



Le patrimoine d'intérêt métropolitain : une richesse pour la Communauté, des ensembles à offrir aux visiteurs

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE
MARS 2011



Le patrimoine d'intérêt métropolitain : une richesse pour la Communauté, des ensembles à offrir aux visiteurs

Préparé pour

Communauté métropolitaine de Montréal

Par

Gris Orange Consultant Inc.

mars 2011

Table des matières

1	INTRODUCTION.....	3
1.1	Présentation du mandat.....	3
1.2	Cadre institutionnel	3
1.3	Contenu de l'étude.....	4
2	DÉFINITION DU PATRIMOINE MÉTROPOLITAIN	5
3	CRITÈRES D'IDENTIFICATION, DE PROTECTION ET DE MISE EN VALEUR	8
3.1	Identification.....	8
3.2	Protection.....	10
3.3	Mise en valeur	12
4	MISE EN VALEUR RÉCRÉOTOURISTIQUE DU PATRIMOINE BÂTI.....	15
4.1	Intégrer le patrimoine au concept récréotouristique, est-ce possible?	15
4.2	Le patrimoine bâti : un atout au développement récréotouristique?.....	17
5	RETOMBÉES DE LA MISE EN VALEUR DU PATRIMOINE.....	20
6	ACTEURS À IMPLIQUER	22
7	ÉTAPES PRÉALABLES À L'ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE DE MISE EN VALEUR	25
8	LES VISITEURS.....	26
8.1	Intérêts	26
8.2	Marché visé.....	28
9	STRATÉGIES DE MISE EN VALEUR DU PATRIMOINE BÂTI	30
9.1	Cinq axes géographiques.....	30
9.2	Des thématiques clés liées au patrimoine	31
9.3	Accessibilité	34
9.3.1	Langue.....	34
9.3.2	Accessibilité des transports et signalisation récréotouristique.....	35
9.4	Communications.....	37
10	POUR UNE MISE EN RÉCRÉOTOURISME ACTUELLE.....	38
10.1	Tourisme intégré, tourisme durable	38
10.2	Quelques tendances.....	38
11	CONCLUSION	41
12	ANNEXE : LE VERMONT ET SON SUCCÈS RÉCRÉOTOURISTIQUE	42
	Les données appuyant une stratégie de développement récréotouristique	42
	Le cadre institutionnel appuyant le succès récréotouristique	44
	Le cas de la renaissance de Waterbury	45
	SOURCES.....	48

1 INTRODUCTION

1.1 Présentation du mandat

Dans le cadre de l'élaboration du Plan métropolitain d'aménagement et de développement, la Communauté métropolitaine de Montréal a retenu notre firme, Gris Orange Consultants Inc. pour notre expertise en patrimoine. Le mandat attribué s'est déroulé en deux phases. La première consistait en la proposition de critères d'identification, de protection et de mise en valeur pour les ensembles patrimoniaux d'intérêt métropolitain. La seconde phase portait sur l'évaluation du potentiel et de la faisabilité d'une mise en récréotourisme d'un patrimoine bâti.

1.2 Cadre institutionnel

Le ministère des Affaires municipales, Régions et Occupation du territoire est en cours de révision des attentes gouvernementales à l'égard du développement du *Plan métropolitain d'aménagement et de développement*. Pour rencontrer les orientations gouvernementales en matière de protection et de mise en valeur des milieux naturels, des plans d'eau de la région métropolitaine, de la biodiversité, des paysages ainsi que des éléments patrimoniaux du territoire, il faut assurer la reconnaissance des paysages naturels et culturels de la région métropolitaine et inscrire des mesures qui vont contribuer à leur protection et à leur mise en valeur et ainsi assurer la pérennité des principaux lieux de mémoire naturels et bâtis significatifs dans l'histoire et le développement du territoire de la région métropolitaine. En septembre 2003, la Communauté métropolitaine de Montréal (CMM) adopte *Vision 2025* avec comme ligne directrice : *Cap sur le monde : bâtir une communauté compétitive, attractive, solidaire et responsable*. *Vision 2025* est fondée sur le concept de développement durable, c'est-à-dire une approche qui conjugue le legs de l'histoire, le dynamisme contemporain et la vision de l'avenir d'une manière responsable en regard de la gestion des ressources et de la protection de l'environnement. D'ici décembre 2011, la Communauté adoptera un Plan métropolitain d'aménagement et de développement visant à mettre en œuvre cette vision de l'aménagement et du développement de la région métropolitaine.

1.3 Contenu de l'étude

Notre étude se divise en deux sections. En premier lieu, nous proposons des critères d'identification, de protection et de mise en valeur des ensembles patrimoniaux d'intérêt métropolitain. En second lieu, nous soumettons une base de réflexion quant à l'élaboration d'une stratégie de mise en récréotourisme du patrimoine bâti.

Cette étude se veut un document de réflexion dont le but est de lancer et de supporter les étapes à venir, notamment les consultations auprès des partenaires et du public dans le cadre du Plan métropolitain, mais aussi du concept intégré de mise en valeur du milieu naturel, du milieu bâti et des paysages.

2 DÉFINITION DU PATRIMOINE MÉTROPOLITAIN

À partir de l'objectif annoncé de la CMM de « protéger et mettre en valeur le patrimoine bâti d'intérêt métropolitain » (CMM, 2011 : 40), nous avons procédé à l'élaboration de critères permettant l'identification, la protection et la mise en valeur des ensembles patrimoniaux. Notre étude s'inscrit dans la suite du rapport du Groupe Gauthier, Biancamano, Bolduc urbanistes associés produit en 2004 qui porte sur les ensembles patrimoniaux témoignant des modes d'occupation du territoire métropolitain. Ce rapport met l'accent sur la portée métropolitaine des ensembles patrimoniaux à retenir, la définissant ainsi : « les éléments patrimoniaux devaient être regroupés et fortement marqués par des modes d'organisation et d'aménagement spécifiques à la région métropolitaine » (Groupe Gauthier, Biancamano, Bolduc, 2004 : 5). Cette notion nous semble clé quant à la consolidation de l'identité du territoire. Ceci dit, afin de bien saisir l'ampleur et la portée des ensembles patrimoniaux retenus, il convient de définir cette notion. Selon Françoise Choay (2005), l'ensemble est un « concept né suivant la dissociation du monument historique de son contexte ». Il s'agit d'un « groupement, resté cohérent et significatif, de constructions anciennes en milieu urbain ou rural » (Choay 1, 2005 : 335-336), hérité d'une collectivité et méritant d'être conservé et protégé en raison de sa valeur matérielle ou immatérielle.

À l'échelle de la Communauté, il en existe différentes formes, dont voici un aperçu non exhaustif :

- ancien noyau de village urbanisé (exemple : Sault-aux-Récollets)
- cœur de quartier ancien (exemple : Notre-Dame-de-Grâce)
- ensemble paroissial urbain (exemple : autour de l'église Saint-Denis)
- banlieue ferroviaire ancienne (exemple : Montréal Ouest)
- regroupement patrimonial de services municipaux (exemple : Maisonneuve)
- noyau de patrimoine industriel (exemple : Île-des-Moulins)
- banlieue romantique moderniste (exemple : Lorraine)
- série de bâtiments significatifs en corridor (exemple : corridor culturel de la rue Ottawa, Griffintown)

- rue spectacle vernaculaire (exemple : triplex de la rue Fabre au nord de Marie-Anne, Plateau Mont-Royal)

Puisqu'il s'agit de définir des ensembles patrimoniaux d'intérêt métropolitain, nous allons privilégier des critères compatibles à une approche dite de conservation intégrée qui « consiste à traiter (conserver, restaurer, réhabiliter) les constructions et les ensembles anciens pour les rendre utilisables pour la société moderne et à les intégrer dans les plans d'aménagement urbain et rural, de l'échelle de l'îlot à celui du territoire » (Choay 2, 2005 : 213), le tout dans l'objectif de faire du développement durable et du patrimoine un levier économique et touristique pour les municipalités de la CMM en maximisant le potentiel des sites, bâtiments et ensembles identifiés comme patrimoniaux.

Pour allier développement durable et patrimoine, il faut mettre en relation des techniques de conservation de bâtiments ou d'ensembles jugés significatifs avec des fonctions pertinentes prenant en compte à la fois les politiques d'aménagement territorial et la réalité sociale (Naturopia. 2002 : 12 b). Il s'agit certes de préserver les bâtiments et ensembles significatifs de la communauté en fonction de leur lien avec le passé, mais aussi, de les mettre en valeur en fonction de leur pertinence pour les générations présentes et futures. Il s'agit donc d'harmoniser les éléments paysagers et bâtis significatifs du passé à l'échelle du territoire de la CMM avec les avenues potentielles de développement dans l'avenir.

Ainsi, deux cibles sont atteintes du même coup : l'identification et la mise en valeur d'ensembles patrimoniaux significatifs et l'inclusion, dans le cadre économique contemporain, de bâtiments ou d'ensembles conçus et érigés pour des fins très différentes à des époques également très différentes. Les gouvernements municipaux et territoriaux ont compris la valeur de cette approche et on commence à remarquer une tendance lourde dans ces administrations à allier les deux notions : conservation et développement. Il s'agit d'un changement majeur par rapport à l'époque où, au nom du progrès, on rasait et on construisait du neuf : « Alors que la démolition est souvent la réponse proposée à l'obsolescence fonctionnelle, une réutilisation adaptative peut être autrement profitable en termes de protection de l'environnement et d'économie des

ressources non renouvelables » (Grefte, 2010 : 2). En évitant l'homogénéisation et l'anonymat urbain générés par l'approche dite de démolition/reconstruction, on favorise un cadre de vie axé sur le sentiment d'appartenance et sur l'émergence d'une identité communautaire, locale et métropolitaine enracinée sur le territoire.

La préservation et la mise en valeur d'ensembles patrimoniaux identifiés suivant des critères d'**historicité**, d'**exemplarité**, de **qualité de l'ensemble et de ses composantes**, de **rareté** et d'**intégrité** vont donc s'avérer un levier de développement intéressant dans l'avenir. Quelle que soit la taille de la communauté où se trouve l'ensemble patrimonial, l'investissement sera rentable à moyen terme puisqu'à l'échelle des besoins identifiés les retombées de la mise en valeur toucheront les domaines touristique, communautaire, commercial et institutionnel.

En bref :

- Pour allier développement durable et patrimoine, il faut mettre en relation des techniques de conservation de bâtiments ou d'ensembles jugés significatifs avec des fonctions pertinentes prenant en compte à la fois les politiques d'aménagement territorial et la réalité sociale.

3 CRITÈRES D'IDENTIFICATION, DE PROTECTION ET DE MISE EN VALEUR

Afin d'établir les critères, nous avons élaboré des objectifs nous apparaissant cohérents aux plans économique, communautaire et culturel tout en permettant à la Communauté et aux municipalités comprises sur son territoire d'être en mesure de protéger et mettre en valeur le patrimoine métropolitain dans une optique de développement durable.

3.1 Identification

L'objectif fixé est d'établir la valeur patrimoniale et de prioriser des ensembles crédibles et lisibles pour la CMM. Pour y parvenir, nous avons d'abord examiné les critères retenus par le Groupe Gauthier, Biancamano, Bolduc architectes-conseils en 2004 à savoir l'ancienneté, la rareté, l'exemplarité et l'originalité ainsi que l'intégrité et l'état de conservation. À la lumière des théories et des pratiques courantes dans le domaine du patrimoine, nous proposons une mise à jour selon les critères suivants, déclinés dans une perspective hiérarchique d'importance de 1 à 5 :

1. Historicité

Ce tout premier critère en importance permet de camper l'ensemble patrimonial par rapport à sa signification d'époque, peu importe l'époque, puis à l'échelle historique de référence et ce qu'il soit local, national ou international. Ce critère clé remplace celui de l'« ancienneté », de moins en moins utilisée aujourd'hui, qui est trop lié à une datation dont l'effet pervers est de mettre des bâtiments anciens plus ou moins insignifiants avant des bâtiments plus récents potentiellement de calibre mondial. À cette étape, il s'agit d'établir la valeur historique d'un site paysager, bâtiment ou ensemble

sans privilégier le tamis de l'ancienneté. Cette caractéristique (ancienneté) devient un élément parmi d'autres associés à l'historicité.

2. Exemplarité

Une fois l'historicité de l'ensemble évaluée, le critère important de l'exemplarité permet d'établir si un ensemble patrimonial témoigne, de façon remarquable, d'une typologie architecturale savante ou vernaculaire, d'une pratique culturelle, d'une technologie innovatrice, d'une étape de progrès majeur pour son époque. Ici on mesure donc en quoi un ensemble regroupe suffisamment de caractéristiques significatives pour en faire un exemple à l'aune duquel d'autres sites semblables pourraient être évalués.

3. Qualité de l'ensemble et de ses composantes

Les critères de l'historicité et de l'exemplarité étant les plus importants, il faut identifier le contenu exact de l'ensemble, développer un argumentaire sur la valeur et la cohérence des éléments qui le composent. Ce critère consiste à identifier clairement la qualité de la somme des pièces quant à la lecture et la compréhension de l'ensemble. Ce critère est important quant à l'établissement des ensembles significatifs ou non.

4. Rareté

Ce critère n'apporte qu'une nuance à l'historicité et à l'exemplarité en permettant de se focaliser sur un concept d'unicité, non pas de l'œuvre (ce qui serait traité dans « exemplarité »), mais plutôt quant à la rareté de la ressource patrimoniale par rapport aux témoins existants à différentes échelles géographiques. Il peut être rare parce qu'il n'en reste que peu ou pas, ici ou ailleurs. C'est donc la rareté en termes de témoins locaux, nationaux et internationaux.

5. Intégrité et état de conservation

Ce dernier critère, plus objectif, témoigne du degré d'intégrité architecturale des composantes de l'ensemble (intègre versus dénaturé) et de leur état de conservation (restauré versus délabré). Ce critère ne peut pas en soi éclipser

les quatre autres, mais apporte plutôt un complément d'information technique au dossier de l'ensemble. Ainsi, un ensemble délabré et présentant apparemment des difficultés importantes quant à sa conservation et qui répondrait aux autres critères, notamment ceux d'historicité et d'exemplarité ne pourraient être rejetés *de facto* à partir de ce seul critère.

Note importante : En aucun cas ces critères ne doivent conduire à l'élaboration d'une grille d'évaluation numérique. Il est difficile de se livrer objectivement à cet exercice, qui de toute façon ne concorde plus avec les nouvelles méthodes d'évaluation patrimoniale.

3.2 Protection

L'objectif est d'assurer la protection des éléments significatifs permettant la lecture de l'ensemble patrimonial, et ce, dans une perspective de mise en valeur ultérieure possiblement porteuse de recyclage desdits éléments et de développement socio-économique et respectueux du caractère propre au site. Le recyclage et le développement intelligent et structurant d'un site sont possibles et significatifs dans la mesure où non seulement l'intégrité et la compréhension de l'ensemble sont respectées, mais également dans la perspective que l'activité qui s'y déroule désormais participe au développement socio-économique de la communauté habitant à proximité. Les critères répondant au mieux à cette idée sont :

1. Identifier les éléments saillants de l'ensemble

Ce premier critère suppose une connaissance étendue des éléments composant l'ensemble et permet de repérer et de comprendre les caractéristiques fondamentales lui conférant un statut patrimonial. L'identification des éléments saillants de l'ensemble permet ensuite d'établir quels sont les éléments propres à l'ensemble et ainsi déterminer où les efforts doivent être déployés, tout en respectant les rapports entre les composantes et leur histoire passée de même que leur vocation présente et future.

2. Protéger la cohérence de l'ensemble

Une fois les éléments saillants de l'ensemble identifiés, dans une optique de développement, le critère de cohérence s'avère primordial afin de conserver la spécificité de l'ensemble. C'est-à-dire le respect durable des éléments caractéristiques de l'ensemble dans l'optique de préserver et de renforcer le caractère ayant mené à son identification. En fait, elle le suppose en accord avec le patrimoine et permet une vue d'ensemble tout en générant un équilibre à l'intérieur de l'ensemble en termes de temps et d'espace.

3. Porter attention à la fragilité des éléments

La fragilité de certains éléments saillants et celle de la cohérence d'un ensemble peuvent se trouver menacées. Ce critère permet d'identifier les menaces planant sur les ensembles patrimoniaux. Elles peuvent relever de l'extérieur (modernisation et développement) ou de l'intérieur (changement de vocation, dégradation des matériaux, mauvais entretien, etc.). Pour cette raison, la fragilité des sites devrait être examinée, cas par cas, et la méthode de protection se baser sur le raisonnement des traits caractéristiques plutôt que sur son apparence.

4. Solliciter l'apport communautaire

Le patrimoine est une ressource unique et commune et tous devraient participer à le soutenir. À cause des liens d'appartenance et d'identité, la communauté dans laquelle l'ensemble se trouve devrait être engagée à trois moments dans le processus. D'emblée, avant l'initiation d'un projet, l'apport communautaire devrait commencer par une sollicitation auprès du public afin de comprendre ce que la communauté considère comme patrimonial. En effet, on peut être surpris par ce que l'on découvre et, ce faisant, la population devient partie prenante du processus. Afin de maximiser la protection d'un ensemble patrimonial, il faut à nouveau intégrer la communauté, et ce, au moment de l'initiation du projet. Par le biais d'un avis préliminaire sur les orientations du projet, le public doit être invité à se prononcer et à identifier ce que la sagesse populaire considère comme étant de valeur patrimoniale. Finalement, il faut présenter le projet retenu en tenant compte des points soulevés préalablement par la communauté. Un public

engagé et sollicité est un public qui participe au développement de sa communauté.

5. Élaborer les outils de reconnaissance légale

L'élaboration des outils de reconnaissance légale sert d'encadrement et participe à la mise en valeur et au développement intelligent des ensembles patrimoniaux. Ce critère permet d'articuler les programmes d'aide financière et technique répondant au mieux aux intentions et projets de développement des municipalités de concert avec les efforts liés à la protection, conservation, l'entretien et la mise en valeur.

Noter que ces critères ont une importance égale entre eux et sont plutôt présentés dans un ordre chronologique de processus.

3.3 Mise en valeur

L'objectif est d'intégrer l'ensemble patrimonial aux attentes et aux intentions des stratégies de développement dans une approche de conservation intégrée et de développement durable. Dans une stratégie de mise en valeur, le développement et la conservation vont de pair.

1. Attractivité

Ce critère sert d'abord à renforcer et/ou maintenir l'intérêt envers l'ensemble patrimonial désigné. La création d'un lieu attractif, ce qui est essentiel pour accroître la fierté et l'implication du milieu dans le projet, suscite une prise de conscience collective et, à terme, favorise le développement d'un sentiment d'appartenance. C'est pourquoi il faut, dans le même esprit que le quatrième critère de protection « solliciter l'apport communautaire », impliquer la communauté pour que l'ensemble soit attrayant, répondant à des besoins et/ou des intentions préalablement identifiés.

2. Renforcement des caractéristiques

En lien avec le premier critère de la protection « identifier les éléments saillants de l'ensemble », ce critère permet de concentrer les efforts dans une même direction et de maintenir l'intégrité de l'ensemble. Il est ensuite possible de mettre l'accent sur la singularité du thème ou de la période représentée, qui risquent de disparaître s'ils ne sont pas identifiés et valorisés. Donc, entre deux projets de mise en valeur, il faut toujours tenter d'appuyer celui qui est le plus compatible avec l'objet patrimonial. Il importe de souligner qu'il est difficile de tout mettre en valeur, et c'est pourquoi une connaissance accrue de l'ensemble désigné s'avère essentielle afin de maximiser les retombées et d'éviter les décisions non fondées et potentiellement regrettables à moyen et long terme.

3. Intégration au processus de développement

Ce critère est l'un des plus importants dans le processus de mise en valeur puisque la viabilité de l'ensemble repose sur la fonction, le rôle qu'il aura à jouer dans le processus de développement. Sera-t-il intégré dans un projet plus large ou l'attribution d'une vocation touristique sera-t-elle privilégiée? Dans les deux cas, il importe d'assurer une intégration harmonieuse (en termes de volumes, matériaux et fonction) tout en privilégiant une approche contemporaine pour faciliter la lecture et démontrer les différentes phases du développement. Les décisions sur les changements apportés à la ressource patrimoniale doivent être raisonnables, transparentes et informées, considérant le patrimoine comme une ressource économique et communautaire performante.

4. Représentativité

Lié à l'identité, ce critère est à la fois une synthèse des précédents, mais aussi, et surtout, il permet d'ancrer l'ensemble patrimonial dans l'histoire des quartiers, des municipalités de la CMM comme témoin clé d'une période, d'une activité ou d'une mentalité. Cette unicité au sein de la Communauté doit être mise en valeur.

Noter que ces critères ont une importance égale entre eux et sont plutôt présentés dans un ordre chronologique de processus. Ils visent à promouvoir le développement économique, le développement touristique et l'amélioration de la qualité de vie au sein des communautés qui y habitent ou qui les entourent.

4 MISE EN VALEUR RÉCRÉOTOURISTIQUE DU PATRIMOINE BÂTI

À la recherche d'authenticité abordable, les visiteurs veulent être surpris, apprendre et faire partie du milieu. La variété et la richesse du patrimoine peuvent répondre à ces attentes, jouer un rôle de levier économique, générateur de qualité de vie et s'inscrire dans une perspective récréotouristique.

4.1 Intégrer le patrimoine au concept récréotouristique, est-ce possible?

Il y a au Québec, comme un peu partout au Canada, un consensus autour de l'importance croissante de l'industrie touristique comme « vecteur de développement et un instrument de mise en valeur du territoire » (Groupe Gauthier, Bicancamano, Bolduc, 2004 : 2). Ce qui est défini comme étant le secteur récréotouristique s'inscrit donc naturellement dans cette tendance lourde. Le rapport sur la récréation et le tourisme réalisé dans le cadre de l'élaboration du Schéma métropolitain d'aménagement et de développement déposé en 2004 et sur lequel la CMM s'appuie dans la poursuite de la réflexion présente une série de notions clés : authenticité et identité, concentration et complémentarité du milieu, des équipements et des services, intégration de la récréation et du tourisme, masse critique, qualité de l'expérience et intégration en réseau.

À leur face même, ces notions clés militaient en faveur de l'intégration et de la mise en valeur du patrimoine bâti à l'outil de planification métropolitain. Cela est encore plus vrai lorsque l'on tient compte des paramètres de spécificité, de rayonnement et de caractère structurant retenus par le Groupe Gauthier, Biancamano et Bolduc urbanistes-conseils.

Nous abondons dans le sens du rapport sur la récréation et le tourisme lorsqu'il est question du nécessaire renouvellement de l'offre et des infrastructures récréotouristiques de manière à en assurer un achalandage optimal, idéalement étalé sur les quatre saisons.

Compte tenu du caractère très spécifique du processus d'identification, de protection et de mise en valeur du patrimoine bâti, il importe de consacrer une attention particulière en ce sens que ces équipements, au même titre que ceux du patrimoine naturel (eau, montagnes) sont déjà inscrits à la fois dans le territoire et dans l'imaginaire des 82 collectivités formant la CMM. À la mise à jour proposée dans le Plan, des ensembles patrimoniaux d'intérêt métropolitain préalablement identifié sur lesquels repose la stratégie de mise en valeur, il faudra aussi porter attention aux legs des communautés autres que d'ascendance française et anglaise.

En bref :

- Le rapport sur la récréation et le tourisme présenté en 2004 est très compatible avec l'insertion d'un volet dédié au patrimoine bâti sur le territoire de la CMM.
- Pour être mis en valeur, le patrimoine bâti (tout comme le patrimoine naturel) ne peut obéir uniquement aux règles commerciales généralement reconnues dans le secteur récréotouristique. Il s'agit d'une ressource fondamentale pouvant permettre de développer des activités très diverses en aval et très significatives en termes de développement économique et de qualité de vie.

4.2 Le patrimoine bâti : un atout au développement récréotouristique?

Avant de répondre à cette question, il est important de rappeler le caractère intrinsèque et la pérennité du bâti patrimonial. Avant d'être quoi que ce soit d'autre, il est avant tout la signature sur le territoire de modes de vie, urbain ou rural, ayant eu cours à des époques antérieures. Il n'est pas anodin de faire remarquer la philosophie de Patrimoine canadien et du ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine en rapport avec le classement des bâtiments ou ensembles : c'est l'édifice qui est concerné, plus rarement son aménagement intérieur ou sa fonction. Il n'est pas inutile non plus de rappeler que la plupart du temps, c'est suite à des initiatives citoyennes (résidents riverains, paroissiens, membres de la Légion ...) que des bâtiments aient échappé au pic du démolisseur, illustrant ainsi la réelle valeur symbolique et identitaire de tel bâtiment ou ensemble.

Dans cet esprit, le bâtiment patrimonial a sa raison d'être propre, indépendamment de l'usage auquel les générations successives le consacrent. Tel Palais de justice peut devenir une bibliothèque puis, une école de danse contemporaine, un Manège militaire peut se transformer en salle de concert. Une maison patrimoniale peut abriter un gîte Couette et Café ou encore une garderie et une usine désaffectée peut abriter une entreprise telle Ubisoft dont la mission est très éloignée de celle pour laquelle le bâtiment avait été conçu et érigé. Dans tous les cas, la coquille demeurera la même contribuant de ce fait à la continuité de la trame du quartier ou encore du village où il se trouve. Ceci dit, la mise en valeur du patrimoine bâti peut-elle servir le développement d'un fort secteur récréotouristique ?

Poser la question, c'est y répondre : le Vieux-Montréal représente probablement l'exemple le plus spectaculaire qui vient à l'esprit quant à la mise en valeur touristique du patrimoine marchand, maritime, institutionnel, etc. du secteur du Vieux Port dans l'histoire de Montréal, du Québec et du Canada. Ceci dit, les interventions visaient avant tout à sauver des témoins d'un passé significatif pour les Montréalais, les Québécois et, dans une certaine mesure, l'ensemble des Canadiens. Elles répondaient non seulement aux critères d'authenticité et d'identité de 2004 et précisés en 2011 comme historicité et

exemplarité (Gris Orange Consultant Inc., 2011 : 8), mais en plus, elles s'inscrivaient parfaitement dans les paramètres de développement relevés dans le rapport *Récréation et Tourisme : spécificité, rayonnement et caractère structurant*. Elles auraient pu n'avoir qu'une valeur locale mais, la notoriété développée par le flot grandissant de Montréalais et de visiteurs en a fait des produits d'appel auxquels se sont greffées des activités commerciales complémentaires (hôtellerie, restauration, galeries d'art, etc.) qui complètent l'expérience de visite et génèrent une activité économique.

Dans d'autres registres, l'exemple du Village québécois d'antan (patrimoine reconstitué), celui du réseau des installations patrimoniales de Parcs Canada souvent situés en région et même celui de Saint-Élie-de-Caxton (patrimoine immatériel) ont très largement situé de pierre d'assise au développement récréotouristique de leurs secteurs respectifs. Or, si Gris Orange Consultant Inc. croit fermement à l'inclusion du patrimoine bâti, centre et couronne métropolitains tels que présentés dans le rapport *Récréation et Tourisme*, par contre le Groupe Gauthier, Biancamano, Bolduc urbanistes-conseils semble arriver à la conclusion qu'en raison de sa dispersion, c'est-à-dire qu'au moment où l'on sort du noyau central et de sa périphérie, il présente peu de potentiel contributif. Selon eux, le phénomène de centralisation/dispersion fait en sorte que l'expérience urbaine prime à l'échelle métropolitaine au détriment d'autres types d'expériences, notamment celles liées à la fréquentation de l'espace naturel (...) (Groupe Gauthier, Biancamano, Bolduc, 2004 : 16). S'ils en concluent cependant « (...) que les réseaux récréatifs « vert et bleu » offrent un haut potentiel structurant en vue de la mise en valeur des ressources patrimoniales à des fins récréotouristiques » (Groupe Gauthier, Biancamano, Bolduc, 2004 : 17), au moment de spécifier les enjeux ils ramènent les interventions en patrimoine bâti au simple chapitre de la préservation. Nous croyons que l'élaboration de circuits amènera les visiteurs à circuler à l'intérieur du territoire de la CMM, à y découvrir un patrimoine métropolitain de valeur et à y effectuer des dépenses en restauration, hôtellerie, magasinage, etc.

Au même titre, si le patrimoine naturel n'est attractif que dans la mesure où des infrastructures en facilitent l'accessibilité le patrimoine bâti, pour devenir une partie constituante d'un plan d'ensemble de développement récréotouristique, doit pouvoir s'appuyer sur un certain nombre d'équipements facilitant : une identification positive et

son inscription dans le Plan, une signalisation adéquate sur le terrain aussi bien que dans la stratégie de mise en marché, un réseau d'accès routier, piétonnier, ferroviaire et fluvial de qualité, si possible une interconnectivité avec d'autres attraits, patrimoniaux ou non, etc.

En bref :

- La mise en valeur récréotouristique du patrimoine bâti s'avère structurante dans la mesure où l'on se préoccupe d'en préserver l'intégrité tout en lui adjoignant des équipements qui généreront de l'activité économique.
- Il ne faut pas confondre mise en valeur du patrimoine bâti et mise en valeur récréotouristique. Il s'agit de deux champs de réalité qui, s'ils peuvent se compléter, répondent à des règles d'évaluation différentes.
- Les infrastructures d'accueil, sur place ou virtuelles, constituent l'élément le plus important quand il s'agit de mettre en valeur un tel équipement.

5 RETOMBÉES DE LA MISE EN VALEUR DU PATRIMOINE

Tout projet de mise en valeur d'un équipement patrimonial génère un ensemble de retombées de nature économique ou directement liées à la qualité de vie et celles-ci excèdent de loin le simple développement du secteur récréotouristique.

Il y a d'abord l'impact sur le marché foncier. Dans le cas du Vieux-Montréal par exemple, même une fois que le statut de site du patrimoine fut conféré au secteur en 1964, de nombreux propriétaires d'édifices anciens ont fait le choix de les incendier, durant les années 1970, simplement pour récolter l'argent des assurances, puisqu'il était interdit de les démolir. Ils ne pouvaient imaginer que la mise en valeur de ces bâtiments pourrait les transformer en sources de revenus très importants. S'ils avaient pu comprendre le marché des condos qui émergeait lentement au milieu des années 1970, ils auraient certainement posé des choix forts différents à l'instar des propriétaires des entrepôts de l'Hôtel-Dieu (Cours Le Royer), le pionnier de 1975. Aujourd'hui, à l'hôtel St. James, une ancienne banque, les chambres se louent entre 400 \$ et 5 900 \$ la nuitée. Une trentaine d'années plus tard, ceux qui ont choisi de préserver leur bâtiment patrimonial ont gagné leur pari; les bénéfices du patrimoine arrivent souvent au moyen terme, mais ils arrivent avec force.

En région, le vieux centre-ville de Saint-Hyacinthe illustre parfaitement la dynamique de revitalisation qui accompagne la mise en valeur d'un ensemble patrimonial, dans ce cas-ci à partir du vieux marché central datant de 1875. Le centre-ville traditionnel ayant été pratiquement abandonné par les commerçants et les clients, suite à l'ouverture des Galeries St-Hyacinthe en 1992 et aujourd'hui ce secteur foisonne de commerces, d'unités d'habitation, de lieux de rencontre et même d'une salle de spectacle. Et ce n'est pas terminé puisqu'un promoteur, le Groupe Robin, construit présentement des condos à proximité du vieux marché. Comme dans le Vieux-Montréal, toute cette activité revenue a eu comme point de départ la décision de revitaliser un site patrimonial pour en faire le point d'ancrage d'une nouvelle façon de vivre au centre-ville. Cela n'a pas nui

au développement des Galeries Saint-Hyacinthe, tout au contraire, le projet grossit constamment. Par contre, l'initiative de revitaliser le vieux centre-ville a permis de diversifier l'offre marchande et résidentielle et donc de contribuer à la hausse de la qualité de la vie dans la capitale agroalimentaire du Québec. Une nouvelle ville piétonne émerge là où il n'y avait que délabrement il y a dix ans.

La notion, il est vrai diffuse, de qualité de vie tend de plus en plus à prendre racine dans des valeurs considérées authentiques : source de rappel identitaire, appréciation de la qualité des matériaux et du travail artisanal ancien, admiration pour la variété des motifs architecturaux, ressourcement dans les valeurs sûres du passé, sans parler des valeurs promues par la densité et la proximité aux services. Il semble donc qu'après de nombreuses années de négligence du milieu bâti ancien il y ait un mouvement d'identification au patrimoine bâti, aux valeurs historiques qu'il porte et aux nouveaux modes de vie qu'il propose. La renaissance des quartiers urbains, la revalorisation des vieux noyaux villageois, le second souffle éventuel des anciennes banlieues passent tous par cette valeur nouvelle que le patrimoine semble monopoliser.

En bref :

- La mise en valeur du patrimoine bâti s'inscrit dans une perspective qui dépasse celle du récréotourisme.
- La valorisation du patrimoine bâti s'est avérée un levier économique puissant dans plusieurs cas avec des impacts autant sur la valeur foncière des secteurs que sur la qualité de vie des résidents.

6 ACTEURS À IMPLIQUER

La Communauté métropolitaine de Montréal a un rôle de coordination de premier plan à jouer dans la planification stratégique du développement récréotouristique.

Pour ce faire, et parce qu'elle a également d'autres obligations et mandats à rencontrer, elle doit s'assurer de prendre le leadership métropolitain comme elle l'a déjà fait en consultant les partenaires municipaux en regard du projet de plan métropolitain.

La caractéristique qui unit tous ces intervenants est qu'ils œuvrent à l'échelle locale, avec des ressources et des moyens locaux. Au fil des ans, pour différentes raisons, ils se sont regroupés localement ou à l'échelle d'une Municipalité régionale de comté (MRC) ou d'une Association touristique régionale (ATR). Sur le territoire de la Communauté métropolitaine de Montréal, il existe 12 MRC et 5 ATR et on y retrouve 82 municipalités.

C'est donc dire qu'il y a déjà un certain niveau de concertation et un certain nombre de visions locales qui sont en œuvre. Députés, conseils de comté et municipaux, organismes à vocation économique et communautaire, réseaux d'enseignement ainsi que médias locaux devront être mis à contribution lorsque viendra le temps de transformer en actions les visées du plan stratégique. Dans cette démarche, la Communauté métropolitaine de Montréal pourra avoir à jouer un rôle d'accompagnement plus ou moins important et constant afin d'assurer la cohésion de la démarche métropolitaine.

Il sera néanmoins primordial de laisser la maîtrise d'œuvre aux intervenants locaux. Un exemple intéressant est celui du Village Gai où les gens d'affaires, les organismes communautaires et économiques sont parvenus à convaincre la Ville de Montréal de piétonniser une partie de la rue Sainte-Catherine est durant la saison estivale, créant ainsi un lieu différent, où il fait bon vivre pour les résidents et où les visiteurs et touristes

sont attirés par les festivals, expositions, évènements et terrasses, générant un niveau d'activité économique suffisant pour inciter à de nouveaux investissements l'année suivante, créant ainsi un effet de continuité et de notoriété qui, à son tour, attire des visiteurs. Il s'agit d'une initiative de niveau local dont les retombées sont évidentes pour le centre et sa périphérie immédiate tout en contribuant de manière positive à la perception de la région métropolitaine.

Suivant les communautés, les équipes d'intervenants seront à géométrie variable et donc, le leadership ne sera pas nécessairement le même d'une ville à l'autre et même, d'un quartier à l'autre. Il pourra s'agir du CLD ou de la Société d'histoire ou d'archives ou même de la Chambre de commerce locale ou d'un club de service comme le Richelieu ou les Optimistes. Dans d'autres cas, les partenaires se réuniront autour d'un ou deux individus ou porte-paroles. Il est question ici de développement local et les chances de succès seront d'autant plus grandes que les gens du milieu s'approprient le ou les projets de préservation et de mise en valeur de sites patrimoniaux. La CMM de son côté assurera le suivi et l'accompagnement tout en collaborant avec les équipes sur le terrain afin d'aligner le projet, dès le départ, dans une perspective métropolitaine.

Le public doit être associé très tôt dans cette démarche. D'abord dans le cadre d'une tournée d'information où l'on sollicite très sérieusement les idées du public à cette étape conceptuelle puis, lors des consultations publiques au cours desquelles le plan directeur provisoire pourra être discuté et amendé. Finalement, une nouvelle tournée d'information devra permettre aux communautés de prendre connaissance des projets retenus, des calendriers, des partenaires, etc. Des collectivités informées constituent des partenaires privilégiés pour assurer le succès de tels projets.

En bref :

- La CMM joue un rôle dominant dans la conception, la diffusion et la promotion du plan stratégique ; son apport est déterminant quant aux consultations publiques tant pour la phase conceptuelle que pour la phase

finale des projets et finalement, elle est un appui de taille pour accompagner (finances, encadrement, marketing) au moment d'arrimer les démarches locales à la stratégie métropolitaine.

- Le grand public, les organismes locaux/régionaux (ATR, MRC, Conseils de villes, socio-économiques, communautaires, d'enseignement) et les médias locaux sont les partenaires naturels, déjà en synergie, de cette démarche.

7 ÉTAPES PRÉALABLES À L'ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE DE MISE EN VALEUR

Avant de procéder à l'élaboration de stratégies de mise en récréotourisme, il convient d'identifier les ensembles patrimoniaux d'intérêt métropolitain afin de les protéger et de les mettre en valeur, tel que réalisé en 2004. À cet effet, l'une des méthodes privilégiées consiste à analyser et à documenter les ensembles à partir de critères prédéfinis (Gris Orange Consultants Inc., 2011) et, préférablement, communs à l'ensemble des partenaires de la Communauté. Cette méthode doit être appliquée en tout temps lorsqu'il est question de patrimoine, et non seulement dans une perspective de mise en récréotourisme. Une fois ces étapes complétées, il est possible d'élaborer une stratégie, à la fois locale à l'intérieur de l'ensemble patrimonial, et à l'échelle de la CMM entre les ensembles retenus.

Pour y parvenir, il est primordial que dès maintenant, les partenaires de la Communauté soient rencontrés afin d'être mis au courant des plans et discussions en cours. Après avoir pris connaissance du Plan, les partenaires devront être consultés sur les documents préliminaires de sorte à ce qu'ils puissent être entendus et actifs quant à la mise en place des étapes subséquentes menant à l'identification des ensembles patrimoniaux d'intérêt métropolitain et à leur mise en valeur récréotouristique. De même, le public devra aussi être informé sur le Plan et être en mesure d'y apporter sa contribution, par le biais des consultations publiques.

Les intervenants locaux (les partenaires et le public) sont des acteurs de premier ordre quand vient le temps d'orienter les décisions. Déjà impliqués dans leur milieu, ils possèdent des connaissances internes de la situation, possèdent déjà des stratégies de protection et de mise en valeur du patrimoine bâti et ils demeurent au premier rang des bénéficiaires (ou des émissaires dans le cas contraire) des décisions prises quant à leur environnement.

8 LES VISITEURS

En termes de mise en valeur du patrimoine bâti, l'objectif à atteindre auprès du public est de le conscientiser et de le sensibiliser aux richesses qui l'entourent. Encore une fois, nous revenons sur la nécessité que les résidents soient au premier rang des acteurs sensibilisés, impliqués et informés. L'importance de l'appropriation, par la population locale, des sites et des objets du patrimoine et des stratégies de mise en valeur proposées est vitale quant à la réussite du projet, notamment quand vient le moment de les promouvoir auprès des visiteurs. Comme le démontre le tableau suivant, trois-quarts des touristes au Québec proviennent du Québec, nous pouvons donc supposer qu'ils s'intéressent à leur histoire et conséquemment à leur patrimoine.

Provenance des touristes au Québec 2004	
Provenance	Pourcentage
Québec (locaux)	75.9%
Canada (excluant Québec)	13.1%
États-Unis	8.1%
Outre-mer (excluant É.-U.)	2.9%

Source: Gris Orange Consultant Inc., 2011, d'après les données de l'Institut de la statistique du Québec, 2006.¹

8.1 Intérêts

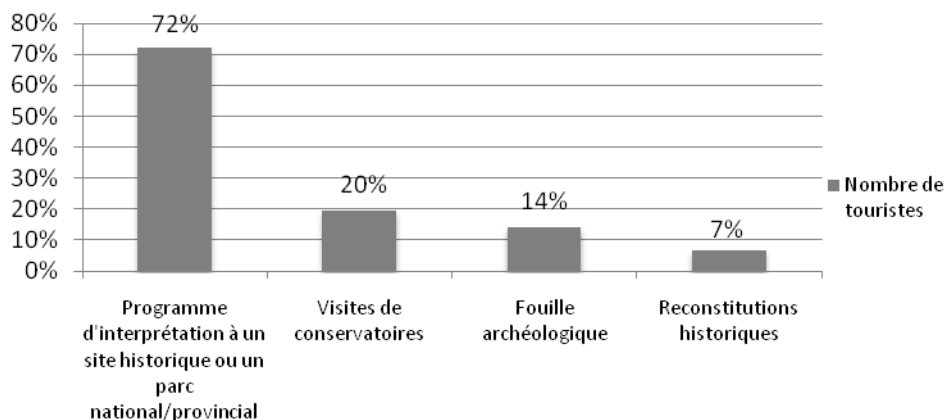
Les raisons de voyager peuvent être divisées ainsi : tourisme d'agrément, visite de parents/amis, séjour d'affaires et tourisme axé sur des raisons personnelles. Peu

¹ En 2004, le nombre total de touristes recensés a été de 28 344 000.

importe le but premier des voyages, une majorité des visiteurs participe tout de même à une ou plusieurs activités touristiques. Les tendances suggèrent que les touristes locaux participent en grand nombre à des activités sportives, notamment la marche ou randonnée pédestre, la bicyclette, la pêche, et ainsi de suite, lors de leur voyage. Les activités culturelles les plus populaires auprès de la clientèle québécoise sont les visites de musées ou de galeries d'art et celles de sites historiques. Les manifestations culturelles comme les festivals, foires et expositions sont également privilégiées. Les visiteurs de provenance canadienne (excluant le Québec) accordent autant d'importance aux activités de plein air qu'aux visites culturelles puisqu'étant particulièrement intéressés aux « activités éducatives et axées sur les expériences » (Lang Research Inc., 2006), avec un accent mis sur le magasinage, les boîtes de nuit et la visite de parcs nationaux.

Parmi les 1 232 788 touristes d'agrément d'âge adulte à avoir participé à une activité historique au Canada, la majorité (72.0%) (Lang Research Inc., 2006) ont privilégié un programme d'interprétation à un site historique ou d'un parc national/provincial, comme il est représenté ci-dessous.

Nombre de touristes ayant participé à une activité historique au Canada (2004)



Source : Gris Orange Consultant Inc, 2011 d'après les données de Lang Research, 2011.

L'alliance entre tourisme à caractère patrimonial et actif, en privilégiant les activités extérieures, répondra aux attentes des divers visiteurs québécois et canadiens. Ceci

renforce une fois de plus l'idée de créer des circuits récréotouristiques où les différents sites patrimoniaux et culturels se joignent de manière à être accessibles par la marche, le vélo, les transports en commun et les navettes fluviales. Dans une perspective de développement durable, l'incitation devrait être vers les transports collectifs et, dans la mesure du possible à des tarifs très abordables. Il faut s'assurer d'inclure le déplacement comme une composante significative de l'offre et démontrer qu'il bonifie l'expérience récréotouristique.

Ce sont principalement les touristes en provenance d'outre-mer qui recherchent les attractions de type éducatives. Ces derniers sont donc plus susceptibles de voyager dans le but premier de visiter des sites patrimoniaux, suivi par les musées et galeries d'art, les parcs naturels et thématiques et la participation à des festivals/foires. Pour cibler le marché international il sera donc très pertinent de créer des circuits éminemment culturels et éducatifs, avec une grande emphase sur les sites historiques.

8.2 Marché visé

Il existe une liste exhaustive du public à cibler, associée à la multitude de possibilités que peut offrir le secteur récréotouristique. Ceci dit, bien que tous puissent y trouver leur compte, le patrimoine bâti, en tant que destination principale, mérite qu'on lui précise une clientèle spécifique.

Un excellent exemple est le programme *Utopies réalisées, un autre regard sur l'architecture du XXe siècle*, mis en place dans la région urbaine de Lyon, en France. Ils ont créé un circuit, mettant en lien cinq sites du patrimoine moderne (Lyon, la Cité des États-Unis ; Villeurbanne, le quartier des Gratte-ciels ; Eveux, le couvent de La Tourette ; Firminy, site Le Corbusier de Firminy-Vert; Givors, la Cité des Étoiles), nécessitant un déplacement entre chacune des composantes allant de 15 à 45 minutes. Les trois publics cibles, sur lesquels reposent toute cette stratégie de mise en valeur sont, dans l'ordre d'intervention : 1. les **avisés**, les spécialistes de l'architecture, de l'histoire et du patrimoine moderne ; 2. les **éclairés**, les voyageurs habitués et qui veulent voir autre

chose que ce qui leur est présenté dans les destinations traditionnelles et 3. les **groupes scolaires et le grand public**, les grands marchés de masse. Par le biais d'une structure d'accueil standardisée (audioguides disponibles gratuitement téléchargeables sur le site Internet, accueil bilingue ou multilingue, signalisation homogène sur place, etc.), *Utopies réalisées* tend à promouvoir une thématique commune (dans ce cas-ci, le Mouvement moderne) sur les cinq sites, tout en mettant à l'avant leur spécificité.

Le projet découle d'une volonté politique en trois temps. D'abord, créer un réseau patrimonial à l'échelle métropolitaine. Ensuite, dépasser le périmètre institutionnel traditionnel pour mettre en valeur des ressources patrimoniales jusque-là inexploitées. Et finalement, gérer le tout par le biais d'une structure neutre, c'est-à-dire non associée spécifiquement aux sites. Implantées depuis quelques années (2007), *Utopies réalisées* a déjà des retombées visibles. Le projet a servi de levier de développement pour des actions locales, il a suscité de l'intérêt de la part des médias étrangers (notamment *The New York Times*) et a su diversifier l'offre touristique lyonnaise, principalement axée sur le site du Patrimoine mondial de l'UNESCO du Vieux-Lyon. Pour toutes ces raisons, nous croyons fortement qu'il s'agit là d'un modèle intéressant qui pourrait bien s'appliquer aux enjeux de la Communauté.

En ce qui concerne la mise en valeur des ensembles patrimoniaux d'envergure métropolitains, nous suggérons fortement de cibler, au départ, les mêmes types de clientèles, à savoir les avisés, les éclairés ainsi que les groupes scolaires et d'étude et le grand public. Dans le cas du grand public, il importe de porter une attention particulière aux baby-boomers et conséquemment aux voyages de groupe et aux familles qui ont des attentes et des besoins précis relevant de l'alliance entre le divertissement et l'apprentissage. À ces catégories, nous rajoutons les locaux qui doivent partager leur quotidien avec les choix de mise en valeur des ensembles patrimoniaux et qui sont des ressources de premier ordre pour en assurer la protection et la diffusion. Les jeunes apparaissent aussi comme un type de visiteurs à privilégier mais pour qui il est nécessaire de trouver des solutions innovatrices de présentation du patrimoine bâti qui les interpellent, notamment le monde virtuel.

9 STRATÉGIES DE MISE EN VALEUR DU PATRIMOINE BÂTI

9.1 Cinq axes géographiques

Le rapport sur la récréation et le tourisme retient trois axes géographiques où devrait être consolidé le développement récréotouristique d'intérêt métropolitain : la ville centre et sa périphérie, les plans d'eau et espaces riverains et les Montérégiennes (Groupe Gauthier, Biancamano, Bolduc : 2004 : 23). Nous suggérons notamment d'en ajouter deux : le domaine rural et les quartiers urbains.

L'espace rural recouvre 50% du territoire. La réalité rurale (agrotourisme, période des sucres, tables champêtres, villages, côtes et rangs uniques au milieu québécois, etc.) est suffisamment riche et diversifiée selon nous pour justifier l'ajout de cette catégorie. De plus, l'originalité de l'architecture rurale ancienne (d'inspiration bretonne, angevine, Île de France, normande, adaptée au milieu nord-américain) sur le territoire de la Communauté, jumelée à un découpage du territoire unique constitue un univers tout à fait inattendu pour les visiteurs de l'extérieur du Québec.

En dehors du centre et de sa périphérie, les quartiers urbains présentent également des possibilités très intéressantes et justifient donc l'ajout de cet axe géographique. Il n'y a qu'à penser aux rues-spectacles, aux monuments locaux remarquables et à la réalité très variée des différents quartiers, par exemple le Plateau Mont-Royal, la Petite Italie, Maisonneuve, Westmount, le Quartier Latin, et en banlieue, Sainte-Anne-de-Bellevue, le Vieux-Longueuil, le Vieux Terrebonne ou encore l'ancienne banlieue ferroviaire de Montréal-Ouest. D'ailleurs, il faut noter dans certains cas, il existe déjà une offre touristique élaborée, fondée sur les quartiers urbains.

Les axes centre urbain, quartiers urbains et fleuve et rivières, au plan du patrimoine bâti, présentent des possibilités plus précises que les axes Montérégiennes et rural. La raison en est simple : le centre urbain et sa périphérie immédiate, de même que les

réseaux fluvial et de rivières, sont géographiquement faciles à localiser, généralement accessibles à partir de réseaux existants et offrent des produits d'appels évocateurs. Selon l'étude du Groupe Gauthier, Biancamano, Bolduc (2004), les plans d'eau et espaces riverains sont considérés comme des corridors patrimoniaux. Il s'y trouve déjà, à divers degrés, des intervenants publics, institutionnels et privés qui opèrent des équipements divers allant de marinas à restaurants en passant par des terrains de golf, des sites d'interprétation historiques, des boutiques complétant un patrimoine bâti assez riche.

Il s'agit de cinq exemples d'axes géographiques lisibles et structurants à l'échelle du territoire de la Communauté qui pourront être modifiés et/ou bonifiés en fonction des attentes et des propositions des partenaires et du public.

9.2 Des thématiques clés liées au patrimoine

À partir de la documentation disponible nous avons élaboré huit propositions de thématiques liées au patrimoine unique du territoire de la CMM. Ces thématiques s'appliquent à un ou plusieurs axes suivant les cas et permettent d'envisager la définition de circuits bien intégrés en termes de représentativité de la réalité métropolitaine et, également, en regard d'une utilisation optimale des différents modes de transport disponibles : auto, vélo, piéton, train et navette fluviale.

Le centre paroissial

- Le Québec a une longue histoire de vie paroissiale. Il faudra attendre la fin des années 1960 pour voir diminuer l'importance de l'Église dans la vie quotidienne des Montréalais et Québécois. Cette longue présence de l'Église catholique a créé des ensembles institutionnels importants et imposants ainsi que des monuments et des œuvres d'art de notoriété internationale, uniques en Amérique du Nord.

La religion

- Il existe une demande importante pour le tourisme religieux : visite d'églises, de couvents ou monastères, de synagogues, de mosquées ou de temples, etc. Parmi les exemples intéressants et surprenants d'églises issues d'autres traditions autres que catholiques françaises ou britanniques protestantes, nous suggérons l'église Saint-Georges (orthodoxe libanaise), la synagogue Beth Salomon (juive orthodoxe) et l'église Madonna della Difesa (catholique italienne), toutes trois entièrement restaurées grâce à des fonds publics provenant de la Fondation du patrimoine religieux du Québec durant les années 1990-2000 grâce aux œuvres d'art exceptionnelles à l'intérieur. De plus, certains sites religieux recèlent des œuvres d'art majeures et tout autant significatives de l'histoire de Montréal et de la région métropolitaine que de celle du Québec. À cet égard, les bas reliefs de l'église d'Oka récemment acquis par le Musée de la Civilisation du Québec pour être protégés, restaurés et retournés à Oka en sont un exemple parfait de l'intérêt, non seulement métropolitain, mais pour l'ensemble du Québec, d'une ressource patrimoniale exceptionnelle sur le territoire de la Communauté.

L'industrie

- La métropole et sa couronne ont su s'adapter à toutes les évolutions industrielles. Il existe encore de nombreux témoins de plusieurs secteurs industriels : le tabac, le vêtement, l'hydro-électricité, le gaz pour en nommer seulement quelques-uns. Le secteur de Griffintown, avec son Corridor culturel de la rue Ottawa et le Canal de Lachine, se veut le berceau de l'industrie manufacturière au Canada. C'est un cas exemplaire de grand intérêt.

La villégiature

- Ce patrimoine est plus méconnu et témoigne d'une époque où une ballade à Charlemagne, à l'Île Perrot, à Rosemère ou encore à l'Île Jésus représentait une aventure en train à l'époque. Il n'est pas rare d'y trouver des secteurs rappelant des secteurs de villégiature et de chalets. Malgré qu'ils soient aujourd'hui entourés par la ville, ils ont conservé un cachet et racontent une histoire de

détente et d'un mode de vie alternatif aux banlieusards d'aujourd'hui et aux visiteurs futurs.

Les monuments locaux

- Les monuments locaux exceptionnels sont autant de jalons évoquant des personnages ou des événements marquants dans l'histoire de la communauté métropolitaine. Ils regroupent notamment des bâtiments ou ensembles dispersés sur le territoire mais dont la facture architecturale surprend et évoque un caractère plus grand que son lieu d'attache, parfois de calibre nord-américain. Par exemple, l'ancien hôtel de ville châteauesque de Saint-Louis-du-Mile-End ou le Théâtre Empress néo-égyptien à Notre-Dame-de-Grâce, sont des cas exemplaires de leur style, se mesurant à leur comparables en Amérique du Nord.

Les bâtiments institutionnels

- Les bâtiments institutionnels sont nombreux à Montréal : Palais de justice, bibliothèques, hôpitaux, banques, établissements d'enseignement permettent de faire un véritable voyage dans le temps en parcourant les différents secteurs du territoire de la CMM. Certains, comme le campus du Collège MacDonald à Ste-Anne-de-Bellevue, l'université de Montréal à Côte-des-Neiges sont de qualité exceptionnelle.

- *Le Mouvement moderne*

L'architecture moderne a plusieurs fleurons intéressants notamment dans la section « centre et sa périphérie ». Qu'il suffise de penser à la Place des Arts, à la Place Ville-Marie, à la gare Centrale, au Montréal souterrain ou encore aux stations de métro, il est clair qu'il y a là un patrimoine fort intéressant à découvrir.

- *La vie carcérale*

Ce patrimoine peut surprendre mais il raconte une histoire riche et méconnue tout en répondant aux attentes du tourisme « sombre », à la recherche de lieux inédits, aux histoires glauques et aux personnages fascinants. Trois cas intéressants à mettre en circuit seraient le village et la prison Saint-Vincent-de-

Paul, la prison de Bordeaux et la prison Pied-du-Courant. Les histoires à raconter n'y manquent pas non plus car le crime a toujours fasciné l'être humain.

- *Le pluriculturalisme*

L'une des caractéristiques fondamentales de la Communauté est la présence visible des nombreuses communautés ethniques qui ont et qui façonnent toujours le territoire. En 1996, la désignation par le Gouvernement fédéral du Boulevard Saint-Laurent comme lieu historique témoigne de leur importance et de leur impact sur la Ville. La Petite Italie et la communauté libanaise en face représentent un autre haut lieu de cette réalité de l'autre. Et bien sur Griffintown est le berceau reconnu de la population irlandaise à Montréalaise.

Ce ne sont là quelques exemples de thématiques inspirantes qui relient originalement différents lieux en différents temps sur le territoire de la Communauté. De nombreux autres thèmes pourraient s'ajouter et/ou modifier cette liste et servir de base à la création de circuits.

9.3 Accessibilité

9.3.1 Langue

S'il est vrai que les Québécois voyagent au Québec, il n'en reste pas moins que la majeure partie des visiteurs, et donc des entrées d'argent, est le fait de gens arrivant d'ailleurs au Canada ou des États-Unis. Donc, sur le territoire de la CMM, les visiteurs ont de fortes chances d'être unilingues anglophones. Ils viennent au Québec, et dans la région montréalaise pour y vivre un certain dépaysement campé notamment dans le caractère, l'histoire et le patrimoine francophone d'ici. Il faut donc, dès lors que l'on parle de mettre en valeur sur une base récréotouristique le patrimoine bâti de la CMM et d'intérêt métropolitain, de faire en sorte que l'infrastructure d'accueil et les informations de base, sur tous les sites et circuits soient minimalement bilingues.

Qui plus est, les Canadiens des autres provinces et les Américains partagent un trait culturel lié à l'attachement à la petite communauté de base : le village, la petite ville, le quartier et ils seront toujours curieux de découvrir comment cela a été vécu ici. Cet aspect du contenu patrimonial, tout autant que celui de la pertinence du site en soi, pourrait s'avérer un important facteur du succès de tout projet de mise en valeur récréotouristique d'édifices ou d'ensembles patrimoniaux.

9.3.2 Accessibilité des transports et signalisation récréotouristique

Découvrir le patrimoine bâti du territoire de la CMM doit se faire en utilisant des moyens de transports divers, compte tenu de la superficie à parcourir et également des réalités très différentes de chacun des axes proposés ou autres : le centre-ville et sa périphérie, les quartiers urbains, le réseau fluvial et les rivières, les Montérégiennes et le secteur rural.

Ainsi, si l'on peut facilement imaginer des déplacements en automobile sur un circuit qui parcourrait des municipalités de la couronne Nord, par contre, un circuit dans le secteur centre-ville ou dans les quartiers urbains parcouru en auto est à toutes fins utiles impensable en raison du trafic lourd, des travaux routiers, du stationnement limité, de la signalisation, etc. Évidemment, la découverte du fleuve et des rives aurait avantage à être faite à bord d'une navette qui se déplacerait sur l'eau ou le long de pistes cyclables et chemins de côte qui longent les voies d'eau et qui amènerait les visiteurs aux sites retenus dans cet axe. Le réseau de train de banlieue pourrait également être mis à contribution. Il dessert l'archipel et durant les fins de semaine, il s'agirait d'un moyen de transport privilégié pour offrir des forfaits touristiques à Saint-Eustache, Sainte-Rose ou Sainte-Anne de Bellevue pour en nommer quelques-unes. Déjà, l'Agence métropolitaine des transports (AMT) offre un forfait pour le Musée ferroviaire de Saint-Constant. Il faudra donc apporter une réelle attention au volet transport lors de l'établissement de circuits. Ils devront être multimodaux et facilement accessibles et ce mandat devrait être réalisé au niveau de la CMM.

La CMM devra également assumer un certain leadership en regard de la signalisation récréotouristique. On ne peut demander au visiteur de faire l'effort d'intégrer et de s'adapter à 82 types de signalisations locales. Dans le cas de la mise en valeur récréotouristique du patrimoine bâti, celle-ci doit être unifiée et cohérente, quel que soit l'axe, afin de faciliter l'expérience touristique de quartier en quartier ou de village en village.

Il faudra également être proactif dans l'utilisation des technologies modernes d'information et de communication. À l'instar de circuits virtuels tels que celui lancé à l'automne 2010 *Montréal Moderne, un portrait sonore* par l'architecte Sophie Mankowski et Docomomo Québec, certains outils d'informations et de visites guidées pourraient être développés comme des applications à télécharger sur un téléphone intelligent, sur un lecteur MP3 ou iPod ou encore, sur un ordinateur-tablette. Ces supports sont en pleine expansion et devraient constituer des outils privilégiés de mise en marché des circuits patrimoniaux, particulièrement auprès des clientèles de jeunes adultes.

Exemple de signalisation suivant les axes géographiques proposés		
Centre-ville et sa périphérie	Gris	Icônes des circuits : Religieux, industriel, moderne, rural, institutionnel, militaire et de villégiature, centre de paroisse ²
Quartiers urbains	Rouge brique	
Fleuve et rives	Bleu	
Montérégiennes	Vert pomme	
Secteur rural	Brun	

² Les axes géographiques pourraient regrouper des différents circuits thématiques différents (par exemple : religieux, institutionnel ou militaire et moderne, etc).

9.4 Communications

Il existe déjà une activité récréotouristique importante dans la région métropolitaine. Il suffit de se rendre à un kiosque d'information touristique ou de lire le bulletin municipal des arrondissements pour le constater. Le grand défi, quand il est question de communications, est donc de profiter de cette richesse d'outils et de canaux de communication et de travailler à les intégrer en un outil accessible à toute la population du territoire de la CMM (sans pour autant se limiter au territoire - accessible à l'ensemble des touristes, internes et externes). De la sorte, un résidant du Plateau Mont-Royal pourra connaître la tenue d'une activité intéressante qui se déroulerait à Oka ou encore à Longueuil ou dans l'arrondissement voisin de Ville-Marie. Le nécessaire arrimage entre tous ces réseaux et le plan stratégique d'ensemble au chapitre récréotouristique va entre autres contribuer à une participation et une contribution directe des milieux à la définition de l'identité métropolitaine recherchée par le plan stratégique d'ensemble.

En bref :

- cinq axes de développement, fondés sur la géographie et l'utilisation du patrimoine dans tout le territoire, au lieu de trois ;
- quelques thèmes liés au patrimoine ;
- trois principales catégories de clientèles dont il faudra préciser les intérêts, les motivations de choix de destination et la capacité de dépenser ;
- une vision stratégique d'ensemble / mise en valeur des potentiels locaux / intégration du patrimoine bâti ;
- bilinguisme et expérience de visite (*edutainment*) ;
- signalisation, outils virtuels de découverte des itinéraires et sites
- circulation de l'information à l'échelle de la CMM ;
- modes de transport variés : auto, vélo, piéton, autobus, train, navette fluviale

10 POUR UNE MISE EN RÉCRÉOTOURISME ACTUELLE

10.1 Tourisme intégré, tourisme durable

Le tourisme durable chapeaute, en quelque sorte, plusieurs tendances actuelles en récréotourisme. Basé sur un souci de préservation à long terme des ressources et compréhensif de la nécessité de maintenir l'intégrité culturelle du lieu, le tourisme durable tente de minimiser l'impact néfaste du visiteur sur les sites. En privilégiant une approche sensible au milieu on pourra à la fois répondre aux attentes des visiteurs et faire bénéficier des retombées en termes d'économie et de développement socio-économique. Et, en misant sur une approche tenant compte des besoins et des attentes de la population locale sans dénaturer ni muséifier les ensembles patrimoniaux, il devient possible d'offrir un produit participant au dynamisme de la communauté.

Il est même possible de relier cette idée aux autres possibilités de mise en valeur du patrimoine, notamment en tant qu'outil de développement économique local et d'amélioration de la qualité de vie puisque faisant participer les citoyens, les organisations locales et les politiciens municipaux à la conception de l'expérience touristique (Seck, 2000).

10.2 Quelques tendances

Pour assurer une mise en récréotourisme efficace, intelligente et attirante pour les visiteurs des ensembles patrimoniaux, il importe de s'arrimer sur les dernières tendances en termes de tourisme. Car malgré la conception que le tourisme est perpétuellement en croissance, depuis quelques années, on remarque un ralentissement dans le cas de la région de Montréal. Ce ralentissement, qu'il soit attribué à la récente crise financière, la perte d'évènement de calibre international, la météo, etc. ou du moins l'essoufflement de certaines destinations, faute du

renouvellement de l'offre ou du manque de promotion, il faut transformer cet état de fait en profitant de l'opportunité offerte par toute période de changement.

En choisissant d'inclure les ensembles patrimoniaux d'intérêt métropolitain dans une stratégie de développement de cinq axes récréotouristiques, il faut être en mesure d'offrir un produit de qualité aux visiteurs. Voici donc, pour poursuivre la réflexion, quelques orientations de tendances à tenir compte pour la future élaboration des stratégies.

L'approche multi-destinations consiste à élargir le territoire à couvrir lors d'une visite, ce qui permet de présenter la diversité de l'offre. En plus de répondre aux attentes des visiteurs, cette approche rejoint parfaitement l'idée d'une variété d'axes géographiques et de circuits thématiques, telle que présentée dans la section 9.

À la recherche d'authenticité, les visiteurs préféreront une approche plus intégrée au quotidien du lieu. Poursuivant dans cette idée de thématique, des niches gagnent depuis quelques années en popularité. Aux circuits thématiques à l'intérieur des ensembles patrimoniaux et entre eux pourraient se rajouter des événements (ex. festivals), des spécialités (ex. gourmandes, retraite de yoga), des activités d'apprentissage (ex. rencontre avec des artisans).

Les voyages en train et en bateau regagnent en notoriété et plus généralement tout ce qui répond au « slow travel » (Nault, 2011). S'il devient intéressant d'offrir par le biais du train et du bateau une façon différente de voyager, une fois sur place, le vélo gagne en popularité en tant que mode de transport, permettant de couvrir plus de territoire, de découvrir tout en demeurant dans la perspective de s'immiscer dans le contexte et de rencontrer des locaux.

Parce que la technologie occupe de plus en plus de place, tant pour la diffusion de l'offre que pour accompagner les visites, il faut inclure et démontrer dans les stratégies de mise en valeur une sensibilité envers les nouvelles technologies. Les solutions retenues

doivent permettre d'offrir aux visiteurs des informations sur les ensembles patrimoniaux à découvrir, permettre de faire des réservations, d'obtenir des rabais et de guider leurs explorations. En plus des sites Web déjà employés, parmi les technologies à envisager nous retenons l'utilisation des téléphones intelligents pour les informations, des « apps », podcasts, cd (pour la voiture) et autres audio-guides pour les visites ainsi que des médias sociaux en particulier pour la diffusion et la promotion.

En bref :

- Les ensembles patrimoniaux d'intérêt métropolitain peuvent et doivent faire partie de stratégies récréotouristiques.
- Avec une vision à plus ou moins long terme, une stratégie d'intégration et de promotion efficace, ils peuvent participer au dynamisme socio-économique des municipalités sur le territoire de la CMM en bénéficiant d'un effet de synergie.

11 CONCLUSION

Il s'est passé sur le territoire de la CMM des événements et des réalisations très significatifs à l'échelle québécoise, canadienne, voire internationale. Nous nous devons de mettre en valeur cette unicité, pour nous d'abord. Si nous parvenons à exprimer le plein potentiel patrimonial de la Communauté, cette réalisation nous vaudra une approbation qui viendra de nos voisins, rapprochés ou éloignés et leur visite.

La création d'un réseau d'ensembles patrimoniaux à l'échelle de la CMM permettra de renforcer l'identité et le sentiment d'appartenance entre les différentes municipalités tout en mettant en valeur leur spécificité propre. En cours de route, on verra émerger un corpus de bâtiments, de sites et d'ensembles remarquables par leur diversité et par leur unicité, mais également par la démonstration des liens historiques, sociaux, culturels et économiques qui sont à la base de la réalité métropolitaine.

12 ANNEXE : LE VERMONT ET SON SUCCÈS RÉCRÉOTOURISTIQUE

Les données appuyant une stratégie de développement récréotouristique

C'est souvent par nos voisins que l'on peut chercher à valider certains concepts. Dans l'univers du récréotourisme, à proximité de la région métropolitaine de Montréal, le Vermont ressort comme un champion régional incontestable. Dans ce cas-ci, l'effort de mise en valeur récréotouristique remonte à plus d'un siècle. Patrimoine et paysages sont devenus tellement synonymes du Vermont que 5.3 % de son économie (PNB) provient directement du domaine récréotouristique (hôtellerie, restaurants, récréation, arts et loisirs) et un autre 5 % environ de la part du tourisme dans les produits manufacturés et la vente des produits. Bien que Montréal soit aussi une destination récréotouristique performante, elle demeure très axée sur le coeur de ville. Nous pourrions faire mieux, notamment en développant un réseau d'attraits et de circuits à l'intérieur du territoire métropolitain et c'est à ce chapitre que le Vermont offre un exemple très intéressant. À priori, rien ne devrait nous empêcher d'offrir, comme produit touristique, un patrimoine authentique et unique en Amérique du Nord, jumelé à un paysage d'archipel fort séduisant, mais largement méconnu, surtout pour les gens de l'extérieur de la Communauté métropolitaine.

L'État du Vermont a une population d'un peu plus de 600 000 habitants. En 2007, on y a enregistré 14,3 millions de voyages annuels en provenance de l'extérieur, ce qui a généré 1,6 milliard de dollars en retombées économiques (Vermont Department of Tourism and Marketing, 2008). Ce montant se divise essentiellement en deux catégories : environ 4,6 millions de voyages sont effectués pour les sports d'hiver et notamment pour le ski. Il reste donc 8,8 millions de voyages pour un tourisme des mois plus tempéré et qui s'articule de manière significative autour d'une **combinaison d'expériences variées** (83 % des répondants, le premier critère en importance après « en avoir pour son argent », selon le sondage *Resource Systems Group Inc*, 2010).

Voici comment le sondage décortique cette « combinaison d'expériences variées » suivant 12 critères jugés significatifs :

- expériences culinaires (71 %),
- loisir (58 %),
- achats et souvenirs (45 %),
- artisanat local (44 %),
- épicerie spécialisée (38 %),
- lectures (33 %),
- sites historiques (32 %),
- sites naturels (26 %),
- randonnées pédestres (24 %),
- paysages culturels et naturels (23 %),
- musées et galeries d'art (22 %),
- randonnées sur les routes secondaires (22 %).

Bref, on vient au Vermont pour un mélange de paysages, d'histoire, de culture et de nature que vient compléter le tourisme gourmand.

Au Québec, et plus particulièrement dans la région métropolitaine, nos rives et nos îles regorgent d'églises spectaculaires, de vieilles fermes françaises, d'anciens noyaux de villages, de rues commerçantes traditionnelles sans parler de quartiers anciens et de monuments patrimoniaux spectaculaires. Le visiteur y trouve souvent des boutiques artisanales et d'art local, des restaurants offrant une cuisine du terroir, des sites historiques, des maisons victoriennes, etc. Nous ne sommes pas loin de l'expérience touristique que cherche le visiteur qui se rend au Vermont. Ce dernier vient surtout des zones métropolitaines de New York, Boston et Montréal, mais aussi des régions avoisinantes et il pourrait facilement troquer son itinéraire initial (ou habituel) pour rejoindre le territoire de la Communauté.

Pour profiter de ce récréotourisme fondé sur la mise en valeur du patrimoine bâti et des paysages naturels et pour pouvoir bénéficier des retombées importantes qu'il peut générer, il faut prioritairement développer **un réseau de sites patrimoniaux et**

récréotouristiques identifiables et interreliés. Qu'il soit routier, cyclable, ferroviaire ou fluvial, ce réseau est essentiel à la mise en marché du produit montréalais métropolitain. Un des éléments corollaires importants de cette stratégie serait l'accent à mettre sur une grande accessibilité pour la clientèle anglophone provenant des états de la Nouvelle-Angleterre, de l'état de New York et de l'Ontario. Il faudra adopter une approche client très sérieuse à cet égard.

Le cadre institutionnel appuyant le succès récréotouristique

Il est intéressant de comprendre aussi la nature du cadre institutionnel et la séquence des étapes qui ont permis au Vermont de développer son économie récréotouristique. Si au Vermont, la reconnaissance du patrimoine et des paysages, et de l'industrie récréotouristique qui en découle remonte aux années 1890, la phase réglementaire date de 1970 avec l'adoption de la loi 270 : *Vermont Land-Use and Development Law*. Cette législation contrôle rigoureusement tout projet de développement selon des critères environnementaux, patrimoniaux et paysagistes (Blake A. Harrison, 2006, *The View from Vermont: Tourism and the Making of an American Rural Landscape*, Univ. of Vermont). De nos jours, il s'agirait d'une loi de développement durable. Dès lors, tout projet économique devra démontrer sa conformité avec les critères propres au développement durable. Malgré les contraintes et l'encadrement dictés par la loi, les résultats ont été des plus positifs comme l'indiquent les données de fréquentation touristique.

En 1980, dans l'esprit de la loi de 1970, on créera la *Preservation Trust of Vermont*. Cet organisme a pour mission de former des partenariats publics-privés et de fournir des subventions privées aux projets patrimoniaux. En 1982, l'établissement du *Preservation Education Institute* supportera la formation de techniciens, d'artisans et de professionnels en patrimoine. L'État du Vermont revient à la charge, en 1987, avec la création du *Certified Local Government Program* dont la mission sera d'apporter une aide aux municipalités pour procéder à l'inventaire de leurs biens patrimoniaux, formuler des règlements de conservation, et établir des règles de développement durable (Historic Vermont, [s.d.]). Le résultat de ce programme sera principalement la

restauration patrimoniale de presque toutes les villes et villages du Vermont. Cet effort concret, ajouté à la mise en application de la loi 270, aura été l'élément central de la stratégie qui attire aujourd'hui ces visiteurs qui injectent 1,57 milliard de dollars annuellement dans le tourisme récréotouristique de ce petit état.

D'autres programmes ont suivi, notamment le programme d'aide fédérale à la restauration patrimoniale des ponts couverts (80 % des coûts) et le programme de restauration des granges en 1991 (50 % des coûts). En 1994, arrive le *Vermont Downtown Program* dont la mission est de promouvoir la revitalisation des rues commerçantes traditionnelles suite à l'arrivée des commerces à grande surface et envers lesquels il y a eu une farouche résistance au Vermont (Historic Vermont, [s.d.]). Ce faisant, on a valorisé et protégé l'apport économique vital du récréotourisme en dépit de la montée d'un modernisme pas toujours sympathique au traditionnel.

Le cas de la renaissance de Waterbury

Un exemple du fonctionnement de cette approche économique locale est le cas éloquent de Waterbury. Avec la disparition de sa base industrielle traditionnelle et la construction de l'autoroute I-89 en 1962 qui détourne la circulation de véhicules de sa rue principale, le village entre dans un cycle de dévitalisation économique et sociale. En 1970, confronté à la disparition des commerces, Waterbury choisit de miser sur la mise en valeur patrimoniale et décide de mettre à profit les possibilités de la loi 270.

Dans les années 1970, « l'usine avec une conscience sociale », la fameuse fabrique de crème glacée *Ben & Jerry's*, érige son usine à cinq kilomètres du village. Et, de façon remarquable, elle deviendra rapidement la principale attraction touristique du Vermont. Comme le patrimoine bâti a été préservé, les touristes qui viennent en ville chercher des services sont charmés par le cachet de l'endroit. Des restaurants, des microbrasseries, des antiquaires et des boutiques d'artisanat choisissent dès lors d'y avoir pignon sur rue, contribuant ainsi au cycle de revitalisation économique et communautaire.

Vers 2000, avec l'aide de l'État, l'usine *Green Mountain Coffee Roasters*, connue à travers les États-Unis pour sa gamme de cafés exotiques et offrant la plus grande sélection de cafés certifiés équitables au pays, s'installe à Waterbury. La compagnie choisira de s'installer dans le village, sur le territoire d'un ancien parc industriel ferroviaire abandonné, derrière la gare. Les retombées sont considérables et contribuent à diversifier l'assiette économique locale. En contrepartie, le choix de localiser cette usine à Waterbury vient en bonne partie du cadre patrimonial et naturel idéal que représente cette ville, en plus de l'accès facile à l'autoroute.

Le groupe de pression *Revitalizing Waterbury Volunteer Organization* (exemple parfait de ce qui se produit quand les citoyens sont partie prenante du projet patrimonial), de concert avec la ville, propose un partenariat public-privé pour la restauration de la gare ferroviaire de 1875. Il s'agit là du monument patrimonial le plus important et significatif pour les 5000 citoyens de Waterbury. Rouvert en 2006, le site propose maintenant un café, une boutique populaire pour la vente des produits Green Mountain Coffee et un petit musée d'histoire locale. L'endroit a même gardé une partie de sa vocation initiale puisqu'il sert de gare pour le seul train qui passe chaque jour. La gare de Waterbury est au coeur du square central de Waterbury. Le geste posé pour restaurer et mettre en valeur un bâtiment patrimonial imaginatif s'est également révélé porteur de bénéfices secondaires. Ainsi, le village propose à tour de rôle un marché public, des festivals d'artisanat, des événements musicaux de blues et de rock, le tout gravitant autour du square. À partir d'un lieu abandonné et désaffecté, on a créé un centre de foisonnement local et touristique dont l'idée même émane des citoyens. Transport, musée, vente au détail et expérience culinaire exotique sont combinés dans un seul bâtiment patrimonial dont la restauration relève de tous les critères de l'authenticité.

Le site Internet du Waterbury Tourism Council mentionne presque d'entrée de jeu sur le site Internet : *Our village is full of historic buildings* (Waterbury, 2010). Waterbury a très bien compris la valeur de levier économique puissant du patrimoine bâti lorsqu'il est jumelé à une stratégie de développement durable.

SOURCES

Aucoin, R. 2010 Chaire de tourisme Transat ESG UQAM. « Découvrir le profil des consommateurs des résidences de tourisme de villégiature au Québec ». *Thématiques - Hébergement* août. En ligne : www.veilletourisme.ca/2010/08/19/decouvrir-le-profil-des-consommateurs-des-residences-de-tourisme-de-villegiature-au-quebec/. Consulté en février 2011.

Anctil, T. 2007. Direction de la recherche et de la prospective, Tourisme Québec. « Une analyse quantitative de l'évolution des voyages internationaux des Américains entre 1995 et 2005 ». *Publications*. En ligne : www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/EvoluMarchAmeric95-05.pdf. Consulté en mars 2011.

Bonard, Y. et R. Felli. 2008. « Patrimoine et tourisme urbain. La valorisation de l'authenticité à Lyon et Pékin. *Articulo, Journal of Urban Research*, vol.4. En ligne : <http://articulo.revues.org/719>. Consulté en février 2011.

Bruce-Lockhart, L. 2008. « Conservation Principles Policies and Guidance for the Sustainable Management of the Historic Environment ». *Advice_Conservation Principles*. 77 pages. En ligne : www.helm.org.uk. Consulté en février 2011.

Bureau d'examen des édifices fédéraux du patrimoine. 1985. *Critères d'évaluation*. Canada : Bureau d'examen des édifices fédéraux du patrimoine.

Chaire de tourisme Transat. 2008. « Analyse de l'impact des changements démographiques sur le marché touristique interne du Québec ». *Les publications*. En ligne : www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/Rapport-demographie0803.pdf. Consulté en février 2011.

Chaire de tourisme Transat ESG UQAM, l'association des propriétaires d'autobus du Québec. 2008. *Compilation des données recueillies à l'aide du questionnaire utilisé dans le cadre l'événement Bienvenue Québec : Rapport final*. En ligne : www.apaq.qc.ca/pdf/Rapport_final_comp_02_04_08.pdf. Consulté en mars 2011.

Cherry, M., G. Chitty, J. Cox. 2010. « Heritage Protection Reform. Statutory Lists : Review of Quality and Coverage ». *Heritage Protection _ Heritage Protection Reform*. 144 pages. En ligne : www.english-heritage.org.uk/.../statutory-lists-review-of-quality-and-coverage-2010.pdf. Consulté en février 2011.

Choay, F. 1. 2005. « Ensemble historique ou traditionnel », p.335-336. *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement. Nouvelle édition mise à jour*. P. Merlin et F. Choay. Paris : Presses Universitaires de France (PUF), Quadrige, 963 pages.

Choay, F. 2. 2005. « Conservation intégrée », p.213-241. *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement. Nouvelle édition mise à jour*. P. Merlin et F. Choay. Paris : Presses Universitaires de France (PUF), Quadrige, 963 pages.

Commission canadienne du tourisme. *Tourisme en bref - Bilan annuel 2009 2010*. En ligne : http://en-corporate.canada.travel/sites/Corporate/images/pdf/Research/Stats-figures/Year-in-review-facts-figures/Tourism%20Snapshot%20-%20Year%20in%20review/YearInReview_2009_fre.pdf. Consulté en février 2011.

Communauté métropolitaine de Montréal. 2011. *Cap sur un Grand Montréal durable. Document de consultation sur le projet de plan métropolitain d'aménagement et de développement* (version soumise au comité exécutif), janvier 2011, 54 pages.

De Monicault, V. 2006. « II-WTM : les nouvelles tendances « tendances » du tourisme mondial ». *Accueil _ Production*. 8 novembre. En ligne : www.tourmag.com. Consulté en février 2011.

Direction du patrimoine. 2005. « À propos de la loi sur les biens culturels : La protection du patrimoine au Québec. ». *Loi sur les biens culturels*. 31 pages. En ligne : www.mcccf.gouv.qc.ca/publications/mcccf-statut.pdf. Consulté en février 2011.

DOCOMOMO. [s.d.]. En ligne : www.docomomo.com. Consulté en février 2011.

English Heritage. [s.d.] En ligne : www.english-heritage.org.uk. Consulté en février 2011.

Greffe, X. 2010. *Le patrimoine culturel à l'aune du développement durable*. 2010. Third European Heritage Forum, p.2.

Gris Orange Consultants Inc. 2010. *Critères d'identification, de protection et de mise en valeur_phase 1*, 17 pages.

Groupe Gauthier, Biancamano, Bolduc urbanistes-conseils. 2004. « Les ensembles patrimoniaux témoignant des modes d'occupation du territoire métropolitain ». Rapport final, avril 2004, 34 pages.

Groupe Gauthier, Biancamano, Bolduc urbanistes-conseils. 2004. *Schéma métropolitain d'aménagement et de développement, Rapport final, Récréation et Tourisme*, 27 février, 43 pages.

Harrison, Blake A. 2006. *The View from Vermont : Tourism and Making of an American Rural Landscape*. Vermont : Université de Vermont, 323 pages.

Historic Vermont. *Vermont Division for Historic Preservation*. En ligne : www.historicvermont.org. Consulté en février 2011.

ICOMOS. 1964. « Charte internationale sur la conservation et la restauration des monuments et des sites (Charte de Venise) ». *Chartes adoptées par l'Assemblée Générale d'ICOMOS*. En ligne : www.icomos.org/venise.html. Consulté en février 2011.

ICOMOS. 2003. « Charte ICOMOS, principes pour l'analyse, la conservation et la restauration des structures du patrimoine architectural ». *Chartes adoptées par l'Assemblée Générale d'ICOMOS*. En ligne : www.international.icomos.org/charters/structures_f.htm. Consulté en février 2011.

Institut de la statistique du Québec. 2006. « Données sommaires sur le tourisme, Québec, 2003-2004 ». *Économie et finances*. mai. En ligne : www.stat.gouv.qc.ca/jeunesse/eco_fin/tourisme.htm, Consulté en mars 2011.

Lang Research Inc. 2008. *Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (EAPV) : EAPV 2006 - profil des activités au Canada : participation à des activités historiques lors d'un voyage*. En ligne : http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/collection_2009/ic/lu86-31-16-2006E.pdf. Consulté en février.

Mankowski, S. et Docomomo Québec. 2010. *Montréal Moderne, un portrait sonore*. En ligne : www.montrealmoderne.net. Consulté en mars 2011.

Millénaire 3 Le Centre Ressources Prospectives du Grand Lyon. [s.d.]. *Le Patrimoine du Grand Lyon 1959-2009*. En ligne : www.millenaire3.com/Le-patrimoine-au-Grand-Lyon-1959-2009.989.0.html. Consulté en février 2011.

Ministère du Tourisme Québec, Direction de l'évaluation, de la recherche et de la prospective. 2005. « Statistiques touristiques : les touristes québécois au Québec en 2004 ». *Publications*. En ligne : www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/publication/touristes-quebecois-quebec-2004-57.html?categorie=58. Consulté en février 2011.

Nault, C. 2011. « Un condensé des grandes tendances touristiques pour 2011 ». *Thématique _ Tendances*. 17 janvier. En ligne : www.veilletourisme.ca/2011/01/17/un-condense-des-grandes-tendances-touristiques-pour-2011/. Consulté en février 2011.

Naturopia. Conseil de l'Europe. 2002. Selfslagh. *Patrimoine et développement durable. Quel avenir pour notre patrimoine?* no.97, p.12b.

Organisation mondiale du tourisme. [s.d.]. *Sustainable Development of Tourism*. En ligne : <http://unwto.org>. Consulté en février 2011.

Patri-Arch. 2006. « Lieux patrimoniaux du Canada. Direction du Patrimoine », *La loi sur les biens culturels : Guide pratique destiné aux municipalités*. 44 pages. En ligne : www.mcccf.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/publications/biens-culturels-municipalites.pdf. Consulté en février 2011.

Péloquin, C. Chaire de tourisme Transat ESG UQAM. 2005. « Le profil des Canadiens au Québec ». *Faits et chiffres _ Marchés géographiques*. 11 novembre. En ligne. www.veilletourisme.ca/2005/11/11/le-profil-des-canadiens-au-quebec/. Consulté en février 2011.

Péloquin C., Chaire de tourisme Transat ESG UQAM. 2005. « Les voyageurs d'outre-mer au Québec en 2004 ». *Faits et chiffre _ Marchés géographiques*. 6 décembre. En ligne : www.veilletourisme.ca/2005/12/06/les-voyageurs-doutre-mer-au-quebec-en-2004/. Consulté en février 2011.

Resource Systems Group Inc. par Werneke, C. 2010. « Opportunities for VT Vacations Providers ». *Vermont Branding Research*. été 2010, 154 pages. En ligne : www.vermontpartners.org/html/research_brand_2010r1.asp. Consultation en février-mars 2011.

Seck, M. 2000. « Tourisme intégré et diffus ». Dans *Le tourisme responsable, définition. Éveil. Tourisme responsable et solidaire*. 2005. En ligne : www.eveil-tourisme-responsable.org. Consulté en février 2011.

Tourisme-Montérégie, Montérégie tourisme et congrès. 2008. *Le portrait de l'industrie touristique régionale 2007*. 17 pages. En ligne : www.tourisme-monteregie.qc.ca/uploads/files/brochure/portrait_industrie_2007.pdf. Consulté en février 2011.

Tourisme Québec. 2004. *Le tourisme au Québec bilan 2004, perspectives 2005*. 35 pages. En ligne : www.tourisme.gouv.qc.ca. Consultation en février 2011.

Utopies réalisées. 2011. *Un autre regard sur le patrimoine du XXe siècle*. En ligne : www.utopies-realisees.com. Consultation en février 2011.

Ville de Lyon. [s.d.]. « Urbanisme ». *Site officiel de la Ville de Lyon*. En ligne : www.lyon.fr. Consulté en février 2011.

Ville de Westmount. 2006-2011. « Directives Rénover et construire à Westmount ». *Aménagement urbain*. En ligne : www.westmount.org/page.cfm?Section_ID=6&Menu_Item_ID=51. Consulté en février 2011.

Vermont Department of Tourism and Marketing. 2009. « VT Tourism Industry Fact Sheet-2009 ». *Tourism Research*. En ligne : www.vermontpartners.org. Consulté en février 2011.

Waterbury. 2010. *Waterbury Vermont Just what you're looking for*. En ligne : www.waterbury.org. Consulté en février 2011.