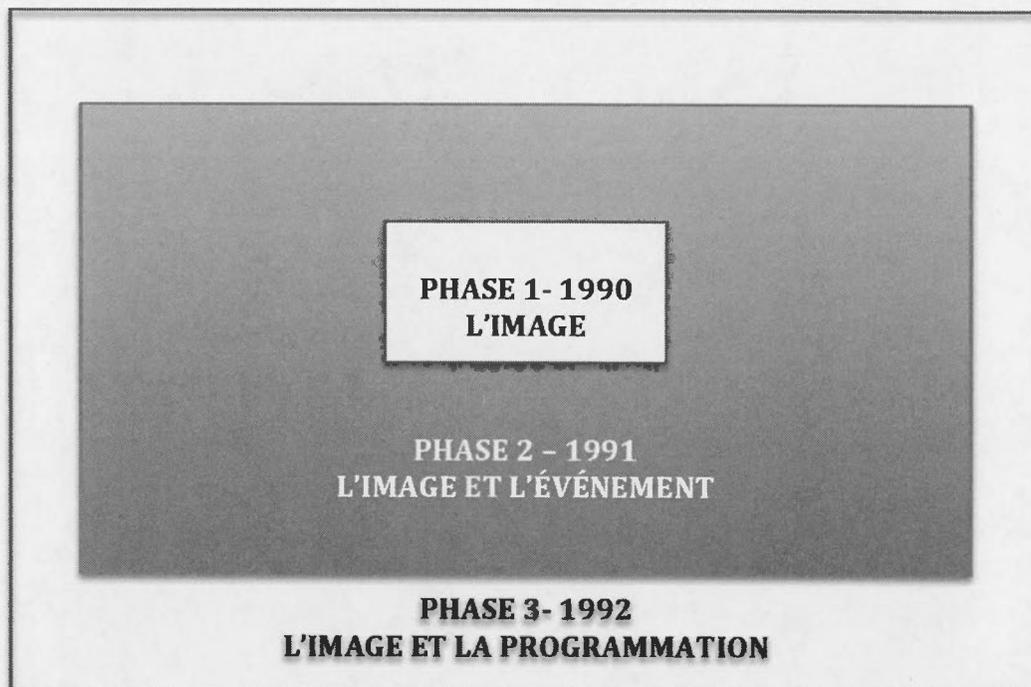


Figure 7.2 Évolution dans le temps de la campagne globale de Tourisme Montréal (OCTGM, 1989, p. 166)

### 7.2.3 Les célébrations du 350<sup>e</sup> comme vecteur d'aménagement urbain

Pour l'administration du maire Doré, l'année 1992 est d'une importance capitale, puisque la Ville de Montréal doit adopter son premier plan d'urbanisme. Les célébrations du 350<sup>e</sup>, prévues la même année, doit donc traduire la nouvelle politique d'aménagement en engageant des efforts particuliers en matière d'équipements et d'installations touristiques. À ce titre, le nouveau plan indique clairement que pour améliorer la performance touristique de la métropole, une amélioration de ses infrastructures est nécessaire. Ainsi, eu égard à la nature de la clientèle touristique qui fréquente Montréal, la métropole doit consolider les grands équipements culturels et mettre en valeur son patrimoine historique (Ville de Montréal, 1990). Ce constat explique l'ampleur du programme d'aménagement des attraits publics, culturels et touristiques mené par la Ville à l'occasion des célébrations du 350<sup>e</sup> et estimé à

441 millions de dollars (CC350AM, 1992). Pour consolider son positionnement de destination culturelle, l'offre muséale est significativement enrichie dans le cadre de ce programme par l'annonce de l'ouverture de deux nouveaux musées (Musée d'archéologie et d'histoire de Pointe-à-Callière et Musée des Hospitalières de l'Hôtel-Dieu de Montréal), de l'agrandissement et de la rénovation de deux autres (Musée d'art contemporain de Montréal et Musée McCord), ainsi que l'inauguration du Biodôme de Montréal.

Au chapitre des espaces publics, le Vieux-Port de Montréal, géré par une société de la Couronne, adopte une partie de son plan de réaménagement en 1990 en prévision des célébrations du 350<sup>e</sup> (Courcier, 2005). Le « nouveau Vieux-port de Montréal », qui sera inauguré en 1992, sera considéré comme un pôle d'attractivité majeur de l'événement, en raison du renforcement de sa vocation récréotouristique, mais aussi grâce à son intégration au quartier historique du Vieux-Montréal. Le parc Émilie-Gamelin, situé à l'angle des rues Berri et Sainte-Catherine et dédié jusqu'à cette date au stationnement de véhicules, connaîtra un effort d'aménagement dans la perspective de devenir un pôle d'activités multiples eu égard à sa proximité des réseaux de transport en commun. Le parc est d'ailleurs identifié comme la place du 350<sup>e</sup> tout au long de l'événement, du 12 juin au 7 septembre 1992.

### **7.3 Montréal et l'émergence de l'image de la métropole culturelle**

Lancées le 16 mai 1992, date d'anniversaire de la fondation de Montréal, les festivités du 350<sup>e</sup> sont marquées par leur richesse et leur diversité avec en filigrane une volonté de plaire aux Montréalais et d'attirer des touristes. À ce titre, la programmation de l'événement est développée autour de trois axes (OCTGM, 1989) :

- **Montréal un art de vivre : faire ressortir les traditions qui se sont établies au fil du temps à la métropole ;**

- Montréal, source de créativité : miser sur l'unicité de l'expérience comme étant la plus grande métropole francophone de l'Amérique du Nord ;
- Montréal, ville internationale : communiquer à propos des grands événements que la ville a accueillis dans les années 1960 et 1970 et sur le 350<sup>e</sup>.

Pour traduire ces axes, les célébrations misent particulièrement sur la dimension culturelle incarnée par l'augmentation rapide du nombre des festivals durant les années 1980. En effet, depuis le début de cette décennie, le mouvement culturel a pris un essor considérable dans la métropole. Favorisés par une augmentation significative des fonds publics dédiés à la création et à la promotion des arts, les événements à caractère culturel s'imposent rapidement comme le moteur de la dynamique métropolitaine. Sur le plan touristique, cette reconnaissance est apparente dès 1985, année où l'OCTGM fait l'éloge dans son rapport annuel du succès rencontré par les festivals. En l'absence de grands projets comme ceux de l'Expo et des Jeux, et au vu de la dégradation des infrastructures touristiques de la métropole, ces festivals s'imposent comme la principale source d'animation urbaine. Le 350<sup>e</sup> sera d'ailleurs le moment idéal pour renforcer le positionnement de Montréal comme destination culturelle.

### **7.3.1 Les célébrations du 350<sup>e</sup> et l'ancrage de l'image de Montréal métropole culturelle**

L'axe de communication pour l'année 1992 en matière de promotion touristique met en valeur l'esprit de fête qui va régner à Montréal tout au long des célébrations du 350<sup>e</sup>. La métropole est présentée comme le lieu où il faut être cette année-là et le produit touristique phare de la destination est structuré autour de la programmation du 350<sup>e</sup>.

Pour ancrer l'image de la destination culturelle, les activités proposées dans le cadre de l'événement couvrent les différentes expressions culturelles. Les activités à caractère historique ou patrimonial représentent 23 % de la programmation, alors que les fêtes populaires et les festivals couvrent 16 % des activités proposées dans la grille des programmes. L'arrondissement Ville-Marie, grâce à sa concentration de plusieurs sites patrimoniaux, particulièrement le Vieux-Montréal et le Vieux-Port, est le théâtre de 45 % des activités, confirmant ainsi son positionnement de pôle touristique par excellence de la métropole. En matière de fréquentation, les célébrations du 350<sup>e</sup> enregistrent une affluence record. Même si le rayonnement international de Montréal fait partie intégrante des objectifs de l'événement, il n'en demeure pas moins que comparativement à l'Expo 67 et aux Jeux de 1976, la portée de l'événement demeure malgré tout régionale. Dans cet esprit, les 7 millions de personnes qui participent aux activités du 350<sup>e</sup> constituent une performance digne de mention.

L'image de Montréal comme destination culturelle peut être aussi perceptible dans les campagnes publicitaires menées à l'extérieur du Québec. À ce titre, le message diffusé dans les différents supports médiatiques se décline autour de six thèmes<sup>47</sup> qui renvoient subtilement vers le caractère culturel de la métropole. Le programme « Ambassadeurs » mis en place par la Corporation des célébrations du 350<sup>e</sup> abonde dans le même sens de la confirmation du statut de Montréal comme destination culturelle. Dans ce contexte, le Cirque du Soleil, l'Orchestre symphonique de Montréal et les Grands Ballets canadiens, qui symbolisent l'excellence culturelle montréalaise, font la promotion de l'événement et la ville dans leurs tournées mondiales.

---

<sup>47</sup> Fêtons notre histoire, fêtons nos célébrités, fêtons notre gratte-ciel (en référence à la croix du mont Royal), fêtons nos monuments, fêtons nos artistes et fêtons nos coutumes).

### **7.3.2 Les célébrations du 350<sup>e</sup> comme exemple de collaboration fructueuse entre les acteurs**

En matière de partenariat avec le secteur public, le 350<sup>e</sup> bénéficie d'un soutien significatif des différents paliers gouvernementaux. D'abord, sur le plan financier, les gouvernements provincial et fédéral, accordent chacun 10 millions de dollars. À ce montant, il faut ajouter les fonds reçus des commanditaires publics et privés de l'événement et qui totalisent 3,86 millions de dollars. Sur le plan logistique, la corporation peut compter sur le soutien de plusieurs ministères, notamment ceux du Transport, des Sciences et Technologies, de la Communication, de l'Emploi, de l'Immigration, des Affaires indiennes, ainsi que du Secrétariat d'État. Du côté provincial, la désignation du ministre du Tourisme comme coordonnateur de l'action gouvernementale dans le cadre du 350<sup>e</sup> est un indicateur significatif de l'importance accordée au volet touristique de l'événement. À ce titre, la Corporation, avec Tourisme Québec et l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal, mènent conjointement une importante campagne promotionnelle de l'événement dans les différents marchés ciblés par l'événement, à savoir : le Québec, l'Ontario, le nord-est des États-Unis et la France.

### **7.4 L'après célébrations du 350<sup>e</sup> et les efforts de considération du positionnement culturel de Montréal**

En matière de retombées, le rapport produit par la Corporation des célébrations du 350<sup>e</sup> anniversaire conclut que l'événement a généré des retombées économiques considérables pour la métropole. Sur le plan touristique, l'évaluation va dans le même sens, compte tenu de l'augmentation du nombre de touristes tout au long de la période des fêtes et des infrastructures permanentes mises en place pour l'événement.

Les données recueillies par l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal révèlent que les arrivées touristiques dans la métropole de juin à septembre 1992 augmentent de 9,5 % par rapport à l'année précédente (CC350AM, 1992). Les données indiquent que la venue de 72 congrès de plus est directement liée aux célébrations du 350<sup>e</sup>. Au-delà de la variable quantitative des retombées, l'événement permet à Montréal de confirmer son statut de métropole internationale et plus particulièrement de capitaliser sur ses attraits culturels pour en faire une destination culturelle par excellence. Dans cette perspective, plusieurs manifestations qui voient le jour dans le cadre du 350<sup>e</sup> décident de prolonger leur présence dans le paysage culturel montréalais, c'est le cas notamment du spectacle Son et lumière, du Grand Jeu de nuit, du Festival les fêtes gourmandes internationales, du Tour de l'île des enfants, du Mondial Laser, ainsi que de l'exposition *Montréal, une histoire à suivre*.

Ces événements, ajoutés aux festivals déjà existants, ainsi que les nouveaux sites inaugurés en 1992, dont la grande majorité s'inscrit sous la bannière culturelle, permettent de consolider l'offre montréalaise en produits culturels, au point de positionner carrément la ville comme une destination culturelle. Ce positionnement est clairement explicité dans le plan triennal de l'OCTGM 1990-1992 : « [...] à l'exemple de Glasgow [en Écosse], faire de Montréal la capitale culturelle de l'Amérique du Nord » (CC350AM, 1992, p. 204). Pour atteindre cet objectif, l'office de tourisme identifie six composantes de la dimension culturelle de Montréal (figure 7.3).

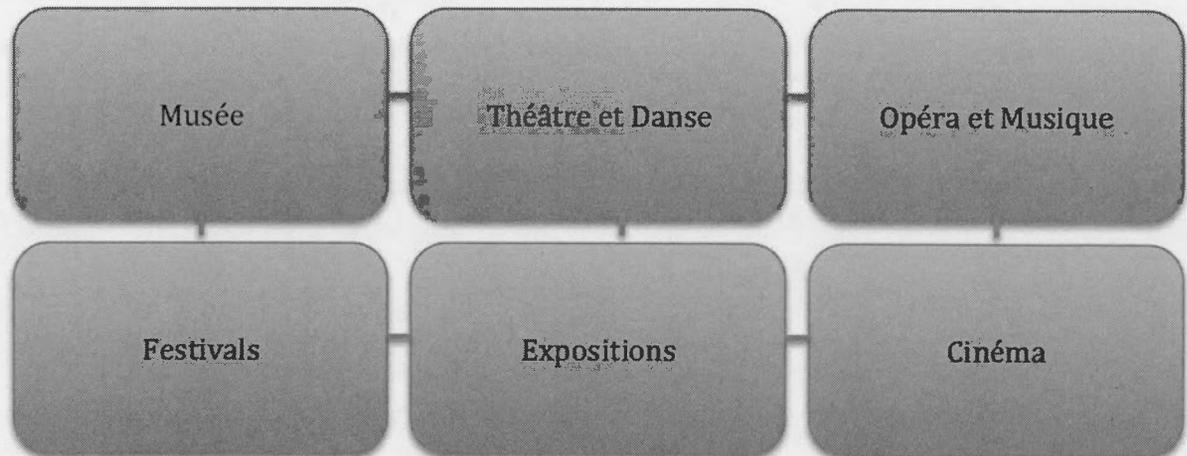


Figure 7.3 Les composantes de la dimension culturelle de Montréal (OCTGM, 1992, p. 204).

#### 7.4.1 Des équipements qui soutiennent l'image

L'organisation des célébrations du 350<sup>e</sup> permet à Montréal de se doter de nouvelles installations qui enrichissent l'image et le positionnement de la métropole voulus par les acteurs touristiques. Sur le plan muséal, deux nouveaux sites voient le jour grâce à l'événement ; il s'agit du Musée d'archéologie et d'histoire de Pointe-à-Callière et du Musée des Hospitalières de l'Hôtel-Dieu, en plus du Biodôme. Ce dernier est créé grâce au réaménagement du vélodrome construit à l'occasion des Jeux olympiques de 1976 ; il accueille désormais un environnement naturel représentatif des quatre écosystèmes du continent américain. Quant au Musée Pointe-à-Callière, il est fondé sur le site des fouilles archéologiques réalisées au cours des années 1980 et qui prouvent la naissance de Montréal sur ce site. Similairement, le 350<sup>e</sup> a un effet accélérateur pour l'agrandissement du Musée des beaux-arts, le déménagement du Musée d'art contemporain vers la Place des arts et la rénovation du Musée McCord. Du côté de l'aménagement des espaces publics, le 350<sup>e</sup> est à l'origine des nouveaux aménagements du Parc des îles, du Champ-de-Mars, de la place du 350<sup>e</sup> et de la place Charles-de-Gaulle située au parc Lafontaine (CC350AM, 1992).

#### **7.4.2 C'est parti pour une réelle gouvernance touristique**

Le 350<sup>e</sup> était la première occasion pour évaluer les bienfaits du regroupement de toutes les forces de Montréal en matière de promotion touristique. Malgré des champs de compétence qui restent à définir, il n'empêche qu'un nouveau modèle de gouvernance touristique s'est installé grâce à l'événement. Au-delà de la collaboration entre les différents acteurs, le développement touristique a été un souci présent tout au long de la phase de planification. Le 350<sup>e</sup> a été même considéré comme une opportunité pour donner une nouvelle image et un nouveau positionnement à la métropole. Comme nous le présenterons au chapitre VIII l'événement a été un tournant dans la mise en place d'un nouveau modèle de gouvernance touristique pour Montréal. Ce dernier sera désormais basé sur la collaboration et le partage de la vision de la ville, contrairement au modèle qui était basé sur la domination du maire.

#### **7.5 Conclusion du chapitre**

Le qualificatif de grand événement tel que défini au chapitre trois prend tout son sens dans le cadre des célébrations du 350<sup>e</sup>. L'événement a constitué pour la métropole un moment important à plusieurs égards.

Au volet des équipements, le 350<sup>e</sup> a été une occasion de relancer la dynamique des grands projets suspendue après 1976 à cause des déboires financiers du projet olympique. La différence a toutefois été marquée en comparaison avec les autres équipements érigés à l'occasion des grands événements précédents. En effet, les aménagements engagés lors du 350<sup>e</sup> visaient à déployer une vision de développement urbain bâti autour du nouveau positionnement de Montréal. Justement, cette évolution de l'image de Montréal, qui se veut une destination culturelle, est à mettre au compte

du 350<sup>e</sup>. L'OCTGM a saisi l'événement pour asseoir la nouvelle vision et la nouvelle image de la métropole. L'organisme, fort de sa nouvelle vocation comme principal acteur du développement touristique, a mis en place un plan marketing ayant comme objectif de communiquer graduellement le nouveau positionnement de la destination, lequel est étroitement associé aux événements culturels.

Sur le plan de la gouvernance touristique, l'événement était l'occasion de voir à l'œuvre les différents acteurs du développement touristique montréalais après les efforts de regroupements engagés au milieu des années 1980. À ce titre, nous pouvons enregistrer le 350<sup>e</sup> comme un grand événement qui a donné naissance à un nouveau modèle de gouvernance, basé sur la collaboration et le consensus au fil des différentes étapes du projet.

Finalement, nous pouvons conclure que le 350<sup>e</sup> a permis à la métropole du Québec de regagner la dynamique des grandes réalisations. Après les années « feux d'artifice » des décennies 1960 et 1970 (Linteau, 2007), Montréal, et tout le Québec, est rentré dans une phase d'attentisme qui a influencé négativement le développement touristique de la métropole. À cet effet, la partie qui suit propose une analyse des impacts de la trame événementielle sur les trois dimensions qui composent le développement touristique.

## **TROISIÈME PARTIE: RÉSULTATS DE RECHERCHE**

## **CHAPITRE VIII :**

# **DÉVELOPPEMENT ET GOUVERNANCE TOURISTIQUES À MONTRÉAL : D'UN MODÈLE À UN AUTRE**

Tel que nous l'avons exposé précédemment, la gouvernance touristique est un indicateur significatif pour évaluer le développement touristique d'une destination, particulièrement sur le temps long. À ce titre, notre dessein dans le présent chapitre est d'expliquer comment les trois grands événements étudiés dans cette thèse ont influencé l'évolution de la gouvernance touristique de la métropole. Pour ce faire, nous comptons d'abord nous attarder aux concepts de gouvernance et de gouvernance touristique. Ensuite, nous exposerons l'évolution de ce dernier concept à Montréal depuis le début du XX<sup>e</sup> siècle dans le but d'en faire la comparaison avec les modèles de gouvernance proposés dans la littérature scientifique.

### **8.1 Gouvernance et gouvernance touristique**

#### **8.1.1 Gouvernance : Essai de définition**

Le concept de gouvernance peut être qualifié de polysémique eu égard aux différentes significations auxquelles il peut renvoyer. Cependant, et malgré la multitude des définitions qui existent dans la littérature scientifique, Lequin remarque que la réflexion sur le concept s'articule principalement autour de la relation « entre l'autorité politique et la société civile » (2001, p. 77). Dans le même ordre d'idées, Hall (2011) précise que la gouvernance dans son sens le plus large renvoie au rapport entre l'autorité publique, d'une part, et les acteurs concernés par cette autorité, d'autre part. Dans une perspective institutionnelle, la gouvernance viendrait justement définir les règles de coopération entre les différents acteurs (Merrien, 1998). Néanmoins,

dans un contexte de postmodernité et de métropolisation, les sphères de collaboration entre les acteurs d'une société dépassent de loin la simple gestion du fait public. À ce sujet, Kooiman souligne qu'il faut saisir la gouvernance comme : « *Activities of social, political, and administrative actors that can be seen as purposeful efforts to guide, steer, control, or manage (sectors or facets of) societies.* » (1993, p. 2)

En effet, l'intégration de la dimension sociale à la notion de gouvernance est justifiée par l'origine même du mot. Les changements sociaux observés au lendemain de la Deuxième Guerre mondiale font émerger de nouveaux paradigmes en matière de démocratie. Le modèle de l'État-providence a été confronté à plusieurs crises économiques tout au long des décennies 1970, 1980 et 1990, et l'État s'est vu obligé de fournir plus de services avec moins de ressources. Dans cet esprit, l'intervention de nouveaux acteurs, privés plus spécifiquement, se doit d'être encadrée et régie par des cadres politico-administratifs avec l'ambition d'instaurer un système de bonne gouvernance des ressources (Marcelpoil, 2009). Ce système sera d'ailleurs largement adopté par les institutions financières internationales (Banque mondiale et Fonds monétaire international) qui définiront les normes de la bonne gouvernance dans le cadre de leurs interventions auprès des pays en voie de développement (Lequin, 2001). Ces derniers qui amorcent une nouvelle étape de leur histoire après des décennies de colonisation sentent le besoin de disposer d'infrastructures dédiées à la bonne gouvernance de leurs richesses. À ce titre, le concept de gouvernance reste intimement lié à la question de la gestion de ressources. D'ailleurs, Hultman et Hall (2012) considèrent la problématique de la gestion de ressources, naturelles en particulier, comme fondamentale dans l'évolution du concept de gouvernance (Hultman et Hall, 2012). Il ne serait donc pas étonnant de constater qu'une des premières introductions du concept de gouvernance dans la discipline touristique ait été dans le cadre d'activités basées sur la nature et les milieux fragiles, comme c'est le cas en écotourisme, en tourisme de nature ou en tourisme d'aventure.

En plus de la problématique de l'équilibre de pouvoir entre les intérêts publics et privés, la question du processus de décision peut être identifiée à son tour comme fondamentale dans la construction du concept de gouvernance. Dans cet ordre d'idées, Frischtak (1994) insiste sur les procédures à mettre en place afin de garantir la transparence nécessaire dans le processus de prise de décision. Pour ce faire, Trousdale (1999) et Frischtak (1994), invitent les acteurs engagés dans un projet commun à définir dès le départ les mécanismes de représentation, les procédés de gestion de conflit, les limites de l'autorité de chacun des acteurs ainsi que les figures de leadership utiles à l'atteinte des objectifs. Cette position est partagée aussi par Hall (2011), qui considère le processus de décision comme « *the core concept of governance* ». Selon cet auteur, la dimension du processus de prise de décision est importante puisqu'elle permet de définir le modèle de gouvernance selon lequel opèrent les acteurs. Dans un contexte métropolitain, marqué par sa complexité eu égard à la multitude des acteurs, de leurs intérêts et de leur pouvoir, l'existence d'un processus clair et fluide constitue un facteur clé de succès de l'ensemble du projet.

En résumé, l'analyse du concept de gouvernance et de ses dimensions peut constituer à elle seule un projet de recherche doctorale. Néanmoins, nous retiendrons la proposition de Lequin (2001, p. 85) qui explique que « la gouvernance repose sur un système ou un réseau d'acteurs dont la logique s'appuie sur la négociation et est axée sur la réalisation d'un produit commun ». À cette définition, nous souhaitons toutefois ajouter une précision concernant le contexte théorique et le contexte d'application :

- D'une part, la signification du concept de gouvernance devra être modulée en fonction du contexte théorique adopté. Autrement dit, la bonne compréhension du contexte autour d'un projet permet aux chercheurs de mieux cerner les possibilités de généralisation des connaissances (Hall, 2011).

- D'autre part, et de façon plus pratique, la prise en considération des fondements historiques, socioculturels, commerciaux, législatifs et politiques autour d'un projet permettra aux acteurs de mieux cerner les défis et de mieux définir leurs interventions. Trousdale (1999, p. 840) croit que « la compréhension des facteurs contextuels est essentielle pour le développement de tout projet de gouvernance ».

Dans le cadre de notre recherche doctorale, nous avons souligné que la dimension contextuelle occupe une place importante à plusieurs égards. D'une part, sur le plan méthodologique, l'approche historico-interprétative que nous avons adoptée se base essentiellement sur la prise en compte du contexte entourant un phénomène dans l'interprétation de ce dernier. D'autre part, nous avons démontré plus tôt que l'activité touristique dans un contexte métropolitain a ses propres caractéristiques vernaculaires qu'il faut prendre en considération. Par conséquent, l'évaluation de la gouvernance touristique dans notre recherche doit impérativement tenir compte du contexte du cas étudié.

### **8.1.2 Typologie des modèles de gouvernance**

Il existe une multitude de taxinomies proposées dans la littérature. En fonction de l'approche théorique mobilisée et de la perspective d'analyse adoptée, les critères de déclinaison du modèle vont différer. À ce titre, nous avons retenu deux modèles de typologie, représentatifs à notre avis des différentes contributions exposées dans la littérature. Il s'agit du modèle de March et Olsen (1995) et du modèle de Hall (2011).

Dans le premier modèle, celui de March et Olsen, les deux auteurs identifient trois phases pour cheminer vers un processus efficient de gouvernement. D'abord, un modèle centralisé où le flux d'information et de décision circule de façon pyramidale, du sommet vers le bas. Ce type d'organisation peut s'avérer nécessaire dans une

phase de construction ou de démarrage, voire incontournable (Lequin, 2001). En l'absence d'un système de gouvernance fonctionnel, les intérêts personnels ont tendance à prendre le dessus sur les intérêts collectifs, d'où l'intérêt de ce modèle dans la phase de démarrage. Ensuite, March et Olsen décrivent une phase moins centralisée où les échanges pour la compréhension et la gestion de l'action collective constituent la principale caractéristique du système. En dépit de l'espace d'échange offert par ce modèle, les interactions entre les différents acteurs doivent s'intégrer davantage dans un cadre institutionnel dans la perspective d'aboutir à l'idéal démocratique. Ce dernier nous amène à la troisième phase, celle de la gouvernance participative où les citoyens sont étroitement associés au processus de prise de décision. Malgré ce que les auteurs appellent « *complications in fulfilling democratic ideals* » (March et Olsen, 1995, p. 6) le modèle représente la meilleure option pour construire des institutions capables de bien gérer les politiques publiques.

Le deuxième modèle, celui de Hall (2011), est une compilation de deux propositions, celle de Frances et *al.* (1991) et celle de Pierre et Guy (2000). Le modèle présenté sous forme de matrice (figure 8.1) identifie quatre types de gouvernance et utilise deux critères : le degré de centralisation des décisions et la qualité des acteurs engagés.

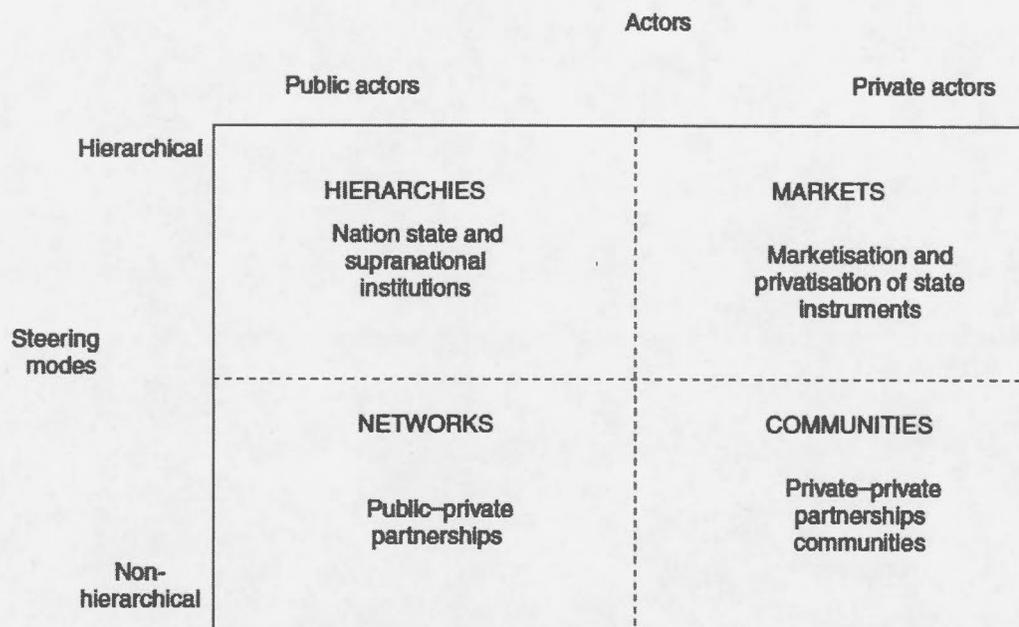


Figure 8.1 Typologie de la gouvernance touristique (Hall, 2011, p. 443).

À l'instar du modèle de March et Olsen (1995), le premier type de gouvernance est qualifié de hiérarchique ou d'élitiste. À ce niveau, il existe très peu de connexions entre les sphères publique et privée. Le processus de prise de décision respecte la pyramide des responsabilités où l'information circule du haut vers le bas. Le deuxième type de collaboration est dominé par une logique de marché où le secteur privé joue un rôle important. Les indicateurs économiques sont considérés comme la principale mesure de l'efficacité des politiques publiques, et les citoyens sont considérés d'abord comme des consommateurs. La collaboration en réseau représente le troisième modèle de gouvernance où le partenariat public-privé est au centre de toutes les décisions. Les politiques publiques sont établies en fonction des objectifs communs, et les acteurs opèrent dans un climat d'échange et de négociation. Finalement, le civisme est la principale caractéristique du modèle communautaire, le quatrième type de gouvernance. La communauté est y considérée comme mature et est capable de gérer ses affaires avec le minimum d'interventionnisme public.

À la différence du modèle de March et Olsen, le modèle de Hall n'adopte pas une logique évolutive dans le temps. En d'autres mots, au moment où les deux premiers auteurs exposent les conditions de transition d'un modèle de gouvernance à un autre, la typologie de Hall s'inscrit plutôt dans une démarche descriptive des différents cas de figure sans pour autant définir un ordre de transition. Pour justifier cette orientation, Hall, qui s'intéresse davantage à la gouvernance touristique, explique que la complexité et la nature même de l'activité touristique ne permettent pas d'appréhender cette dernière de la même façon que les théories de la gouvernance issues du champ des sciences politiques. Ajoutée à cela, la dimension contextuelle, exposée plus tôt, jumelée aux expériences observées sur le terrain, laisse présumer que la gouvernance touristique a ses propres caractéristiques. La section qui suit revient de façon plus explicite sur la notion de gouvernance touristique.

### **8.1.3 Gouvernance touristique**

Il semble qu'il n'existerait pas une définition à proprement dit de la gouvernance touristique. Au-delà de la perspective théorique, la gouvernance dans son acceptation générale renvoie vers une forme de régulation de la relation entre les différents acteurs engagés dans un projet commun (Boudières et Marcepoil, 2006 ; Hultman et Hall, 2012). De plus, Trousdale (1999) souligne que, au niveau de la gouvernance touristique, la dimension contextuelle est un facteur probant. D'ailleurs, des auteurs comme Bridge et Jonas (2002), Görg (2007) et Bridge (2008) associent l'émergence du concept de gouvernance touristique aux exigences du développement durable. Dans des milieux où la ressource naturelle et/ou culturelle est le principal facteur d'attraction, la mise en place d'un système de gouvernance est fondamentale pour s'assurer de la bonne utilisation de la ressource. D'autres auteurs comme Hall (2011) soutiennent plutôt que c'est le contexte social qui a été un catalyseur de l'émergence de

la notion de gouvernance touristique. Dans les pays développés, l'évolution des mécanismes de démocratie a changé les paradigmes de gouvernement des sociétés, et les pratiques de la bonne gouvernance ont envahi toutes les sphères de la vie publique. Le tourisme en tant que phénomène social marquant du XX<sup>e</sup> siècle dans les sociétés occidentales a été, à son tour, conquis par les principes de gouvernance vu le rôle important qu'a joué l'acteur public dans le développement du tourisme.

Ce parallèle entre l'évolution du contexte social et l'évolution des pratiques de gouvernance touristique se révèle pertinent dans le cas de notre thèse pour plusieurs raisons :

- La diffusion de l'esprit de gouvernance a été significativement associée au fait urbain. Selon Le Galès et Lorrain (2003), le vocable gouvernance a connu un succès important dans les métropoles. Vu l'envergure des services gérés par les grandes villes et tenant compte des processus de coordination politiques mis en place pour le rapprochement des intérêts divergents des différents acteurs, les métropoles sont considérées par ces deux derniers auteurs comme des lieux d'expression des modes de gouvernance (Le Galès et Lorrain, 2003). Dans notre cas, nous allons le voir dans ce chapitre, la gouvernance urbaine et la gouvernance touristique à Montréal ont connu toutes les deux une évolution remarquable depuis 1960.
- La place du tourisme dans la gouvernance urbaine est de plus en plus grandissante. Même si une grande partie des investissements touristiques proviennent du secteur privé (AFEST, 2002), il n'en demeure pas moins que le développement touristique dans les villes est de plus en plus investi par le pouvoir politique (Équipe MIT, 2006). Principalement orientés vers l'aménagement et la réglementation, les acteurs publics, et notamment dans les métropoles, font appel au tourisme comme stratégie de développement urbain. Que cela soit à travers l'organisation des grands événements ou l'aménagement

des grands projets, le tourisme est définitivement perçu comme une stratégie de revitalisation urbaine. Dans le cas de Montréal, l'interventionnisme public en matière de développement touristique a dominé le paysage métropolitain tout au long des décennies 1960, 1970 et 1980. À partir de cette dernière décennie, une nouvelle organisation et de nouvelles pratiques verront le jour dans le cadre de Tourisme Montréal.

## **8.2 Évolution de la gouvernance touristique à Montréal**

Pour évaluer le rôle qu'ont joué les grands événements dans la gouvernance touristique à Montréal, la première étape a été d'identifier les principaux acteurs en matière de développement touristique tout au long du XX<sup>e</sup> siècle. À ce titre, nous avons identifié trois intervenants, qui par leur dynamisme ont joué un rôle de premier plan : la Ville de Montréal, l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal et la Chambre de commerce de Montréal. Par la suite, et en nous basant sur les archives de ces trois institutions, nous avons pu reconstruire le modèle de gouvernance touristique de Montréal depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle jusqu'à la dernière décennie du XX<sup>e</sup> siècle. Cette reconstruction ne sera pas cependant un simple récit historique. Au vu de l'action des acteurs identifiés, nous décrirons les spécificités de chaque époque et procéderons au rapprochement avec les caractéristiques des modèles de gouvernance touristique établis par Hall (2011).

### **8.2.1 Structure de la gouvernance touristique à Montréal avant 1960**

Comme nous l'avons souligné, le Carnaval d'hiver de 1883 à 1889 peut être identifié comme le premier grand événement d'envergure qui marque le développement touristique de la métropole. Parmi les motivations clairement identifiées par les organisateurs de cet événement, la promotion de la destination pendant l'hiver est un objectif de premier ordre (Dufresne, 1980). Au-delà de l'intérêt pour le tourisme

comme phénomène social, associé à l'époque à la classe aisée, cette orientation reste très liée aux intérêts économiques des principaux acteurs de l'époque. Les clubs sportifs, à l'origine de l'initiative du Carnaval, sont dominés par la classe d'affaires et la bourgeoisie anglophone détentrice des principaux intérêts économiques de la métropole. Cette hégémonie est visible dans la structure du comité d'organisation qui regroupe au côté des représentants des clubs sportifs, les entreprises du milieu du commerce, de l'hôtellerie, des communications, du transport et de l'industrie de transformation (Dufresne, 1980, 2001). Ces derniers agissent comme des bailleurs de fonds de l'événement au grand dam de l'administration municipale qui, même représentée par le maire au comité d'organisation, n'a aucun pouvoir et se voit attribuer le rôle de facilitateur. L'autorité des clubs sportifs et de la classe d'affaires anglophone est évidente. Preuve à l'appui, la décision d'organiser, de suspendre et d'arrêter le Carnaval est prise par les clubs sportifs sans consulter le pouvoir politique. La décision d'ignorer la participation des francophones de la métropole tout au long des premières éditions du Carnaval est une autre démonstration de l'hégémonie des clubs sportifs anglophones sur la gestion de l'événement.

Malgré la position dominante d'un acteur sur les autres intervenants et la primauté des intérêts privés d'une communauté aux dépens des intérêts de l'ensemble de la population montréalaise, il reste que le Carnaval d'hiver de Montréal a le mérite d'initier les balbutiements d'une gouvernance touristique. Cet événement est la première manifestation avec des visées touristiques explicites réunissant autour de la même table des intervenants issus de milieux différents (sports, affaires, citoyens et administration) qui cherchent à collaborer en vue de mener un projet commun.

Ce type d'organisation, marqué par la dominance d'acteurs privés, se reproduira quelques années plus tard à l'occasion du Congrès eucharistique de 1910. Lors de cette manifestation d'envergure, l'Église catholique est le principal acteur. L'organisation générale de l'événement est placée sous l'autorité de Mgr Bruchési

qui coordonne les travaux de quatre comités, en l'occurrence ceux des finances, de la réception, des travaux, ainsi que celui des cérémonies, de décoration et procession (Dufresne, 1983, 2001). En raison du contexte sensible de l'époque, marqué par les tensions entre anglophones protestants et francophones catholiques, l'Église de Montréal contrôle dans les moindres détails la préparation et le déroulement de l'événement, laissant peu de marge d'intervention aux autres acteurs.

À la différence du Carnaval d'hiver, le Congrès eucharistique n'a aucune visée touristique. Néanmoins, les retombées sur ce plan sont énormes. Les statistiques les plus conservatrices font état de 200 000 visiteurs qui envahissent la ville au moment où la population atteint 468 000 habitants (Linteau, 2007). En matière de gouvernance, l'intervention de la ville se limite à produire et à distribuer le guide touristique de l'année qui est dédié exclusivement à cet événement (annexe E) ainsi qu'à participer aux différents comités d'organisation placés sous l'autorité de l'Église.

L'analyse de ces deux événements nous permet de déduire que le modèle de gouvernance touristique montréalais était dominé souvent par un acteur privé. Cette situation sera d'ailleurs maintenue, voire accentuée, jusqu'au moins la fin de la décennie 1950. Dès le début du XX<sup>e</sup> siècle, les acteurs privés sont de plus en plus présents dans le fait touristique montréalais. La création en 1919 du Montreal Tourist Bureau sera d'ailleurs un moment fort de cette emprise du privé sur le secteur touristique. Depuis son incorporation en 1921, l'organisme qui réunit l'élite anglophone de la ville, joue un rôle prépondérant dans la promotion de la destination et plus particulièrement dans la sollicitation des congrès. La contribution de cet organisme au développement touristique de Montréal est reconnue tant au niveau provincial qu'au fédéral. De plus, la ville participe financièrement aux activités de l'organisme en versant l'équivalent du montant perçu à titre des cotisations annuelles.

Au-delà de la reconnaissance financière, le dynamisme du secteur privé est davantage mis en valeur à l'occasion de ce que nous pouvons qualifier de premier geste d'intervention de l'acteur public dans le fait touristique. En 1944, le Conseil de ville, sous la présidence du maire Adhémar Raynault<sup>48</sup>, décide de transformer l'Office d'initiative économique, créé quelques années plus tôt, en l'Office d'initiative économique et touristique. La mission attribuée à cet office est justement, en coordination avec les acteurs privés, de relancer le développement touristique de Montréal dans la phase après-guerre. En 1946, cet office sera épaulé par un comité consultatif, créé par le maire Camillien Houde, qui a pour mission de collaborer en matière de promotion touristique avec les autres paliers de gouvernement. Cette multiplication d'instances visant à soutenir le développement touristique de la métropole va se poursuivre sous le règne du maire Sarto Fournier, malgré l'absence de résultats significatifs. Ce nouveau maire crée à son tour un comité avec un mandat plus large orienté vers la promotion et la coordination de tous les aspects de l'industrie touristique. À la fin de la décennie 1950, la situation est encore sensiblement la même avec un secteur privé de plus en plus présent et dominant. Ce constat est corroboré par un rapport de la Chambre de commerce du district de Montréal qui critique sévèrement l'inaction des différentes administrations municipales. Ce rapport, qui dénonce le manque d'engagement de la Ville de Montréal envers l'industrie, décrit par la même occasion une réalité où le secteur privé, en référence à l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal, joue le rôle de la Ville qui n'arrive même pas à produire une documentation suffisante pour les besoins de l'information touristique. Pour remédier à cette situation, la Chambre de commerce formule plusieurs recommandations à l'intention du maire Fournier dont :

---

<sup>48</sup> Raynault a été maire de Montréal à deux reprises, de 1936 à 1938 et de 1940 à 1944. Son mandat est marqué par l'aménagement du Jardin botanique, la construction du pont Pie-IX et l'acquisition de l'île Sainte-Hélène.

- la promotion de la protection du patrimoine touristique et historique ;
- la collaboration avec les autres paliers du gouvernement pour investir massivement en publicité ;
- l'organisation d'un Carnaval d'hiver ;
- et le lancement d'une étude de faisabilité en vue d'accueillir des compétitions sportives internationales à l'instar des Jeux olympiques et des Jeux de l'empire.

### **8.2.2 Structure de la gouvernance touristique à Montréal entre 1960 et 1980**

Le long règne de Jean Drapeau à la mairie de Montréal<sup>49</sup> peut être considéré comme marquant dans le développement de la gouvernance touristique de la métropole. Dès son arrivée au pouvoir, le maire Drapeau annonce en 1961 la création de l'Office municipal du tourisme. Cet organisme se voit attribuée une mission en trois volets :

- Sur le plan administratif, l'office doit continuer, améliorer et perpétuer la tradition, mise en place par la section touristique de l'Office d'initiative économique et touristique, de collecte de renseignements et de production de statistiques sur les visiteurs, leur durée de séjour ainsi que les modes de transport utilisés.
- Sur le plan de l'information, l'office doit, d'une part, produire de la documentation touristique destinée à informer les visiteurs sur les principales attractions touristiques de la ville et, d'autre part, mettre en place des centres d'accueil ayant pour objectif de répondre aux interrogations des touristes en visite à Montréal.
- Sur le plan de la promotion, l'office doit mettre en place des campagnes de propagande et de publicité à destination de la population locale et des visiteurs étrangers. Pour ce faire, l'office a le mandat de collaborer avec les divisions qui

---

<sup>49</sup> Jean Drapeau a été maire de Montréal d'abord de 1957 à 1959 et ensuite de 1960 à 1986, soit un règne de 29 ans, dont 26 ans sans interruption.

s'occupent du développement touristique aux paliers provincial et fédéral. Dans la même veine, l'office devra travailler de concert avec l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal à l'organisation des congrès sollicités par ce dernier.

La création de l'Office municipal de tourisme a des effets très concrets dès ses débuts. Dès lors, l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal s'occupe exclusivement de la sollicitation des congrès et se désengage de la fonction d'information touristique destinée aux visiteurs. À ce titre, l'Office de tourisme municipal se porte acquéreur du kiosque de renseignements situé au carré Dominion, qui était géré par l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal. Dans le même ordre d'idées, un deuxième kiosque verra le jour à l'aéroport de Dorval à l'été de 1962, et un troisième à Candiac sur la rive sud de Montréal.

Au-delà du dynamisme généré par la mise en place de l'Office municipal sur l'activité touristique à la ville, les relations de celui-ci avec les représentants des intérêts privés, qui portaient jusqu'à tout récemment le fardeau de la promotion touristique de la ville, ne sont pas à leur meilleur. À cet égard, les représentants de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal se plaignent du manque de coordination du nouvel office et réitèrent à l'occasion de chaque assemblée générale le souhait de voir augmenter le soutien financier de la Ville, ce qui n'arrivera pas au cours de la décennie 1960. En effet, la Ville, sous la gouverne de l'administration Drapeau-Saulnier, semble porter une plus grande attention aux grands projets (Expo 67, projet de métro par exemple) qu'à la consolidation des structures en place. Cette situation est d'ailleurs ouvertement critiquée par le comité tourisme de la Chambre de commerce du district de Montréal, qui juge les moyens financiers et humains alloués à l'Office municipal, insuffisants pour la réalisation de la mission qui lui est confiée.

Le manque de coordination entre le public, représenté par l'Office municipal, et le privé, représenté principalement par la Chambre de commerce du district de Montréal et l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal, atteint son apogée à l'occasion de l'Expo 67 alors que ces derniers sont complètement écartés du processus. À ce titre, aucune mention ou action spécifique n'est soulevée sur le sujet dans aucun des procès-verbaux de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal de 1962 à 1967. La seule allusion à l'événement est faite en 1964 alors que ce dernier organisme prévoit une augmentation des congrès à recevoir après l'Expo 67 en raison de la visibilité dont allait bénéficier la ville tout au long des six mois de l'événement.

Après les élections de 1970 et la ferme volonté affichée par le maire Drapeau de faire de Montréal une importante destination en Amérique du Nord, la nouvelle administration municipale, décide en 1971 contre toute attente de créer une nouvelle structure qui prendra le relais de l'Office municipal, c'est-à-dire le Service de relations publiques. Ce dernier, contrairement à l'Office municipal, ne s'occupera pas exclusivement du tourisme. Sa mission concerne tout simplement la promotion économique de la ville et le déploiement des outils nécessaires pour atteindre cet objectif. Néanmoins, une division tourisme sera mise en place à côté de trois autres divisions – cabinet du directeur, communication et arts graphiques – et reprendra les mêmes tâches que l'ancien Office municipal. Privé de moyens supplémentaires, cette division ne fera pas mieux que l'Office municipal et disparaîtra à son tour en 1979 dans la foulée d'une nouvelle réorganisation administrative de la Ville de Montréal. Cette dernière donnera naissance à une nouvelle structure nommée la Commission d'initiative et de développement économique de Montréal (CIDEM).

Tout au long de la décennie 1970, et malgré la création de deux nouvelles structures, la politique de l'administration Drapeau n'a pas changé. Le développement du tourisme dans la conception du maire doit se faire à travers de grandes réalisations et

non à travers la mise en place de services et d'organismes. De 1970 à 1979, la gouvernance touristique de Montréal s'est vue dominée par deux acteurs. D'une part, un acteur public qui intervient en matière d'information touristique, de promotion du patrimoine et du développement d'infrastructures et d'attractions ; d'autre part, un acteur privé voué à la sollicitation de congrès. Cette dualité organisationnelle, ajoutée au manque de collaboration entre les deux organismes, ne fait que nourrir le flou autour de l'image de Montréal. Promue différemment selon la perspective de chacun des acteurs, la métropole du Québec souffre de ce modèle de gouvernance et plus particulièrement dans un contexte où les déboires financiers du projet olympique prennent le dessus sur tous les efforts promotionnels de la ville.

### **8.2.3 Structure de la gouvernance touristique à Montréal de 1980 à 1992**

Dès le début des années 1980, le problème de concertation entre les différents intervenants en matière de promotion touristique devient de plus en plus évident. Avec l'entrée en scène d'un nouveau joueur, la Société du palais des congrès de Montréal en l'occurrence, l'unification des efforts de développement touristique de la métropole, en vue d'optimiser les retombées pour la ville, devient une priorité des acteurs publics aussi bien que privés. Dans ce sens, le commissaire de la CIDEM-Tourisme propose dès 1981 au comité exécutif de la Ville de Montréal, la création d'un organisme qui va regrouper l'ensemble des intervenants touristique de la métropole. Cette proposition est bien accueillie et le comité exécutif mandate le commissaire de la CIDEM-Tourisme de mener des consultations auprès de l'ensemble des acteurs. Avant même la fusion des principales forces vives de l'accueil touristique et de promotion de Montréal, les principaux organismes – Ville de Montréal, Office des congrès et du tourisme du grand Montréal et Société du palais des congrès – coordonnent leurs efforts budgétaires en matière de promotion et mènent dès 1983 un programme conjoint qui sera placé sous la responsabilité de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal. Pour sa part, la CIDEM-

Tourisme, en attendant l'aboutissement du processus d'unification, concentre ses énergies sur la planification stratégique et le développement du produit.

En 1986, le conseil d'administration de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal adopte le plan de fusion issu des consultations menées auprès des différents acteurs et procède en 1989 à la mise en place d'une nouvelle organisation ayant comme nom Tourisme Montréal. Cette dernière va intégrer les ressources de la CIDEM-Tourisme et plus tard de la Société d'accueil et de renseignement touristique de Montréal. Elle aura comme première préoccupation la définition d'un plan de développement stratégique pour la période 1987-1992. De concert avec l'ensemble des membres représentatifs de l'industrie du tourisme – hébergement, restauration, transport et services auxiliaires –, l'élément phare de ce plan sera l'organisation du 350<sup>e</sup> anniversaire de la fondation de la ville de Montréal.

### **8.3 Analyse de l'évolution du modèle de gouvernance touristique à Montréal**

Dans le modèle de Hall (2011) présenté plus tôt, quatre types de gouvernance touristique sont identifiés, à savoir : hiérarchique, de marchés, de réseau et communautaire. En comparant les caractéristiques définies par l'auteur pour chaque modèle, présentées dans le tableau de l'annexe F, nous pouvons conclure que la gouvernance touristique de Montréal est passée par trois modèles :

#### Avant 1960 : Modèle de marché

La principale caractéristique de ce modèle selon le schéma de Hall (2011) est la dominance du secteur privé qui monopolise à la fois les décisions et les outils. Pour la période avant 1960, c'est effectivement le cas. À l'occasion des deux grands événements organisés durant cette période, le Carnaval d'hiver (1883-1889) et le Congrès eucharistique (1910) les acteurs privés sont non seulement à l'origine de

l'idée, mais sont aussi des organisateurs et des bailleurs de fonds. La Ville de Montréal, ainsi que les gouvernements provinciaux et fédéraux ne jouent qu'un rôle de facilitateur, voire protocolaire.

#### De 1960 à 1986 : Modèle hiérarchique

Cette période, qui coïncide avec le règne du maire Jean Drapeau, peut être qualifiée de hiérarchique selon les critères établis dans le modèle de Hall (2011). Tout au long de cette phase, l'acteur public domine la scène politique et le processus de prise de décision. Ce dernier se fait dans le strict respect de la hiérarchie et il existe une réelle séparation entre les sphères d'intervention du public et du privé. Sur ce dernier point et dans le cas de Montréal, l'arrivée au pouvoir de l'administration Drapeau et la création de l'Office municipal de tourisme mènent à une séparation claire des domaines d'intervention des acteurs. Tout au long de cette phase, le principal acteur privé, l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal, s'occupe exclusivement de la sollicitation des congrès, alors que le développement du marché du tourisme d'agrément ainsi que l'accueil et l'information touristique sont sous la responsabilité de l'Office municipal.

En matière de prise de décision, les partis d'opposition de l'époque ainsi que les analystes d'aujourd'hui s'accordent pour qualifier le style de leadership du maire Drapeau d'« autoritaire ». Que ce soit à l'occasion de l'Expo 67 ou des Jeux de 1976, le maire ne consulte que sa garde rapprochée pour prendre des décisions et ignore les autres acteurs, peu importe leur importance. Aidé par une majorité confortable au conseil de la Ville jusqu'à 1974, Drapeau a sa propre vision de Montréal et s'abstient de recourir à des consultations élargies.

### De 1986 à 1992 : un modèle en réseau

Ce modèle de gouvernance est fondé sur un esprit de collaboration élargi entre les acteurs publics et privés et les politiques sont de ce fait plus cohérentes. Les intérêts privés sont pris en considération et les acteurs représentatifs de ces intérêts jouissent d'une place de choix dans le processus de prise de décision. Dans le cas de Montréal, les problèmes qui ont accompagné l'aventure du Stade olympique ont eu raison de la majorité du maire Drapeau au conseil de la Ville, et celui-ci cède sa place à partir de 1986 à une nouvelle équipe appartenant au parti Rassemblement des citoyens de Montréal (RCM), sous la direction de nouveau maire, Jean Doré. Comme l'explique Linteau (2007) :

Drapeau et le Parti civique, étaient représentatifs de la nouvelle classe moyenne francophone [...] qui s'était développée à partir des années 1920. Doré et le RCM représentent plutôt les nouvelles élites issues de la Révolution tranquille, comprenant de nombreux cadres et technocrates ainsi que des militants syndicaux et des animateurs socioculturels. Après les élections de 1986, c'est donc une nouvelle génération qui accède au pouvoir. (p. 166)

Justement, cette nouvelle génération a des façons de faire différentes de l'équipe Drapeau. Sur le plan de la gouvernance touristique, le projet d'intégration des différentes forces du développement touristique prend sa vitesse de croisière en 1986 et se concrétise officiellement en 1989.

Depuis ce temps, la planification touristique se fait de commun accord entre les différents partenaires aussi bien publics que privés, et le processus de décision est soumis aux règles d'échanges et de négociation. L'exemple du 350<sup>e</sup> représente un modèle de cette transition du modèle de gouvernance, puisque tous les acteurs concernés ont participé à la planification et à l'organisation de l'événement, chacun selon son champ de compétence.

En conclusion, pour illustrer l'évolution du modèle de gouvernance touristique de Montréal, la figure 8.2 résume le cheminement du modèle de la métropole ainsi que les caractéristiques de chaque période. Comparativement au modèle original de Hall (2011) qui distingue quatre types de modèle de gouvernance touristique, nous concluons, en nous basant sur les résultats de notre étude, que Montréal n'a pas encore atteint le stade du modèle communautaire. Ce dernier se caractérise par une présence marquée du secteur privé dans la gestion du développement touristique de la destination avec une faible intervention des pouvoirs publics. Or, dans le cas de la métropole du Québec, même si Tourisme Montréal jouit d'une place importante dans l'échiquier touristique local, l'intervention des acteurs publics n'est pas marginale. Le gouvernement du Québec, en vertu des contributions financières versées aux Associations touristiques régionales comme Tourisme Montréal (MTQ, 2014), garde un droit de regard sur la gouvernance de l'organisme. Pour sa part, la Ville de Montréal est représentée tant au conseil d'administration qu'au comité exécutif de l'organisme, et reste par conséquent très impliquée dans la gestion de Tourisme Montréal.

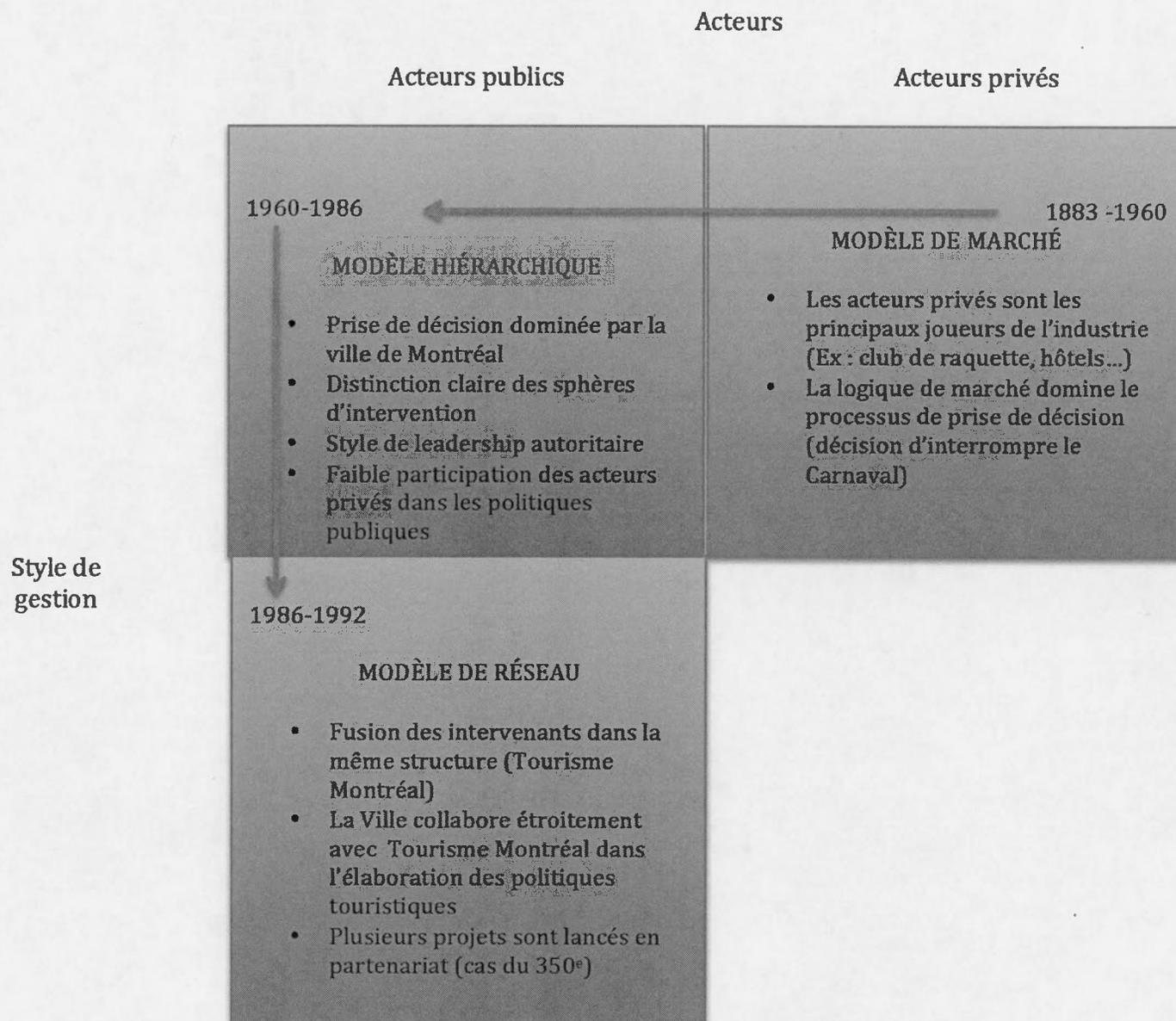


Figure 8.2 Évolution du modèle de gouvernance touristique à Montréal de 1863 à 1992 (Adapté du modèle de la typologie de la gouvernance de Hall, 2011).

#### 8.4 Conclusion du chapitre

Pour répondre directement à notre question de recherche, nous pouvons affirmer que les trois grands événements organisés à Montréal n'ont aucunement façonné le développement touristique de la métropole dans sa dimension de gouvernance. Ce qui infirme par la même occasion notre première hypothèse qui supposait que la tenue des grands événements modifie la structure de la gouvernance au sein d'une destination. Bien au contraire, nous pouvons même conclure que c'est plutôt l'évolution de la gouvernance touristique qui a été un facteur déterminant dans la réussite du 350<sup>e</sup>.

En effet, et contrairement à ce qu'affirme Drouin (2005), l'Expo 67 n'est pas à l'origine de la mise en place de l'Office municipal de tourisme. D'ailleurs, la création de ce dernier est intervenue en 1961 au moment où Moscou était encore la ville hôte de l'Exposition universelle de 1967. Pour rappel, ce n'est que vers la fin de 1962 que Montréal est choisie pour l'organisation de l'Expo 67. Hormis la non concordance des dates, la mise en place de l'Office municipal peut être attribuée à trois facteurs :

- La dimension identitaire : dominé par une élite anglophone, l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal portait peu d'attention à la promotion du caractère français de Montréal. Dans un contexte de Révolution tranquille et avec l'arrivée au pouvoir de Jean Drapeau, fervent défenseur de l'identité francophone québécoise, la création de l'Office de tourisme municipal a pour objet de promouvoir directement cette dimension. Dans le même ordre d'idées, l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal avait tendance à promouvoir un tourisme basé sur l'événementiel. Or, la communauté francophone luttait depuis le mouvement de Victor Morin pour la promotion du patrimoine historique, en

particulier celui issu de l'héritage du Régime français, comme étant la principale chose à voir dans la métropole.

- La dimension organisationnelle : la création de l'Office municipal de tourisme est le résultat d'un cheminement organisationnel qui a commencé en 1944 par la création de l'Office d'initiative économique et touristique. Par la suite, et avec le changement des administrations municipales, cette structure a évolué pour devenir l'Office municipal de tourisme en 1961, l'Office des relations publiques en 1971, CIDEM-Tourisme en 1979, et finalement Tourisme Montréal en 1989.
- La dimension économique : la phase de prospérité économique qui a caractérisé la période d'après-guerre a fait en sorte que l'activité touristique devient un relais de croissance important pour les villes. Dans presque tous les procès-verbaux de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal que nous avons consultés, l'organisme fait état de la montée en puissance du secteur touristique dans tous les grands centres urbains de l'Amérique du Nord. Dans cette perspective, plusieurs villes ont mis en place des structures organisationnelles pour intervenir directement dans l'industrie et surtout pour prendre le contrôle de la promotion de leur image. Ce constat est conforme au rapport formulé par la Chambre de commerce du district de Montréal en 1959 adressé au maire Sarto Fournier et qui incite la Ville à disposer d'un organisme capable de prendre en charge l'accueil et la propagande touristique laissés jusque-là aux mains du privé. En créant l'Office de tourisme municipal en 1961, Montréal ne fait que du rattrapage par rapport à ses concurrents.

Pour ce qui est des Jeux olympiques de 1976, la création de l'Office de relations publiques, et plus particulièrement de la division tourisme en 1971, n'est en aucun cas due aux préparatifs des Jeux. Ce constat peut être soutenu par les dires du maire Drapeau lui-même qui invoque des raisons administratives visant à rendre la ville « plus efficace, professionnelle, et productive dans le domaine des relations publiques » (Archambault, 1971). Selon le premier magistrat de la ville, cette fusion

de services qui accomplissent la même mission permettra, entre autres, une meilleure coordination des efforts promotionnels et publicitaires de Montréal auprès des différents marchés (Beauvais, 1971). De toute façon, comme nous avons pu le démontrer dans les chapitres précédents et au-delà des discours électoraux, la dimension touristique se réduisait dans la politique de l'administration Drapeau à la dimension d'hébergement. La division tourisme de l'Office de relation publique n'a joué qu'un rôle très timide dans le cadre des Jeux et plus précisément au niveau de la publication des guides touristiques. Fait curieux, le budget de cette division est sensiblement réduit comparativement à celui de l'ancien Office municipal de tourisme qui disposait avec l'exposition Terre des hommes d'un budget de 1,7 million de dollars en 1970. Lors de sa première année d'existence, la division tourisme de l'Office municipal de tourisme verra son budget fixé à 135 000 dollars (*La Presse*, 1971).

Quelques années après la fin des Jeux olympiques, plusieurs rapports<sup>50</sup> faisaient état du manque de coordination entre les différents acteurs de l'industrie. En dépit de la situation économique globale, l'absence de cohésion entre les partenaires privés et publics, jumelée à la détérioration des principaux attraits touristiques de la ville, serait même à l'origine de la situation critique de l'industrie. À cet effet, le processus de rapprochement entamé au début des années 1980 entre la CIDEM-Tourisme, l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal et la Société du palais des congrès a été la réponse concrète à ce problème.

---

<sup>50</sup> Rapport Picard (1986) sur le développement de la région de Montréal commandé par Approvisionnement et Services Canada ; Rapport sur la planification stratégique de marketing du tourisme québécois (1989-1992) commandé par le ministère du Tourisme du Québec ; et les rapports CEGIR (1983) commandés par l'Office de planification et de développement du Québec et portant sur le tourisme à Montréal (deux volumes).

Finalement, le 350<sup>e</sup> a été un résultat direct de l'évolution du modèle de gouvernance touristique de Montréal et non l'inverse. À la suite de l'intégration des différents acteurs, le nouvel office de tourisme, Tourisme Montréal en l'occurrence, a été un acteur de premier plan dans la planification et l'organisation de l'événement.

En résumé, nous pouvons conclure que la tenue des grands événements n'a eu aucune influence directe sur la gouvernance touristique de la métropole. Nous pouvons cependant affirmer que le manque de grands événements a accéléré le besoin de disposer d'une structure de promotion unique. En d'autres mots, la succession de deux événements comme l'Expo 67 et les Jeux de 1976 a fait en sorte que le schéma de développement touristique de Montréal soit basé sur des manifestations d'envergure. Après les déboires du chantier olympique, aussi bien les acteurs publics que privés n'ont pas vu l'intérêt à s'engager dans l'organisation d'autres grands événements ou grands projets au cours des années 1980. Ce vide va faire basculer Montréal vers un autre modèle de destination, basé davantage sur la promotion des équipements et des attractions urbaines que sur les événements. Ce modèle exige toutefois une concertation élargie entre les acteurs publics et privés et l'intégration de la dimension touristique au niveau de la politique urbaine. Dans ce cas de figure, un organisme de gestion de destination se trouve être le conciliateur entre les intérêts privés et publics ; néanmoins, en l'absence de cette tradition de concertation à Montréal, la métropole s'est trouvée très rapidement en concurrence avec d'autres destinations nord-américaines, sans disposer toutefois des mêmes outils aussi bien au niveau de l'offre qu'au niveau des structures de gouvernance.

## CHAPITRE IX :

### LES GRANDS ÉVÉNEMENTS ET L'IMAGE INTERNATIONALE DE MONTRÉAL

La question de l'image d'une ville est un sujet bien documenté. Et pour cause, l'espace urbain a soulevé à travers le temps la fascination et le déni. Néanmoins, certaines villes bénéficient d'un capital de séduction au point de devenir des lieux incontournables qu'il faut visiter au moins une fois dans sa vie. L'imaginaire créé par Paris, Londres ou Rome n'est cependant pas le fruit du hasard. Si ces villes européennes capitalisent sur leur position comme centre névralgique des empires déchus, le modèle des villes nord-américaines est tout à l'opposé. New York, figure de proue des villes mondiales et postmodernes, a construit sa fascination sur la réussite économique et la *new way of life*. À travers le temps et le développement des modèles de gouvernance, l'image d'une ville est désormais une préoccupation partagée des acteurs de la place. Dans les cas des métropoles, l'image de la ville fait carrément l'objet de stratégies délibérées et déployées à l'échelle planétaire. À ce titre, plusieurs cités utilisent les grands événements comme vecteurs de rayonnement international, au point où l'image de la ville est intimement liée à un ou plusieurs événements. L'exemple le plus connu dans ce domaine est celui de Barcelone, dont le développement est associé aux Jeux olympiques d'été de 1992 (Fava, 2012). Dans le même ordre d'idées, nous allons évaluer dans le présent chapitre les impacts sur l'image de Montréal des trois grands événements analysés dans cette thèse et, par le fait même, les impacts sur le développement touristique de la métropole.

## 9.1 L'image de la cité

Ce titre inspiré du livre du même nom de Lynch (1960) reflète bien l'intérêt porté à ce sujet depuis au moins un peu plus d'un demi-siècle. Dans la perspective de cet auteur, la compréhension d'une ville nécessite la compréhension des significations qu'elle renvoie. Ces dernières seront perçues et interprétées différemment en fonction d'un système complexe de valeurs propres à chaque individu (Baloglu et McCleary, 1999). Toutefois, il semble qu'il existe une certaine ressemblance dans les différents portraits établis (Lynch, 1960) permettant par le fait même de construire une image cohérente. Cette cohérence n'est cependant pas reliée à la similitude du système d'interprétation individuelle, mais elle dépend davantage de l'action urbanistique mise en œuvre sur le terrain (Ledrut, 1973). Selon cet auteur, l'acteur ayant « une fonction collective », en référence à l'acteur public, en participant à l'organisation de l'ensemble urbain contribue à la définition d'une image de la cité. Cette même idée est soutenue par Cavin (2005) qui soutient que l'aménagement du territoire, et par conséquent de l'image de ce dernier, est « le résultat composite de l'action des différents acteurs » (p. 19).

Le fait de mettre en valeur le rôle des acteurs dans la construction de l'image d'une ville peut paraître prématuré à ce stade. Il aurait peut-être été bénéfique de définir d'abord le concept de l'image de la ville avant de s'intéresser à sa formation. Justement, dans notre compréhension des études menées sur le sujet, et particulièrement celles de Lynch et de Ledrut, la définition de l'image ne peut être dissociée des acteurs qui la façonnent. Lussault (1993) adopte cette orientation et démontre à travers le cas de Tours comment l'acteur politique, par le biais de ses discours, cultive une certaine image de la ville que l'auteur étudie à travers les politiques urbaines. Selon Lussault, « l'image de la ville et l'action municipale se déploient et s'enrichissent peu à peu, une sorte de processus accumulatif de sédimentation. L'une et l'autre s'entremêlent et se légitiment mutuellement » (1993,

p. 28). Cette idée de l'image en tant que résultat de l'accumulation d'actions, nous la retrouvons aussi chez Morisset qui conclut que l'image construite est l'aboutissement dans le temps « d'un univers idéal de conceptions, de perceptions et de projets, lui-même éventuellement nourri par quelque état antérieur » (2001, p. 10).

Pour revenir à la définition de l'image, Lynch définit ce concept par rapport aux significations évoquées par les objets physiques et perceptibles. Selon lui, « l'image est une représentation mentale généralisée qu'un individu se fait du monde physique extérieur » (1960, p. 5). Dans son interprétation, l'image de la ville est lisible à travers la forme. Il exclut de ce fait la signification sociale que la pratique urbanistique pourrait appuyer. À l'opposé de cette idée, Ledrut (1973) insiste sur la dimension sociale et le sens donné par les acteurs dans la lecture de l'image de la ville. Celle-ci a « pour les hommes des significations sociales qui sont d'un autre caractère que les signaux qui entrent en jeu dans le repérage, la lisibilité et l'adaptation psychobiologique » (Ledrut, 1973, p. 29). Pour Cavin (2005), la vision de chacun des deux auteurs, considérés comme des pionniers de la question de l'image (Ledrut, 1973, p. 29), s'enrichit mutuellement. Au moment où Lynch (1960) s'intéresse à l'image à travers les objets, Ledrut s'attache aux significations portées par les acteurs économiques et politiques. Cette conjonction rejoint par ailleurs le souhait de Choay (1972), qui dénonce l'absence de la perspective fonctionnaliste de la pratique urbanistique qui tend à évacuer le sens donné par les acteurs à l'occasion des opérations d'aménagement. Pour Cavin (2005, p. 22), il est définitivement acquis que l'image d'une ville a « un recto physique » et « un verso social ».

En résumé, la question de la définition et de la formation de l'image d'une ville demeure complexe. Ce constat est prouvé par Stern et Krakover (1993) qui ont développé un modèle (figure 9.1) qui démontre que l'image d'une ville est un construit composite.

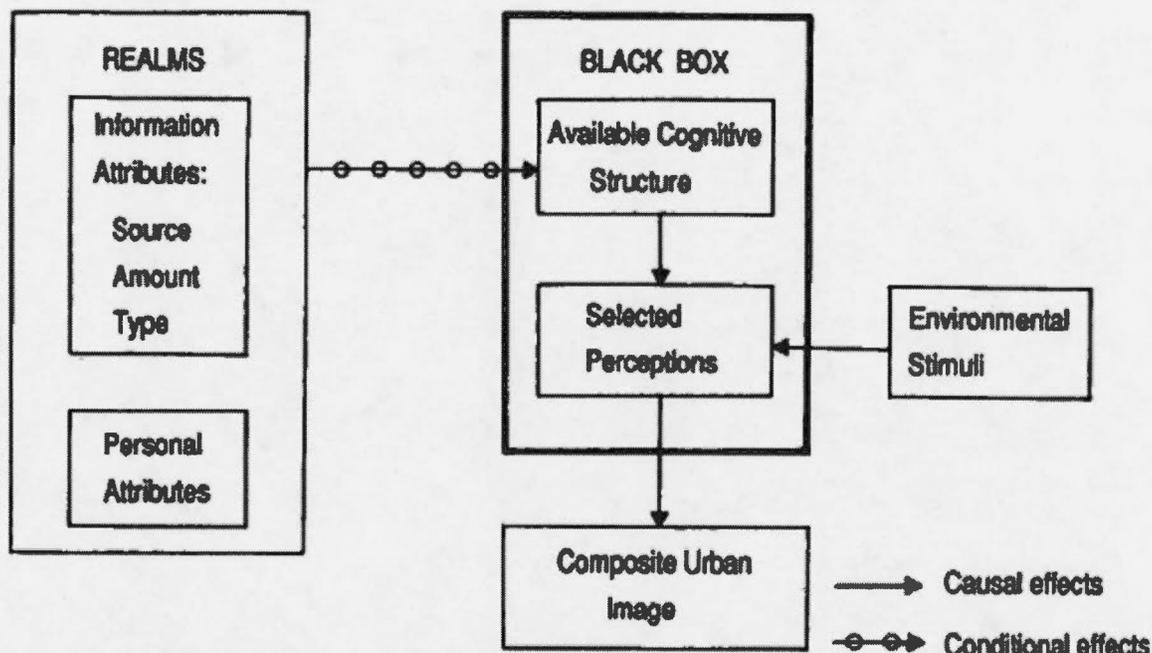


Figure 9.1 Processus de construction de l'image d'une ville (Stern et Krakover, 1993, p. 132)

Selon ces deux auteurs, l'image de la ville est le résultat d'un ensemble de facteurs qui relèvent, d'une part, de l'expérience et du vécu personnel du visiteur ou de l'habitant et, d'autre part, des stimuli de l'environnement. Ces derniers résultent à leur tour des dimensions sociales et physiques évoquées par Lynch (1960) et Ledrut (1973). La rencontre des deux facteurs est traitée selon une structure cognitive propre à chaque individu, qui finit par produire une image de la ville.

Sans prétendre analyser en profondeur le modèle de Stern et Karkover (1993), nous pouvons conclure que l'étude du processus de construction de l'image d'une ville est un sujet qui peut être appréhendé de différentes manières et peut mobiliser différentes perspectives. Dans le cas qui nous intéresse, la trame événementielle que nous étudions suppose la prise en compte de l'action des acteurs qui participent à la construction de l'image de la ville/destination. Dans ce sens, le point qui suit traite de

la relation entre le tourisme, les grands événements et la ville.

## **9.2 Tourisme, grands événements et image de la ville**

### **9.2.1 L'image d'une ville en tant que destination touristique**

L'intérêt pour la problématique de l'image de la ville s'est accentué dans un contexte métropolitain. Au vu de la multitude des acteurs qui s'activent au sein des grandes villes, le risque de transposition d'une image hétérogène est significatif (Moisy, 1998). Or, dans un monde de plus en plus global, le besoin, notamment celui des voyageurs internationaux, de s'identifier à des repères identiques est de plus en plus important. Selon Lynch (1960), ces repères représentent un gage d'assurance pour le touriste dans un monde exotique et où le tourisme est considéré comme un effort supplémentaire dans la construction de l'image de la métropole (Fava, 2012). Selon Nadia Favia, l'ère de la ville post-industrielle et la concurrence entre les villes ont rendu le développement des stratégies de marketing urbain obligatoire. L'attractivité de la ville en tant que destination touristique dépend non seulement de ses équipements, de ses services et de son ambiance, mais tient aussi à l'image que perçoit le touriste de son vécu et de l'expérience des autres. En fonction de l'évolution de la vie métropolitaine, le marketing urbain viendra accompagner le processus de changement d'image de la destination, l'objectif étant de rapprocher le plus possible l'image voulue par les acteurs de la ville de l'image perçue par les habitants et les touristes.

Si la question de l'action des acteurs est d'une importance capitale auprès des théoriciens de l'image de la ville, elle trouve le même niveau d'intérêt chez les spécialistes de l'image de la destination touristique. Dans ce domaine, la problématique de l'influence de l'image sur les intentions de visite a été amplement étudiée. Néanmoins, Brokaw (1990, p.32) remarque que « *Before image can be used*

*to influence behavior, it is important to understand what influences image* ». À cet effet, plusieurs modèles sont disponibles dans la littérature. Nous retenons le modèle de Seyhmus Baloglu et Ken W. McCleary (1999) (figure 9.2) qui présente, à notre avis, un double avantage. D'une part, et même si la date de sa conceptualisation laisse envisager son obsolescence, il n'en demeure pas moins que le caractère généraliste du modèle lui permet d'être toujours d'actualité. Ainsi, plusieurs auteurs (Fernandez et al., 2010 ; Molina et al., 2010 ; Ozdemir, 2010) issus de disciplines différentes se basent encore aujourd'hui sur ce modèle en tentant de le faire évoluer. D'autre part, le modèle de Baloglu et McCleary (1999) adopte une approche fédératrice puisqu'il tient compte des déterminants proposés par les autres auteurs pour la formation de l'image. Dans le cas de la destination urbaine, le modèle tient compte des spécificités de cet espace en se basant sur les éléments étudiés par Lynch (1960) et Stern et Krakover (1993), et rejoint par conséquent l'ancrage géographique objet de notre étude.

De l'avis Baloglu et McCleary (1999), les déterminants soulevés dans le modèle n'ont pas le même poids dans la formation de l'image d'une destination. Ces deux auteurs concluent à la lumière des tests statistiques de corrélation que la variété et le type des sources d'information influencent non seulement les perceptions, mais aussi les motivations. En d'autres mots, l'information en provenance de l'extérieur, désignée par les stimuli externes dans le modèle de Stern et Krakover (1993), est significativement importante comparativement au vécu personnel, et influence par le fait même le processus d'évaluation cognitif et affectif des données. La source d'information revêt dans le schéma de Baloglu et McCleary un poids important et met ainsi en valeur, encore une fois, le rôle des acteurs dans le processus de formation de l'image, étant donné qu'ils sont à l'origine du processus de production de l'information. Si aujourd'hui les citoyens et les touristes d'une ville sont considérés comme les principaux générateurs et diffuseurs de l'information touristique par le biais du Web, il demeure que, dans notre cas, et eu égard à la période étudiée (1960-

1992), le Web n'était pas encore une pratique généralisée et les acteurs publics et privés disposaient d'un monopole en matière de diffusion de l'information.

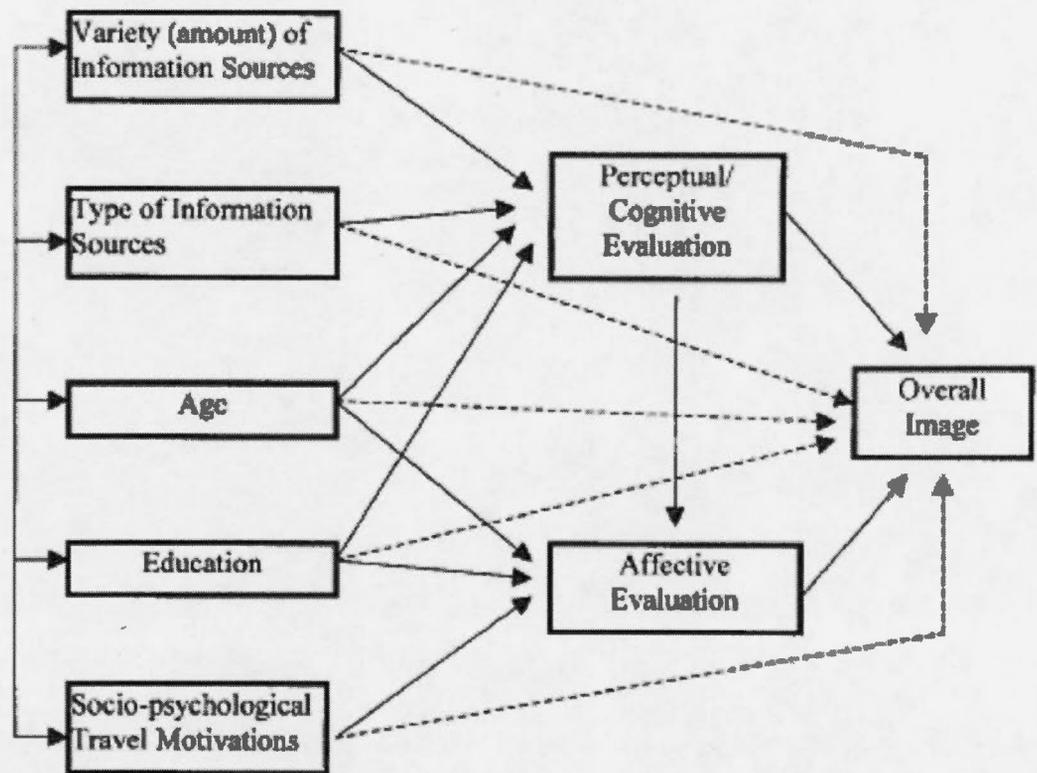


Figure 9.2 Modèle des déterminants de l'image d'une destination touristique (Baloglu et McClellan, 1999, p. 871)

### 9.2.2 Les grands événements comme vecteur de diffusion de l'image urbaine

La richesse patrimoniale et historique n'est plus considérée comme unique facteur d'attractivité. Dans les villes post-industrielles, l'expérience urbaine, façonnée entre autres par les événements de toutes sortes, est un vecteur de différenciation amplement utilisé par les destinations métropolitaines (Nilgun, 2009). Au chapitre des grands événements, Christopher Law (1993a) affirme qu'ils ont de toute évidence

une influence directe sur l'image d'une destination, et plus particulièrement ceux qui ont une portée mondiale. Dans le cas de plusieurs métropoles, c'est même une stratégie délibérée de développement touristique. À ce titre, les Jeux olympiques, les expositions universelles et, dans une moindre mesure, les célébrations de fondation d'une ville, sont parmi les grands événements qui font rayonner une destination à travers la planète (Law, 1993a ; Ballester, 2009 ; Chrsitofle et Massiera, 2009). L'effet sur l'image de la ville et sur le développement touristique est encore plus important quand l'événement est rattaché à un équipement. Pour faire face au caractère éphémère de l'événement, les villes recourent au développement parallèle de monuments qui font prolonger la temporalité de l'événement. Dans plusieurs cas, l'équipement deviendra une attraction touristique à part entière (Fava, 2012). Cette idée rejoint d'ailleurs les propos de Lynch (1960) qui souligne que l'existence d'objets physiques imposants permet aux villes de transmettre une image plus puissante. Cette orientation a d'ailleurs pris un essor éloquent au cours de la décennie 1990. Au-delà des monuments rattachés à un événement, plusieurs villes se sont dotées de constructions iconiques symbolisées par un design non conventionnel et un architecte de facture mondiale (Gravari-Barbas, 2009). Construit en 1997, le musée Guggenheim de Bilbao est identifié aujourd'hui comme le symbole de la naissance de ce courant qui ne cesse de prendre de l'ampleur.

Pour revenir à la relation entre les grands événements et l'image, Gras (2007) note que ces événements sont souvent appréhendés par les acteurs comme une occasion de renouveler l'image d'une ville ou bien de confirmer une image que les acteurs souhaitent transmettre. Pour les politiciens en place, il s'agit d'un souci permanent. Ces derniers cherchent par l'organisation de manifestations sportives et culturelles à asseoir « une dynamique de l'événement qui compte plus que l'événement » (Merle, 2007, p. 2). Quant aux événements qui rejoignent un public au-delà des frontières de la ville d'accueil, ces manifestations agissent comme des cartes postales favorisant la diffusion d'une image fabriquée de toutes pièces par les acteurs (Miranda et

Cermakova, 2009). C'est le cas notamment des Jeux olympiques, qui confèrent aux villes hôtes un prestige international sans précédent. Eu égard à la couverture médiatique dont bénéficie l'événement, « les jeux ont atteint une dimension mondiale impressionnante qui excède par témoins directs ou télévision interposée la participation à toute autre manifestation culturelle, scientifique, ou religieuse » (Landry, 1993, p. 7).

S'il est admis que les Jeux olympiques ont un effet sur l'image de la ville, Wolff (2004) estime que c'est plutôt la réorganisation spatiale et les grands projets qui accompagnent le chantier olympique qui permettent de nourrir l'image de la cité. L'événement qui se prolonge sur une quinzaine de jours n'est pas à même, selon l'auteur, de créer une réelle image et il faut adopter une perspective plus large pour bien évaluer les impacts de l'événement. Roult (2011) abonde dans le même sens et ajoute que c'est plutôt le projet urbain déclenché à l'occasion des jeux qui véhicule l'image. Il appuie ses propos par le cas de Barcelone qui a effectivement connu un essor remarquable après les jeux. En effet, la métropole catalane a connu une métamorphose de sa morphologie urbaine au point où les Barcelonais considèrent les jeux comme un moment de renaissance de leur ville. Cette même logique d'évaluation plus large des impacts d'un événement sur l'image de la ville est de plus en plus adoptée par divers auteurs. À ce titre, citons deux exemples. Le premier cas est celui de Lisbonne qui, en organisant l'exposition universelle de 1998 (Expo 98), a permis de mettre à niveau toute une zone urbaine marquée jusque-là par un environnement très dégradé (Neves et Sarmento, 2009). Au-delà des bénéfices touristiques, l'image de la ville s'est trouvée rehaussée par la qualité de l'organisation de l'événement d'une part, et la nouvelle configuration urbaine d'autre part (Neves et Sarmento, 2009). Le second exemple est celui des Jeux olympiques d'hiver de 1992 qui se sont déroulés à Albertville, dans le département français de la Savoie. Les études post-olympiques ont démontré que l'ensemble du département a bénéficié de l'offre touristique globale qui s'est trouvée améliorée grâce à un plan d'aménagement

du territoire substantiel adopté à l'occasion de l'événement (Blanc-Eberhart *et al.*, 2009)

### **9.3 L'impact des grands événements sur l'image touristique de Montréal**

Pour analyser les impacts des trois événements étudiés sur l'image touristique de Montréal, nous allons nous référer aux différentes perspectives théoriques présentées précédemment avec une attention particulière au modèle de construction de l'image touristique de Baloglu et McCleary (1999). Dans leur schéma d'analyse, ces deux auteurs retiennent le type et la source d'information produite par les acteurs comme un facteur probant dans le processus de diffusion de l'image. Dans un système de gouvernance où les acteurs travaillent en collaboration, l'image véhiculée est cohérente au vu du travail réalisé en amont. Dans un système de gouvernance éclaté et marqué par une lutte de pouvoir, chaque groupe d'acteurs diffusera les informations qui servent ses intérêts et sa culture, d'où une image multiple et floue.

#### **9.3.1 Avant 1960 : Deux solitudes, deux images**

La dualité culturelle et linguistique qui a caractérisé Montréal à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle et tout au long de la première moitié du siècle qui a suivi a teinté la dimension touristique de la métropole. Forte de son développement industriel et de son positionnement comme métropole du Canada, Montréal accueille alors principalement un tourisme d'affaires. La croissance rapide des réseaux ferroviaires, de l'automobile et du transport maritime et fluvial facilite l'essor économique et commercial de la ville. Pour accueillir les visiteurs venus des autres villes canadiennes, des États-Unis et de l'Europe, plusieurs hôtels voient le jour au centre-ville de Montréal, et le commerce de bijoux est florissant dans la métropole. Fait important, ce sont essentiellement les Canadiens anglais et les immigrants venus essentiellement d'Europe qui détiennent la grande majorité des entreprises et des commerces de la métropole.

Sur le plan touristique, le pouvoir économique détenu par la communauté anglophone de Montréal a marqué significativement le paysage touristique de la métropole. Tout au long du XIX<sup>e</sup> siècle, et jusqu'en 1920, les événements à caractère sportif ou culturel sont la principale attraction touristique de la ville. Parmi les événements qui ont connu un rayonnement important et une assistance significative à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, citons : l'inauguration du pont Victoria et du Crystal Palace en 1860, l'édition de 1884 des expositions agricoles et industrielles de Montréal et le jubilé d'or de la reine Victoria en 1887. Néanmoins, l'événement touristique par excellence de cette fin de siècle reste le Carnaval d'hiver (1883-1889). Organisé par les clubs de raquette de l'époque, dont la gestion est dominée par la communauté anglophone, l'affluence record des visiteurs de cet événement marque pour plusieurs décennies l'image touristique de Montréal. Comme en témoignent, les guides touristiques publiés par la Ville de Montréal dans les années 1920, « l'ambiance de Carnaval » est un argumentaire qui revient assez souvent pour décrire l'esprit de la ville durant la saison d'hiver. Plus significative encore, la demande formulée par la Chambre de commerce du district de Montréal en 1959 à l'attention du comité exécutif de la ville. En effet, faisant valoir le succès du Carnaval d'hiver de 1883-1889, les membres de la chambre n'hésitent pas à exhorter les autorités municipales à organiser un Carnaval d'hiver afin de relancer l'activité touristique de la métropole pendant la saison hivernale.

Du côté des Canadiens français, le militantisme des nouvelles élites montréalaises se concentre davantage sur la mise en valeur du patrimoine local. Au-delà des démarches de classification et de reconnaissance de la valeur historique d'un certain nombre de bâtiments, les efforts de cette communauté ont pour dessein la reconnaissance des traditions des Canadiens français comme une partie intégrante de la culture montréalaise. En agissant sur le discours destiné aux touristes par le biais des guides touristiques et l'intégration de quelques sites patrimoniaux (château

Ramezay par exemple) dans les circuits touristiques, les Canadiens français réussissent à transmettre une image différente de la ville de celle véhiculée jusqu'au début des années 1930.

S'il est vrai qu'à la veille de la décennie 1960 l'image touristique de Montréal transposait fidèlement la dualité culturelle et linguistique de la société, il reste que l'image dominante était celle de la métropole d'événements. Aidée par la réglementation provinciale favorisant la vente de l'alcool, Montréal était la destination nord-américaine des groupes de musique, de théâtre et de cirque. À la fin de cette décennie la dynamique événementielle est très bien installée, et les installations en place sont parmi les meilleures sur le continent.

En résumé, et pour revenir au modèle de Baloglu et McCleary (1999), nous pouvons conclure que, eu égard à la domination du secteur privé dans la gestion de l'industrie touristique métropolitain, l'image touristique véhiculée était celle d'une destination d'événements. La communauté des Canadiens anglais qui détenait les rênes du pouvoir économique assurait par le fait même la gestion du principal acteur de la ville en matière de développement touristique, à savoir l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal. Ce dernier, comme nous l'avons constaté à travers l'étude de ses publications de 1919 à 1992, principal outil de diffusion d'information de l'époque, communiquait plus sur l'esprit festif de Montréal que sur les sites historiques à visiter et la culture locale. Notre conclusion se voit confirmée par l'analyse d'une revue des articles du journal *La Presse* pour les années 1920 et 1930, réalisée par la Ville de Montréal, qui fait valoir le rôle des événements culturels et sportifs dans le rayonnement mondial de Montréal.

### 9.3.2 1960-1980 : Montréal, ville internationale

Même si l'administration Drapeau n'a posé aucun geste significatif pour le développement de la gouvernance touristique à Montréal, il n'en demeure pas moins que le maire avait un intérêt affiché pour faire rayonner l'image de Montréal à travers le monde. Motivé par la volonté de démontrer le génie des Canadiens français, Jean Drapeau s'engagera dès son arrivée, dans un contexte de Révolution tranquille, dans l'organisation d'événements de grande envergure. À cet effet, deux moments importants participent à la construction de l'image touristique de Montréal :

- Avant l'Expo 67 : Avec l'arrivée du maire Drapeau, la ville connaît une nouvelle dynamique. Particulièrement orienté vers les grands projets, le maire voyait sa ville avec un œil de grandeur, même s'il faut le rappeler que bon nombre de projets étaient déjà planifiés bien avant, comme c'est le cas du métro. Dans la vision du premier magistrat de la ville, Montréal est déjà une ville de calibre international. Preuve à l'appui, la présentation faite de la métropole dans le dossier de candidature présenté par la ville au Bureau international des expositions (BIE) dans l'objectif d'organiser l'Expo 67 : « Montréal est également un des principaux centres internationaux de communications aériennes. Les avions de 17 sociétés, canadiennes et étrangères relient la ville à de nombreux centres du continent et même du monde entier. Presque toutes les grandes villes du globe sont raccordées directement à Montréal par la voie des airs. » (Bastien, 2007)
  
- Après l'Expo 67 : même s'il y avait des signes précurseurs qui laissaient prévoir un succès sans précédent de l'événement, aussi bien le Canada que le monde ont découvert une ville moderne, en pleine mutation. Une ville du XXI<sup>e</sup> siècle,

comme souhaitait le dire Drapeau, capable de gérer des foules importantes et d'accueillir les grands noms de l'époque. La tenue de l'Expo 67 à Montréal a eu à notre sens plusieurs impacts sur l'image de Montréal, et ce, à deux niveaux :

- D'abord au niveau canadien : Le premier impact de l'événement sur l'image de Montréal a été le fait de retrouver sa place comme métropole du Canada. Même si Montréal avait perdu ce statut depuis au moins les années 1930 au profit de Toronto (Linteau, 2007) il n'en demeure pas moins que sur le plan de l'image, le succès de l'Expo 67 était non seulement celui de Montréal, mais celui du Canada tout entier. Dans cet esprit, l'édition du 28 octobre 1967 du *Globe and Mail* titrait : « *In Expo, Canada came of age* ». Pour le rédacteur de l'article, la réussite de l'événement est celle de tous les Canadiens quelles que soient que soit leur origine et leurs différences. Pour les Canadiens, l'Expo 67 est un rêve qui a été réalisé, indique MacDonald dans l'édition du 30 octobre 1967 du journal *The Leader-Post de Regina*. Dans la même veine, *Le Soleil* du 25 octobre 1967 souligne que l'Expo a redonné confiance au Canada et qu'en l'absence d'autres événements de la même ampleur, les Canadiens se souviendront beaucoup de cette année.
- Ensuite au niveau international : Même en l'absence de statistiques sur la part des visiteurs étrangers, nous pouvons certainement conclure que l'image internationale de Montréal s'est trouvée rehaussée. À titre d'indicateur, les visiteurs de marque de l'Expo 67 ont tous été éblouis par l'événement. Ce constat se trouve aussi conforté par l'appréciation très positive des membres du Comité international olympique qui ont été invités à l'événement par le maire Drapeau en guise de démonstration de la capacité de Montréal à accueillir des événements de grande envergure.

Année	Nombre de congrès organisés à Montréal
1965	192
1966	192
1967	n.d.
1968	n.d.
1969	292
1970	246
1971	255
1972	259
1973	294
1974	307
1975	315
1976	347
1977	266
1978	274
1979	333

Tableau 9.1 Évolution du nombre de congrès organisés à Montréal de 1960 à 1980 (Compilation réalisée par l'auteur à partir des rapports de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal entre 1965-1979).

Au-delà des impacts directs de l'Expo 67 sur l'image de Montréal, nous pouvons conclure à travers l'analyse des archives de la Ville de Montréal, de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal et de la Chambre de commerce de Montréal, que l'Expo 67 a fait entrer Montréal sur le marché global des congrès internationaux. Le tableau 3.1 retrace l'évolution du nombre des congrès organisés à Montréal avant et après l'Expo.

Historiquement, le nombre de congrès organisés à Montréal ne dépassait jamais les 200 congrès. Après l'Expo, ce chiffre n'est jamais redescendu en bas de 250, sauf en 1970. Nous pensons que cette évolution n'est pas due uniquement à l'événement en tant que tel, mais plutôt aux infrastructures et aux aménagements mis en place à l'occasion de l'Expo 67.

- Avant les Jeux olympiques : comme nous l'avons exposé précédemment, la forte médiatisation des problèmes de construction du Stade olympique a nui à l'image de Montréal dans le monde entier. Même si les statistiques de fréquentation présentées au tableau 3.2 démontrent que cette situation ne s'est pas traduite par une baisse de visiteurs, il reste qu'il existe des facteurs explicatifs du maintien, voire de l'augmentation, du nombre de visiteurs que nous pouvons attribuer aux éléments suivants :
  - L'Expo 67 a incarné dans l'esprit des Québécois cette image de grandeur. Comme la structure du tourisme montréalais était majoritairement domestique, les visiteurs des autres villes continuaient de visiter Montréal, car ils voyaient en elle une image d'eux-mêmes, une image d'un Québec moderne et avant-gardiste (Bastien, 2007).
  - La politique des grands projets menés par Drapeau a généré une nouvelle dynamique favorisant une nouvelle fréquentation des lieux. À cet égard, le Vieux-Montréal s'affichait comme le témoin de la mutation des pratiques touristiques (Drouin, 2009a). Avec ses terrasses et ses boîtes à chanson, le Vieux-Montréal attirait une nouvelle clientèle plus jeune et adepte d'un caractère plus festif.
- Après les Jeux olympiques : En matière d'affluence, les Jeux ne peuvent certainement pas attirer le même nombre de visiteurs. Néanmoins, la couverture médiatique de l'événement a permis à Montréal de consolider son image de ville

internationale. À ce titre, le nombre de visiteurs en provenance de l'extérieur du Canada ne cessera d'augmenter comparativement à son niveau d'avant les jeux et jusqu'au moins 1981. Le tableau 9.2 présente l'évolution de la fréquentation touristique de Montréal entre 1975 et 1981 :

<b>Provenance</b>	<b>1975</b>	<b>1976</b>	<b>1977</b>	<b>1978</b>	<b>1979</b>	<b>1980</b>	<b>1981</b>
États-Unis	1006	1223	1174	1171	ND	1280	1150
Europe	147	274	185	239	276	268	279
Afrique	8	9	11	12	15	16	16
Asie	34	53	35	53	57	58	56
Amérique centrale	12	21	15	19	22	26	23
Amérique du Sud	10	13	17	18	25	30	29
Autres	140	28	19	21	40	46	46
<b>TOTAL</b>	<b>1357</b>	<b>1621</b>	<b>1456</b>	<b>1533</b>	-	<b>1724</b>	<b>1599</b>

Tableau 9.2 Évolution de la fréquentation des touristes étrangers à Montréal, 1975-1981 (en milliers) (Compilation de l'auteur à partir des données du rapport de CEGIR sur la fréquentation touristique de Montréal et les grandes variables qui l'influencent entre 1975 et 1981).

Comme preuve de l'établissement d'une image de Montréal comme ville internationale, le maire Drapeau réussira en 1980 à organiser une exposition florale de grande envergure et dont l'attribution est coordonnée par le BIE. Même si l'événement n'a pas connu une réussite à l'image des deux événements précédents, il n'empêche que les Floralies ont permis d'attirer des centaines de milliers de touristes en provenance du Québec et de l'extérieur. Une année avant cet événement et à l'occasion du 50<sup>e</sup> anniversaire de la très réputée salle de concert Radio city Music

Hall<sup>51</sup>, 50 villes à travers le monde sont invitées et Montréal est la seule représentante du Canada. Montréal est aussi la seule ville canadienne retenue dans le cadre de la série d'articles intitulée « *The sophisticated traveler* » parue dans l'édition du 13 mars 1983 du *New York Times* (CEGIR, 1983b).

En résumé, les changements sociaux profonds qu'a connus le Québec à partir des années 1960 ont sensiblement influencé l'image de Montréal en tant que destination touristique. Le maire Jean Drapeau, qui incarnait la vision d'une nouvelle élite montréalaise et québécoise, rêvait d'une ville moderne et ouverte sur le monde. De l'avis de Drapeau lui-même, le Québec avait besoin de grands projets pour prouver au monde le génie de l'intelligence québécoise. À ce titre, l'Expo 67 et les Jeux olympiques, en plus de situer Montréal comme une ville de calibre international, ont confirmé l'identité distincte des Canadiens français comme un acteur de premier plan. Ce postulat est partagé par Ramsay (2002) qui, en analysant l'évolution de l'image touristique de Montréal à travers les guides touristiques de 1951 à 1980, arrive à la même conclusion. De l'avis de cette auteure, le visage français de Montréal s'est dessiné en filigrane de ces événements. Les retombées de l'Expo et des Jeux, et plus généralement de la rénovation urbaine générée par ces événements, sur l'image ont permis d'abord l'acquisition d'une notoriété et la création « de symboles d'identification à la ville » (Ramsay, 2002, p. 23). Cette dernière dimension est à notre avis très importante dans la pérennité de l'image de Montréal comme ville internationale. En d'autres mots, l'Expo et les Jeux ont certainement fait découvrir au monde une ville aux allures modernes, cependant, et vu le caractère éphémère des deux événements, cette image ne saurait se perpétuer en absence d'un contexte d'accueil favorable. Le virage social pris par Montréal et le Québec a permis

---

<sup>51</sup> Salle de spectacle très connue de New York, fondée en 1929, l'année de la Grande Dépression. Source : <[http://fr.wikipedia.org/wiki/Radio\\_City\\_Music\\_Hall#Histoire](http://fr.wikipedia.org/wiki/Radio_City_Music_Hall#Histoire)> [consulté le 6 juin 2013].

l'instauration d'une culture de grandeur qui va teinter tous les événements qui auront lieu par la suite.

### 9.3.3 1980-1992 : Place à la culture

Dans ses dernières années à la tête de la mairie de Montréal, Jean Drapeau poursuivra sa politique d'organisation d'événements qui bénéficient d'une notoriété internationale. À ce titre, il réussira à faire venir à Montréal en 1985 deux expositions de renom qui se tiendront simultanément. *Ramsès II* et *Picasso*. Pour ce genre de manifestation, le succès est sans appel, puisque plus de 700 000 personnes ont visité l'exposition *Ramsès II* (Bastien, 2007), alors qu'il fallait faire la ligne pour visiter l'exposition *Picasso* au Musée des Beaux-arts de Montréal. Dans un article paru le 30 octobre 1985 dans la revue féministe *La vie en rose*, on pouvait lire que « jamais les beaux-arts n'auront été si courus à Montréal » (Beaudet, 1985, p. 48) et que le crédit de cet engouement est à mettre au compte du maire Drapeau et du ministre des Affaires culturelles Clément Richard.

Hormis ces expositions, d'autres événements ont eu lieu à Montréal au cours de la décennie 1980. Parmi les plus courus, le Festival des films du monde, le Festival Juste pour rire et le Festival international de jazz de Montréal. Ce dernier verra d'ailleurs son assistance dépasser le million en 1989, soit neuf ans après son lancement. En l'absence de grands événements à l'instar de l'Expo et des Jeux, les festivals précités et bien d'autres de plus petite envergure, ont pris le relais dans la diffusion de l'image de Montréal. La place grandissante de ces derniers sera d'ailleurs perceptible dès le milieu des années 1980. Dans un rapport publié par l'Office de planification et de développement du Québec en 1983, et qui traite des efforts de promotion de Montréal, l'image de la métropole est exposée de la façon suivante : « L'image de Montréal en est une de ville internationale, ville d'ambiance à caractère

européen et francophone, avec une architecture moderne et un réseau souterrain impressionnant, où le touriste se sent en sécurité.» (CEGIR, 1983a, p. 95) Si la dimension internationale imprimée par l'Expo et les Jeux est toujours présente dans l'imaginaire collectif, celles de l'ambiance et du caractère européen francophone sont désormais en tête d'affiche. L'accent mis sur ces deux dimensions peut être expliqué par les éléments suivants :

- En ce qui a trait de l'ambiance, la récurrence des festivals de musique, de théâtre ainsi que des manifestations sportives a créé au sein de la ville une dynamique événementielle soutenue. Épousant les valeurs d'une nouvelle génération où le tourisme et le loisir font partie intégrante du style de vie, cette dynamique a donné à la ville une ambiance festive. À l'instar des métropoles occidentales, où le tourisme urbain est florissant, Montréal verra la naissance d'une vie urbaine animée.
- Pour ce qui est du caractère francophone et européen de la ville, la fin des années 1970 et le début de la décennie suivante seront marqués par l'arrivée au pouvoir du Parti québécois. Ce dernier, fervent promoteur de la souveraineté du Québec, mettra en avant le caractère français de la province qui sera considéré comme un atout dans le cas de Montréal. Par rapport à ces concurrents nord-américains, notamment Boston et Toronto, Montréal se différencie par sa double culture et ses racines européennes.

En 1985, la place des événements culturels et sportifs dans la diffusion de l'image touristique de Montréal est encore plus explicite. Comme on peut le lire dans le rapport annuel de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal de 1985,

Montréal acquiert de plus en plus une excellente réputation pour ses événements culturels populaires et sportifs. Nous n'avons qu'à souligner les étonnants succès des expositions Ramsès et Picasso, des festivals de Jazz, du film et des feux d'artifice, du grand prix de formule 1, des internationaux de tennis, du marathon de Montréal et combien d'autres

événements qui ont permis à la communauté montréalaise d'accueillir un nombre nettement supérieur de touristes à celui de l'année dernière. (OCGTM, 1985)

Cette reconnaissance qui apparaît dès la première page du rapport de l'organisme chargé du développement touristique de Montréal en dit long sur l'évolution de l'image touristique de Montréal. Cet organisme ira même un peu plus loin en créant la même année un comité consultatif chargé d'étudier la faisabilité de relancer le Carnaval d'hiver. Fait important la même année, la création par le ministère du Tourisme du Québec des grands Prix du tourisme. Destinés à récompenser les entreprises qui se sont démarquées au sein de l'industrie, ces prix vont dédier une catégorie aux événements touristiques qui ont généré des retombées exceptionnelles dans leur milieu. Ces prix sont aussi le synonyme par excellence de la place grandissante des événements dans le paysage touristique non seulement à Montréal, mais dans l'ensemble de la province.

Enfin en 1987, l'OCTGM va lancer pour la première fois de l'histoire de la métropole un processus de planification stratégique à l'horizon 1992 avec l'objectif de redéfinir l'image de la destination. Comme nous l'avons mentionné précédemment, à l'issue du processus Montréal prendra le virage de la destination culturelle en utilisant le 350<sup>e</sup> comme un événement de rupture. Depuis ce temps, Montréal n'a fait que consolider ce positionnement, d'une part, en agissant sur les mécanismes de financement des événements touristiques et, d'autre part, en améliorant la cohésion entre les différents acteurs.

#### **9.4 Conclusion du chapitre**

La lecture de l'évolution de l'image de Montréal peut être étudiée selon plusieurs perspectives théoriques que nous avons soulevées dans ce chapitre.

D'abord, à la lumière du modèle de Baloglu et McCleary (1993), nous pouvons conclure que le rôle des acteurs dans la définition et la diffusion de l'image de Montréal a été prépondérant. Selon le cadre théorique défini par ces deux auteurs, la source de l'information a une influence probante sur les autres facteurs constitutifs du modèle. Dans le cas de Montréal, et eu égard au style de gouvernance dominé par un seul acteur jusqu'à la moitié des années 1980, l'image diffusée dépendait étroitement de l'action de cet acteur. À titre d'illustration, tout au long de son règne sur la mairie de Montréal, le maire Jean Drapeau a été l'acteur le plus influent. Dans le contexte de la Révolution tranquille, le discours du maire, en plus de l'organisation de l'Expo et des Jeux, permettra à Montréal d'acquérir pour toujours l'image d'une ville internationale. À cet effet, il nous faut souligner un élément très important. En l'absence de structures dédiées au développement touristique, aucune stratégie n'a été mise en place tout au long du règne du maire Drapeau pour différencier entre l'image touristique et l'image de la ville. Ce n'est qu'après la fusion des forces vives du développement touristique de Montréal en 1989 qu'une image de destination commencera à prendre forme. Cette situation nous permet donc de confirmer notre troisième hypothèse qui associe étroitement la notoriété de l'événement à celle de la ville. En effet, la multiplication des grands événements fera en sorte que ces derniers deviennent une composante importante dans le positionnement touristique de la ville hôte de ces événements, ce qui a été le cas à Montréal.

Ensuite, comme nous avons pu le démontrer, les événements à Montréal, quels que soient leur taille et leur type, ont toujours fait partie du paysage touristique de la métropole depuis au moins le Carnaval d'hiver de 1883. Dans les mots de Pilette et Kadri (2005, p. 77), Montréal était au XIX<sup>e</sup> siècle « une petite fabrique d'événements ». Loin des visées commerciales, les événements organisés transposaient fidèlement la réalité sociale qui se tissait en trame de fond. L'Expo et les Jeux restent deux bons exemples à ce titre, puisqu'ils reflétaient l'ascension des valeurs portées par la

Révolution tranquille et défendues par une élite de Canadiens français. Cette lecture rejoint profondément la perspective de Ledrut (1973) qui soutient que l'image d'une ville est le résultat du sens donné par les acteurs. Ces derniers, et particulièrement l'acteur qui occupe une « fonction collective », la Ville de Montréal dans notre cas, vont façonner par leurs actions l'image de la ville, cette dernière étant appréhendée, selon Ledrut, comme un champ de significations sociales.

Enfin, si nous reprenons l'image de Montréal telle que décrite plus tôt par l'Office de planification du Québec en 1983, nous pouvons déduire que le portrait exposé de la métropole est le résultat de l'accumulation des images produites à chacune des périodes. Cette perspective rejoint celle soutenue par Lussault (1993) et Morisset (2001), qui affirment que l'image de la ville est le résultat d'un processus cumulatif de sédimentation. Dans le cas de Montréal, l'Expo 67 et les Jeux olympiques de 1976 ont permis à la ville d'acquérir une image internationale, et le 350<sup>e</sup> a permis à la métropole de consolider son positionnement comme destination culturelle. Comme le soulignent à compter de 1992 les rapports de Tourisme Montréal, l'image de Montréal sera celle d'une destination culturelle de dimension internationale.

Pour conclure ce chapitre et pour répondre à notre question de recherche, nous estimons que les grands événements ont joué un rôle significatif dans le développement touristique de Montréal et plus particulièrement sur le plan de l'image. L'élément le plus évident et le plus documenté dans la littérature est celui de la dimension internationale. Il ne fait aucun doute que les grands événements des années 1960 et 1970 ont permis à Montréal de confirmer son statut de métropole internationale. Au-delà des éléments d'expansion géographique et démographique qui caractérisent les métropoles internationales, Montréal avait besoin d'événements qui reflétaient les changements à la fois sociaux, urbains et économiques qui avaient cours. Néanmoins, dans un contexte de ville post-moderne, ces changements, malgré

leur importance, avaient besoin d'une reconnaissance mondiale afin d'arriver à séduire des investisseurs étrangers.

Le deuxième élément que nous souhaitons soulever comme impact direct des grands événements sur le développement touristique à Montréal est celui des congrès. À ce jour, très peu d'études ont fait le lien entre l'Expo et les Jeux d'une part, et le développement des congrès d'autre part. Eu égard à l'augmentation significative du nombre de congrès avant et après ces deux derniers événements, et à l'analyse du discours de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal tout au long des décennies 1960, 1970 et 1980, il ne fait aucun doute pour nous que les grands événements ont eu un rôle dans l'affirmation de l'image de Montréal comme ville de congrès internationaux. Ce constat peut être soutenu par le fait que malgré la non-existence d'un centre de congrès jusqu'en 1983 et la faiblesse des budgets de promotion<sup>52</sup>, la métropole québécoise réussissait pourtant à rivaliser avec ses principaux concurrents que sont Toronto et Boston.

Enfin, le développement des congrès à Montréal peut être attribué directement à l'image internationale que s'est créée la ville par l'organisation des grands événements. Il n'empêche que ces événements, aussi paradoxal que cela puisse paraître, ont sur un autre plan limité un développement plus important des congrès. Au moment où Montréal misait sur les grands événements comme moyen de développement urbain et touristique, Toronto et Boston encourageaient un modèle basé sur le développement des installations et des équipements urbains et touristiques. Cela explique qu'une fois la politique des grands événements abandonnée à Montréal, la ville se soit trouvée en retard par rapport aux villes concurrentes nord-américaines. Le chapitre qui suit expose les impacts de ces événements sur le troisième indicateur

---

<sup>52</sup> Selon le rapport de l'Office de planification et développement du Québec, Toronto dépensait cinq à dix fois plus en promotion que Montréal dans les marchés cibles.

du développement touristique, en l'occurrence les équipements et les installations touristiques.

## CHAPITRE X :

# LES GRANDS ÉVÉNEMENTS COMME CATALYSEUR DES ÉQUIPEMENTS URBAINS

Gilles Sénécal et Claude Manzagol estiment que les équipements mis en place à l'occasion de l'Expo 67 et des Jeux olympiques de 1976 n'ont pu servir qu'à des fins locales et que l'utilisation de ces équipements a semblé limitée et problématique. Pour les deux auteurs, ces deux événements « ne rapportèrent pas les résultats escomptés » (1993, p. 363). De notre côté, nous réfutons cette affirmation. Comme nous allons le démontrer dans le présent chapitre, les grands événements que nous avons étudiés dans notre thèse ont eu des retombées considérables sur la métropole et plus particulièrement au niveau des équipements urbains à vocation touristique. Dans ce sens, et avant d'exposer ces retombées, nous commencerons par situer la place des équipements dans la définition des métropoles postmodernes. Ensuite, nous établirons le lien entre les grands événements, comme une caractéristique des métropoles postmodernes, et le développement des équipements touristiques. Finalement, nous reviendrons sur le rôle joué par les grands événements dans le développement touristique de Montréal, et plus particulièrement au niveau des équipements touristiques.

### 10.1 Métropoles et équipements touristiques : quelle relation ?

Pilette et Kadri (2005, p. 89), affirment que « le tourisme métropolitain est caractérisé par l'importance des engagements financiers pour doter la ville et la métropole en infrastructures et en équipements liés au tourisme ». À partir de cette déclaration, on peut déduire que les équipements touristiques font partie intégrante du paysage métropolitain. Dans le même ordre d'idées, Beudet et Chicoine (2008) considèrent

les équipements touristiques comme urbains par définition, vu leur inscription habituelle dans la ville. Cette affirmation est soutenue par une analyse historique de Beudet qui démontre que les équipements érigés dans des sphères urbaines ont été « détournés » par la vocation touristique. En d'autres mots, même si « l'aménagement touristique ne s'articule pas nécessairement à des équipements dont il serait la principale raison d'être » (Beudet, 2008, p. 5), le tourisme a agi comme un facteur de valorisation de ces équipements, comme cela a été le cas pour le patrimoine. L'exemple type de cette démarche est celui de Bath. Conçue au départ comme une station thermale au début du XVIII<sup>e</sup> siècle, la ville sera très fréquentée à cause non seulement des bienfaits de ses eaux, mais à cause aussi des équipements construits pour accueillir les visiteurs. Bath sera considérée même comme un cas de rupture avec la tradition urbanistique de l'époque puisque les bâtiments édifiés dans la ville changeront à jamais la morphologie urbaine de Bath (Cossic, 2003 ; Beudet, 2008). À en croire Beudet, Bath est devenue vers la moitié du XVIII<sup>e</sup> siècle une agrégation d'équipements destinés à servir les résidents et les visiteurs.

Depuis ce moment-là, la place des équipements dans le développement touristique des villes n'a jamais cessé de prendre de l'ampleur. En Europe comme en Amérique du Nord, le cadre bâti sera le fer de lance des équipements urbains à vocation touristique. Si le cas de Las Vegas au début du XX<sup>e</sup> siècle reste à bien des égards particulier<sup>53</sup>, plusieurs villes des deux côtés de l'Atlantique – Paris, Londres et New York entre autres – ont misé sur l'érection des équipements comme une marque de leur différenciation. Dans l'histoire contemporaine, nous pouvons identifier trois moments importants du développement touristique des villes :

---

<sup>53</sup> Le modèle de Las Vegas représente une exception par rapport au développement des villes au début du XX<sup>e</sup> siècle. Perçu comme un condensé d'équipements ludiques et touristiques, le modèle de Las Vegas ne sera que très peu diffusé à travers le monde.

- De 1945 à 1970 : Au lendemain du deuxième conflit mondial, l'effort de reconstruction des villes détruites par la guerre est palpable. Particulièrement en Europe, plusieurs bâtiments seront sauvegardés comme un patrimoine qui témoigne de l'histoire contemporaine (Jébrak, 2010). Pour plusieurs décennies, l'offre touristique de ces villes sera articulée autour de ces équipements historiques et le tourisme agira alors comme un moyen de valoriser le cadre bâti.
- De 1970 à 1990 : Comme l'explique Gravari-Barbas (2009), ces décennies ont été marquées par des modifications – économiques, sociales et culturelles – profondes. Souvent qualifiée de post-industrielle, cette période verra l'appropriation par la fonction touristique des espaces délaissés par les industries en déclin. À ce titre, plusieurs équipements, culturels surtout, ont pris le relais pour exprimer une nouvelle vocation des villes en pleine mutation. Citons ici le cas de l'opéra de Sydney, inauguré en 1973, qui a marqué le début d'une longue tradition de marquage des territoires par des équipements urbains iconiques devenus des hauts lieux du tourisme.
- De 1990 à aujourd'hui : Dans un contexte de postmodernité et de mondialisation, les équipements touristiques seront à leur tour influencés (Lungo, 2007). Les acteurs de la ville de plus en plus préoccupés par l'image internationale seront séduits par les succès d'une architecture iconique et spectaculaire. Le cas de Bilbao avec le musée Guggenheim est généralement cité en exemple, mais d'autres illustrations de cette tendance ont aussi eu le même rayonnement. Citons à ce titre le projet des îles artificielles Palm Islands à Dubaï, ou encore l'Imperial War Museum North à Manchester.

Tout au long de cette dernière étape, les équipements à vocation touristique intégreront, de façon excessive parfois comme c'est le cas à Dubaï, le paysage urbain des métropoles postmodernes au point de devenir indissociables de la ville. Françoise Ascher (2001), considère cette modification dans le mode de production de l'espace relève de ce qu'elle appelle la troisième révolution urbaine. En effet, partant du

postulat que l'évolution des villes reflète les logiques de la société, Ascher démontre que l'action publique dans le cadre des métropoles se construit à travers des dynamiques des grands projets et non à travers des programmes réfléchis et éclectiques comme le suggère Lungo (2007). Ce constat trouve son explication dans le déclin de l'industrialisation et la montée en puissance des services et, par conséquent, la reconsidération du rapport espace-temps par les individus. Dans une société postmoderne, l'augmentation du temps de loisir et la multiplication des courts séjours ont bouleversé les paradigmes de l'urbanisme et de l'aménagement (Bouchareb et Kadri, 2011). Pour reprendre les mots d'Harvey (1989), les acteurs de la ville sont invités à produire des espaces, des expériences et des équipements, passant ainsi d'une logique de gestion à une logique entrepreneuriale.

## 10.2 Vers un modèle de ville entrepreneuriale ?

La course effrénée entre les métropoles du monde, voire des villes de taille moyenne, et l'édification d'équipements monumentaux et l'aménagement de nouveaux espaces favorisant le rehaussement de l'expérience urbaine, relève, selon Le Galès (1994) d'un changement de paradigme. Dans un contexte où l'urbanisation est le reflet des mutations économiques et sociales, le modèle de gouvernance adopté par les acteurs depuis le début des années 1980 témoigne du début d'une nouvelle ère (Harvey, 1989). Une ère où les grands projets ont une place de choix dans les politiques urbaines avec comme objectif l'amélioration de l'attractivité de la ville. En encourageant le développement des centres-villes par la construction de bâtiments spectaculaires et l'organisation d'événements de notoriété mondiale, les acteurs urbains cherchent à mousser l'image de la ville. Cette tendance de plus en plus insistante dans la gestion du fait urbain est décrite par plusieurs auteurs (Hall et Hubbard, 1998 ; Leitner et Sheppard, 1998 ; McGuirk et McLaran, 2001 ; OCDE, 2007) comme un leitmotiv qui est en train de façonner les métropoles postmodernes. Il s'agit essentiellement d'un esprit entrepreneurial qui motive les acteurs à penser le

développement urbain en fonction des critères économiques dans un contexte de globalisation des échanges et de concurrence mondiale.

Même si le concept de la métropole entrepreneuriale dépasse la seule question des équipements<sup>54</sup>, il reste néanmoins que ces derniers incarnent le résultat ultime de l'ensemble des politiques adoptées dans une perspective entrepreneuriale. Les acteurs motivés par une telle démarche justifieront leurs actions par les retombées économiques générées par l'implantation de ces équipements. En plus des dépenses en investissements, il faut comptabiliser les flux de touristes attirés par la concentration des équipements. Dans un rapport de l'OCDE qui traite de la question de la compétitivité des villes par l'application d'un modèle entrepreneurial, cette organisation conclut que la multitude, la concentration et l'homogénéité des équipements en place permettront à terme de créer des *clusters* (OCDE, 2007). À titre d'exemple, et quand la vocation culturelle domine le regroupement des équipements, la ville pourra se positionner comme une destination culturelle et considérer ces équipements comme un facteur de gentrification et de régénération urbaine.

Pour notre recherche, cette notion de métropole entrepreneuriale est pertinente à plusieurs égards :

---

<sup>54</sup> Comme le précise Le Galès, le concept de métropole entrepreneuriale se nourrit des théories de gouvernance locale, d'économie urbaine et d'études urbaines. Toutefois, le concept peut se structurer autour de trois éléments fondamentaux :

- le discours de la concurrence et du marché, y compris en termes d'image et d'identité ;
- la priorité politique accordée aux enjeux de développement économique et d'attraction d'investissements, de flux et de groupes sociaux favorisés ;
- la transformation du gouvernement local vers des formes organisationnelles de type partenariat public/privé qui donnent aux acteurs privés un rôle important dans la définition de l'intérêt général de la ville, des priorités, des modes de gestion ainsi que dans la conception et la mise en œuvre de projets. (1994, p. 94)

- D'abord sur le plan méthodologique, puisque l'évaluation des retombées de l'approche entrepreneuriale se base sur l'appréciation de l'action des acteurs engagés dans le processus (Harvey, 1989 ; Le Galès, 1994).
- Ensuite au niveau du contexte, puisque ce concept s'inscrit dans la même ligne de temps que la troisième révolution urbaine d'Asher (2001) et la ville ludique de Gravari-Barbas (2006).
- Enfin, au niveau de la place des équipements dans le paysage urbain et leur considération comme le centre de l'offre touristique métropolitaine.

Sur ce dernier point, Pilette et Kadri considèrent les équipements comme une partie intégrante de l'échiquier touristique métropolitain. Ces derniers contribuent « à travers le processus des trois "E" (Événements, Équipement et Expérience) à la réduction de la fragmentation de l'offre touristique voire à son intégration » (2005, p. 81). Dans une société postmoderne, la consommation de la ville est essentiellement une consommation des espaces et notamment des centralités (Devisme, 2005), qui seront investis par des équipements plus évolués qui s'érigent comme des éléments de décor faisant partie d'un spectacle accessible à tous (Gravari-Barbas, 2006). À cet égard, et dans une logique entrepreneuriale, les équipements sont désormais le noyau du produit « ville » et le cœur du produit touristique métropolitain. Dans cet ordre d'idées, Smith (1994), qui perçoit la destination comme un produit touristique, place les équipements (*Physical Plant*) au centre de son modèle (figure 10.1). Pour lui, l'expérience du visiteur sera évaluée en fonction de plusieurs éléments (le service, la qualité de l'hébergement, la diversité de l'offre et le degré d'engagement<sup>55</sup>) qui

---

<sup>55</sup> Pour Smith (1994) le *Freedom of Choice* se traduit par une diversité de l'offre dans le sens où le touriste peut avoir le choix de visiter la destination pour plusieurs raisons (visite des parents et amis, voyage d'agrément ou voyage d'affaires). Plus le choix est large, plus l'appréciation du produit touristique est meilleure. Pour ce qui est du degré d'engagement (*involvement*), Smith fait référence aux efforts mobilisés par le visiteur dans la production et la consommation du produit touristique. L'expérience vécue au sein de la destination devra rencontrer les motivations des voyageurs de la destination dans la perspective d'augmenter le niveau de satisfaction de ces derniers.

composent le produit touristique. Néanmoins, ajoute-t-il, la qualité des équipements va façonner et influencer de façon significative l'expérience du touriste (Smith, 1994).

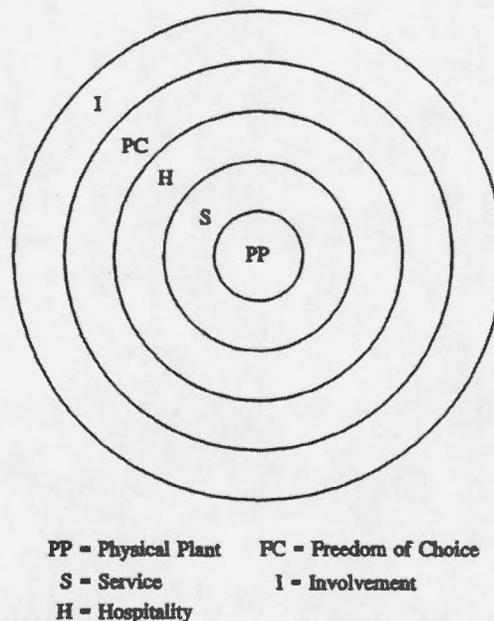


Figure 10.1 Structure du produit touristique (Smith, 1994, p. 587)

### 10.3 Classification des équipements touristiques

La question de la classification des équipements touristiques revêt une importance capitale dans la définition du portrait d'une destination. En ce sens, les acteurs engagés dans le développement d'une destination peuvent, en se basant sur les statistiques de fréquentation des différents sites, mieux orienter leurs actions.

Selon Christopher Law (1993a), il peut sembler, au moins au début des années 1990, que la vocation culturelle ait dominé une part importante des équipements touristiques. En analysant le cas de douze villes britanniques (tableau 10.1), il conclut

que les musées et les galeries d'art recevaient dans tous les cas étudiés plus de la moitié des visiteurs de toutes les attractions des villes.

Classement	Ville	Visiteurs des musées	Visiteurs de toutes les attractions	%
1	Édinbourg	2695	5320	51 %
2	Glasgow	2395	3010	79 %
3	York	2097	2271	92 %
4	Liverpool	1750	2251	78 %
5	Birmingham	1246	1356	92 %
6	Nottingham	1241	1647	75 %
7	Manchester	1040	1699	61 %
8	Bradford	947	988	96 %
9	Portsmouth	827	1401	59 %
10	Bristol	747	1235	60 %
11	Sheffield	630	675	93 %
12	Cardiff	553	746	74 %

Tableau 10.1 Part des visiteurs des musées par rapport aux visiteurs de l'ensemble des attractions de la ville en 1991 (Adapté de Law, 1993a, p. 83).

Cette situation est loin d'être une exception britannique. Une comparaison avec les statistiques de fréquentation des principales destinations urbaines de l'Espagne, de l'Allemagne et du Japon nous a permis d'arriver à la même conclusion. Dans les trois cas, les musées et les galeries d'art arrivent en tête des fréquentations des équipements touristiques urbains (Smith, 1994).

Jansen-Verbeke (1984) 3 catégories	Éléments reconnus comme primaires regroupant des aspects humains (accueil, hospitalité, sécurité...), matériels (patrimoine, parcs, jardins...) et des activités et équipements divers (expositions, spectacles, festivals, musées, casinos...)
	Éléments reconnus comme secondaires : shopping, hébergement, restauration et transport
	Éléments reconnus comme additionnels, liés à l'accès au stationnement et à l'information
Law (1985) 3 catégories	<i>Conferences and exhibitions</i> : Congrès, conférences, foires, expositions, salon...
	<i>Urban attractions</i> : musées et écomusées, tourisme industriel et technique, attractions (zoos, parcs...)
	<i>Culture, sport and special events</i> : liés aux domaines artistique, sportif et événementiel
Cabinet Innovac 2 catégories	Flux touristiques captés par des volontés politiques locales et à partir de musées, théâtres, festivals, événements, congrès, pèlerinages...
	Flux touristiques engendrés par les dynamiques économiques locales en lien avec le tourisme d'affaires
Cazes (1996) 3 propositions, dont une en cinq catégories	Équipements spécifiques (musées, casinos) et polyvalents (équipements pour affaires et congrès)
	Quatre grandes familles : culturelle (et scientifique), sportive (hédoniste), ludique (événementielle), fonctionnelle (hébergements, affaires)
	Cinq catégories : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Équipements d'accompagnement : hôtellerie et hébergement divers, transport, commerce, restauration, information</li> <li>• Aménagements et équipements pour le tourisme à dominante professionnelle (centre de congrès...)</li> <li>• Patrimoine urbain valorisé et « mis en tourisme » : monuments, musées, usines, parcs et jardins, bords et plans d'eau</li> <li>• Équipements récréatifs et distinctifs spécialisés (domaines sportifs et ludiques) : parcs d'attractions, bases de loisir et de plein air, hippodromes, centres de sport, casinos...</li> <li>• Événementiel (lié à l'équipement ou à la valorisation de site) : fêtes, festivals, spectacles...</li> </ul>

Tableau 10.2 Recension de la classification des équipements et activités liés au tourisme urbain ou métropolitain (Gazes et Potier, 1996, p. 127).

Malgré la dominance affichée des équipements touristiques à vocation culturelle, il reste que la définition d'une taxinomie de ces équipements est un sujet complexe. Selon Cazes (2002), la difficulté de construire une typologie comprehensive réside

dans la multiplicité des formes et des espaces et surtout dans les possibilités de « reconversions ultérieures des équipements » (Abe, 1993 ; Priestly, 1993 ; Schnell, 1993), auxquelles doit s'ajouter, selon Abe (1993), Priestly (1993) et Schnell (1993), la tendance à la construction d'équipements multifonctionnels, dont l'objectif est de répondre à des besoins diversifiés. Cette difficulté, nous pouvons l'observer aussi dans le travail de Cazes et Potier (1996), qui ont procédé à une recension des classifications des équipements et activités associés au tourisme urbain ou métropolitain (tableau 10.2).

L'analyse des données du tableau 10.2 nous permet de formuler les remarques suivantes :

- Il existe plusieurs critères de classification qui dépendent généralement de la perspective théorique adoptée et de la méthodologie utilisée. Au moment où Jansen-Verbeke (1986) propose de classer les équipements en fonction de leur niveau de reconnaissance comme primaire, secondaire ou additionnel, Christopher Law (1996) préconise plutôt une classification par marché : équipements destinés à un tourisme d'affaires par rapport à ceux destinés à un usage récréotouristique, ou encore des équipements destinés à une clientèle domestique comparativement à ceux destinés à une clientèle internationale.
- L'approche fonctionnaliste semble être la plus fréquente. À ce titre, on peut distinguer des équipements culturels, sportifs, ludiques ou commerciaux.
- Vu le phénomène de la polyvalence de plus en plus populaire, certains équipements peuvent être répertoriés dans plusieurs catégories.

Pour Pilette et Kadri (2005), la classification proposée par les différents auteurs recensés par Cazes et Potier (1996) dans le tableau 10.2 pose deux problèmes. D'une part, dans un contexte métropolitain, la catégorisation des équipements touristiques réduit sensiblement la réalité complexe du tourisme métropolitain. Pour les auteurs, il

existe une dynamique de communication entre les différents équipements de la destination qui semble être évacuée lorsqu'on procède à une catégorisation des équipements. D'autre part, se pose la question de la place des équipements dans l'attractivité de la destination. Les touristes qui visitent une métropole sont-ils attirés par les équipements ? ou plutôt par l'expérience globale dont les équipements font partie, comme le préconise Smith (1994) ? Pour Pilette et Kadri (2005, p. 91), il faut plutôt développer une perspective systémique dans laquelle « chaque élément serait reconnu comme fournissant un apport au tout. Le produit du tourisme urbain ou métropolitain pourrait être perçu comme le produit d'un système de communication entre les différents éléments pouvant être regroupés en trois pôles, soit celui du fonctionnel, de l'attractionnel et du récréationnel ». Dans cette proposition, les équipements seraient donc appréhendés en fonction de leur contribution à la génération de l'expérience globale plutôt que de sa fonctionnalité au sein de l'espace métropolitain.

#### **10.4 Les grands événements comme catalyseurs des équipements touristiques**

Sans verser directement dans les considérations urbanistiques, il n'est certainement pas erroné d'avancer que les grands événements ont été à chaque fois considérés comme des opportunités pour mener un certain renouveau urbain. À ce titre, le cas de Barcelone est souvent cité comme un modèle de réussite dans ce domaine. En organisant les Jeux olympiques de 1992, la capitale catalane a su transformer son paysage urbain au point de se doter des équipements nécessaires pour devenir une métropole internationale (Roult, 2011) et une eurocité touristique (Augustin, 2008). Néanmoins, la relation entre équipements, tourisme et grands événements ne date pas des dernières décennies. En effet, depuis la première édition de l'Exposition universelle qui a eu lieu en 1851 à Londres, les grands événements ont toujours permis aux villes hôtes de se doter d'équipements urbains qui deviendront des

hauts lieux du tourisme et seront indissociables de l'image de la ville. La tour Eiffel construite à l'occasion de l'Exposition universelle de 1889 est la meilleure illustration de cette relation.

Pour Beaudet (2008), le développement des métropoles européennes et américaines est intimement lié au développement du tourisme urbain et des grands événements. À ce titre, « les Expositions universelles et les Jeux olympiques sont devenus des moyens de faire penser la ville par l'organisation des grands événements touristiques » (Ballester, 2009, p. 465). Pour accueillir ce genre de manifestation, les acteurs publics investissent massivement dans les infrastructures et les équipements touristiques. Ces derniers, en plus de neutraliser le caractère éphémère de l'événement, permettront d'une part à la ville d'améliorer ses chances d'accueillir de nouveaux événements dans le futur et d'autre part d'améliorer le sentiment de fierté et de confiance des populations locales (Garcia, 2010). En comparant les cas de Sydney (Jeux olympiques en 2000), de Barcelone (Forum universel des cultures en 2004) et de Glasgow (Capitale européenne de la culture en 2004), Garcia (2010) conclut que les équipements inaugurés à l'occasion des grands événements précités ont eu des impacts très positifs sur l'image touristique des trois villes.

Plus important que l'impact des équipements sur l'image touristique, la perspective proposée par Roche (2010) souligne un impact plus large que l'auteur qualifie de « *total impact* ». Selon ce dernier, le caractère éphémère des événements poussait les acteurs à ne s'intéresser qu'aux retombées touristiques de ces manifestations à court terme. Cependant, ce raisonnement a complètement changé lorsque les équipements bâtis à l'occasion des grands événements ont été utilisés à des fins touristiques et particulièrement dans la période post-événement. Sur le plan scientifique, ce constat a favorisé l'établissement des connexions continues entre les études touristiques et les études d'événements. L'objectif étant d'analyser les impacts sur des périodes plus longues que celles des événements. Citons à ce titre l'étude de Brent Ritchie, qui déjà

en 1984 soulevait les lacunes de l'évaluation à court terme des impacts des événements. L'auteur en se basant sur l'étude de plusieurs événements nord-américains et européens proposait d'étendre l'étude des impacts à d'autres dimensions non conventionnelles. Pour lui, les impacts socioculturels, psychologiques, politiques et les impacts sur les équipements et le cadre bâti sont tout aussi importants que les impacts économiques.

Au-delà de l'importance théorique du poids des équipements dans le développement touristique des destinations, certains auteurs (Law, 1993a ; Schnell, 1993, Hervé, 2009) évoquent le passage vers un autre modèle de tourisme urbain. Alors qu'au début de la décennie 1980 les gens visitaient la ville pour les affaires, les congrès et la visite de la famille et des amis, la fin de la décennie fait émerger un nouveau type de tourisme, celui basé sur la visite des attractions. Depuis ce moment-là, la course à l'élévation de nouveaux projets d'infrastructure et d'équipement ne s'est jamais arrêtée, et les grands événements ont été à chaque reprise un prétexte à la construction de nouveaux équipements.

Finalement, nous pouvons conclure que les grands événements ont été depuis très longtemps considérés comme une occasion pour un renouvellement urbain des villes hôtes. Les équipements fondés à l'occasion de ces manifestations ont toujours permis de participer au développement touristique des destinations en question, néanmoins, nous ne pouvons affirmer que ces équipements sont à l'origine d'un nouveau modèle de tourisme urbain, métropolitain en l'occurrence. Cette affirmation peut être soutenue par les travaux d'Essex et Chalkely sur les impacts des jeux olympiques sur le paysage urbain des villes d'accueil. En établissant un comparatif entre les jeux de la période allant de 1896 à 1996, les deux auteurs arrivent à la même conclusion, soit : « *the olympics may be said to accelerate change rather to initiate it* » (2010, p. 380). Dans le cas qui nous intéresse, nous pensons effectivement que les

équipements associés à des grands événements ont contribué à la consolidation du caractère métropolitain et postmoderne des villes, sans toutefois en être l'origine.

## **10.5 Montréal et le rôle des équipements dans le développement touristique**

### **10.5.1 Avant 1960 : Un héritage modeste en équipements**

À la veille de la Révolution tranquille, la métropole du Québec ne disposait pas d'équipements urbains pouvant accueillir de grands événements de notoriété internationale. Dans son rapport annuel de 1959, l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal souligne que si la ville souhaitait attirer des événements sportifs, tels que les Jeux olympiques, les Jeux panaméricains et les Jeux de l'empire, il faut améliorer grandement les équipements en place. Dans le même document, l'office recommande à la métropole, aux municipalités avoisinantes et au gouvernement provincial de réfléchir à la construction d'équipements et d'infrastructures capables de recevoir des événements de cette taille. L'office de tourisme n'est d'ailleurs pas le seul organisme à faire ce constat. La Chambre de commerce de Montréal va dans le même sens que l'office et soutient qu'il faut considérer sérieusement les propositions formulées par ce dernier. À titre d'exemple, la Chambre de commerce signale que les discussions avec les promoteurs de la Coupe Grey n'ont pas abouti à une entente pour organiser le défilé de la coupe pour l'année 1959 à Montréal à cause justement du manque d'équipements sportifs capables d'accueillir un tel événement.

Même si le Québec connaissait vers la fin des années 1950 une effervescence culturelle et touristique, il n'en demeure pas moins que les équipements en place ne permettaient pas d'accueillir des événements à grand déploiement. Les deux grands événements, le Carnaval d'hiver et le Congrès eucharistique, organisés quelques décennies plus tôt, n'ont pas eu d'impacts sur les équipements de la ville. Pour cause, le caractère éphémère des deux événements ne nécessitait pas l'aménagement de

nouvelles infrastructures ou d'équipements spécifiques. Dans le cas du Carnaval d'hiver, les attractions construites en neige disparaissaient juste après la fin de l'événement. Toutefois, le seul effet visible sur le paysage urbain peut être observé à travers les aménagements apportés au Carré Dominion, aujourd'hui Square Dorchester, situé à l'angle du boulevard René Lévesque et de la rue Peel, où se déroulaient les festivités. Dans le cas du Congrès eucharistique, les impacts sont encore moins importants puisque les aménagements apportés touchaient essentiellement le mobilier urbain, comme les lampadaires et les bancs, en sus des activités d'embellissement des rues faisant partie de l'itinéraire du défilé.

### **10.5.2 Les années 1960 à 1980 : Les grands événements comme accélérateur de la dynamique urbaine**

Comme nous l'avons démontré plus tôt, les travaux de modification du paysage urbain ont été entrepris au début des années 1960 sous l'administration Drapeau et dans le contexte de la Révolution tranquille au Québec. Par conséquent, ni l'Expo 67 ni les Jeux olympiques de 1976 ne peuvent être considérés comme des événements ayant initié une nouvelle dynamique urbaine. Dans les deux cas, ces événements ont joué un rôle d'accélérateur d'un mouvement motivé plus par un contexte social que par l'événement lui-même. Néanmoins, l'héritage en matière d'équipements à vocation touristique de ces deux événements est très important. Même si aucune stratégie récréotouristique n'a été mise en place au moment de planifier les deux événements, il demeure que l'impact sur le développement touristique de la métropole a été probant.

#### **10.5.2.1 L'Expo 67 : Un héritage en perte de vitesse**

Si l'événement garde toujours une place significative dans l'imaginaire d'une génération de Montréalais, son héritage semble perdre de la vitesse depuis au moins la fin des années 1970 (CEGIR, 1983a). Pour cause, l'absence dès le départ d'une

stratégie de reconversion du site a fait place au tâtonnement dans les décisions qui ont suivi la fin de l'Expo. De ce fait, la réorientation de certains équipements à des fins touristiques n'a duré que quelques années. Dans un rapport réalisé par le Conseil régional de l'environnement de Montréal en 2004, le site de l'Expo est décrit comme un « joyau inestimable montréalais qu'il faut préserver » (Deny, 2004, p. 4). Par la même occasion, les membres du conseil dénoncent le manque d'entretien adéquat du site et la multiplication d'événements<sup>56</sup> qui participent à sa dégradation. Pourtant le même constat a été soulevé vingt ans plus tôt par l'Office de planification de développement du Québec qui s'inquiétait de la détérioration de l'héritage de l'Expo 67. Depuis la fermeture de l'exposition annuelle Terre des Hommes en 1981 pour des raisons financières, le site ne suscite plus le même engouement ni auprès des touristes ni auprès des locaux. Nonobstant, la reconversion touristique de quelques équipements mérite d'être soulignée. C'est le cas notamment des équipements suivants :

- l'ex-pavillon de la France a été transformé en 1985 en Musée de la civilisation, puis en Casino en 1993. Ce dernier qui s'érige sur l'île Notre-Dame figure jusqu'à aujourd'hui comme un des équipements touristiques les plus importants de la métropole. En 2001, le Casino de Montréal occupait la première place des attractions les plus fréquentées de la métropole (tableau 10.3) ;
- la Ronde est le seul équipement explicitement à vocation touristique créé à l'occasion de l'Expo 67. Encore aujourd'hui, elle figure comme une destination loisir de premier ordre dans l'échiquier touristique montréalais ;
- l'ex-pavillon des États-Unis a été transformé en 1995 en musée de la nature plus connu sous le nom de la Biosphère.

---

<sup>56</sup> En référence à tous les événements sportifs (ex : Grand Prix de Formule 1 du Canada, Demi-marathon hypothermique...) et récréatifs (Fête des neiges de Montréal, expositions pour les familles...).

ATTRAIT	NOMBRE DE VISITEURS
Casino de Montréal	6 404 610
Vieux-Port de Montréal	2 195 776
Jardin botanique / Insectarium	1 305 103
La Ronde	1 200 000
Hippodrome de Montréal	1 064 981

Tableau 10.3 Attrait les plus fréquentés à Montréal en 2001 (Tourisme Montréal, 2001, p. iii-3)

Outre ces équipements, le site de l'Expo verra l'édification sur son sol de nouvelles installations dont la plus importante est le circuit Gilles-Villeneuve où se tient depuis 1978 le Grand Prix de Formule 1 du Canada. Dans une moindre mesure, nous pouvons citer aussi Habitat 67, destiné lors de l'Expo 67 à loger les visiteurs de l'événement. Cet ensemble de logements construits sous forme de blocs modulaires se positionne comme un haut lieu des circuits touristiques sur l'architecture montréalaise.

Malgré la diversité des équipements générés par la tenue de l'Expo 67, nous ne pouvons toutefois conclure que ces équipements ont eu des impacts significatifs sur le développement touristique de la métropole. Hormis la question de l'absence de stratégie touristique dans les années qui ont suivi l'Expo, l'hétérogénéité des installations figure à notre sens au centre du problème. Au lieu d'harmoniser l'usage des différents équipements dans la perspective de créer un produit touristique cohérent, les acteurs qui se sont succédé depuis 1967 ont adopté une approche fragmentaire. Au début du XXI<sup>e</sup> siècle, nous pouvons identifier au moins quatre vocations, sans liaison évidente, aux équipements laissés par l'Expo 67 : sport (circuit Gilles-Villeneuve), jeux (Casino), loisirs (La Ronde), environnement (Biosphère et parc Jean-Drapeau).

Analysé dans une perspective à long terme, il faut avouer cependant que chaque équipement a participé à l'enrichissement de l'offre touristique montréalaise. Dans le domaine sportif, le Grand Prix de Formule 1, ajouté au tournoi des Internationaux de Tennis du Canada, au Grand Prix du cyclisme de Montréal et au Championnat de golf de Montréal, ont permis à la métropole de se positionner comme une destination sportive de premier plan à l'échelle nationale, régionale et internationale.

#### **10.5.2.2 Le parc olympique : Un équipement symbole !**

Avec plus de 3 millions de visiteurs annuellement (LeBel, 2011), le site du Parc olympique est très certainement un haut lieu du tourisme montréalais. Sur le plan des équipements, l'architecture iconique des différentes composantes du parc – le stade, le village, et le vélodrome – fait de ce dernier le lieu à visiter à Montréal. Cette situation ne saurait toutefois cacher les difficultés d'intégration du Parc olympique dans une stratégie récréotouristique globale. Depuis la fin des jeux, les études sur l'avenir du parc, et du stade plus particulièrement, se sont succédé sans jamais avoir des résultats satisfaisants. Selon Roult (2011, p. 113), cette situation s'explique par les difficultés suivantes :

- la succession de problèmes techniques qui ont nui à l'image du stade ;
- la trop grande capacité d'accueil du stade pour les promoteurs privés comparativement à d'autres infrastructures situées au centre-ville ;
- la faible attractivité touristique et commerciale du territoire d'insertion.

Cela dit, la fin des années 1980 sera marquée par une réelle volonté de redynamiser le parc. Après la location des appartements du Village olympique au début de la décennie, le gouvernement de l'époque a approuvé la construction du toit et de la tour inclinée du stade qui ont été inaugurés en 1987. Deux ans plus tard, les travaux de

réaménagement du vélodrome en un centre de la nature marqueront le début de ce que LeBel (2011) qualifie de politique de thématisation du parc olympique. Toutefois, cette dernière ne prendra réellement forme que vers le milieu des années 2000. Au départ, le projet soumis par la Ville de Montréal en 1991 proposait essentiellement l'intégration du parc à son environnement direct. Tenant compte de la valeur architecturale du stade et de l'existence d'un ensemble de bâtiments d'intérêt patrimonial, le projet de l'administration municipale était de créer un pôle d'attraction autour du stade (Augustin, 2008). Rattrapée par le fardeau de la dette qui pèse sur la Régie des installations olympiques (Roult, 2011) et les problèmes techniques du stade, cette proposition ne rencontrera finalement pas le succès espéré. Il faudra attendre jusqu'en 2007, année où la Ville de Montréal décide de construire le nouveau Planétarium sur les terrains du Parc olympique. En se joignant au Biodôme, au Jardin botanique et à l'Insectarium, depuis 2012, le Planétarium permettra de créer un pôle muséal autour de la thématique de la nature et des sciences. Dans cette nouvelle orientation, la tour inclinée du stade et son centre d'interprétation se positionnent comme un produit complémentaire à l'offre récréative et scientifique promue par la concentration d'équipements de notoriété manifeste.

En somme, à l'instar des équipements de l'Expo 67, ceux du Parc olympique peinent à trouver une deuxième vocation et encore davantage à soutenir le développement touristique de la métropole. Dans le même ordre d'idées, nous pensons même que le projet olympique a eu un effet inverse sur le développement des équipements à vocation touristique. À titre d'illustration, grâce à la notoriété acquise par la ville après l'Expo 67 et aux infrastructures inaugurées tout au long des années 1960, le nombre de congrès tenus à Montréal n'a pas cessé d'augmenter jusqu'à la tenue des Jeux olympiques de 1976, année où la métropole allait accueillir un nombre record de congrès (de l'ordre de 347). Par la suite, jusqu'à la fin des années 1980, la métropole n'allait presque jamais dépasser la barre des 300 congrès, sauf à trois reprises, soit en 1979, 1981 et 1986. Outre les questions liées à la modification des lois américaines

sur les congrès<sup>57</sup> et le contexte économique difficile du début des années 1980, l'explication de ce ralentissement trouve une partie de réponse dans les déboires du projet olympique. Le climat morose qui a marqué les années qui ont suivi les Jeux et la publication du rapport Malouf<sup>58</sup> ont hypothéqué tous les projets de développement où l'acteur public était le maître d'œuvre. Par conséquent, le projet de construction du Palais des congrès, supposé accompagner le développement exponentiel du marché du tourisme des congrès, ne verra le jour qu'en 1983, soit huit ans après que le gouvernement ait reconnu l'urgence de disposer d'un tel équipement. Au même moment, Toronto, principale ville concurrente de Montréal sur le marché des congrès, adoptait un cheminement opposé à celui de la métropole québécoise. Grâce à la vision concertée de ses acteurs et le contexte économique favorable, Toronto s'est retrouvée à la fin de la décennie 1980 avec un inventaire d'équipements urbains incontestable. Cette situation va favoriser la métropole ontarienne par rapport à Montréal tenant compte du virage observé dans la pratique touristique à la fin de cette décennie. Pendant cette période, l'amélioration de l'expérience urbaine, par la diversification de l'offre et l'aménagement du territoire, est la clé de voûte du tourisme métropolitain. En disposant de plusieurs équipements touristiques d'envergure, Toronto allait soutenir l'accueil d'événements et de festivals qui lui donneront une nouvelle ambiance urbaine, caractéristique fondamentale du tourisme métropolitain.

---

<sup>57</sup> 1977 marque l'entrée en vigueur aux États-Unis d'une loi imposant une taxe sur les congrès organisés à l'extérieur des États-Unis.

<sup>58</sup> En 1977, le gouvernement du Parti québécois au pouvoir annonce la création d'une commission d'enquête sur les coûts des jeux de la 21<sup>e</sup> olympiade, présidée par le juge Albert Malouf. Le rapport de cette instance a été publié en 1980.

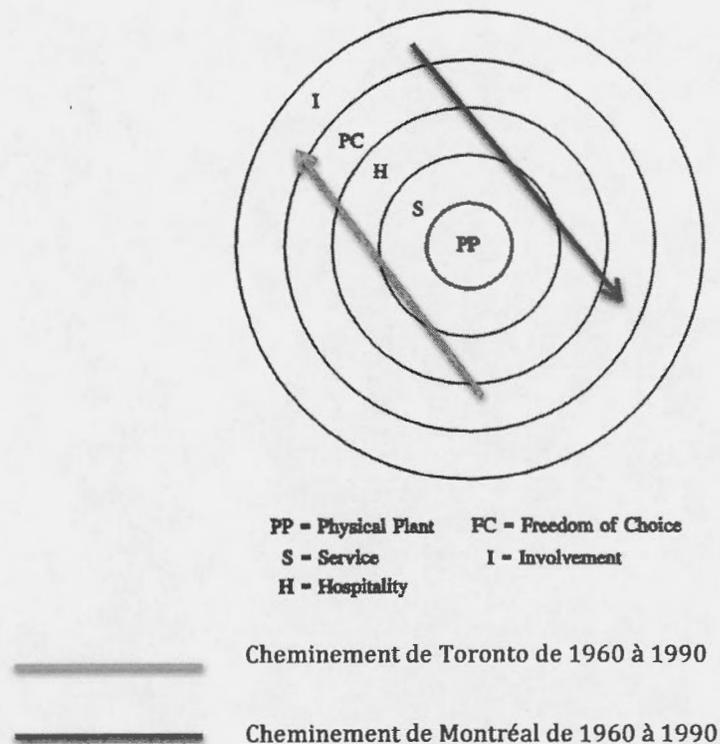


Figure 10.2 Évolution de l'offre touristique de Toronto et de Montréal à partir du modèle de Smith (Adapté au modèle de Smith, 1994, p. 587).

En transposant l'évolution de l'offre touristique des deux villes, Montréal et Toronto, sur le modèle de Smith (1994), figure 10.2, nous pouvons constater le cheminement différent des deux métropoles. Dans le cas de Montréal, le produit touristique s'est construit autour de la notoriété de la ville acquise à travers les grands événements. À l'occasion de ces manifestations, la métropole s'est dotée d'équipements touristiques de qualité lui permettant d'acquérir une notoriété internationale. Les touristes qui se rendaient à Montréal pouvaient profiter d'un parc hôtelier répondant à des standards internationaux, d'un service de qualité et professionnel et d'une diversité des activités. Néanmoins, une fois la dynamique des grands événements arrêtée, Montréal sera privée de nouvelles infrastructures jusqu'au début des années 1990. Toronto pour sa part a misé sur la construction de plusieurs équipements touristiques tout au long

des décennies 1960, 1970 et 1980 sans accueillir un événement d'envergure internationale. Ce n'est que vers le début des années 1990 que la métropole ontarienne va soutenir le développement d'initiatives culturelles qui procureront à Toronto un rayonnement international, comme en témoigne la notoriété du Festival international du film de Toronto qui prend un virage mondial à compter de 1994.

Enfin, nous appuyant sur la définition de Le Galès (1994), nous pouvons conclure que Toronto s'est engagée très tôt, contrairement à Montréal, dans un modèle de ville entrepreneuriale comme le prouvent les faits qui suivent :

- D'abord sur le plan du discours de la concurrence et du marché : Dès le début des années 1950, le gouvernement de l'Ontario, motivé par la relance économique des années d'après-guerre et la relation de plus en plus étroite avec le marché américain, décide de procéder à la création de la région métropolitaine de Toronto (*Metropolitan Toronto*). Cette concentration de la ville centre avec les municipalités avoisinantes sera à l'origine d'un vaste programme de développement urbain qui se prolongera jusqu'à la fin des années 1970.
- Ensuite au niveau de la priorité accordée aux enjeux du développement économique et d'attraction d'investissements, de flux et de groupes sociaux favorisés : Séduits par le développement saisissant des villes du centre et de l'Ouest canadien, les capitaux montréalais éliront domicile en Ontario où la situation économique est bien meilleure (Britton, 1996). L'écart entre Toronto et Montréal s'accroît au cours des décennies 1960 et 1970, et « la montée du nouveau nationalisme québécois survient au moment où ce processus est très avancé. Elle contribue sans doute à l'accélérer, mais elle n'en est pas la cause principale. » (Linteau, 2007, p. 146)
- Finalement, au chapitre de la promotion des formes organisationnelles de type partenariat public/privé : Sur le plan touristique, Toronto dispose d'une longue tradition de concertation. Dès 1926, date d'incorporation du Convention and

Tourist Bureau of Metropolitan Toronto, le partenariat entre les principaux acteurs de l'industrie touristique est une réalité. Profitant de sa position comme capitale de l'Ontario, Toronto a bénéficié d'un soutien massif de la province pour l'édification de ses équipements urbains.

Dans le cas de Montréal, les célébrations du 350<sup>e</sup> de la fondation de la ville seront l'occasion pour la métropole de se doter d'un ensemble d'équipements touristiques en adéquation avec le nouveau positionnement proposé par Tourisme Montréal.

### **10.5.3 Les années 1990 et l'effet du 350<sup>e</sup>**

Après une décennie d'inaction, les années 1990 seront marquées par une effervescence en matière d'édification et d'amélioration des équipements à vocation touristique. Le nouveau modèle de gouvernance, basé sur la concertation entre les différentes parties impliquées dans le développement touristique, a permis de mettre en place une politique cohérente conforme au nouveau positionnement de Montréal comme destination culturelle. Cela explique l'affectation de la grande majorité des 441 millions de dollars investis à l'occasion du 350<sup>e</sup> dans des équipements à caractère culturel. Cet événement peut d'ailleurs être considéré comme un point de rupture avec les politiques adoptées avant cette date et un point de repère pour l'effort financier qui sera engagé par la suite. Selon les données de Tourisme Montréal (2001) de 1992 à 2000, l'enveloppe globale des investissements dans le produit touristique montréalais avoisinait les 1,6 milliard de dollars (Tourisme Montréal, 2001). De cette somme, 77 % ont été dédiés à des investissements dans des attraits touristiques, 9 % en équipements hôteliers et 14 % en équipements aéroportuaires. Au-delà de ces années, le rythme d'investissement sera encore plus soutenu, atteignant presque un milliard de dollars entre 2000 et 2003, dont 59 % en attraits touristiques, 30 % en équipements aéroportuaires et 11 % en équipements hôteliers (Pilette et Kadri, 2005).

## 10.6 Conclusion du chapitre

Nous pouvons conclure que les trois grands événements, objets de notre étude, analysés séparément, n'ont pas eu un effet structurant sur le développement touristique de la métropole. Comme l'affirmaient Essex et Chalkely (2010), l'impact de ce type de manifestation s'inscrit davantage comme un moyen d'affirmer une nouvelle direction, mais presque jamais comme le point de départ d'une nouvelle tendance. Dans l'exemple montréalais, c'est effectivement le cas. Les équipements hérités aussi bien de l'Expo que des Jeux n'ont pas permis de structurer une nouvelle offre touristique, bien au contraire, certains équipements trouvent encore du mal à s'adapter à une nouvelle vocation ; c'est le cas entre autres du Stade olympique. Ce constat nous amène à infirmer notre deuxième hypothèse, qui supposait que la multiplicité des grands événements favorise l'intégration de la dimension touristique dans le processus de planification d'événement futurs. Dans le cas des célébrations du 350<sup>e</sup>, la prise en compte de la dimension touristique dans le processus de planification de l'événement et de ses conséquences sur la planification urbaine ne sont pas attribuables directement à l'organisation des événements précédents. Cette situation, comme nous l'avons déjà vu, est le résultat d'un cheminement de la structure de gouvernance et, surtout, de l'arrivée au pouvoir d'une nouvelle génération, représentée par le RCM, qui favorisait un modèle de gestion consultatif. Ce dernier a permis depuis sa mise en place la prise en compte des pratiques des visiteurs en aménageant des sites et des infrastructures dédiés, comme ce fut le cas lors du 350<sup>e</sup>.

Cependant, considérant l'évolution du portrait touristique à Montréal depuis 1960, en parallèle avec les trois événements, nous pouvons déduire que les Jeux olympiques ont eu un impact majeur sur le développement touristique à Montréal et plus particulièrement au niveau des équipements. Jusqu'à la fin des années 1970, la métropole québécoise se positionnait comme une destination internationale où ont lieu des grands événements de réputation mondiale. Offrant aussi bien aux visiteurs

qu'aux locaux une expérience de maillage et d'échanges, Montréal se qualifiait de « ville d'ambiance par opposition à une ville dont les attraits majeurs seraient des monuments, les musées et autres sites physiques » (CEGIR, 1983a, p. 94). Justement les autres villes concurrentes, notamment Toronto et Boston, se développaient selon ce dernier modèle. Dans le cas de la Ville reine, plusieurs attractions majeures ont vu le jour au cours des années 1960 et 1970, comme c'est le cas du Ontario Science Center (1964), de la Ontario Place (1971), du Metro Zoo (1974) et de la CN Tower (1976), avec comme point commun des concepts architecturaux novateurs en rupture avec les pratiques du moment. Ajouté à la *Canadian National Exhibition*, le nombre de visiteurs de ces cinq équipements-attractions dépassait les 10,2 millions pour l'année 1980 (CEGIR, 1983a). Dans le cas de Boston, un programme de réaménagement majeur des zones touristiques a été lancé en 1976 à l'occasion de la célébration du bicentenaire des États-Unis. En 1981, Boston comptait 316 sites d'attraction, dont le tiers reconnu mondialement (CEGIR, 1983b).

À Montréal, l'aventure olympique a mené les acteurs, notamment publics, à se retirer du développement des grands projets et à se cantonner dans une période d'inaction qui va durer jusqu'au début des années 1990. Aussi saugrenu que ça puisse paraître, c'est à grâce à un autre grand événement, le 350<sup>e</sup> en l'occurrence, que Montréal se lancera dans un effort de rattrapage de Toronto avec une différence notable cette fois-ci. La concertation autour du positionnement de Montréal comme destination culturelle fera en sorte que les équipements érigés dans les années 1990 serviront d'abord à soutenir la nouvelle vocation.

Finalement, nous dirons que le contexte tant de Montréal que de Toronto a sensiblement influencé le comportement des acteurs. Dans le cas qui nous intéresse, le climat de morosité créé par les différentes commissions d'enquête tenues à la suite des Jeux olympiques réprimait toute initiative de lancement de grands projets. Sur le plan économique, Montréal a sévèrement souffert de la reconfiguration de l'économie mondiale. Selon Sénécal et Manzagol (1993, p. 360), le déclin économique de

Montréal « reflète l'inexorable migration du centre de gravité économique vers l'Ouest ». Au lieu d'explorer des solutions alternatives, Montréal a joué la carte du repli et s'est trouvée dépassée par Toronto, une forme d'inertie qui a affecté la métropole du Québec au point où ces deux auteurs se posent la question si cette situation est l'effet d'occasions manquées ou d'un destin non assumé.

## CHAPITRE XI

# ESSAI DE MODÉLISATION DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES DESTINATIONS MÉTROPOLITAINES À TRAVERS LES GRANDS ÉVÉNEMENTS

Les événements et le tourisme font partie intégrante de l'identité urbaine et sociale de la ville. La relation entre ces éléments n'est certainement pas récente, néanmoins elle s'est accentuée à l'ère de la postmodernité. Dans le cas des villes canadiennes, Montréal a été à ce titre l'instigatrice au pays d'une tradition d'organisation des grands événements. La métropole québécoise, comme nous l'avons démontré, s'est positionnée sur ce créneau pendant les trois décennies qui ont marqué le règne du maire Jean Drapeau (1960-1980). Même après le départ de ce dernier, les envies de grandeur ont teinté à jamais la tenue des événements à Montréal, comme lors des fêtes du 350<sup>e</sup>. Dans le présent chapitre, nous souhaitons revenir sur le cas de Montréal afin de présenter un modèle analytique du développement touristique des destinations métropolitaines, et ce, à travers les grands événements.

### **11.1 Essai de modélisation du développement touristique des destinations métropolitaines à travers les grands événements**

L'étude du cas de Montréal nous a permis de distinguer deux périodes importantes dans l'histoire du développement touristique de la métropole. D'abord de 1960 à 1986 et ensuite de 1987 à 1992. Lors de la première période, le modèle de gouvernance hiérarchique adopté par le maire Drapeau laissait très peu de place à l'implication des autres acteurs dans l'organisation de l'Expo 67 et des Jeux de 1976. Malgré la notoriété internationale acquise par Montréal comme suite à ces deux grands événements, les impacts de ces derniers sur le développement touristique de la métropole demeureront limités. À partir de 1987, l'arrivée au pouvoir municipal

d'une nouvelle génération de gestionnaires marquera le début d'une nouvelle période dans l'histoire du développement touristique de Montréal. À l'occasion des célébrations du 350<sup>e</sup> de la fondation de la ville en 1992, plusieurs acteurs, dont Tourisme Montréal qui intègre depuis 1989 l'ancien Office municipal de tourisme, seront impliqués dans le processus de planification de l'événement.

Au-delà de la périodisation de l'histoire du développement touristique de Montréal, l'analyse approfondie du cas de la métropole québécoise nous permet de dégager les principaux fondements d'un modèle analytique de développement touristique à travers les grands événements. En effet, les destinations métropolitaines qui souhaitent faire de l'organisation de ces manifestations un tremplin pour leur développement touristique doivent s'assurer de la participation de l'ensemble des acteurs aux différentes phases de l'événement, soit avant, pendant et après. Par conséquent, nous croyons que l'existence d'une dynamique permanente de partenariat entre les acteurs à chaque grand événement constitue le socle de notre modèle analytique. À ce titre, nous souhaitons souligner que le choix du concept de dynamique est délibéré. En effet, selon le Centre national de ressources textuelles et lexicales (CNRTL)<sup>59</sup> le mot dynamique fait référence au mouvement interne produit par les forces et l'intensité des composantes de l'objet étudié dans le dessein d'animer et de faire évoluer ce dernier. Dans un contexte métropolitain, la dynamique de partenariat est tributaire des actions et de l'engagement des acteurs qui souhaitent justement contribuer au développement touristique de la destination à travers les grands événements. Outre la portée lexicale de la notion de dynamique, cette dernière se justifie aussi par rapport à la méthode de recherche que nous avons choisie dans le cadre de cette thèse, en l'occurrence l'étude de cas. En effet, « la connaissance des villes et de leur dynamique générale doit beaucoup à cette méthode. Que l'on pense, par exemple, au laboratoire du social

---

<sup>59</sup> <<http://www.cnrtl.fr/definition/dynamique>> [consulté le 18 juin 2014].

constitué par la ville de Chicago dans les années 1920-1930, et aux différentes thèses, aujourd'hui, qui retiennent le plus souvent le "cas" d'une ville dans le monde ».

Par rapport au cas de Montréal, nous pensons que l'existence de la dynamique de partenariat dépend de deux éléments complémentaires, à savoir : le niveau d'intégration des acteurs et le degré de cohésion des actions. En d'autres mots, la première condition d'un partenariat réussi entre les différents acteurs concerne d'abord l'intégration de l'ensemble des parties prenantes au développement touristique à l'organisation d'un grand événement. Une fois cette condition complétée, il est nécessaire par la suite d'assurer la cohérence des actions de chacun des acteurs impliqués, et ce, dans les trois dimensions du développement touristique que nous avons identifiées plus tôt, c'est-à-dire la gouvernance, l'image et les équipements. Les deux sections qui suivent expliquent plus amplement les deux éléments de la dynamique de partenariat exigée dans un contexte de développement touristique à travers les grands événements.

#### **11.1.1 L'importance du niveau d'intégration des acteurs dans le modèle de développement touristique d'une destination métropolitaine à travers les grands événements**

Par niveau d'intégration des acteurs, nous entendons le degré de participation des différents acteurs du développement touristique dans le processus d'organisation des grands événements. Pour Plante (2001, p. 203), la compréhension de cet élément permet « de mettre en évidence les liens qui unissent les acteurs » dans l'objectif de mieux interpréter les actions et les décisions prises par ces derniers. Dans le même ordre d'idées, Bonner (2006) juge qu'il est nécessaire de définir le niveau d'intégration des acteurs puisque c'est autour de ce dernier que se construisent les actions et les décisions qui composent le processus. Ce postulat est encore plus important dans un contexte métropolitain vu la multitude des intervenants concernés

par le développement touristique et les enjeux propres à chacun des acteurs. À ce titre, la nécessité d'impliquer l'ensemble des parties prenantes au processus de planification d'un grand événement est incontestable.

Dans le cas de Montréal, le contexte politique et idéologique qui a marqué les décennies 1960 et 1970 a eu pour effet de privilégier certains acteurs au détriment d'autres. À titre d'exemple, malgré son expertise dans le développement touristique de la métropole depuis 1919, l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal a été mis à l'écart de l'organisation des grands événements dès le début du deuxième mandat du maire Drapeau. Ce dernier a créé en 1961 l'Office municipal de tourisme dans le dessein de reprendre certaines activités de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal. Aussi bien à l'occasion de l'Expo 67 que des Jeux de 1976, l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal sera écarté des processus de planification et des comités d'organisation de ces deux événements. Même si l'héritage de ces derniers aura un impact significatif sur l'image touristique de Montréal, l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal n'a jamais eu les faveurs du maire Drapeau.

À partir de ce constat, nous estimons que la fédération de l'ensemble des acteurs impliqués dans le développement touristique d'une métropole est nécessaire autant avant, pendant et après la tenue d'un grand événement. D'après Briedenhann et Wicken (2004), cela permettra d'éviter la fragmentation des efforts et l'absence de cohésion des actions, mais se traduira surtout par une meilleure planification du développement touristique de la destination. Nous appuyant sur le cas de Montréal, nous croyons que l'échec de la reconversion de certains équipements construits à l'occasion des grands événements, le Stade olympique à titre d'illustration, est attribuable à l'absence d'intégration des acteurs de l'époque. L'autorité du maire de Montréal sur le processus de planification a fait en sorte que les autres acteurs du processus ont été ignorés et a eu des conséquences concrètes sur le développement

touristique de la métropole. Dans les années qui ont suivi les Jeux de 1976, l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal a continué à s'intéresser uniquement au marché des congrès. Au même moment, les attractions et les sites légués par l'Expo 67 connaîtront une détérioration significative, plus particulièrement après la fin de l'exposition Terre des Hommes en 1981 vu l'absence d'un plan de reconversion de ces installations.

Tenant compte de ce qui précède, et dans l'optique de rassembler l'ensemble des acteurs concernés directement ou indirectement par le développement touristique de la métropole dans le processus d'organisation d'un grand événement, nous proposons un modèle (figure 11.1) qui traduit cette volonté inclusive combinant à la fois le niveau d'intégration des acteurs et le degré de cohérence des actions – qui sera traité dans le point suivant. De forme pyramidale pour signifier l'égalité du poids de chacun des acteurs dans le processus, le modèle répertorie trois types d'acteurs : acteurs publics, acteurs privés et les citoyens (figure 11.1).

Dans le cas des acteurs publics, nous pensons que ces derniers ont un rôle primordial à jouer à l'occasion des grands événements. En effet, eu égard à l'importance des investissements engagés dans le cadre de ces manifestations et les enjeux que représentent certains types d'événement, nous estimons que les acteurs publics ont une responsabilité plus importante d'où leur positionnement au sommet de la pyramide. L'implication de ces derniers impose aux organisateurs d'un grand événement de prendre en considération les différentes dimensions reliées à l'événement (urbaines, touristiques, sociales, économiques et environnementales) et exige par la même occasion la prise en compte des retombées à long terme de l'événement.

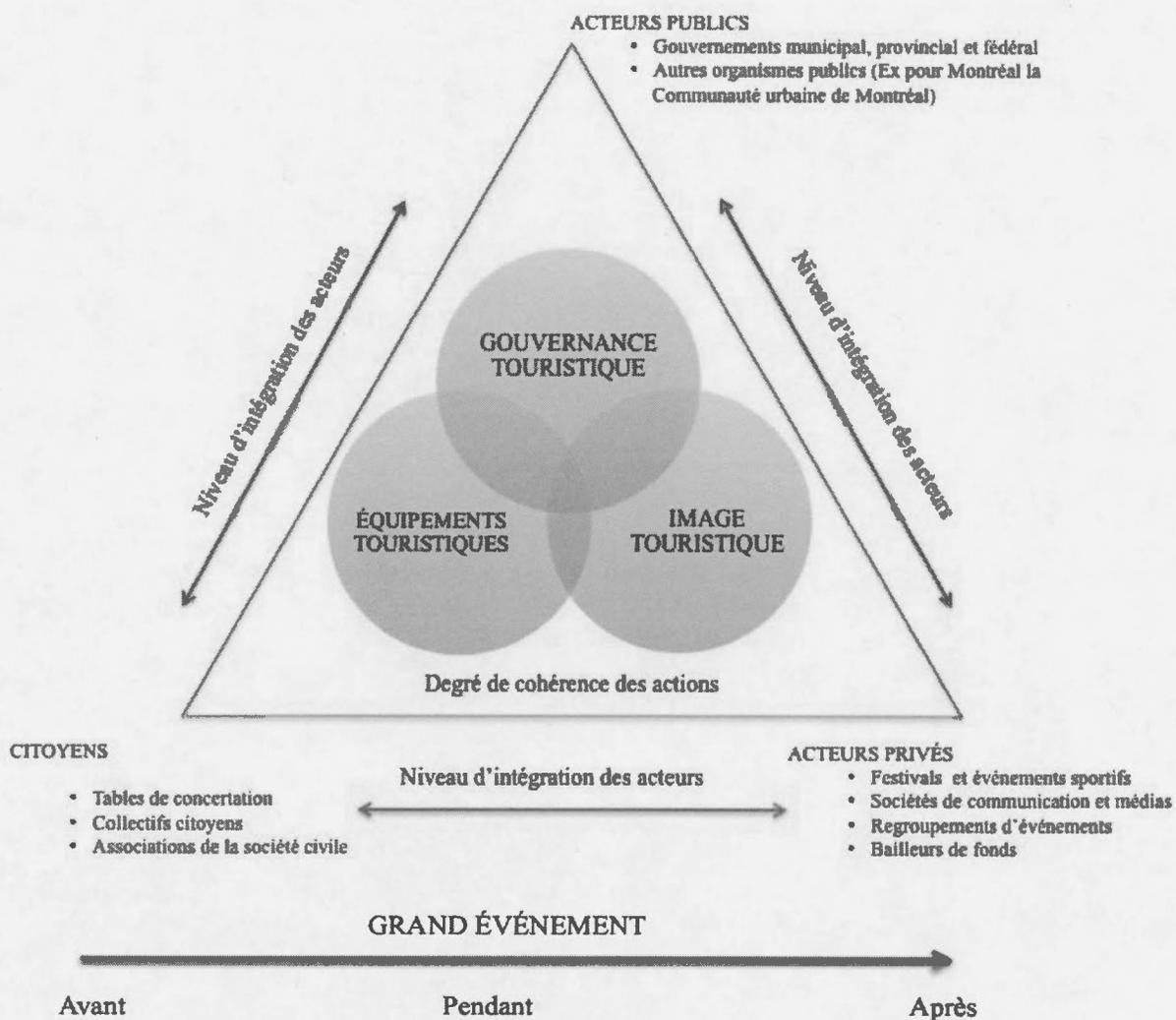


Figure 11.1 Modèle analytique de développement touristique d'une destination métropolitaine à travers les grands événements (Conception originale de l'auteur)

À l'instar des acteurs publics, les acteurs privés impliqués directement ou indirectement dans le développement touristique (office de tourisme, hôteliers, centre de congrès, festivals...) devraient faire partie du processus d'organisation des grands événements. Dans un contexte métropolitain, ces acteurs sont généralement représentés dans le cadre d'associations qui permettent de défendre leurs intérêts

auprès des acteurs publics. À Montréal, par exemple, les grands événements sont représentés par le Regroupement des événements majeurs internationaux, les hôteliers par l'Association des hôtels du Grand Montréal et les restaurateurs par l'Association des restaurateurs du Québec.

En ce qui a trait à l'implication des citoyens, le contexte postmoderne et métropolitain exige l'implication des résidants dans le processus d'organisation d'un grand événement eu égard aux impacts éventuels de ce dernier et du développement touristique sur leur milieu de vie. À cet égard, nous pouvons identifier plusieurs formes d'organisation des citoyens, à l'instar des tables de concertation et des collectifs citoyens. À Montréal, citons par exemple la Table de concertation du Vieux-Montréal<sup>60</sup> qui a réuni en 2008 une quarantaine de personnes organisées en deux groupes de travail afin de réfléchir au positionnement de l'arrondissement historique à l'horizon 2017, année de célébration du 375<sup>e</sup> anniversaire de la fondation de la métropole. Au terme de l'exercice, les participants ont convenu de mettre en valeur l'art de vivre montréalais comme image de marque de leur quartier à l'occasion de l'événement.

Enfin, et au-delà de l'intégration de l'ensemble des acteurs concernés par le développement touristique lors d'un grand événement, la question du degré de cohérence des actions entreprises par chaque partie prenante pour atteindre les objectifs communs pour la destination reste posée. Dans ce sens, et tenant compte de la perspective de développement touristique que nous abordons dans la présente thèse, nous proposons d'intégrer l'ensemble des acteurs en fonction de leurs champs d'intervention, comme nous allons l'expliquer dans la sous-section suivante qui traite du degré de cohérence des actions.

---

<sup>60</sup> La Table de concertation du Vieux-Montréal est une structure consultative créée en 1993 au lendemain du Forum sur le tourisme dans le vieux Montréal (Drouin, 2009b).

### **11.1.2 La nécessaire cohérence de l'action des acteurs dans le modèle de développement touristique d'une destination métropolitaine à travers les grands événements**

Dans le point précédent, nous avons souligné qu'il était nécessaire d'intégrer au processus d'organisation d'un grand événement l'ensemble des acteurs impliqués dans le développement touristique de la destination. Cependant, la seule intégration de l'ensemble de ces acteurs n'est pas un gage de réussite. Pour Roy et Le Roy (2011), l'analyse du degré de cohérence des actions permet de déplacer l'analyse des relations entre les acteurs vers l'analyse des processus. Autrement dit, le chercheur devra s'intéresser à comprendre les logiques et les valeurs qui animent les acteurs dans le dessein de mieux interpréter la participation de ces derniers au processus (Bulle, 2003). Pour espérer une cohésion des actions des acteurs, il faut s'assurer que ces derniers partagent la même vision du projet et que les actions mises en place traduisent cette volonté de collaborer à l'atteinte d'un objectif commun.

Dans le modèle que nous proposons (figure 11.1), l'analyse du degré de cohérence des actions est lisible à travers le comportement des acteurs au niveau des trois dimensions du développement touristique, soit la gouvernance, l'image et les équipements. Celles-ci (illustrées à l'intérieur de la pyramide) se soutiennent mutuellement. Néanmoins, nous pensons que la question de la gouvernance touristique d'une destination métropolitaine reste la pierre angulaire dans le processus. Vu l'hétérogénéité des acteurs et de leurs intérêts, la gouvernance agira comme un régulateur des objectifs communs recherchés par l'organisation d'un grand événement. Comme nous avons pu le voir dans le cas du 350<sup>e</sup> anniversaire de la fondation de Montréal, la collaboration entre les acteurs montréalais a permis d'orienter les investissements en équipement vers le soutien de la nouvelle image de la destination.

Nous appuyant toujours sur le cas de Montréal, nous estimons que le modèle de gouvernance en réseau est le plus adapté à un développement touristique à travers les grands événements. Fondé sur un principe de partenariat entre les acteurs publics et privés, ce modèle permet, de l'avis de Hall (2011), de circonscrire l'intervention des acteurs dans un continuum d'actions et de politiques élaborées à la suite de négociations entre les acteurs. Selon ce dernier auteur, un autre avantage de ce modèle réside dans la prise en compte des spécificités locales, eu égard à l'implication des acteurs locaux dans la définition des politiques de développement touristique et, éventuellement, dans le processus d'organisation d'un grand événement. Ce scénario permet d'éviter des situations où les plans de développement sont imposés par un pouvoir central, puisque les acteurs ont le même « poids » d'influence, comme nous l'avons expliqué dans la section précédente.

La cohérence des actions qu'offre l'adoption d'un modèle de gouvernance en réseau peut être visible au niveau des deux autres dimensions du développement touristique explicitées précédemment. Au chapitre de l'image touristique, le choix d'organiser un grand événement devra se faire en conformité avec l'image de la destination. À Montréal, les célébrations du 350<sup>e</sup> anniversaire de la fondation de la ville ont joué le même rôle, en affirmant la volonté de la métropole québécoise de se positionner à son tour comme une destination culturelle unique en Amérique du Nord. Le même constat peut être formulé quant aux équipements touristiques. L'exigence de cohérence des actions dans la perspective d'un modèle de gouvernance en réseau fera en sorte que les équipements qui seront érigés pour la tenue d'un grand événement seront en conformité avec les besoins de la métropole en équipements, plus particulièrement sur le plan touristique.

Finalement, nous rappelons qu'aussi bien le niveau d'intégration des acteurs que le degré de cohérence des actions sont deux éléments complémentaires de la dynamique

de partenariat entre les acteurs. Cette dynamique doit régner au sein des destinations métropolitaines qui souhaitent entreprendre un développement touristique à travers l'organisation des grands événements. Vu leur symbolique par rapport à la communauté d'accueil, ces manifestations ne doivent pas être traitées comme des projets de travaux publics. À ce titre, nous considérons que l'inscription des acteurs dans une perspective à long terme permet justement de dépasser les problèmes de reconversion des sites qui surviennent dans la période post-événement. Sur ce point, le cas montréalais est révélateur. Dans le cas de l'Expo 67, la Compagnie canadienne de l'exposition universelle (CCEU) a été dissoute quelques mois après la fin de l'Expo et l'héritage de l'événement s'est trouvé par la suite sous la responsabilité de la Ville de Montréal. Cette dernière s'en est occupée pendant quelques années, mais le site de l'Expo connaîtra une grande marginalisation surtout après la fin de l'exposition Terre des Hommes en 1981. Dans le cas des Jeux de 1976, malgré les efforts déployés par la Régie des installations olympiques (RIO), cet organisme manquera considérablement d'autonomie et de ressources, comme le souligne le rapport [Lise] Bissonnette (2012) sur l'avenir du Stade olympique. Dans les deux cas, les carences de l'une des trois dimensions du développement touristique a diminué sensiblement les impacts de l'événement sur le paysage touristique de la métropole.

### **11.1.3 La place des grands événements dans le développement touristique des métropoles postmodernes**

Dans le modèle que nous avons proposé dans le présent chapitre, nous avons souligné à plusieurs reprises la nécessité d'encourager une dynamique de partenariat permanente entre les acteurs au sein des destinations métropolitaines qui souhaitent adopter un développement touristique à travers les grands événements. À ce titre, Montgomery (2007) montre avec l'étude de plusieurs métropoles mondiales qu'il faut désormais appréhender ces territoires à travers les différentes dynamiques qui interagissent entre les acteurs de la métropole. Dans cette perspective et à l'ère de la mondialisation où les métropoles sont connectées par l'intermédiaire de plusieurs

réseaux (financiers, culturels, politiques, économiques...), les acteurs, qu'ils soient publics, privés ou des citoyens, sont les principaux façonneurs de ces dynamiques métropolitaines. À cet égard, et parmi les différentes dynamiques que Montgomery (2007) observe au sein des métropoles mondiales, les grands événements et le tourisme figurent bel et bien au carrefour de plusieurs d'entre elles. Ce constat est partagé par Halbert (2010) qui estime que les grands événements organisés au sein des métropoles ont dépassé le paradigme économique voulant que ces espaces urbains accueillent ce type de manifestation pour des raisons d'abord économiques, avant les motifs identitaires, culturels et sociaux. En effet, se basant sur l'exemple de Lille et son positionnement comme capitale culturelle européenne, l'auteur démontre que les grands événements peuvent être considérés comme un moteur de différenciation, voire de création d'un avantage métropolitain. Au moment où ces événements peuvent être considérés comme des moteurs qui stimulent « le potentiel de mobilisation des ressources métropolitaines » (Halbert, 2010, p. 128), la tenue de ces manifestations ne relève plus exclusivement de la logique économique, mais la dépasse pour épouser d'autres dynamiques, surtout lorsque ces événements regroupent des publics hétérogènes venant des quatre coins du monde. Les Jeux olympiques sont à ce titre un exemple concret pour illustrer les nouvelles dynamiques associées aux grands événements. En 2008 lorsque Beijing a accueilli la 29<sup>e</sup> édition des olympiades de l'ère moderne, les responsables de la candidature chinoise avaient comme ambition de démontrer que « la Chine est un pays de premier rang capable de réussir des grands projets » (Eugène, 2008). Néanmoins, sur le plan du développement touristique qui nous intéresse dans le cadre de ce travail, la tenue des Jeux dans la métropole chinoise a permis d'améliorer les standards de qualité des différents acteurs impliqués dans le développement touristique de la capitale chinoise. Dans la phase post-olympique, l'Office de tourisme de Beijing a mis en avant la « *Olympic-style reception* » et le « *Beijing style service* » comme nouvelles marques de commerce de la métropole asiatique (Alcantara, 2010).

Hormis l'exemple de Beijing, le cas d'Athènes, qui a accueilli les Jeux quatre ans avant la métropole chinoise, démontre à son tour l'importance de ces nouvelles dynamiques associées aux grands événements. Pour Burgel (1997), la tenue des Jeux à Athènes est la reconnaissance d'une nouvelle forme de métropolisation où le pouvoir économique n'est plus la principale dynamique. En effet, dans la perspective des autorités grecques, en accueillant ce type de manifestation, Athènes cherchait à « affirmer sa place au sein du réseau des villes européennes et démontrer ainsi qu'elle peut jouer un rôle d'un point de vue géopolitique dans la nouvelle Europe élargie » (Henry, 2005, p. 15). Nonobstant cette ambition avouée par le maire d'Athènes, le développement touristique de la métropole par le biais des Jeux est resté au sommet des priorités des organisateurs de l'événement. En effet, à travers les opérations d'aménagement urbain qui seront menées à l'occasion des Jeux, l'Office de tourisme hellénique souhaitait mettre en valeur les infrastructures touristiques et par la même occasion cibler une clientèle plus sélective par la diversification des activités touristiques. Cependant, la crise économique de 2008 a mis un frein aux ambitions athéniennes au point de considérer les Jeux comme un événement déclencheur des problèmes économiques qui ont marqué la Grèce vers la fin de la décennie 2000.

## 11.2 Conclusion du chapitre

Dans un contexte de crise économique, il est certain qu'il est plus difficile de convaincre l'ensemble des acteurs d'une ville d'organiser un grand événement de l'envergure des Jeux olympiques. Le rejet par les Berlinoises, en novembre 2013, de la proposition de leur ville de soumettre une candidature aux Jeux de 2022 démontre clairement ce malaise vis-à-vis d'un type d'événement jugé trop coûteux. De façon plus générale, la réticence à l'égard des grands événements est observable dans les pays occidentaux ayant déjà organisé au moins une fois dans leur histoire une manifestation majeure. Dans le cas d'Oslo, et même si la ville est officiellement

candidate à l'accueil des Jeux de 2022, la décision n'a été prise qu'au bout d'un référendum populaire où le « oui » l'a emporté avec 53 % de voix favorables. Cette situation donne davantage de chances à de nouvelles villes pour accueillir les grands événements ; néanmoins la question des retombées de ces événements sur le territoire hôte reste d'actualité. Dans le modèle que nous avons proposé dans ce chapitre, il est vital de s'assurer de l'existence d'une dynamique de partenariat permanente entre les acteurs pour espérer maximiser les retombées positives à long terme d'un grand événement. À ce titre, la question de la gouvernance demeure fondamentale. Plus la ville dispose d'un modèle de gouvernance bien structuré, plus les bénéfices seront significatifs pour la destination.

## CONCLUSION

Dans un contexte de postmodernité, les grands événements font partie intégrante de l'identité de plusieurs grandes métropoles. Au fil du temps, ces événements sont devenus un leitmotiv pour légitimer des projets à vocations politique, économique, sociale, urbaine et touristique. Sur ce dernier volet, même s'il est démontré que la tenue d'un grand événement a des retombées positives à court terme sur la dynamique touristique d'une destination, les impacts structurants à long terme ne sont pas garantis. À partir de ce constat, nous avons tenté dans le cadre de cette recherche doctorale d'apporter quelques éléments de réponses quant au rôle des grands événements dans le développement touristique d'une destination métropolitaine. Les résultats de notre recherche ont démontré que, dans le cas montréalais, l'Expo 67 et les Jeux olympiques de 1976 ont effectivement eu un effet limité sur le développement touristique de la métropole pendant les décennies 1960, 1970 et 1980. Tout au long de cette période, le style de gouvernance autoritaire du maire Jean Drapeau a eu pour effet d'écarter les acteurs chargés du développement touristique à Montréal, d'où la difficulté d'une reconversion récréotouristique des équipements construits à l'occasion de ces deux événements. Ce constat n'est cependant pas le même dans le cas des célébrations du 350<sup>e</sup> de Montréal en 1992. Même si cet événement était de moindre importance comparativement aux deux précédents, les équipements et les aménagements urbains développés à cette occasion sont venus consolider le positionnement de Montréal en tant que métropole culturelle.

En somme, notre travail doctoral a permis d'apporter différents éclairages en ce qui concerne l'évolution du modèle de développement touristique de Montréal depuis 1960. À partir du cas de la métropole québécoise, nous avons pu proposer un modèle destiné aux métropoles qui souhaitent faire des grands événements la pierre angulaire de leur stratégie de développement touristique. Dans ce sens, nous présentons ci-après les principales conclusions de notre analyse en identifiant d'abord notre contribution

à la construction épistémologique de notre domaine de recherche, en soulignant ensuite les particularités du modèle de développement touristique montréalais et en exposant enfin les fondements de notre proposition de modèle.

### **Une contribution à la réflexion épistémologique des études touristiques et du tourisme urbain en particulier**

La réflexion épistémologique menée dans le premier chapitre de ce travail, laquelle a porté d'abord sur les études touristiques puis sur le tourisme urbain, qui est notre domaine de recherche, nous a été utile. Ce faisant, la construction de notre cadre théorique s'est vue mieux encadrée, nous permettant par conséquent de situer notre contribution par rapport au corpus de recherches traitant des thématiques touristiques. Sur ce point, nous rappelons que pour sortir de la dialectique qui porte sur la disciplinarité des études touristiques, nous nous sommes inscrit dans le mouvement post-disciplinaire qui met l'accent sur l'objet étudié et non sur les limites disciplinaires qui peuvent se manifester en étudiant un sujet pluridisciplinaire comme le nôtre. Ce choix s'est avéré effectivement judicieux eu égard sur deux plans : d'abord paradigmatique, ensuite méthodologique. Dans le premier cas, le postmodernisme, appréhendé comme un ancrage sociologique explicatif des phénomènes urbains, exige selon plusieurs auteurs (Morin, 1990 ; Ashworth, 2003, 2011 ; Lévy, 2008 ; Clivaz, 2008 ; Corboz, 2009) une révision des modèles de production des connaissances. Cette exigence est motivée par la complexité de comprendre les phénomènes observés au sein des espaces urbains et en particulier les espaces métropolitains. Dans ces territoires, la diversité des acteurs et des enjeux, l'imbrication des fonctions urbaines et la mutation des pratiques touristiques et de loisirs requièrent la mobilisation d'approches différentes pour éviter de faire des analyses réductrices de la réalité. La perspective post-disciplinaire, en s'intéressant

avant tout au phénomène objet de la recherche, se positionne donc en cohérence avec le paradigme postmoderniste.

Sur le plan méthodologique, la post-disciplinarité offre au chercheur la possibilité de mobiliser les outils d'analyse que ce dernier juge pertinents dans l'atteinte des objectifs de recherche. Dans notre cas, cette approche nous a permis de concevoir un cadre théorique adapté à notre sujet et de proposer par conséquent une lecture différente comparativement aux études qui analysent les impacts économiques des grands événements, en cherchant à comprendre le rôle joué par ces derniers dans le développement touristique d'une métropole, et plus particulièrement sur le long terme.

Soulignons finalement que nonobstant les bénéfices que nous a procurés l'inscription au courant post-disciplinaire, il est nécessaire de souligner les limites de ce recours. De façon générale, la réflexion sur la post-disciplinarité remonte à la décennie 2000. Son adoption est certes en constante évolution dans les milieux scientifiques, mais reste limitée, notamment auprès des chercheurs en études touristiques. De là se pose la question de la validité de ce choix et bien évidemment des résultats de recherche qui en découlent. À ce titre, nous souhaitons apporter quelques éléments de réponse. La perspective post-disciplinaire exige d'emprunter une méthode de recherche inductive où l'objet étudié est le point de départ de la recherche. Cependant, pour encadrer le processus d'induction, la problématisation du cas ainsi que son interprétation doivent se faire dans un cadre théorique défini d'avance (Quivy et Campenhoudt, 2006). Dans notre cas et pour répondre à cette exigence, nous avons défini deux niveaux d'encadrement. D'une part, nous avons identifié la postmodernité et la métropole respectivement comme notre ancrage sociologique et géographique et, d'autre part, nous avons élaboré un cadre conceptuel opératoire qui a agi comme un système de référence pour le processus d'induction. Tout au long de ce travail, nos résultats de recherche sont restés profondément attachés à notre cadre conceptuel.

Le dernier élément qui concerne la dimension épistémologique de notre thèse réside dans la révision de la signification de certains concepts. À cet égard, nous avons procédé par un processus de déconstruction-construction de la notion du grand événement – concept central de notre recherche. En ce sens, nous avons proposé une définition qualitative du terme *a contrario* des définitions classiques basées sur des indicateurs quantitatifs. À cet effet, nous appréhendons le grand événement comme un événement circonscrit dans le temps et dans l'espace porteur d'une signification particulière pour les acteurs locaux et créant une rupture avec le passé. Cette interprétation a le mérite d'intégrer, sous la bannière des grands événements, des manifestations qui sont porteuses d'une symbolique importante pour les acteurs d'un territoire donné sans pour autant que l'événement ait une notoriété internationale.

En ce qui a trait à l'approche utilisée, le recours à l'approche historico-interprétative nous a offert la possibilité de présenter une nouvelle lecture d'un sujet qui peut paraître consommé. Le principal mérite de cette approche réside dans l'intégration de la dimension contextuelle à l'analyse du phénomène étudié. Cette dimension nous a permis de situer chaque événement dans son contexte social, politique, historique et géographique et par le fait même d'apporter des explications plus approfondies du rôle joué par chaque événement dans le développement touristique de la métropole. Ainsi, nous avons pu conclure que la modification du paysage urbain montréalais souvent attribuée à la tenue de l'Expo 67 requiert des nuances. À l'exception du site où s'est tenue la manifestation, ce grand événement n'a joué qu'un rôle d'accélérateur de certains projets urbains qui étaient déjà planifiés. L'embellie économique qui a profité à Montréal depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale et jusqu'au début des années 1960 a constitué un catalyseur du développement urbain de la ville. Par le fait même, nous considérons que la métropole du Québec était déjà engagée dans une dynamique de développement avant la venue de l'Expo. Nous pensons même que c'est plutôt la position de Montréal comme une ville en pleine mutation qui a favorisé

l'accueil de l'événement. Il faut reconnaître cependant que, sur le plan de l'image, Montréal a bénéficié grandement de l'Expo 67. Compte tenu du nombre des délégations étrangères qui ont participé à l'événement et des célébrités qui l'ont visité, l'image de la métropole, de la province, voire du pays a été moussée à l'échelle internationale. Ce rayonnement aurait pu avoir un effet plus important si ce n'est le modèle de gouvernance hiérarchique qui a prévalu à Montréal tout au long de l'époque du maire Jean Drapeau. Durant cette période, l'organisme chargé du développement touristique de la métropole, en l'occurrence l'office de tourisme, a été tenu à l'écart et l'image touristique s'est trouvée par conséquent diluée dans l'image globale de la ville. Cette situation va perdurer jusqu'en 1989, année où un nouvel organisme, Tourisme Montréal, définira son premier plan marketing accompagné d'un positionnement et d'une image touristiques de la ville bien identifiés.

**Montréal : l'histoire d'un modèle de développement touristique unique, mais porteur d'intérêt pour les autres métropoles mondiales**

Au-delà des considérations épistémologiques, notre travail doctoral avait d'abord pour ambition de comprendre le rôle des grands événements dans le développement touristique des destinations métropolitaines. À travers l'étude de l'implication des principaux acteurs du développement touristique dans trois grands événements que représentent l'Expo 67, les Jeux olympiques de 1976 et les célébrations du 350<sup>e</sup> anniversaire de la fondation de Montréal, nous avons pu retracer l'évolution du modèle de développement touristique de la métropole québécoise depuis 1960 jusqu'à 1992.

Notre première hypothèse supposait que la tenue des grands événements au sein de la destination modifiait la structure de gouvernance touristique où l'organisme de gestion de la destination s'imposait comme le principal acteur. En fait, à travers le cas de Montréal, nous avons démontré que l'évolution des structures de gouvernance

touristique était le résultat de l'arrivée au pouvoir d'une nouvelle génération de gestionnaires admirateurs des processus consultatifs lorsqu'il s'agit de définir des politiques de développement. À Montréal, le style de gouvernance du maire Jean Drapeau a tenu à l'écart l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal. Même si ce dernier a été reconnu par la Ville comme l'organisme chargé du développement touristique de la métropole dès les années 1940, il n'en demeure pas moins que les sensibilités linguistiques qui opposaient les Canadiens français, représentés par Drapeau, et les Canadiens anglais, qui dominaient l'Office de tourisme, ont fait en sorte de limiter la collaboration entre les deux acteurs (la Ville et l'Office de tourisme). En infirmant cette première hypothèse, notre recherche démontre que lorsque l'organisation d'un grand événement n'est pas intégrée à une vision globale du développement touristique fédératrice de l'ensemble des acteurs, l'événement, quelles que soient sa dimension et sa portée, des dynamiques structurantes au sein de la destination ne peuvent être générées. Que ce soit au niveau des structures de gouvernance ou des processus de planification, l'absence d'une stratégie concertée se traduit essentiellement par des mesures ponctuelles et des retombées éphémères.

De façon concomitante à ce constat, notre seconde hypothèse aussi se trouve invalidée eu égard à l'analyse du processus de planification des trois événements étudiés. En effet, malgré le discours du maire Drapeau qui plaçait le tourisme parmi les priorités de sa politique de développement de la métropole, la faible intégration de la dimension touristique dans l'organisation de l'Expo 67 et des Jeux de 1976 permet de conclure que ces deux événements n'ont pas été appréhendés comme des événements touristiques. Même à l'occasion des célébrations du 350<sup>e</sup> anniversaire de la fondation de la ville de Montréal, la prise en compte de la dimension touristique est le résultat de l'adoption d'un nouveau modèle de gouvernance, incarné par le maire Jean Doré et son parti, le Rassemblement des citoyens de Montréal (RCM), plutôt

que de la prise de conscience des manquements constatés à l'issu de l'Expo 67 et des Jeux de 1976.

Finally, in the case of Montréal, and far from the controversies that accompanied Expo 67 and especially the Jeux de 1976, these two great events allowed the Québec metropolis to acquire international notoriety, and the image of the city has been associated for several years, at least up to the middle of the 1980s, with Expo 67 and the Jeux de 1976. This situation is attributable to the success of these two great events, but it can also be explained by the absence of a tourist image that distinguishes itself from the image of the city. In fact, the concentration of the Office of Congresses and Tourism of the Greater Montréal on the solicitation of congresses since 1961, the date of creation of the Office of Municipal Tourism, which will play the role of a tourist information bureau, will ensure that the promotion of the city at the international level will only be carried out on the occasion of great events. This state of affairs thus validates our last hypothesis, which considered that the recurrence of great events in a destination leads to the fact that these latter become an important component in the image of the metropolis. Notwithstanding the positive impacts that result from the organization of great events on the image of a metropolis, it remains however that the very close association between one or several manifestations and the image of the destination remains a source of risk. As we have been able to demonstrate throughout our doctoral work, the mistrust vis-à-vis of great events, occasioned by the failures of the Olympic project, has generated a confusion around the image of the metropolis, since each actor engaged in the development of tourism between 1976 and 1992 put forward the elements that coincided with the mission of his organization.

In conclusion and in relation to our research question, we have formulated two elements of response :

- D'une part, lorsque les trois grands événements étudiés sont analysés séparément nous pouvons conclure qu'ils n'ont pas eu un effet structurant sur le développement touristique de la métropole. Cette conclusion trouve son fondement dans le fait qu'aussi bien dans le cas de l'Expo 67 que dans celui des Jeux de 1976, l'événement n'a pas été appréhendé comme un événement touristique. Cela explique en partie les difficultés de reconversion de certains équipements construits à l'occasion de ces deux événements, notamment du Stade olympique. La situation est cependant différente quand il s'agit des célébrations du 350<sup>e</sup> anniversaire de la fondation de la ville de Montréal. L'événement a été saisi par les acteurs en place pour asseoir l'image de Montréal comme une destination culturelle en construisant des équipements à vocation culturelle venus consolider le nouveau positionnement.
- D'autre part, l'analyse de la trame événementielle, c'est-à-dire les trois événements pris dans leur ensemble, nous amène à conclure que ces derniers ont eu un effet significatif sur le développement touristique de la métropole. Durant les décennies 1960 et 1970, Montréal s'était forgé un modèle de développement basé sur l'organisation des grands événements au moment même où des villes concurrentes, comme Toronto et Boston, développaient un modèle basé sur la construction d'équipements urbains. À Montréal, les problèmes rencontrés par le chantier olympique entraîneront un blocage dans la poursuite de son modèle et le développement touristique de la ville connaîtra une période d'inactivité qui se prolongera jusqu'à la veille du 350<sup>e</sup> en 1992, événement que nous avons considéré comme un moment de rupture puisqu'il sera saisi comme le point de départ vers la construction d'un nouveau modèle. À l'image de ses concurrentes nord-américaines, plus particulièrement Toronto, Montréal s'engagera à compter de 1986 dans la voie du tourisme métropolitain qui consiste à promouvoir les équipements, les événements et les expériences (Pilette et Kadri, 2005). Ce changement de modèle reste toutefois objet de questionnement. Montréal avait-elle le choix de se positionner comme destination culturelle ? Nous pensons qu'il

est effectivement difficile de penser que ce choix ait été délibéré. Depuis la perte de son statut de métropole du Canada, la ville a connu une transition économique difficile l'obligeant à se contenter de son rôle de métropole provinciale (Linteau, 1992, 2007 ; Hamel et Poitras, 1998 ; Christofle et Massiera, 2009). Parallèlement à cette situation, le départ du maire Drapeau a porté au pouvoir municipal une nouvelle génération de gestionnaires. Issus de la Révolution tranquille, ces derniers se veulent plus pragmatiques et plus consensuels et il est pour eux hors de question de s'engager dans des projets qui risquent de coûter cher aux contribuables. Cependant, il faut reconnaître que le maire Drapeau représentait un gestionnaire public visionnaire qui a mené sa ville au sommet de sa gloire. Un maire qui rêvait sa ville, comme le souligne Gignac (2009). Depuis l'Expo 67 et les Jeux de 1976, Montréal n'a pu retrouver à ce jour la même dynamique et le même rayonnement observés à l'occasion de ces deux événements, au point de se demander que serait devenue Montréal aujourd'hui sans le maire Drapeau.

### **La dynamique de partenariat permanente entre les acteurs comme une base d'un modèle développement touristique fondé sur les grands événements**

À la lumière du travail mené dans le cadre notre thèse, il ressort que le modèle de gouvernance hiérarchique pratiqué tout au long des décennies 1960 et 1970 et au début de la décennie 1980 a limité l'effet des deux grands événements organisés durant cette période sur le développement touristique de la métropole. Tenant compte de cette conclusion, nous avons proposé à la fin de notre recherche un modèle destiné aux métropoles qui souhaitent faire des grands événements un levier de leur développement touristique. À ce titre, l'existence d'une dynamique de partenariat permanente entre les acteurs représente à notre sens la principale composante du modèle. Dans le contexte d'une destination métropolitaine, cette dynamique est lisible dans le niveau d'intégration des acteurs – qui est un indicateur de la volonté de

fédérer l'ensemble des acteurs du développement touristique au processus d'organisation d'un grand événement – et le degré de cohérence des actions qui reflètent la contribution de chacun des acteurs à l'atteinte des objectifs communs de la destination.

Nous pensons que le modèle que nous présentons à l'issue de notre recherche est porteur d'un intérêt certain pour les décideurs publics qui s'engagent dans l'organisation de grands événements. Aujourd'hui, à chaque édition d'un grand événement des voix s'élèvent pour contester la tenue de ce type de manifestation sur un territoire donné. Les exemples à ce titre sont nombreux. En 2014, le monde a pu suivre les polémiques qui ont accompagné l'organisation des Jeux olympiques d'hiver à Sotchi en Russie et la Coupe du monde de football au Brésil. Même si notre thèse n'avait pas comme objectif de répondre aux différentes critiques formulées autour de la pertinence des grands événements, il n'en demeure pas moins que notre modèle, jumelé à d'autres recherches qui s'intéressent à la relation entre les grands événements et le développement touristique, peut fournir des pistes de réflexion à l'acteur public qui est souvent l'instigateur du projet d'organisation de ce type d'événement.

Tenant compte du contexte économique mondial qui perdure depuis la crise financière de 2008, plusieurs pays occidentaux ont été dans l'obligation de réévaluer la possibilité d'organiser des grands événements sur leurs territoires. Cette situation fait en sorte que de nouveaux pays, considérés jadis comme n'ayant aucune chance d'accueillir de grands événements, se verront attribué le privilège d'organiser des événements comme la Coupe du monde de football ou les Jeux olympiques (annexe G). À ce titre, la multiplication des recherches autour du rôle des grands événements dans le développement des métropoles de façon générale, et du développement touristique en particulier, ne peut être que bénéfique afin de capitaliser sur les expériences précédentes.

En conclusion de notre thèse, nous souhaitons préciser que le modèle que nous proposons n'est que le premier jet d'une réflexion basée sur une seule étude de cas. Le modèle peut très certainement être amélioré en l'appliquant à d'autres contextes métropolitains et il serait à notre avis nécessaire de l'enrichir par l'intégration des entrevues avec les personnes qui étaient directement impliquées dans le processus de planification. Cet élément offrira sans aucun doute une meilleure compréhension du jeu des acteurs et permettra une appréhension plus approfondie du contexte de chaque cas. Cela dit, l'essai de modélisation que nous avons développé pourra servir, nous le souhaitons, comme point de départ pour d'autres chercheurs, plus particulièrement ceux en études touristiques, qui s'intéressent à l'évaluation du poids des grands événements et à la dimension événementielle dans son ensemble dans la définition d'un tourisme urbain et d'un tourisme métropolitain. Nous croyons à ce titre qu'il y a un réel besoin de recherche à ce niveau eu égard à la participation de nouveaux pays, mais aussi de métropoles dans l'organisation des grands événements. À cet égard, les réalités sociales et économiques de ces nouveaux territoires font en sorte que ces événements produisent des dynamiques différentes de celles qui ont été étudiées jusqu'à présent. L'appel est donc lancé.

## ANNEXE A:

## RECENSION DES ÉCRITS SUR LE TOURISME URBAIN

Auteur(s)	Année	Thématiques étudiées	Références
Lynch	1960	Image de la ville	Edwards <i>et al.</i> (2008)
Stansfield	1964	Déséquilibres entre les zones urbaines dans les recherches sur le loisir	Pearce (2001)
Vetter	1974	Structures et dynamique du tourisme urbain	Pearce (2001)
Burgess	1975	Image de la ville	Edwards <i>et al.</i> (2008)
Pearce	1977	Image de la ville, comportement des touristes	Edwards <i>et al.</i> (2008)
Gutiérrez-Ronco	1977	Localisation des hôtels en ville	Pearce (2001)
Blank et Petkovich	1979	Tourisme métropolitain	Edwards <i>et al.</i> (2008)
Judd et Collins	1979	Politiques de régénération urbaine	Edwards <i>et al.</i> (2008)
Liu	1983	Performance de l'industrie hôtelière	Pearce (2001)
Vandermeij	1984	Épistémologie du tourisme urbain	Edwards <i>et al.</i> (2008)
Jansen-Verbek	1986	Analyse de la fonction touristique des villes moyennes	Pearce (2001)
Hall	1987	Tourisme urbain et régénération des villes	Edwards <i>et al.</i> (2008)
Ashworth	1989	Épistémologie du tourisme urbain	Ashworth et Page (2010)
Ashworth et Tunbridge	1990	Relations entre patrimoine, image de la ville et tourisme	Ashworth et Page (2010) ; Edwards <i>et al.</i> (2008)
Burtenshaw <i>et al.</i>	1991	Usage de l'espace urbain	Ashworth et Page (2010) ; Maitland (2008)
Garreau	1991	Les « <i>Edge cities</i> » comme espace de consommation touristique	Ashworth et Page (2010)
Mullins	1991	Urbanisation touristique	Ashworth et Page (2010)
Roche	1992	Importance des événements dans le tourisme urbain	Ashworth et Page (2010)
Law	1992, 1993	Retombées économiques du tourisme urbain	Ashworth et Page (2010) ; Law (1993) ; Edwards <i>et al.</i> (2008)

Cazes	1994	Épistémologie du tourisme urbain	Page (2001) ; Cazes (1994) ; Cazes et Poitier (1996)
Dear	1994	Urbanisme postmoderne et tourisme	Ashworth et Page (2010)
Mullins	1994	Relations entre classes sociales et urbanisation touristique	Ashworth et Page (2010)
Van Der Borg <i>et al.</i>	1995	Stratégies de performance du tourisme urbain	Van Der Borg <i>et al.</i> (2010) ; Pearce (2001)
Page	1995	Analyse systémique du tourisme urbain	Page (1995) ; Edwards <i>et al.</i> (2008)
Castells	1996	La cité en réseau	Ashworth et Page (2010)
Zukin	1996	Culture de la ville postmoderne	Ashworth et Page (2010)
Murphy	1996	Gestion de la qualité en tourisme urbain	Edwards <i>et al.</i> (2008)
Boyer	1996	L'invention du tourisme	Boyer (1996) ; Hoerner (2002) ; Pearce (2001) ; Bernie-Boissard (2008)
Mazanec et Wober	1997	Gestion des villes touristiques	Ashworth et Page (2010)
Thrift	1997	La ville postmoderne	Ashworth et Page (2010)
Gladstone	1998	Urbanisation touristique aux ÉU	Ashworth et Page (2010) ; Gladstone (1998)
Judd et Fainstein	1999	Impact du tourisme sur les transformations des villes	Edwards <i>et al.</i> (2008)
Dear et Flusty	1999	Réflexion sur l'urbanisme postmoderne	Ashworth et Page (2010)
Dewaily et Lefort	2001	Territoires touristiques vs territoires urbains	Dewaily et Lefort (2001)
Law	2002	Retombées économiques du tourisme urbain	Ashworth et Page (2010)
Pinol	2003	Développement de l'Europe urbaine et du tourisme urbain	Pearce (2001) ; Pinol (2003)
Ashworth	2003	Épistémologie du tourisme urbain	Ashworth (2003)
Mommaas	2004	Culture et tourisme urbain	Ashworth et Page (2010)
Beedie	2005	Analyse sociologique du tourisme urbain	Ashworth et Page (2010)
Gibson et Kong	2005	Économie de la culture	Ashworth et Page (2010)
Knafou et Violier	2005	Épistémologie du tourisme urbain	Knafou et Violier (2005)
Mordue	2007	Gouvernance urbaine et tourisme	Ashworth et Page
Knafou	2007	Relation tourisme, ville et urbanité	Knafou et Duhamel (2007)

Edwards <i>et al.</i>	2008	Épistémologie du tourisme urbain	Edwards <i>et al.</i> (2008)
Kadri	2008	Épistémologie du tourisme urbain	Kadri (2008)
Ashworth et Page	2010	Épistémologie du tourisme urbain	Ashworth et page (2010)

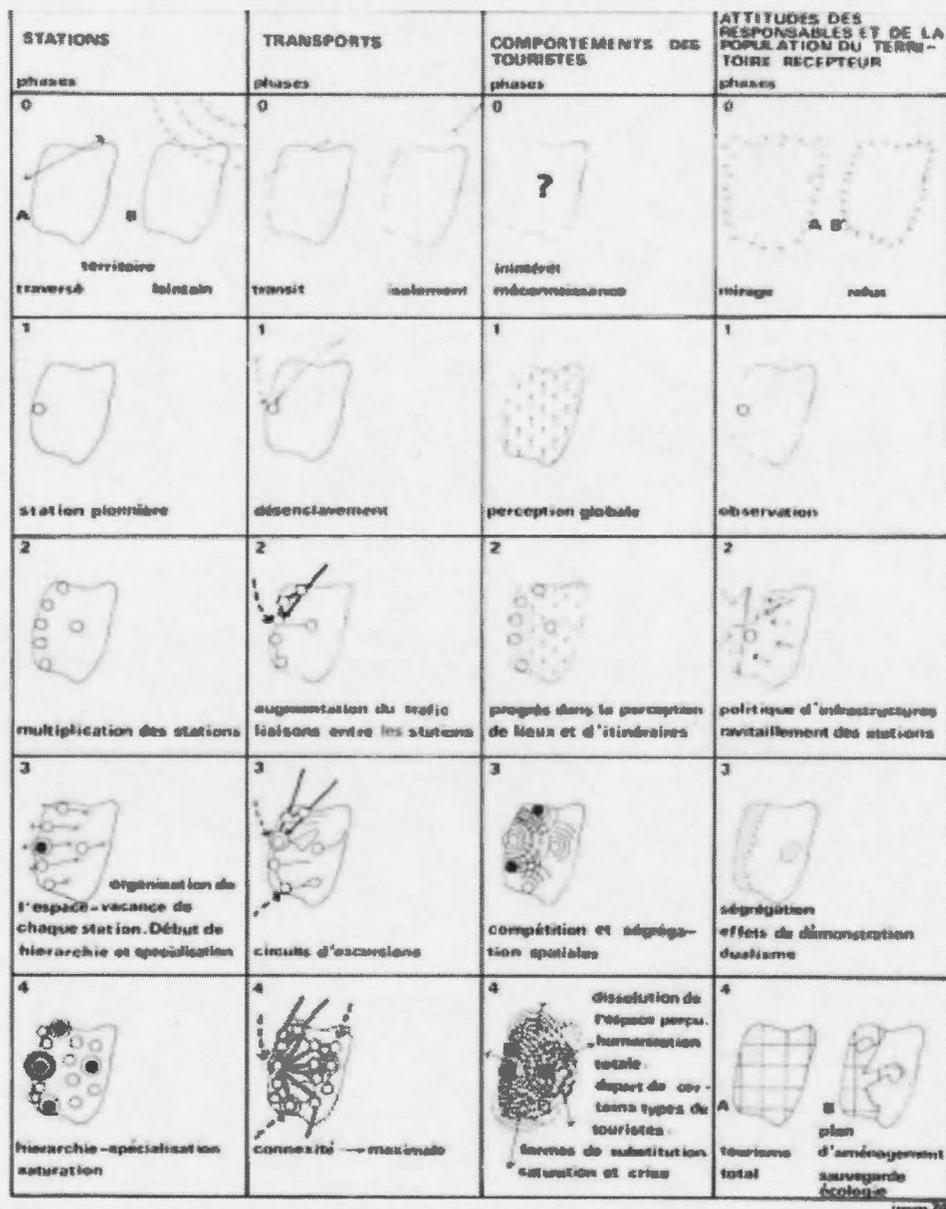
Source : Compilation de l'auteur.

Le tableau ci-dessus a été compilé essentiellement à partir des travaux de Pearce (2001), Edward *et al.* (2008) et Ashworth et Page (2010). Il relève les thématiques étudiées en tourisme urbain depuis les 50 dernières années tout en indiquant la référence où se trouve l'information présentée.

## ANNEXE B :

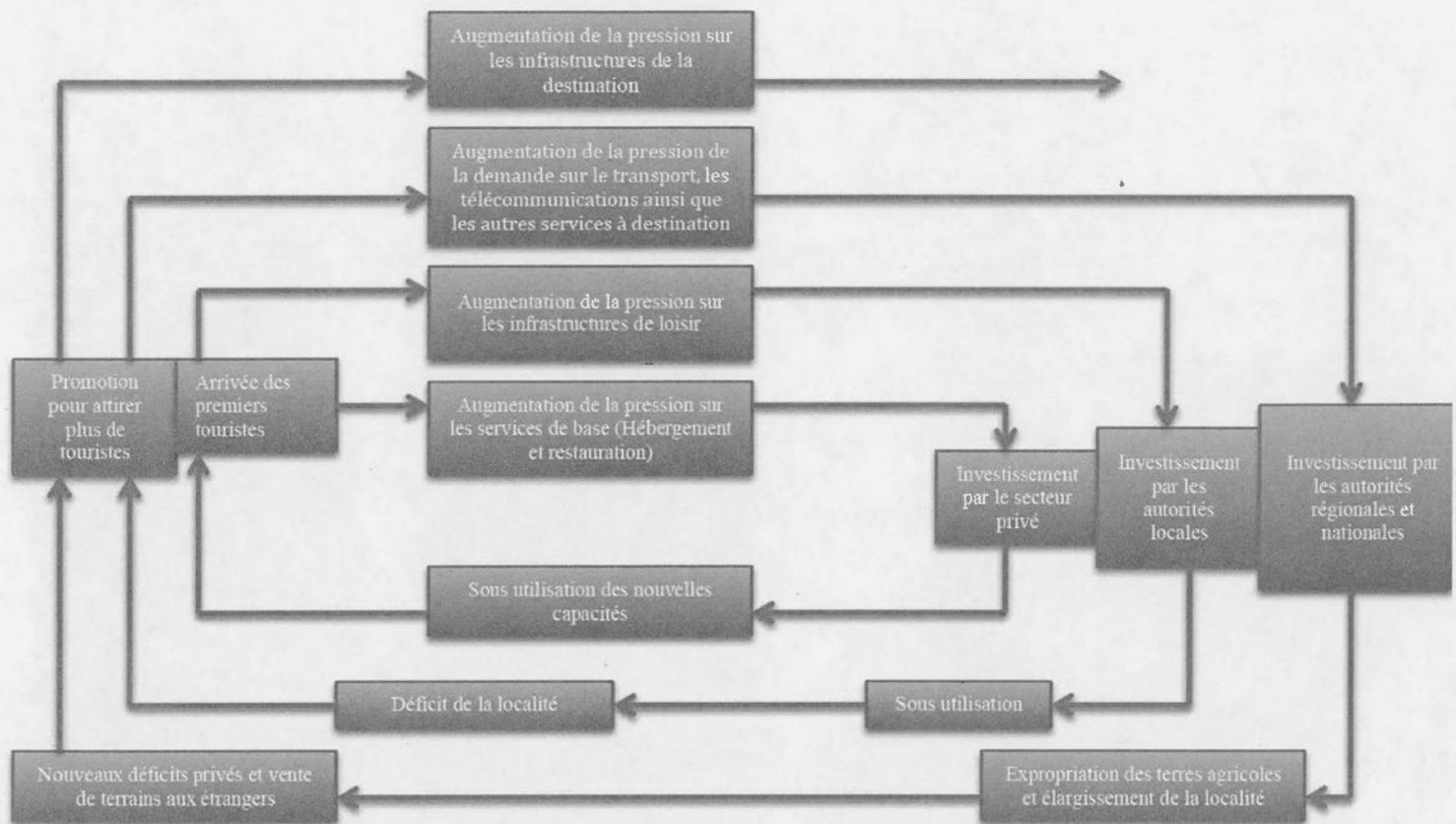
## MODÈLES DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES DESTINATIONS

B-1 Le modèle de l'espace touristique de Miossec (1977)



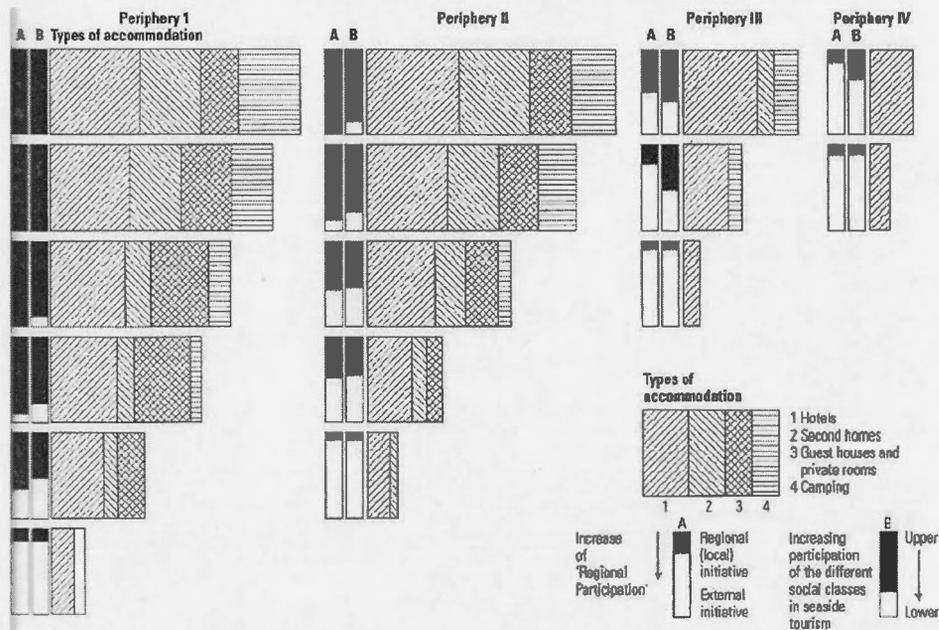
Source : Miossec (1977, p. 47)

## B-2 La spirale de la force des choses de Schwarzenbach (1991)



Source : Apling, Kouassi (2001), *Le tourisme littoral dans le sud-ouest ivoirien*, p. 292.

B-3 Le modèle spatio-temporel du développement du tourisme international dans les destinations côtières de Gormsen (1981)



Source: redrawn from Gormsen, 1981

3.3 Schematic representation of the spatio-temporal development of international seaside tourism

Source : Gormsen (1981, p. 150).

## B-4 Le modèle Irridex de Doxey (1975)

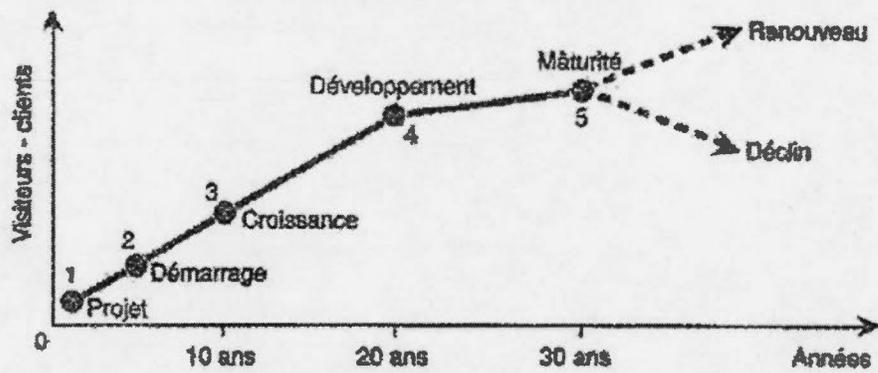
Étape	Attitude de la communauté d'accueil	Caractéristiques
Étape 1	Euphorie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le nombre de visiteurs est limité</li> <li>• Les visiteurs cherchent à s'intégrer dans la population locale</li> <li>• La communauté hôte accueille favorablement les touristes</li> <li>• Les activités commerciales avec les touristes sont limitées</li> </ul>
Étape 2	Indifférence	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le nombre de visiteurs en augmentation</li> <li>• Les visiteurs sont bien accueillis</li> <li>• La relation entre la communauté hôte et les visiteurs et de plus en plus formalisée</li> </ul>
Étape 3	Irritation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le nombre des touristes augmente de façon significative</li> <li>• Le partage des ressources entre les résidents et les visiteurs est de plus en plus problématique</li> <li>• Les locaux commencent à se méfier des touristes</li> </ul>
Étape 4	Antagonisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les résidents sont hostiles envers les touristes</li> <li>• Les acteurs tentent de limiter les dommages de l'afflux touristique</li> </ul>

Source<sup>61</sup> : Doxey (1975)

---

<sup>61</sup> Traduction libre

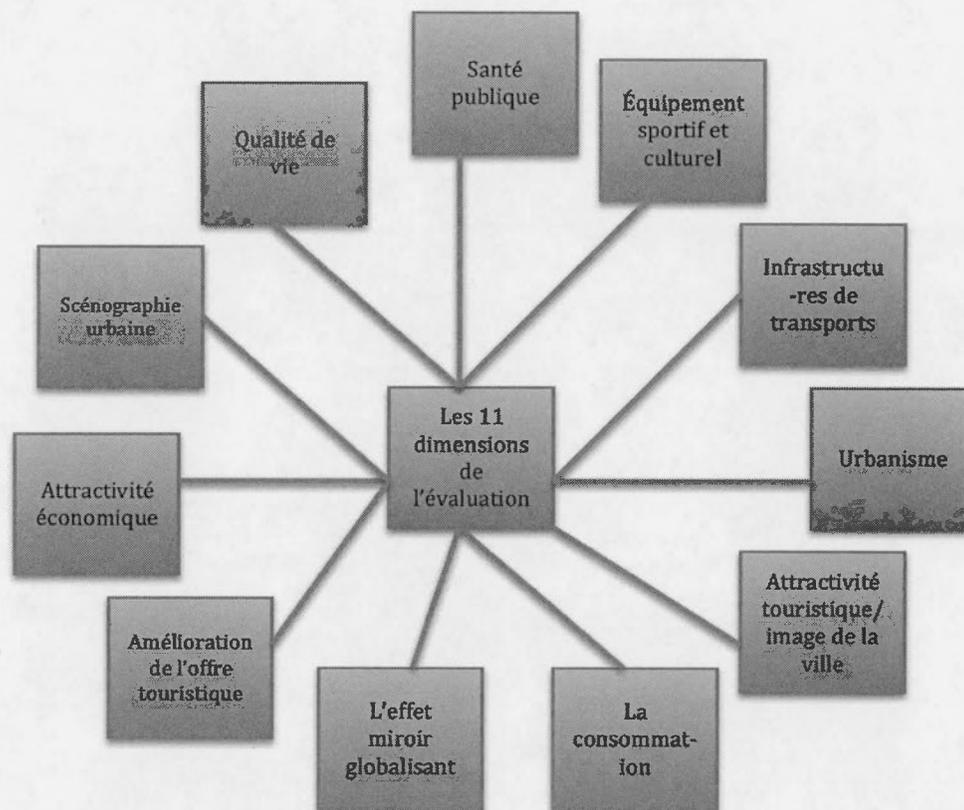
## B-5 Le modèle du cycle de vie des destinations de Butler (1980)



Source : Hazebroucq (2007, p. 188)

## ANNEXE C :

## DIMENSIONS D'ÉVALUATION D'UN GRAND ÉVÈNEMENT



Source : Ballester (2009, p. 469)

## ANNEXE D :

COUPURES DE PRESSE DE LA VILLE DE MONTRÉAL DES ANNÉES  
1920

Come and enjoy the northern sunshine and the clear, crisp, healthy climate. Spend your winter holiday in the Magic City.  
 DE LUKE FULLMAN SERVICE  
 10% Round Trip  
 No Passports Required  
**Montreal Tourist and Convention Bureau, Inc.**  
 NEW BIRKS BUILDING MONTREAL, CANADA

WINTER SPORTS  
 DECEMBER TO MARCH

Enjoy and no end of interesting and different things to see and do. The Winter sports playground is the very heart of a great city. There is King of Snow's get ready - just the place for your holiday.  
 DE LUKE FULLMAN SERVICE  
 10% Round Trip Montreal  
 No Passports Required

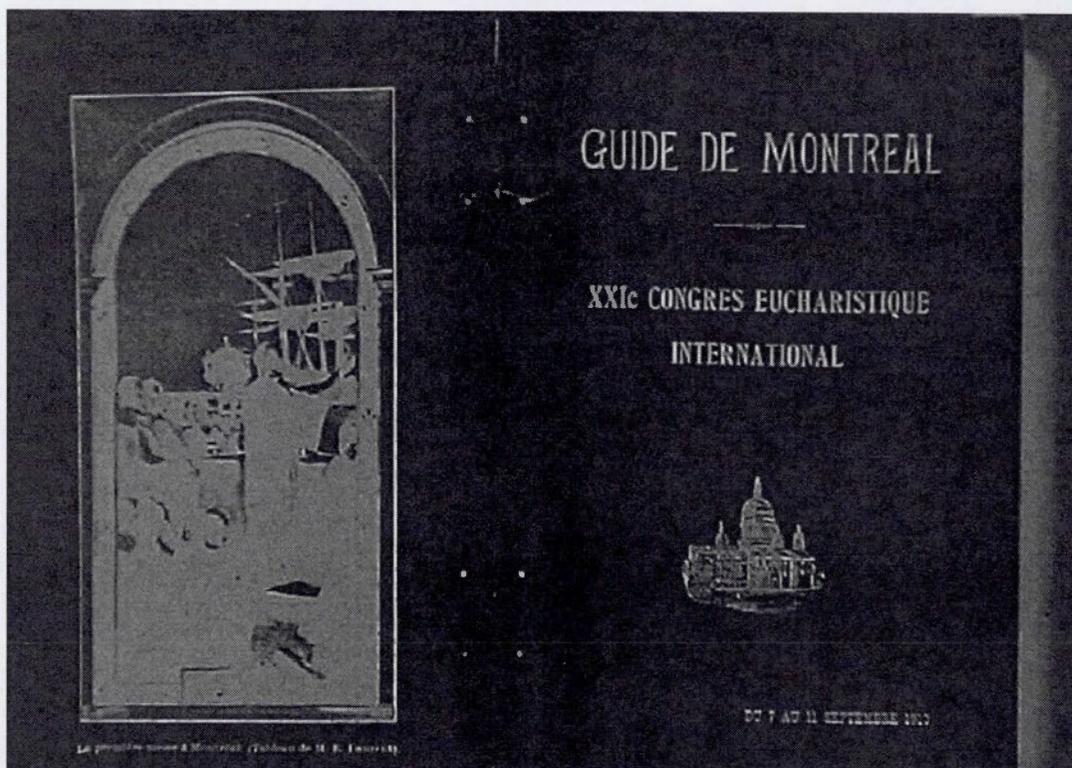
**Montreal Tourist & Convention Bureau, Inc.**  
 New Birks Building Montreal, Canada

**Montreal**  
 Abroad!  
 without crossing the seas  
 for winter Joys  
**Montreal**  
 INVIGORATING and sunny above. Here's great every scene and scene. Luscious shops on the British Empire and no end of interesting and different things to see and do. The Winter sports playground is the very heart of a great city. There is King of Snow's get ready - just the place for your holiday.  
 DE LUKE FULLMAN SERVICE  
 10% Round Trip Montreal  
 No Passports Required  
**Montreal Tourist & Convention Bureau, Inc.**  
 New Birks Building Montreal, Canada

**Montreal**  
 Abroad!  
 without crossing the seas  
 Visit Montreal—a charming old world city, different from any place you have ever been on the American continent.  
 Come and enjoy the northern sunshine and the clear, crisp, healthy climate. Spend your winter holiday in this greatest metropolis, the gay centre of the Dominion's social and sporting life.  
 Splendid hotels, genuine French cuisine, churches and shops that are perfect recreations of the British Empire.  
 10% Round Trip Montreal  
 No Passports Required  
**Montreal Tourist and Convention Bureau, Inc.**  
 NEW BIRKS BUILDING MONTREAL, CANADA

Source: Archives de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal. Collection Bibliothèque et archives nationales du Québec.

ANNEXE E :  
GUIDE TOURISTIQUE DE 1910



Source : Archives de l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal. Collection Bibliothèque et archives nationales du Québec.

## ANNEXE F :

TYPOLOGIE ET CARACTÉRISTIQUES DU MODÈLE DE GOUVERNANCE DE  
HALL

	Hierarchies	Communities	Networks	Markets
Classificatory type characteristics	Idealised model of democratic government and public administration	Notion that communities should resolve their common problems with minimum of state involvement	Facilitate coordination of public and private interests and resource allocation and therefore enhance efficiency of policy implementation	Belief in the market as the most efficient and just resource allocative mechanism
	Distinguishes between public and private policy space	Builds on a consensual image of community and the positive involvement of its members in collective concerns	Ranges from coherent policy communities/policy triangles through to single issue coalitions	Belief in the empowerment of citizens via their role as consumers
	Focus on public or common good	Governance without government	Regulate and coordinate policy areas according to the preferences of network actors than public policy considerations	Employment of monetary criteria to measure efficiency
	Command and control (i.e. "top-down" decision-making)	Fostering of civic spirit	Mutual dependence between network and state	Policy areas for economic actors where they cooperate to resolve common problems
	Hierarchical relations between different levels of the state			
Governance/ policy themes	Hierarchy, control, compliance	Complexity, local autonomy, devolved power, decentralised problem-solving	Networks, multi-level governance, steering, bargaining, exchange and negotiation	Markets, bargaining, exchange and negotiation
Policy standpoint	Top: policymakers; legislators; central government	Bottom: implementers, "street-level bureaucrats" and local officials	Where negotiation and bargaining take place	Where bargaining take place between consumers and producers
Underlying model of democracy	Elitist	Participatory	Hybrid/stakeholder, significant role given to interest groups	Consumer-determined; citizen empowerment
Primary focus	Effectiveness: to what extent are policy goals actually met?	What influences action in an issue area?	Bargained interplay between goals set centrally and actor (often local) innovations and constraints	Efficiency: markets will provide the most efficient outcome

Views of non-central (initiating) actors	Passive agents or potential impediments	Potentially policy innovators or problem solvers	Tries to account for the behaviour of all those who interact in the development and implementation of policy	Market participants are best suited to "solve" policy problems
Distinction between policy formulation and implementation	Actually and conceptually distinct; policy is made by the top and implemented by the bottom	Blurred distinction: policy is often made and then re-made by individual and institutional policy actors	Policy-action continuum: policymaking and implementation seen as a series of intentions around which bargaining takes place	Policy-action continuum
Criterion of success	When outputs/outcomes are consistent with a priori objectives	Achievement of actor (often local) goals.	Difficult to assess objectively, success depends on actor's perspectives	Market efficiency
Implementation gaps/deficits	Occur when outputs/outcomes fall short of a priori objectives	"Deficits" are a sign of policy change, not failure. They are inevitable	All policies are modified as a result of negotiation (there is no benchmark)	Occur when markets are not able to function
Reason for implementation gaps/deficits	Good ideas poorly executed	Bad ideas faithfully executed	"Deficits" are inevitable as abstract policy ideas are made more concrete	Market failure; inappropriate indicator selection
Solution to implementation gaps/deficits	Simplify the implementation structure; apply inducements and sanctions	"Deficits" are inevitable	"Deficits" are inevitable	Increase the capacity of the market
Primary policy instruments	Law Regulation	Self-regulation Public meetings/town hall meetings	Self-regulation Accreditation schemes	Corporatisation and/or privatisation of state bodies Use of pricing, subsidies and tax incentives to encourage desired behaviours
	Clear allocation and transfers of power between different levels of the state Development of a clear set of institutional arrangements Licensing, permits, consents and standards Removal of property rights	Public participation Non-intervention Voluntary instruments Information and education Volunteer associations	Codes of practice Industry associations Non-government organisations	Use of regulatory and legal instruments to encourage market efficiencies Voluntary instruments Non-intervention

Source : Hall (2011, p. 444-445)

## ANNEXE G :

## VILLES ET PAYS ORGANISATEURS D'AU MOINS UNE DES TROIS PLUS GRANDES MANIFESTATIONS SPORTIVES AU MONDE DEPUIS 1948

Année	Jeux d'été	Année	Jeux d'hiver	Année	Coupe du monde de football
1948	Londres (Grande-Bretagne)	1948	St-Moritz (Suisse)	1950	Brésil
1952	Helsinki (Finlande)	1952	Oslo (Norvège)	1954	Suisse
1956	Melbourne (Australie)	1956	Cortina (Italie)	1958	Suède
1960	Rome (Italie)	1960	Squaw Valley (ÉU)	1962	Chili
1964	Tokyo (Japon)	1964	Innsbruck (Autriche)	1966	Grande-Bretagne
1968	Mexico (Mexique)	1968	Grenoble (France)	1970	Mexique
1972	Munich (RFA)	1972	Sapporo (Japon)	1974	RFA
1976	Montréal (Canada)	1976	Innsbruck (Autriche)	1978	Argentine
1980	Moscou (URSS)	1980	Lake Placide (ÉU)	1982	Espagne
1984	Los Angeles (États-Unis)	1984	Sarajevo (Yougoslavie)	1986	Mexique
1988	Séoul (Corée du Sud)	1988	Calgary (Canada)	1990	Italie
1992	Barcelone (Espagne)	1992	Albertville (France)	1994	États-Unis
1996	Atlanta (États-Unis)	1994	Lillehammer (Norvège)	1998	France
2000	Sydney (Australie)	1998	Nagano (Japon)	2002	Japon/Corée du Sud
2004	Athènes (Grèce)	2002	Salt Lake City (ÉU)	2006	Allemagne
2008	Pékin (Chine)	2006	Turin (Italie)	2010	Afrique du Sud
2012	Londres (Grande-Bretagne)	2010	Vancouver (Canada)	2014	Brésil
2016	Rio de Janeiro (Brésil)	2014	Sotchi (Russie)	2018	Russie
2020	Tokyo (Japon)	2018	Pyeongchang (Corée du Sud)	2022	Qatar

Source : Compilation de l'auteur à partir des sites Web du Comité international olympique (CIO) et de la Fédération internationale de football (FIFA) [consultés le 15 mars 2014].

## BIBLIOGRAPHIE

- Abe, Kazutoshi. 1993. « Tourism : a new role for Japanese cities ». In *Tourism in major cities*, dir. Christopher Law. Londres : International Thomson Business Press, p. 223-249.
- Adam, Marcel. 1967. « L'Expo a révélé un peuple qui a d'immenses possibilités intellectuelles ». *La Presse* (Montréal), 28 octobre 1967 p. B6. En ligne : <[https://www.collectionscanada.gc.ca/expo/fullscreen/e001099034\\_f.html](https://www.collectionscanada.gc.ca/expo/fullscreen/e001099034_f.html)>.
- AFEST (Association francophone des experts et scientifiques du tourisme). 2002. « L'intervention des pouvoirs publics et des collectivités territoriales ». In *Le tourisme des années 2010*, Marseille : AFEST.
- Ahlert, Gerd. 2009. « Assessing the impact of the FIFA World Cup 2006 in Germany - Some methodological and empirical reflections ». In *L'évaluation de l'événementiel touristique*, dir. David Huron et Jacques Spindler. Paris : l'Harmattan, p. 169-184.
- Alaoui, Hind. 2011. « Victor Morin, pionnier de la mise en tourisme du Vieux-Montréal ». In *Initiateurs et entrepreneurs culturels du tourisme (1850-1950)*, dir. Jean-Yves Andrieux et Patrick Harismendy. Rennes : Presses universitaires de Rennes, p. 73-81.
- Alcantara, Nelson. 2010. « Beijing: Post Olympics, now and beyond. *Global travel industry news* ». En ligne : <<http://bit.ly/1zRTRI5>> [consulté le 3 juillet 2014].
- Aphing, Kouassi. 2001. *Le tourisme littoral dans le sud-ouest Ivoirien*. Thèse de doctorat, Abidjan, Université de Cocody, 363 p.
- Archambault, Maurice. 1971. « À Montréal deux nouveaux services ». *Montréal-Matin* (Montréal).
- Archambault, Michel. 2009. « L'impact de la trame événementielle comme élément de notoriété : La cas du Québec ». In *L'évaluation de l'événementiel touristique*, dir. David Huron et Jacques Spindler. Paris : L'Harmattan, p. 283-296.
- Archer, Brian et John Fletcher. 1996. « The economic impact of tourism in the Seychelles ». *Annals of tourism research*, vol, no 23, n°1, p. 32-47.

- Ascher, Françoise. 2001. *Les nouveaux principes de l'urbanisme. La fin des villes n'est pas à l'ordre du jour*. Paris : éditions de L'Aube, 103 p.
- Ashworth, Gregory. 1989. « Urban tourism: an imbalance in attention ». In *Progress in tourism, recreation and hospitality management*, dir. Chris Cooper. Londres : Belhaven, p. 35-54.
- , 2003. « Urban tourism: Still an imbalance in attention ». In *Classic reviews in tourism*, dir. Chris Cooper. Clevedon : Channel View Publications, p. 143-163.
- Ashworth, Gregory et Stephen Page. 2010. « Recent progress and current paradoxes ». *Tourism management*, vol, 32, n°1, p. 1-15.
- Atelejevic, Irena. 2009. « Transmodernity: Remaking our (tourism) world? ». In *Philosophical issues in tourism*, dir. John. Tribe. Bristol : Channel View, p. 278-300.
- Augustin, Jean-Pierre. 2008. « Installations olympiques, régénération urbaine et tourisme ». *Téoros*, vol. 27, no 2, p. 31-35.
- Ballester, Patrice. 2009. « Barcelone face à la globalisation : comment penser la ville par l'organisation et l'évaluation de grands événements ? ». In *L'évaluation de l'événementiel touristique*, dir. David Huron et Jacques Spindler. Paris : L'Harmattan, p. 463-484.
- Baloglu, Seyhmus et Ken McCleary. 1999. « A model of destination image formation ». *Annals of tourism research*, vol. 26, n° 4, p. 868-897.
- Barget, Eric et Jean-Jacques Gougnet. 2010. « L'accueil des grands événements sportifs. Quel impact économique ou quelle utilité sociale pour les régions ? L'exemple de la Coupe du monde de Rugby 2007 en France ». *Région et développement*, vol. 31, p. 93-117.
- Barry, Claudine. 2009. « Des équipements sportifs nouveau genre ». *Réseau de veille en tourisme. Montréal*. En ligne : <<http://bit.ly/1fdmVxe>> [consulté le 12 janvier 2013].
- Barthon, Céline, Isabelle Garat, Maria Gravari-Barbas et Vincent Veschambre. 2007. « L'inscription territoriale et le jeu des acteurs dans les événements culturels et festifs : des villes, des festivals, des pouvoirs ». *Géocarrefour*, vol. 82, n° 3, p. 1-17.

- Bastien, Frédéric. 2007. « Les relations internationales de Montréal depuis 1945 ». *Relations internationales*, vol. 130, n° 2, p. 5-27.
- Bauthier, Isabelle. 2009. « L'analyse de l'événement : une approche par les acteurs ». In *L'évaluation de l'événementiel touristique*, dir. David Huron et Jacques Spindler. Paris : L'Harmattan, p. 343-357.
- Beaudet, Gérard. 2008. « Les hyperéquipements du tourisme urbain de Bath à Dubai ». *Téoros*, vol. 27, n° 2, p. 5-15.
- Beaudet, Gérard et Myrabelle Chicoine. 2008. « Présentation ». *Téoros*, vol. 27, n° 2, p. 3-4.
- Beaudet, Pascale. 1985. « Le complexe de Hollywood. La Vie en Rose ». *Montréal*, n° 30, p. 48-49.
- Beauvais, André. 1971. « Deux nouveaux services à Montréal : relations publiques et loisirs ». *La Presse* (Montréal).
- Bensa, Alban et Eric Fassin. 2002. « Les sciences sociales face à l'événement ». *Terrain*, n° 38, p. 5-20.
- Bernie-Boissard, Catherine. 2008. « Tourisme urbain ». In *Des mots qui font la ville*. Paris : La Dispute, p. 213-219.
- Bilodeau, Denis. 2004. « Modernisation et utopie : l'architecture des infrastructures olympiques pour les jeux de 1976 ». *Trames revue de l'aménagement*, vol. 15, p. 215-230.
- Bissonnette, Lise. 2012. *Pour le parc olympique. L'achèvement, L'avenir*. Montréal : Comité conseil sur l'avenir du parc olympique, 48. p.
- Blanc-Eberhart, Claudine, Vincent Boudieres, Rémy Charmetant et Emmanuelle Marcelpoil. 2009. « Événementiel touristique et gouvernance en station de montagne ». In *L'évaluation de l'événementiel touristique*, dir. David Huron et Jacques Spindler. Paris : L'Harmattan, p. 511-538.
- Blank, Uel. 1994. « Research on urban tourism destination ». In *A Handbook for managers and researchers*, dir. Brent Ritchie et Charles Goeldner. New York : Wiley Britton, 501 p.

- Bodlender, Jonathan. 1991. « Planing in action ». In *Developing tourism destinations. Policies and perspectives*, dir. Leonard Lickorish. Harlow : Édition Longman, p. 167-204.
- Bohlin, Magnus. 2009. « Vasaloppsveckan: assessing the apparent and hidden impact of a major ski event in Sweden ». In *L'évaluation de l'événementiel touristique*, dir. David Huron et Jacques Spindler. Paris : L'Harmattan, p. 155-168.
- Bonnaud, Robert. 2001. *Histoire et historiens de 1900 à nos jours : l'histoire nouvelle. Au-delà de l'histoire*. Paris : Kimé, 191 p.
- Bonner, Frédérick. 2006. *Le rôle des acteurs locaux dans la construction de l'économie sociale. Le cas de la MRC de la Haute-Yamaska*. Mémoire de maîtrise en géographie. Université de Montréal, 139 p.
- Bouchareb, Mounira et Boualem Kadri. 2011. « Le rôle du projet urbain dans la fabrication de la destination touristique métropolitaine au Maghreb ». In *Tourisme et Mondialisation*, dir. Philippe Duhamel et Boualem Kadri. Angers : Mondes du tourisme, p. 198-207.
- Boudières, Vincent et Emmanuelle Marcelpoil. 2006. « Gouvernance touristique des grandes stations et durabilité. Une lecture en terme de proximité ». *Développement durable et territoires*, vol. 7, p. 1-19.
- Boulay, Thibaut. 2007. « La mémoire des faits d'armes dans les cités d'Asie mineure à l'époque hellénistique : un polyandron à Milet et Lichas fils d'Hermophantos ». In *Actes du III<sup>e</sup> Colloque international « Hellenistic Warfare », Pratiques et identités culturelles des armées hellénistiques du monde méditerranéen, Tours*, dir. Jean-Christophe Couvenhes, Sandrine Crouzet et Sandra Péré-Noguès, 23-24 mars 2007. Bordeaux : Ausonius, 2011, p. 213-225.
- Boullier, Dominique. 2010. *La ville événement*. Coll. La ville en débat. Paris : Presses universitaires de France, 147 p.
- Bourgeon, Dominique, Patrick Bouchet et Mathilde Pulh. 2002. « L'expérience de consommation de spectacles vivants : De nouvelles perspectives de recherche ». *Actes I<sup>res</sup> Journées normandes de recherche sur la consommation*. Université de Bourgogne, p. 127-139.
- Boyer, Marc. 2002. « Comment étudier le tourisme ». *Ethnologie française*, vol. XXXVII, n° 2, p. 393-404.

- , 2006. *Histoire générale du tourisme du XV<sup>e</sup> au XXI<sup>e</sup> siècle*. Paris : L'Harmattan, 327 p.
- Braudel, Fernand. 1985. *Écrits sur l'histoire*. Paris : Flammarion, 314 p.
- Bridge, Gavin. 2008. « Global production networks and the extractive sector: governing resource-based development ». *Journal of economic geography*. Disponible en ligne : <<http://bit.ly/1hYfqjB>> [consulté le 19 avril 2014].
- Bridge, Gavin et Andrew Jonas. 2002. « Governing nature: the re-regulation of resources access, production and consumption (Introduction to special issue on Governing spaces of nature in the new economy) ». *Environment and Planning A*, vol. 34, n° 5, p. 759-766.
- Briedenham, Jenny et Eugenia Wickens. 2004. « Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas - vibrant hope or impossible dream? » *Tourism Management*, vol. 25, n° 1, p. 71-79.
- Britton, John. 1996. *Canada and the global economy: The geography of structural and technological change*. Montreal : McGill-Queen's University Press, 453 p.
- Brokaw, Stephen Craig. 1990. *An investigation of jewelry store image structure*. Thèse de doctorat, LaFloride, Florida State University, 252 p.
- Broudehoux, Anne-Marie. 2006. « Montréal, ville-spectacle ou la « festivalisation » d'une capitale culturelle ». In *Patrimoines pour le XXI<sup>e</sup> siècle. Regards du Québec et de la Bretagne*, dir. Lucie K. Morisset et Patrick Dieudonnée. Québec : Nota bene, 396 p.
- Bulle, Sylvaine. 2003. « Pour une gestion urbaine et participation des habitants : quels enjeux, quels résultats ? Le cas de Yeumbeul, Sénégal ». *UNESCO*. En ligne : <<http://www.unesco.org/most/yeumbeul.htm>> [consulté le 30 juin 2014].
- Burgel, Guy. 1997. « Athènes : une métropole contemporaine exemplaire ? ». *Cahiers d'études sur la Méditerranée orientale et le monde Turco-Iranien*, vol. 24. En ligne : <<http://bit.ly/UgjpXT>> [consulté le 20 juin 2014].
- Burhin, François. 2003. « Pour une gestion intégrée du tourisme urbain ». *Cahier Espaces*, vol. 78, p. 8.

- Burgess, Jacquelin. (1975). « Selling places ». *Regional Studies*, vol, 16, n°1. p. 1-17
- Butler, Richard. (1980). « The concept of the tourist area life-cycle of evolution: implications for management of resources ». *Canadian Geographer*, vol. 24, n°1, p. 5-12
- Caillat, Michel et Jean-marie Brohm. 1984. *Les dessous de l'olympisme*. Paris : La découverte, 163 p.
- Cavin, Joelle Salomon. 2005. *La ville mal-aimé*. Coll. Logiques territoriales. Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes, 237 p.
- Cazes, Georges. 1994. « À propos du tourisme urbain : quelques questions préalables et dérangeantes ». *Cahier d'Espaces*, vol. 39, p. 26-30.
- , 2001. « À propos de tourismeologie. La science par autoproclamation ». *Revue Espaces*, n° 178, p. 16-19.
- , 2002. *Le rôle des grands événements dans la mise en tourisme des villes*. Service des publications, Universidad de Almería, p. 15-22.
- Cazes, Georges et Françoise Potier. 1996. *Le tourisme urbain*. Coll. Que sais-je ? Paris : Presses universitaires de France, 127 p.
- Cazelais Normand, Roger Nadeau et Gérard Beaudet. 2000. *L'espace touristique*. Québec : Presses de l'Université du Québec, 313 p.
- CC350AM (Corporation des Célébrations du 350<sup>e</sup> anniversaire de Montréal). 1992. *Rapport des Célébrations du 350<sup>e</sup> anniversaire de Montréal*. Montréal : Ville de Montréal, 101 p.
- CCA (Centre Canadien d'Architecture). 2013. *21<sup>e</sup> Congrès eucharistique international, Montréal, 1910*. Montréal. En ligne : <<http://bit.ly/1jo9hbQ>> [consulté le 13 février 2013].
- CCEU (Compagnie canadienne de l'Exposition universelle de 1967). 1969. *Rapport général sur l'exposition universelle de 1967*. Montréal : Gouvernement fédéral du Canada, tome I, 664 p.

- CEGIR. 1983a. *Le tourisme à Montréal*. Montréal. Office de planification et de développement du Québec. Volume II : Les efforts de promotion et la stratégie de mise en marché, 148 p.
- , 1983b. *Le tourisme à Montréal*. Montréal. Office de planification et de développement du Québec. Volume 1 : La fréquentation touristique de Montréal et les grandes variables qui l'influencent, 174 p.
- Chaline, Claude. 1999. *La régénération urbaine*. Coll. Que sais-je ? Paris : Presses universitaires de France, 128 p.
- Chambers, Donna. 2007. « Interrogating the critical in critical approaches to tourism research ». In *The critical turn in tourism studies: Innovative research methodologies*, dir. Iren Ateljevic, Annette Pritchard et Nigel Morgan, Oxford : Elsevier, p. 105-120.
- Chaudoir, Philippe. 2007. « La ville événementielle : temps de l'éphémère et espace festif ». *Géocarrefour*, vol. 82, n° 3, p. 1-7.
- Choay, Françoise. 1972. « Sémiologie et urbanisme ». In *Le sens de la ville*, dir. Françoise Choay et Reyner Banham. Paris : Seuil, p. 9-30.
- Christofle, Sylvie et Bernard Massiera. 2009. « Industrie de l'événement, congrès internationaux et stratégies métropolitaines ». In *Destinations et territoires. Coprésence à l'œuvre*, dir. Philippe Violier et Jean-Pierre Lemasson. Montréal : Les Éditions Téoros, p. 220-230.
- Clivaz, Christophe. 2008. « L'enjeu de l'interdisciplinarité dans les études en tourisme ». In *Le défi de l'inter - et la transdisciplinarité*, dir. Frédéric Darbellay et Theres Paulsen. Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes, p. 63-82.
- Clivaz, Christophe, Stéphane Nahrath et Mathis Stock (dir.). 2010. « Tourisme, urbanité, durabilité », dossier thématique de Urbia. *Les Cahiers du développement urbain durable*, n°10, 138 p.
- Coëffé, Vincent. 2009. « Du site à la métropole touristique : comment les touristes produisent du jeu avec la ville ». In *Destinations et territoires. Coprésence à l'œuvre*, dir. Philippe Violier et Jean-Pierre Lemasson. Montréal : Les Éditions Téoros, p. 252-261,

- Coëffé, Vincent et Philippe Violier. 2008. « Les lieux du tourisme : de quel(s) paradis parle-t-on ». *Journal of urban reserarch*. En ligne : <<http://articulo.revues.org/158%3E>> [consulté le 14 février 2013].
- COJO (Comité d'organisation des jeux olympiques de 1976). 1978. *Rapport officiel de la XXI<sup>e</sup> Olympiade*. Volume I. Organisation. Montréal : Ville de Montréal, 616 p.
- Coles, Tim, Michael Hall et David Timothy Duval. 2006. « Tourism and post-disciplinary enquiry », *Current issues in tourism*, vol. 9, n°4-5, p. 293-319.
- Cooper, Chris et Stephen Jackson. 1989. « Destination life cycle. The ile of man case study ». *Annals of tourism research*, vol. 16, p. 377-398.
- Coppock, John Terence et Brian Duffield. 1975. *Recreation in the countryside: A spatial analysis*. Londres : MacMillan, 262 p.
- Corboz, André. 2009 [1995]. *De la ville au patrimoine urbain : histoires de formes et de sens*. Textes choisis et assemblés par Lucie K. Morisset. Québec : Presses de l'Université du Québec, 315 p.
- Cossic, Annick. 2003. « Une ville d'eaux à la mode au XVIII<sup>e</sup> siècle : la dialectique de la rupture et de la continuité à Bath ». *Les cahiers du CEIMA*, vol. 1, p. 19-35.
- Courcier, Sabine. 2005. « Vers une définition du projet urbain, la planification du réaménagement du vieux-port de Montréal ». *Canadian journal of urban researcher*, vol. 14, n°1, p. 57-80.
- CREI (Centre de recherches et d'études internationales). 2005. *Penser avec Michel Foucault. Théorie critique et pratiques politiques*. Coll. Recherches internationales. Paris : Karthala, 352 p.
- Davidson, Rob et Robert Maitland. 2002. « Tourism destinations: the dynamics and evolution of tourism destination », Londres : Hodder and Stoughton, p. 40-66.
- Deery, Margaret, Leo Jago et Liz Fredline. 2012. « Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda ». *Tourism management*, vol. 33, p. 64-73.
- Demers, Jacques. 1987. *Le développement touristique. Notions et principes*. Québec : Les publications du Québec.

- . 2007. *Le développement touristique, une vision environnementale*. Québec : les éditions GID, 650 p.
- Deny, Coralie. 2004. *Les espaces verts et bleus du parc Jean Drapeau, un patrimoine montréalais à protéger*. Montréal : Conseil régional de l'environnement de Montréal, 38 p.
- Dethomas, Bruno. 1976. « Le Québec sait faire ». *Le Monde* (Paris), Édition du 20 juillet, p. 3.
- Devisme, Laurent. 2005. *La ville décentrée : Figures centrales à l'épreuve des dynamiques urbaines*. Paris : L'Harmattan, 275 p.
- Dewailly, Jean Michel. 2006. *Tourisme et géographie : entre pérégrinité et Chaos*. Paris : L'Harmattan, 222 p.
- . 2008. « Complexité touristique et approche transdisciplinaire du tourisme ». *Téoros*, vol. 27, no 1, p. 22-26.
- Di Benedetto, Anthony et David Bojanic. 1992. « Area life cycle extensions ». *Annals of tourism research*, vol. 2, p. 377-398.
- Dimanche, Frédéric. 2009. « De la diversité des événements à une mesure généralisable ». In *L'évaluation de l'événementiel touristique*, dir. David Huron et Jacques Spindler. Paris : L'Harmattan, p. 273-276.
- Dosse, Françoise. 2010. *Renaissance de l'événement. Un défi pour l'historien : entre sphinx et phénix*. Paris : Presses universitaires de France, 352 p.
- Doxey, George 1975. « A causation theory of visitor-resident irritant, methodology and research », *Conference proceedings of Travel research association*, San Diego.
- Drouin, Martin. 2005. *Le combat du patrimoine à Montréal (1973-2003)*. Coll. Patrimoine urbain. Québec : Presses de l'Université du Québec, 386 p.
- . 2009a. « Entre gloire et infamie : le rôle ambivalent du tourisme dans la mise en valeur du Vieux-Montréal ». *Téoros*, vol. 28, n°2, p. 93-96.
- . 2009b. « Le tourisme dans le vieux Montréal : une fonction au cœur de sa renaissance et de sa réhabilitation ». *Téoros*, vol. 28, n° 1, p. 93-96. En ligne : <<http://teoros.revues.org/416%3E>> [consulté le 18 juillet 2013].

- Dubois, Ghislain et Jean-Paul Ceron. 2001. « Enjeux sociaux et environnementaux du développement du tourisme urbain ». *Revue d'économie régionale et urbaine*, n°5, p. 831-860.
- Dufresne, Sylvie. 1980. *Le Carnaval d'hiver de Montréal (1883-1889)*. Mémoire de maîtrise. Montréal : Département histoire de l'art, Université du Québec à Montréal, 213 p.
- . 1983. « Le Carnaval d'hiver de Montréal, 1883-1889 ». *Revue d'histoire urbaine*, vol. XI, n°3, p. 25.
- . 2001. « 1883-1889 : Quand Montréal avait son Carnaval ». *Cap-aux-Diamants : La revue d'histoire du Québec*, vol. 64, p. 10-14.
- Duhamel, Philippe et Rémy Knafou. 2007. *Mondes urbains du tourisme*. Coll. Mapped Monde. Paris : Belin. 360 p.
- Dupuy, Pierre. 1972. « Expo 67 ou la découverte de la fierté ». Montréal : Les Éditions La Presse, 237 p.
- Eagleton, Terry. 1987. « Awakening from modernity ». *Times literary supplement* (New York), 20 février.
- Echtner, M. Charlotte et Tazim B. Jamal. 1997. « The disciplinary dilemma of tourism studies ». *Annals of tourism research*, vol. 24, n° 4, p. 868-883
- Edwards, Deborah, Tony Griffin et Bruce Hayllar. 2008. « Urban tourism research. Developing an agenda ». *Annals of tourism research*, vol. 35, n° 4, p. 1032-1052.
- Équipe MIT. 2005a. « Prolégomènes. Moments de lieux pré-touristiques ». In *Tourisme 2*. Paris : Belin, p. 13-22.
- . 2005b. « La Carte ADN des lieux touristiques ». In *Tourisme 2*. Paris : Belin, p. 263-284.
- . 2006. *Ville et tourisme : le tourisme dans les stratégies des acteurs de la ville*. Paris : ministère délégué au Tourisme, 82 p.
- Essex, Stephen et Brian Chalkley. 2010. « Olympic Games ». In *Event tourism*, dir. Joanne Connell et Stephen Page. Londres : Routledge, p. 363-382.

- Eugène, Benoît. 2008. « Les Jeux olympiques, médaille d'or des expulsions ». *Revue Agone, Villes et résistance sociale*, vol. 38-39, p. 127-149.
- Fainstein, Susan et David Gladstone. 1997. « Évaluation du tourisme urbain ». *Les annales de la recherche urbaine*, vol. 97, n° 4, p. 127-132.
- Farge, Arlète. 2002. « Penser et définir l'événement en histoire. Approche des situations et des acteurs sociaux ». *Terrain*, n° 38, p. 69-78.
- Fava, Nadia. 2012. « Tourism and the city image: the Barcelona Olympic case ». In *Conference of the international forum on urbanism: TOURBANISM* (Barcelone, 25-27 janvier), dir. International forum on urbanism. Barcelone, p. 1-10.
- Fernandez, Ana Maria Gonzalez, Maria Carmen Rodriguez Santos et Miguel Cervantes Blanco. 2010. « Measuring the image of a cultural tourism destination through the collage technique ». In *Cultural tourism research methods*, dir. Greg Richards et Wil Munsters. Londres : Cabi International, p. 156-171.
- Florida, Richard. 2005. *Cities and the creative class*, New York : Routledge, 208 p.
- Foucault, Michel. 1994. *Dits et écrits*. Paris : Gallimard, 864 p.
- Frances, Jennifer, Rosalind Levacic, et Graham, Thompson. 1991. « Introduction ». In *The coordination of social life. Markets, hierarchies and networks*, dir. Graham Thompson, Jennifer Frances et Rosalind Levacic. Londres : Sage, p. 1-19.
- Frischtak, Leila. 1994. *Governance Capacity and Economic Reform in Developing Countries*. Washington : Banque mondiale, 29 p.
- Froment, Dominique. 2010. « La Ronde veut aussi attirer les grands-parents ». *Les affaires.com*, 14 août 2010. En ligne : <<http://bit.ly/1jruF10>> [consulté le 19 août 2013].
- Gagnon, Serge. 2007. « L'intervention de l'État québécois dans le tourisme entre 1920 et 1940, ou la mise en scène géopolitique de l'identité canadienne française ». *Hérodote*, vol. 4, n° 127, p. 151-166.
- Garcia, Beatriz. 2010. « Urban generation, arts programming and major events ». In *Event tourism*, dir. Joanne Connell et Stephen Page. Londres : Routledge, p. 293-311.

- Gauffre, Pierre. 2007. *Pré-inventaire des plaques commémoratives dans l'arrondissement historique du Vieux-Montréal*. Ville de Montréal, p. 99.
- Getz, Donald. 2005. *Event management and event tourism* (2<sup>e</sup> éd.). New York : Cognizant Communication Corporation, 439 p.
- , 2007. *Event studies: theory, research and policy for planned events*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann. 442 p.
- , 2008. « Event tourism: definition, evolution and research ». *Tourism management*, n° 29, p. 403-428.
- Gignac, Benoît. 2009. *Le maire qui rêvait sa ville*. Jean Drapeau. Montréal : Les Éditions La Presse, 296 p.
- Godfrey, Kerry et Jackie Clarke. 2000. *The tourism development handbook. A practical approach to planning and marketing*. Londres : Continuum, 232 p.
- Goeldner, Charles et Brent Ritchie. 2006. *Tourism: principles, practices, philosophies*. New Jersey. : John Wiley & Sons, 590 p.
- Görg, Christophe. 2007. « Landscape governance. The politics of scale and the natural conditions of places ». *Geoforum*, n° 38, p. 954-966.
- Gormsen, E. 1981. « The spatio-temporal development of international tourism: attempt at a center-periphery model ». In *La consommation d'espace par le tourisme et sa conservation*. Aix-en-Provence : Centre des hautes touristiques, p. 150-170.
- Goussot, Michel. 2000. *Les grandes villes américaines*. Coll. U. Géographie. Paris : Armand Colin, 191 p.
- Gouvernement du Québec. 2011. *Le Parc olympique, un important moteur de développement économique et le symbole international de Montréal*. Ministère du Tourisme du Québec. Montréal. En ligne : <<http://communiqués.gouv.qc.ca/gouvqc/communiqués/GPQF/Decembre2011/19/c7873.html>> [consulté 21 avril 2013].
- Gras, Pierre. 2007. « Cardiff veut lier développement et grands événements ». *Géocarrefour*, vol. 82, n° 3, p. 1-13.

- Gravari-Barbas, Maria. 2006. « La ville à l'ère de la globalisation ». *La Revue Espaces*, février, p. 48-59.
- , 2009. « Marque d'Architecte, Marques de Musées. L'architecture médiatique en tant qu'outil de positionnement touristique urbain ». In *Destinations et territoires. Coprésence à l'œuvre*, dir. Philippe Violier et Jean-Pierre Lemasson. Montréal : Les Éditions Téoros, p. 190-205.
- Groat, Linda et David Wang. 2002. *Architectural Research Methods*. New York : John Wiley & Sons, 389 p.
- Gunn, Clare. 1979. *Tourism Planning*. New York : Crane Russak, 371 p.
- Gurvitch, Mitrani. 1960. « Traité de sociologie ». *Revue française de sociologie*, vol. 1, n°1, p. 105-108.
- Halbert, Ludovic. 2010. *L'avantage métropolitain*. Coll. La ville en débat. Presses universitaires de France, 143 p.
- Hall, Michael. 2011. « A typology of governance and its implications for tourism policy analysis ». *Journal of sustainable tourism*, vol. 19, n° 4-5, p. 437-457.
- Hall, Tim et Phil Hubbard. 1998. *The entrepreneurial city: Geographies of politics of regime and representation*. Chichester : Wiley, 370 p.
- Hamel, Pierre et Claire Poitras. 1998. « Modernité et post-modernité : la contribution des études urbaines ». In *Post-modernité et sciences humaines. Une notion pour comprendre notre temps*, dir. Yves Boisvert. Montréal : Liber, p. 69-88.
- Hanna, David. 2009. « Montréal, plaque tournante océanique et continentale : un site du patrimoine mondial en devenir ». In *Montréal, aujourd'hui et demain. Politique, urbanisme, tourisme*, dir. Pierre Delorme. Montréal : Liber, p. 344.
- Harvey, David. 1987. « Flexible accumulation through urbanization: reflection on post-modernism in the American city ». In *The urban experience*, dir. David Harvey. Baltimore : Johns Hopkins University Press, p. 78-256.
- , 1989. « From managerialism to entrepreneurialism: The transformation in urban governance in late capitalism ». *Geografiska annaler*, vol. 71, n° 1, p. 3-17.

- Haugland, Sven, Havard. Ness et Jarle Aarstad. 2011. « Development of tourism destination: An integrated multilevel perspective ». *Annals of tourism research*, vol. 38, n°1, p. 268-290.
- Hazebroucq, Jean-Marie. 2007. « Destinations innovantes et développement du tourisme ». *Revue marché et organisations*, n° 3, p.117-153
- Henry, Adeline. 2005. *Projet olympique. Le cas d'Athènes*. Thèse de doctorat en géographie. Université de Franche-Comté, 386 p.
- Hervé, Annie. 2009. « Le forum universel des cultures de Barcelonne. Approche évaluative d'un concept événementiel ». In *L'évaluation de l'événementiel touristique*, dir. David Huron et Jacques Spindler. Paris : L'Harmattan, p. 449-462.
- Hirst, Paul. 1993. « Education, knowledge and practices ». In *Beyond liberal education*, dir. Robin Barrow et Patricia White. Londres : Routledge, p. 184-199.
- Hoerner, Jean Michel. 2002. *Traité de tourismologie : pour une nouvelle science touristique*. Coll. Études. Presses universitaires de Perpignan, 189 p.
- Hultman, Johan et Michael Hall. 2012. « Tourism place-making. Governance of locality in Sweden ». *Annals of tourism research*, vol. 39, n° 2, p. 547-570.
- Iankova, Katia. 2007. *Le tourisme autochtone en milieu urbain. Le cas de Wendake, une communauté amérindienne au Québec*. Thèse de doctorat. Département d'études urbaines et touristiques. Université du Québec à Montréal, 255 p.
- Institut numérique. 2013. *Cadre théorique, la théorie du bien être*. En ligne : <<http://bit.ly/Ua11X0>> [consulté le 16 juillet 2014].
- Jamal, Tazim et Keith Hollinshead. 2001. « Tourism and the forbidden zone: The underserved power of qualitative inquiry ». *Tourism management*, vol. 22, p. 63-82.
- Jan, Bruno et Hugues Beesau. 2010. « Construire le tourisme à l'échelle métropolitaine. Un enjeu majeur ». *Les cahiers espaces*, vol. 104, p. 107-113.
- Jansen-Verbeke, M. 1986. « Contribution à l'Analyse de la fonction touristique des villes moyennes aux Pays-Bas ». *Hommes et Terres du Nord*, vol. 1, p. 21-30.

- Jasmin, Yves. 1997. *La petite histoire d'Expo 67*. Montréal : Québec/Amérique, 462 p.
- Jébrak, Yona. 2010. *La reconstruction et la résilience urbaine. L'évolution du paysage urbain*. Thèse de doctorat. Montréal : Département d'études urbaines et touristiques, Université du Québec À Montréal, 402 p.
- Jessop, Bob et Klaus Nielsen. 2003. « Institutions and rules ». *Research papers network institutional theory*, vol. 11, p. 1-11.
- Judd, Dennis et Susan Fainstein. 1999. *The tourist city*. New Haven : Yale University Press. 340 p.
- Kadri, Boualem. 2005. *L'insertion d'une ville méditerranéenne du monde arabe dans le processus mondialisé de métropolisation et de gouvernance : le cas d'Alger*. Thèse de doctorat. Montréal : Département d'études urbaines et touristiques, Université du Québec À Montréal. 336 p.
- , 2007. « La ville et le tourisme, relation ancienne, complexité nouvelle et défi conceptuel ». *Téoros*, vol. 26, n° 3.
- , 2008. « L'identité scientifique du tourisme : un mythe ou une réalité en construction ». *Téoros*, vol. 27, n° 1, p. 51-58.
- , 2009. « Le tourisme montréalais : un reflet de l'urbanité métropolitaine ». In *Montréal, Aujourd'hui et demain*, dir. Pierre Delorme. Montréal : Liber, p. 352.
- Knafou, Rémy. 2007. « L'urbain et le tourisme : une construction laborieuse ». In *Mondes urbains du tourisme*. Paris : Belin, p. 9-21.
- Knafou, Rémy et Philippe Violier. 2005. « Les mondes urbains du tourisme ». En ligne : *EspaceTemps.net* [consulté le 25 mars 2014].
- Kooiman, Jan. 1993. « Socio-political governance ». In *Modern governance: New government society interac*, dir. J. Kooiman. Londres : Sage, p. 1-9.
- Kuhn, Thomas. 1962. *The structure of scientific revolutions*. Chicago : University of Chicago Press, 264 p.
- La Presse*. 1971. « 900 000 pour la publicité ». *La Presse* (Montréal).

- La Presse canadienne*. 1967. « L'Expo 67 a redonné confiance au Canada ». *Le Soleil* (Québec), 25 octobre, p. 68.
- Landry, François. 1993. « L'Olympisme à l'aube du troisième millénaire : mutation ou mise à jour des valeurs ». *Revue STAPS, Revue internationale des sciences du sport et de l'éducation physique*, vol. 14, p. 7-20.
- Laplanche, Marc. 2003. *L'expérience touristique contemporaine. Fondements sociaux et culturels*, Sainte-Foy (Québec) : Presses de l'Université du Québec.
- LaRocca, Fabio. 2006. « Esthétique urbaine et esprit de la ville. La socialité » (La Rochelle, mars 2006). *Les ateliers du centre communal d'action sociale*.
- Latraverse, Claire. 2003. *Congrès eucharistique international de Montréal en 1910 : Foi et solennité*. n.p. Montréal : Université de Concordia en ligne : <gres.concordia.ca/publications2/articles\_pdf/latraverse.pdf> [consulté le 26 mai 2013].
- Law, Christopher. 1993a. *Urban tourism, attracting visitors to large cities*. New York : Mansell, 189 p.
- . 1993b. *Urban tourism. Attracting visitors to large cities*. Coll. Tourism, leisure and recreation series. Londres : Mansell, 189 p.
- . 1996. *Tourism in Major Cities*. Londres : International Thomson Business Press 266 p.
- Le Galès, Patrick. 1994. « Vers un modèle de villes entrepreneuriales ». *Courrier du CNRS*, n° 89, p. 94-95.
- Le Galès, Patrick et Dominique Lorrain. 2003. « Gouverner les très grandes métropoles ». *Revue française d'administration publique*, vol. 3, n° 107, p. 305-317.
- Le Goff, Jacques. 1978. *La Nouvelle Histoire*. Paris : Retz, 334 p.
- Le Goff, Jacques. 1987. *Métamorphose de la ville. Crise de l'urbain – Futur de la ville*. Paris : Économica, p. 250.
- Le Soleil*. 1967. « L'Expo permanente ». *Le Soleil* (Québec). 27 octobre. p. 4.

- LeBel, Pierre-Mathieu. 2011. « Des mégaprojets aux mégas-événements : Le droit à la ville pour les citadins de deux quartiers montréalais et la question de la thématization de l'espace ». In *XI Congresso Internacional de ABECAN*, dir. Salvador-Bahia-Brasil, 24-26 octobre, p. 1-8.
- Leclerc, Jean Claude. 2002. « La légende de Notre-Dame. L'église du Québec et la JMJ de Toronto : une occasion ratée ? ». *Le Devoir*. En ligne : <<http://www.ledevoir.com/societe/ethique-et-religion/6128/la-legende-de-notre-dame>> [consulté le 13 février 2013].
- Ledrut, Raymond. 1973. *Les images de la ville*. Paris : Anthropos, 388 p.
- Lefebvre, Henri. 1968. *Le droit à la ville*. Paris : Anthropos, 135 p.
- Leiper, Neil. 2000. « An Emerging Discipline ». *Annals of tourism research*, vol. 27, n° 3, p. 805-809.
- Leitner, Helga et Eric Sheppard. 1998. « Economic uncertainty, inter-urban competition and the efficacy of entrepreneurialism ». In *The entrepreneurial city: geographies of politics, regime, and representation*, dir. Tim Hall et Phil Hubbard. Chichester : Wiley, p. 370.
- Lellouche, Serge. 2001. *L'école de Chicago. La ville, les communautés et la marginalité*. Paris : Sciences humaines, Hors-Série n° 30.
- Lequin, Marie. 2001. *Écotourisme et gouvernance participative*. Québec : Presses de l'Université du Québec 251 p.
- Lessard-Hébert, Michelle, Gabriel Goyette et Gérald Boutin. 1995. *La recherche qualitative. Fondement et pratiques*. Montréal : Éditions nouvelles, 124 p.
- Lévy, Jacques. 1999. *Le tournant géographique*. Paris : Belin, 399 p.
- . 2008. « Sortir du pavillon disciplinaire ». In *Le défi de l'inter - et de la transdisciplinairté*, dir. Frédéric Darbellay et Theres Paulsen. Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes, p. 305.
- Lévy, Jacques et Michel Lussault. 2003. *Post-moderne (géographie). Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Paris : Belin, 1033 p.
- Linteau, Paul André. 1992. *Histoire de Montréal depuis la Confédération*. Montréal : Boréal, p. 662.

- , 2007. *Brève histoire de Montréal*. Montréal : Boréal, 190 p.
- Liu, Juanita. 1983. « Hotel industry performance and planning at the regional level ». In *Tourism in Canada: Selected issues and options*, dir, Murphy Victoria : University of Victoria, p. 211-233.
- Lortie, André. 2007. « Montréal 1960, les ressorts d'une réidentification ». *Strates*, no 13. En ligne : <<http://strates.revues.org/6083>> [consulté le 21 décembre 2012].
- Lungo, Mario. 2007. « Mondialisation, grands projets et privatisation de la gestion urbaine ». *Alternatives Sud*, vol. 14, n° 2, p. 167-186.
- Lussault, Michel. 1993. *Tours, image de la ville et politique urbaine*. Coll. Sciences de la ville. Tours : Publication de la maison des sciences des sciences de la ville, Université François Rabelais, 415 p.
- Lussault, Michel et Mathis Stock. 2007. « Tourisme et urbanité ». In *Mondes urbains du tourisme*. Paris : Belin, p. 241-245.
- Lynch, Kevin. 1960. *The image of the city*. Cambridge (MA) : M.I.T Press, 202 p.
- MacDonald, Dave. 1967. « Expo 67 was a success beyond wildest dreams ». *The Leader-Post* (Regina), p. 9.
- Maffesoli, Michel. 2010. *Villes et espaces postmodernes*. Coruña : Consello Da Cultura Galega, 10 p.
- Marcelpoil, Emmanuelle. 2009. « La gouvernance touristique, une petite histoire de la recherche dans le domaine des stations de montagne ». *Dur'alpes attitude*. En ligne : <<http://bit.ly/1pp11Ow>> [consulté le 8 mai 2013].
- March, James et Johan, Olsen. 1995. *Democratic governance*. New York : Free Press, 293 p.
- Marsan, Jean-Claude. 1977. *Le Parc olympique*. Québec, Comité consultatif chargé d'étudier l'avenir des installations olympiques, 102 p.
- Maur, Nick Auf der. 1976. *Le dossier olympique*. Montréal : Québec | Amérique, 188 p.

- McGuirk, Pauline et Andrew McLaran. 2001. « Changing approaches to urban planning in an entrepreneurial city: The case of Dublin ». *European planning studies*, vol. 9, n° 4, p. 437-457.
- Merle, Stéphane. 2007. « Quelle ville voulons-nous ». *Géocarrefour*, vol. 82, n° 3, p. 1-3.
- Merrien, François-Xavier. 1998. « De la gouvernance et des États-providence contemporains ». *Revue internationale de sciences sociales*, vol. 155, mars, p. 61-71.
- Miossec, Jean-Marie. 1976. « Un modèle de l'espace touristique ». *Revue espace géographique*, tome 6, n° 1, p. 47.
- Miranda, Monica et Eva Cermakova. 2009. « L'impact de l'événementiel dans le développement touristique des villes : typologies, effets spatiaux et représentation des territoires ». *Bulletin de l'association des géographes français*, p. 389-397.
- Moisy, Laurence. 1998. « Ville réelle, ville offerte, ville perçue : approche de l'image de la ville chez le touriste ». *Norois*, vol. 178, p. 159-170.
- Molina, Arturo, Mar Gomez et David Martin-Consuegra. 2010. « Tourism marketing information and destination image management ». *African journal of business management*, vol. 4, n° 5, p. 722-728.
- Montgomery, John. 2007. *The new wealth of cities. City dynamics and the fifth wave*. Burlington : Ashgate Publishing, 466 p.
- Morin, Edgar. 1972. « Le retour de l'événement ». *Communications*, n° 18, p. 6-20.
- , 1972. « Avant-Propos - L'événement ». *Communications*, n° 18, p. 3-5.
- , 1990. *Introduction à la pensée complexe*. Paris : Seuil, 158 p.
- Morisset, Lucie K. 2001. *La mémoire du paysage*. Québec : Presses de l'Université Laval, 281 p.
- , 2007. « Un ailleurs pour l'Amérique "notre" patrimoine et l'invention du monument historique au Québec ». *Globe. Revue internationale d'études québécoises*, vol. 10, n° 1, p. 73-105.

- , 2009. *Des régimes d'authenticités. Essai sur la mémoire patrimoniale* Coll. Art et société. Rennes et Québec : Presses universitaires de Rennes et Presses de l'Université du Québec, 131 p.
- MTQ (Ministère du Tourisme du Québec). 2014. « Les associations touristiques régionales ». En ligne : <<http://bit.ly/1jkA35X>> [consulté le 19 avril, 2014].
- Murcia, Aline. 2003. *Le postmodernisme*. Paris : Université Paris IX Dauphine, 23 p.
- Neves, Joana et Manuela Sarmiento. 2009. « L'Expo 98 de Lisbonne : Évaluation basée sur les facteurs stratégiques ». In. *L'évaluation de l'événementiel touristique*, dir. David Huron et Jacques Spindler. Paris : L'Harmattan, p. 485-498.
- Nilgun Cheviron, Tatal. 2009. « Les nouvelles formes du tourisme urbain à Istanbul ». In *Destinations et territoires. Coprésence à l'œuvre*, dir. Philippe Violier et Jean-Pierre Lemasson. Montréal : Les Éditions Téoros, p. 231-241.
- Noppen, Luc. 1992. « Le stade olympique ». *Continuité*, vol. 53, p. 31-35.
- Nora, Pierre. 1972. « L'événement monstre ». *Communications*, n° 18, p. 162-172.
- OCDE (Organisation de coopération et de développement économiques). 2007. *Competitive cities. A new entrepreneurial paradigm in spatial development*. OCDE, 137 p.
- Ohl, Paul. 1977. *La guerre olympique*. Montréal : Robert Laffont, 349 p.
- OCTGM (Office des congrès et du tourisme du grand Montréal). 1985. *Rapport annuel*. Montréal, 70 p.
- , 1989. *Plan Marketing 1990-1992*. Montréal : l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal, 12 p.
- Ozdemir, Gökçe. 2010. « Photographs in brochures as the representations of induced image in the marketing of destinations: a case study of Istanbul ». In *Tourism and visual culture*, dir. Peter Burns, Jo-Anne Lester et Lyn Bibbings. Londres : Cabi International, p. 169-180.
- Page, Stephen. 1995. *Urban Tourism*. Londres : Routledge, 269 p.

- Page, Stephen et Michael Hall. 2003. *Managing urban tourism*. Londres : Prentice Hall, 389 p.
- Passeron, Jean-Claude. 1991. *Le raisonnement sociologique*. Paris : Nathan, 408 p.
- Payne, Michael. 2006. *Olympic Turnaround*. Londres : Praeger, 333 p.
- Pearce, Douglas. 2001. « An integrative framework for urban tourism research ». *Annals of tourism research*, vol. 28, n° 4, p. 926-946.
- Pierre, Jon et Guy Peters. 2000. *Governance, politics and the state*. New York : St. Martin's Press, 231 p.
- Pilette, Danielle. 2009. « Embellie financière et fiscale à Montréal ». In *Montréal, aujourd'hui et demain*, dir. Pierre Delorme. Montréal : Liber, 101 p.
- Pilette, Danielle et Boualem Kadri. 2005. *Le tourisme métropolitain : le cas de Montréal*. Québec : Presses de l'Université du Québec, 139 p.
- Pinol, Jean-Luc. 1991. *Le monde des villes aux XIX<sup>e</sup> siècle*. Paris : Hachette, 229 p.
- Plante, Steve. 2001. *Dynamiques des acteurs dans l'appropriation et la distribution de l'accès aux ressources en zone littorale. Le cas du Salgado (Parà-Brésil)*. Thèse de doctorat en géographie. Université de Montréal, p. 284.
- Pradel, Benjamin. 2010. *Rendez-vous en ville ! Urbanisme temporaire et urbanité événementielle : les nouveaux rythmes collectifs*, thèse de doctorat, Université Paris-Est Créteil Val-de-Marne. 549 p.
- Prestini, Mireille. 2006. « Une nouvelle grille de lecture : l'événement ». *Pensée Plurielle*, vol. 3, n° 13, p. 81-90.
- Prévost, Robert. 2000. *Trois siècles de tourisme au Québec*. Québec : Septentrion, 365 p.
- Priestley, Gerda. 1993. « City tourism in Spain: a recently discovered potentiel ». In *Tourism in major cities*, dir. Christopher Law. Londres : International Thomson Business Press, p. 114-154.
- Pritchard, Annette, Nigel Morgan et Iren Atlejevic. 2011. « Hopeful tourism. A new transformative perspective ». *Annals of tourism research*, vol. 38, n° 3, p. 941-963.

- Pronovost, Gilles. 2008. « Les sciences du tourisme en quête de légitimité ». *Téoros*, vol. 27, n° 1, p. 18-21.
- Proulx, Denis. 2009. « Montréal, du fleuve à la montagne par l'art urbain ». In *Montréal aujourd'hui et demain. Politique, urbanisme, tourisme*, dir. Pierre Delorme. Montréal : Liber, 344 p.
- Proulx, Luce. 2013. *Modèle d'évaluation des pratiques sociales des festivals et événements*. Québec : Festivals et événements Québec, 62 p.
- Quivy, Raymond et Luc Van Campenhoudt. 2006 [3<sup>e</sup> éd.]. *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris : Dunod, 256 p.
- Radio-Canada. 1962. *Jean-Drapeau veut l'expo !*. En ligne : <<http://archives.radio-canada.ca/societe/celebrations/dossiers/21/>> [consulté le 13 juillet 2013].
- . 1970. Un maire et ses jeux. En ligne : < <http://archives.radio-canada.ca/emissions/261-7624/page/2/>> [consulté le 04 mars 2014].
- Ramsay, Lucie. 2003. *L'image de Montréal dans les guides touristiques*. Montréal : Département d'études urbaines et touristiques, Université du Québec à Montréal, 124 p.
- Rémond, René. 2002. *Discours de réception à l'Académie française et réponse de René Rémond*. Coll. Blanche. Paris : Gallimard, 136 p.
- Renoux, Maurice et Jacques Pelletier. 1976. *Méthode de contrôle du prix des chambres des hôtels de Montréal au cours des Olympiades 76*. Service de la recherche, Service général de la recherche et du développement, de la chasse et de la pêche, ministère du Tourisme et Gouvernement du Québec. Québec : L'éditeur officiel du Québec, 193 p.
- Richer, Jean. 2008. « Postmodernité ». *Ville fluctuante.com* En ligne : <<http://www.villefluctuante.com/article-20109782.html>> [consulté le 4 mars 2013].
- Ricoeur, Paul. 1992. « Le retour de l'événement » In *Mélange de l'école française de Rome Italie et méditerranée*, T. 104, n° 1, p. 29-35.
- Ritchie, Brent. 1984. « Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues ». *Journal of travel research*, vol. 23, n° 2, p. 2-11.

- Ritchie, Brent et Geoffrey Crouch. 2003. *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. New York : CABI Pub, 272 p.
- Roche, Maurice. 2010. « Mega-events and micro-modernization: on the sociology of the new urban tourism ». In *Even tourism*, dir. Joanne Connell et Stephen Page. New York : Routledge, p. 332-365.
- Romano, Claude. 1998. *L'événement et le monde*. Coll. Épiméthée. Paris : Presses universitaires de France, 293 p.
- Rossi, Ugo et Barney Warf. 2011. « Research monographs and the making of postdisciplinary geography ». *Dialogues in human geography*, vol. 1, n° 1, p. 103-104.
- Roult, Romain. 2011. *Reconversion des héritages olympiques et rénovation de l'espace urbain : Le stade olympique comme vecteur de développement*. Thèse de doctorat. Montréal : Département d'études urbaines et touristiques, Université du Québec à Montréal, 331 p.
- Roy, Pierre et Frédéric Le Roy. 2011. « Stratégie de rupture, dynamique de la concurrence et performances », *Management international*, vol. 15, no 2, p. 81-94.
- Roy, Simon. 2003. « L'étude de Cas ». In *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données*, dir. Benoît Gauthier. Québec : Presses de l'Université du Québec, p. 159-184.
- Ryan, Claude. 1970. « Programme 1970 : Les six priorités du Parti civique de Montréal ». *Le Devoir* (Montréal). 15 septembre. p. 5.
- . 1976. « Les premières heures du spectacle ». *Le Devoir* (Montréal). 18 juillet. p. 5.
- Sarkis, Jean-Guy. 1999. *La notion de grand événement. Approche épistémologique*. Coll. Passages Cerf. Paris : Cerf, 211 p.
- Schnell, Peter. 1993. « Major city tourism in Germany ». In *Tourism in major cities*, dir. Christopher Law. Londres : International Thomson Business Press, p. 89-113.
- Sénécal, Gilles et Caude Manzagol. 1993. « Montréal ou la métamorphose des territoires ». *Cahiers de géographie du Québec*, vol. 35, n° 101, p. 351-370.

- Silberzahn, Philippe. 2013. *Le travail invisible ou l'économie victime du dogme positiviste*. En ligne : <<http://bit.ly/1jJPp5C>> [consulté le 6 février 2014].
- Simmel, George. 1903. « The Metropolis and mental life ». In *The sociology of Georg Simmel*, dir. Kurt Wolff. New York : The Free Press, p. 409-424.
- Smith, Red. 1976. « Olympics that opened in strife end with optimism in Montreal ». *New York Times*. New York. 2 août 1976. p 15.
- Smith, Stephen. 1994. « The tourism product ». *Annals of tourism research*, vol. 21, n° 3, p. 582-595.
- Sofield, Trevor et Fung Mei Sarah Li. 2010. « Historical methodology and sustainability ». In *Event tourism*, dir. Joanne Connell et Stephen Page. New York : Routledge, p. 289-317.
- Soteriades, Marios. 2009. « Les Jeux olympiques d'Athènes 2004 : une première évaluation - Attentes, résultats et leçons ». In *L'évaluation de l'événementiel touristique*, dir. David Huron et Jacques Spindler. Paris : L'Harmattan, p. 141-154.
- Spindler, Jacques. 2009. Introduction. In *L'évaluation de l'événementiel touristique*, dir. David Huron et Jacques Spindler. Paris : L'Harmattan, p. 9-15.
- Stern, Eliahu et Shaul Krakover. 1993. « The formation of a composite urban image ». *Geographical analysis*, vol. 25, n° 2, p. 130-146.
- Taylor, Mark. 2009. « End the university as we know it ». *New York Times*. 26 avril. Disponible en ligne : [http://www.nytimes.com/2009/04/27/opinion/27taylor.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2009/04/27/opinion/27taylor.html?_r=0). [Consulté le 13 mars 2014]
- The Telegraph Journal*. 1967. « This is Expo's Great Flaw ». *The Telegraph Journal* (Saint John). Édition du 13 octobre 1967, p.4. En ligne : <[https://www.collectionscanada.gc.ca/expo/fullscreen/e001099032\\_f.html](https://www.collectionscanada.gc.ca/expo/fullscreen/e001099032_f.html)>.
- Thomas, Frédéric. 2009. « Analyse méthodologique de l'évolution des flux monétaires issus du déroulement d'un événement touristique : Le cas du Festival international du film de Cannes ». In *L'étude de l'événementiel touristique*, dir. David Huron et Jacques Spindler. Paris : L'Harmattan, p. 413-426.

- Tourisme Montréal. 2001. *État du tourisme en 2001*.
- Tourisme Montréal. 2010. *Rapport annuel 2010*, p. 48.
- Tourism Toronto. 2010. *Annual report 2010*, p. 28.
- Tribe, John. 1997. « The indiscipline of tourism ». *Annals of tourism research*, vol. 24, n° 3, p. 638-657.
- Trousdale, William. 1999. « Governance in contexte. Boracay Island, Philippines ». *Annals of tourism research*, vol. 26, no 4, p. 840-867.
- Université de Montréal. 2001. *École de tourisme 1931-1968*. Division de la gestion de documents et des archives. En ligne : <<http://www.archiv.umontreal.ca/E0000/E0170.html>> [consulté le 15 février 2014].
- Université de Sherbrooke. 2013. *Tenue d'un grand Congrès eucharistique à Montréal*. École de politique appliquée. En ligne : <<http://bilan.usherbrooke.ca/bilan/pages/evenements/164.html>> [consulté le 13 février 2014].
- Vajda, Joanne. 2007. « L'élite voyageuse et la transformation de l'espace urbain parisien, 1855-1937 ». *Mondes urbains du tourisme*. Paris : Belin, p. 116-127.
- Vanlaethem, France. 2008. « Architecture et urbanisme : la contribution d'Expo 67 à la modernisation de Montréal ». *Bulletin d'histoire politique*, vol. 17, n° 1. En ligne : <<http://bit.ly/1jrIJYt>> [consulté 30 juin 2014].
- Varvaressos, Stelios. 2009. « Les Jeux olympiques et le tourisme. Étude comparative de trois villes organisatrices : Barcelone (1992), Sidney (2000), Athènes (2004) ». In *L'étude de l'événementiel touristique*, dir. David Huron et Jacques Spindler. Paris : L'Harmattan, p. 155-168.
- Vandermay, Albert. (1984). « Assessing the importance of urban tourism : conceptual and measurement issues », *Tourism Management*, vol. 5, n°2, p. 123-155
- Vighetti, Jean-Bernard. 1994. « Qu'est ce que le tourisme urbain ». *Cahier Espaces*, vol. 39, p. 5.
- Ville de Montréal. 1967. *Adieu Expo. Montréal 67*. Montréal, octobre.

- , 1990. *Plan directeur d'aménagement et de développement de l'arrondissement Ville-Marie*. Service de l'habitation et du développement urbain. Montréal, 124 p.
- Violier, Philippe. 2008. « Proposition pour un modèle d'analyse et de management des lieux touristiques ». Québec. Éditions Téoros, tome 1. p. 23-37.
- Violier, Philippe et Antonio Manuel Zarate. 2007. « Politiques urbaines du tourisme ». In *Mondes urbains du tourisme*. Paris : Belin, p. 143-162.
- Visoovsky, Emil et Gabriel Bianchi. 2005. *Editorial human affairs*. En ligne : <<http://www.humanaffairs.sk/editorial.htm>> [consulté le 27 février 2014].
- Wall, Geoffrey. 1996. « Rethinking impacts of tourism ». *Tourism and hospitality research*, vol. 2, p. 207-215.
- Wolff, Jean-Pierre. 2004. « Grands équipements et structuration spatiale des métropoles ». In *Métropolisation et grands équipements structurants*, dir. Corrine Siino, Florence Laumière et Frédéric Leriche. Toulouse : Presses universitaires du Mirail, p. 169-171.
- Wirth, Louis. 1938. « Urbanisme as a way of life ». *The American journal of sociology*, vol. 44, n° 1, p. 1-24.