

Marc H. Choko
Michèle Lefebvre
Danielle Léger

Destination Québec

UNE HISTOIRE ILLUSTRÉE
DU TOURISME



Québec

C A N A D A



LA DOULCE PROVINCE



CANADIAN NATIONAL RAILWAYS

Sommaire

| | |
|---|------------|
| Préface | 6 |
| Avant-propos | 8 |
| DU VOYAGEUR AU TOURISTE | 14 |
| À TOUTE VAPEUR! | 22 |
| LE GOÛT DE L'EAU ET DE LA NATURE | 46 |
| DORMIR ET MANGER, AILLEURS | 74 |
| L'OR BLANC | 98 |
| NOUVEAUX HORIZONS | 122 |
| PLAISIRS URBAINS | 144 |
| PUBLICISER LE QUÉBEC | 168 |
| RÊVER LE QUÉBEC | 216 |
| Notes | 232 |
| Illustrations | 234 |
| Bibliographie | 246 |
| Remerciements | 248 |
| Les auteurs | 252 |



Du voyageur au touriste

Ulysse, Marco Polo, Jacques Cartier... Ces noms évoquent le voyage, l'émerveillement de la découverte et le dépaysement. De là à nous remémorer avec délice notre dernière virée touristique, il n'y a qu'un pas.

Jusqu'au xviii^e siècle, les voyageurs se déplacent pourtant rarement pour le simple plaisir de voir du pays. Dans un contexte où les moyens de transport demeurent rudimentaires, où les routes cahoteuses et poussiéreuses n'incitent pas à la contemplation du paysage, où les auberges riment avec promiscuité et insalubrité, il faut de solides motivations pour entreprendre un voyage. Parmi celles-ci, mentionnons les pèlerinages, les affaires, les visites amicales ou familiales, les ennuis de santé, les études dans un pays étranger ou l'exploration de nouvelles terres à la recherche de richesses pour renflouer les coffres d'un roi... Montaigne fait figure d'excentrique lorsqu'il affirme au xvi^e siècle voyager par simple curiosité et un peu au hasard, c'est-à-dire sans autre objectif que le plaisir de la découverte.

LA NAISSANCE DU TOURISME

Vers les années 1700, les Anglais de la haute société lancent une mode qu'on considère aujourd'hui comme l'acte de naissance du phénomène touristique. Le fameux *Grand Tour*, à visée éducative, consiste en un circuit de visites intégrant la France, la Suisse et surtout l'Italie, ce berceau de l'Antiquité latine dont l'époque est éprise, puis, pour les plus aventureux et les plus fortunés, la Grèce et la Turquie. Les jeunes Anglais partent avec leur précepteur pendant un an ou deux pour parfaire leur éducation, avec l'obligation de rédiger un mémoire au retour.

Le *Grand Tour*, qu'il est de bon ton d'entreprendre, devient vite une occasion pour des cohortes de jeunes adultes de se payer du bon temps loin de leur famille. En Europe, l'apparition au xviii^e siècle de l'hôtel, plus spacieux et plus luxueux que l'auberge, du restaurant et du café, des voitures adaptées aux longs trajets, de même que la multiplication des ponts et des routes carrossables,

rendent possibles ces nouvelles pérégrinations des rentiers.

Le confort et la sécurité du voyageur étant assurés, la notion de plaisir peut désormais se greffer au voyage. Le mot «touriste», dérivé du *Tour* des Anglais, apparaît dans les dictionnaires de langue anglaise vers 1780 et dans les dictionnaires français au tout début du XIX^e siècle, désignant les personnes ne voyageant *que* par curiosité et par désœuvrement. Le tourisme, qui répond au besoin d'une classe riche en argent et en temps libre de se démarquer, devient à la mode. Les premières vagues de touristes déferlent d'abord en Europe, bien sûr, mais l'Amérique du Nord découvrira bientôt qu'elle dispose de tous les avantages pour donner le goût du voyage d'agrément.

LE TOURISME S'INVITE EN AMÉRIQUE

Les États-Unis et le Canada connaissent la guerre à tour de rôle pendant la seconde moitié du XVIII^e siècle. À l'époque, dans ces jeunes pays encore en défrichement, aux infrastructures incomplètes, le tourisme doit apparaître comme une idée fantaisiste. Leurs habitants n'ont ni le temps ni l'argent nécessaires pour visiter leur pays et les Européens ne voient pas encore beaucoup d'attraits à ce continent lointain, sans commodités ni lieux chargés d'histoire à explorer. La traversée de l'Atlantique est longue et parfois périlleuse ; seuls les voyageurs téméraires ou les Britanniques envoyés en poste au Canada s'y risquent.

Quelques-uns d'entre eux vantent la beauté de nos contrées dans leurs écrits. Frances Brooke, épouse d'un aumônier de l'armée britannique installé temporairement à Québec, fait une description enthousiaste de la région dans son roman épistolaire *The History of Emily*

Montague, publié en 1769. Isaac Weld, Irlandais en quête de terres accueillantes pour ses compatriotes, affirme dans *Travels Through the States of North America and the Provinces of Upper and Lower Canada*, paru en 1799, que le panorama visible de la Haute-Ville de Québec surpasse en majesté tout ce qu'il lui a été donné de contempler jusqu'ici. George Heriot, un Anglais nommé adjoint au maître général des Postes au Canada, publie en 1807 un ouvrage illustré de magnifiques gravures, *Travels Through the Canadas*.

Les Américains commencent aussi à s'intéresser au Québec. En témoigne le journal de voyage de 1817 de Joseph Sansom, *Sketches of Lower Canada*. Son auteur note qu'aucun récit sur le Canada n'a été écrit jusqu'ici par un Américain et donne comme motif de son livre le désir de faire découvrir de près ses voisins du Nord.

Au tournant du XIX^e siècle en Amérique du Nord, notamment aux États-Unis, une élite fortunée et oisive se forme peu à peu. Imitant les classes aisées du Vieux Continent, elle se passionne à son tour pour le voyage d'agrément. L'Europe est à la mode, mais l'océan à traverser rebute généralement le touriste américain. Qu'à cela ne tienne ! On créera un circuit touristique *fashionable* dans le Nord-Est américain qui intégrera les Grands Lacs, les chutes Niagara et le fleuve Saint-Laurent jusqu'à Québec. Dès 1825, deux guides pratiques, réédités à plusieurs reprises au cours des années suivantes, sont publiés à New York : *The Northern Traveller* et *The Fashionable Tour*. Le premier justifie son existence par l'accroissement constant du nombre de touristes fréquentant ce circuit, dans lequel le Québec ne tient encore toutefois qu'une petite place.



5\ *Isaac Weld*, 1799

6\ *James Duncan*, 1839

DES PAYSAGES PITTORESQUES ET ROMANTIQUES

Des changements de sensibilité et d'appréciation esthétique jouent en faveur d'un goût plus prononcé pour les beautés sauvages du nord de l'Amérique. De 1750 à 1850, le centre d'intérêt des touristes glisse de la ville, avec ses merveilles architecturales et la culture qui s'y rattache, à la campagne, plus saine et inspirante. En Europe, on s'enthousiasme pour les montagnes, longtemps vues comme un désagrément du voyage, un ennuyant obstacle à franchir. Les cours d'eau et la mer cessent d'être une menace pour le voyageur ; ils deviennent thérapeutiques. Jean-Jacques Rousseau écrit : « La campagne est mon cabinet... la nature est un état d'âme qui libère mon génie. »

Vers la fin du XVIII^e siècle, l'Anglais William Gilpin tente de définir la beauté pittoresque qu'on trouve dans la nature et propose du même coup aux touristes une clé de décodage qui connaîtra beaucoup de succès. Selon lui, la contemplation des paysages pittoresques constitue une source de divertissement et même de joie pour le voyageur. Ces paysages doivent être grandioses, traversés de reliefs, de contrastes saisissants entre les hauteurs des cimes et les profondeurs des gorges, d'eaux tumultueuses, de jeux d'ombre et de lumière, de ruines, gothiques de préférence. Ils doivent faire appel à l'imagination.

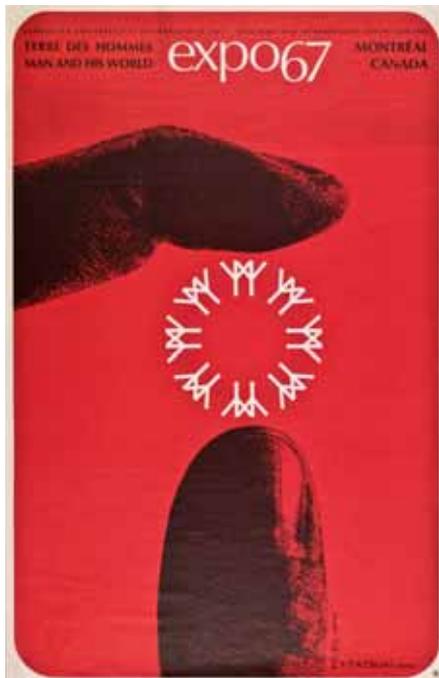
George Heriot, et plus encore William Henry Bartlett, grâce à ses paysages du plus pur pittoresque gravés en 1842 pour l'ouvrage *Canadian Scenery Illustrated*, contribueront à attirer au Québec des touristes canadiens-anglais et américains séduits par l'aspect majestueux, indompté,

de notre nature, par la grandeur de nos cours d'eau ponctués de chutes et de rapides bouillonnants, par la démesure de nos montagnes. Dès 1829, dans une traduction éditée à Paris de l'ouvrage *The Fashionable Tour*, le traducteur souligne que les beautés de la nature si prisées de la Suisse « ne sont plus que des portraits en miniature à côté des grands tableaux tels que le Saint-Laurent¹ ».

Les voyageurs du XIX^e siècle seront influencés par le courant romantique dans leur manière d'appréhender les paysages et les lieux qu'ils visiteront. Le romantisme fait primer l'émotion sur la raison, encourage une fusion poétique de l'homme avec la nature, un goût pour le passé héroïque mis à la mode par les romans de Walter Scott, une quête de soi à travers une découverte de l'ailleurs. Les touristes américains et canadiens-anglais rechercheront chez nous le sentiment d'exotisme suscité par une différence de langue, d'histoire et de culture. Si près de chez eux, ils apprécieront la sensation étrange de se trouver en pays lointain en contemplant notre architecture normande qui contraste avec leurs demeures de type anglais.

Voyageant d'abord en diligence ou en calèche, puis déposés sur nos rives en plus grand nombre à la faveur de la révolution des transports, ces touristes étrangers vont pouvoir admirer le Québec aux côtés des citadins aisés de la province qui auront eux aussi le privilège de s'évader de leur ville pour quelques jours ou pour quelques semaines. Ils connaîtront le dépaysement au cœur de leur propre continent. Ce sera le début d'une longue campagne de charme.





221 \ *Anonymous*, 1967

222 \ *Georges Huel* (design), *Y-Tatsuki* (photo),
vers 1963

223 \ *Pierre-Yves Pelletier et Raymond Bellemare*, 1972

224 \ *Marsil, Caron, Barks & associés (William Wright)*
1966?



299 \ *Bradshaw Crandell*, août 1939

300 \ *Anonymous*, 1949

301 \ *Anonymous*, juin 1934



ÉTONNANTES OU DÉROUTANTES, MAGNIFIQUES OU INUSITÉES,

les publicités graphiques créées depuis l'écllosion du tourisme au Québec au XIX^e siècle ont préservé un pan de mémoire unique de la société québécoise. Changement des habitudes de transport, transformation du mode de vie, multiplication des loisirs, métamorphose des mœurs et des valeurs, explosion de l'offre culturelle, évolution des modes graphiques, démocratisation du tourisme... Par l'intermédiaire de quelque 350 œuvres choisies parmi une abondante production graphique touristique – dont la moitié est conservée par Bibliothèque et Archives nationales du Québec –, et d'un texte passionnant relatant l'histoire du tourisme au Québec, devenez à votre tour un voyageur des temps passés.

MARC H. CHOKO, titulaire d'un doctorat en urbanisme, est professeur honoraire à l'École de design de l'UQAM, où il a aussi dirigé le Centre de design de 1999 à 2008. Il est l'auteur de nombreux livres sur l'affiche et le graphisme.

MICHÈLE LEFEBVRE, historienne, bibliothécaire et agente de recherche à Bibliothèque et Archives nationales du Québec, a publié plusieurs textes sur l'histoire de l'imprimé au Québec.

DANIELLE LÉGER est historienne de l'art et bibliothécaire responsable des collections patrimoniales de programmes de spectacles et d'affiches à Bibliothèque et Archives nationales du Québec.

ISBN 978-2-7619-3499-2



9 782761 934992


Groupe
Livre
Québecor Média

Bibliothèque
et Archives
nationales

Québec 