

PATRICK HÉBERT

**Le tourisme durable dans les communautés autochtones
du Québec: les cas de Mashteuiatsh et d'Odanak**

**Mémoire présenté à la Faculté des études supérieures de l'Université
Laval dans le cadre du programme de maîtrise en anthropologie
pour l'obtention du grade de maître ès arts (M.A.)**

**DÉPARTEMENT D'ANTHROPOLOGIE
FACULTÉ DES SCIENCES SOCIALES
UNIVERSITÉ LAVAL
QUÉBEC**

2008

RÉSUMÉ

Ce mémoire s'intéresse au développement du tourisme culturel dans les communautés autochtones du Québec. En se penchant plus particulièrement sur les cas d'Odanak et de Mashteuiatsh, il explore les liens qui peuvent unir ce type de tourisme au développement durable.

Ce texte est conçu pour donner toute la place au discours des acteurs du tourisme culturel (gestionnaire, artisans, entrepreneurs). On y expose leur vision du développement touristique de leur communauté. L'information est présentée de façon à décrire les différentes retombées du tourisme, les embûches nuisant à son développement, ainsi que les diverses solutions proposées par les informateurs pour améliorer la situation existante. En comparant ces données avec différentes définitions du tourisme durable, on découvre que le tourisme culturel pratiqué dans les communautés autochtones du Québec se rapproche à de nombreux égards de cette notion et qu'il comporte plusieurs opportunités intéressantes au niveau du développement économique et socioculturel.

REMERCIEMENTS

J'aimerais tout d'abord exprimer ma reconnaissance aux gens d'Odanak et de Mashteuiatsh, qui m'ont accueilli et qui ont pris le temps de répondre à mes questions. Je remercie particulièrement Nicole O'Bomsawin, Hélène Boivin et Julie Courtois-Girard, car sans leur aide et leur générosité, la réalisation de ce mémoire n'aurait pu être possible.

Merci à mon directeur, M. Paul Charest, qui dès le baccalauréat a su m'inspirer et me donner envie de faire de la recherche en milieu autochtone. Merci pour votre patience et votre présence tout au long de ces cinq dernières années.

Merci à Daniel Castonguay, qui m'a donné ma première chance en tant que professionnel de recherche, et qui a indirectement contribué à allonger le temps de rédaction de ce mémoire ! Tes conseils et ton expérience ont été et sont toujours très inspirants.

Merci au CIERA et en particulier à la bienveillante Lise Fortin. Merci également à la communauté du Bureau : Mathieu, Mireille, Anne-C, Lucie, Nathalie, ainsi qu'à Marie, Charles et Marie-Hélène. Ces moments passés à vos côtés figurent parmi mes plus beaux souvenirs d'études. Il en va de même pour les boys : Frank, Alex et Max, qui sont toujours là, pour le meilleur et pour le pire, depuis le début du Bac.

Merci à mes parents, Lauraine et Raymond, qui depuis le début, m'ont supporté dans ma démarche. Merci aussi au QHC, particulièrement à Stéphane, Horst, Dany et Bevin. Merci de m'avoir accueilli dans votre belle famille de fous ! *Long live the King !*

Merci finalement à celle qui m'accompagne depuis les tous débuts de la rédaction de ce document. Arianne, c'est en bonne partie parce que tu as su m'encourager et que tu as cru en moi que ce mémoire a finalement pu voir le jour.

INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 THÉORIE, CONCEPTS ET MÉTHODOLOGIE	4
1.1 CADRE THÉORIQUE ET CONCEPTUEL	4
1.1.1 <i>L'anthropologie du tourisme</i>	4
1.1.1.1 Les différentes tendances en anthropologie du tourisme	5
1.1.1.2 L'anthropologie du tourisme en milieu autochtone	7
1.1.2 <i>Le tourisme</i>	8
1.1.2.1 Un «passeport pour le développement»	8
1.1.2.2 Une forme d'impérialisme	8
1.1.3 <i>Le tourisme autochtone</i>	12
1.1.3.1 Définition du tourisme autochtone	13
1.1.3.2 Le tourisme autochtone comme une manne ?	13
1.1.3.3 Le tourisme autochtone au Québec	15
1.1.3.4 Les impacts du tourisme autochtone au Québec	16
1.1.3.5 Entraves au tourisme autochtone québécois	17
1.1.4 <i>Le développement durable</i>	18
1.1.4.1 Le développement durable et les autochtones	19
1.1.5 <i>Le tourisme durable</i>	20
1.1.5.1 Principes et définitions du tourisme durable	21
1.2 LA MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE	24
1.2.1 <i>Le choix des communautés</i>	24
1.2.2 <i>La cueillette des données</i>	24
1.2.2.1 L'entrevue semi-dirigée	26
1.2.3 <i>L'analyse des données</i>	27
1.2.4 <i>L'aspect éthique</i>	28
CHAPITRE 2 LE CONTEXTE DE L'ÉTUDE	29
2.1 LES ABÉNAKIS	29
2.1.1 <i>De la Nouvelle-Angleterre à la Nouvelle-France</i>	29
2.1.2 <i>Le travail de guide</i>	31
2.1.3 <i>Le commerce des paniers</i>	32
2.1.4 <i>L'exode vers les villes</i>	35
2.2 LA COMMUNAUTÉ D'ODANAK	37
2.2.1 <i>Situation</i>	37
2.2.2 <i>Population</i>	38
2.2.3 <i>Organisation institutionnelle</i>	38
2.2.4 <i>Scolarisation</i>	39
2.2.5 <i>Économie</i>	39
2.2.5.1 Principaux indicateurs économiques	39
2.2.5.2 Structure économique	40
2.2.6 <i>L'industrie touristique</i>	40
2.2.6.1 Le musée	41
2.2.6.2 Le Pow Wow	42
2.2.6.3 L'artisanat	44
2.2.7 <i>En somme</i>	45
2.3 LES INNUS	46
2.4 MASHTEUIATSH	48
2.4.1 <i>Situation</i>	49
2.4.2 <i>Population</i>	49
2.4.3 <i>Organisation institutionnelle</i>	50
2.4.4 <i>Scolarisation</i>	50
2.4.5 <i>Économie</i>	50
2.4.5.1 Principaux indicateurs économiques	51

2.4.5.2	Structure économique	52
2.4.6	<i>L'industrie touristique</i>	53
2.4.6.1	L'artisanat	54
2.4.6.2	Le musée	54
2.4.6.3	Le tourisme en territoire	55
2.4.7	<i>En somme</i>	56
CHAPITRE 3 LA PERCEPTION DU TOURISME CHEZ LES GENS D'ODANAK		57
3.1	L'IMPORTANCE DU TOURISME DANS LA COMMUNAUTÉ	57
3.2	LES RETOMBÉES DU TOURISME ETHNOCULTUREL	58
3.2.1	<i>Retombées positives</i>	58
3.2.1.1	Retombées économiques	58
3.2.1.2	Retombées sociales	59
3.2.1.3	Retombées culturelles	62
3.2.2	<i>Retombées négatives</i>	64
3.2.2.1	Retombées économiques	64
3.2.2.2	Retombées sociales	65
3.2.2.3	Retombées culturelles	69
3.3	LES ENTRAVES LIÉES AU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE	71
3.3.1	<i>Entraves économiques</i>	71
3.3.2	<i>Entraves administratives</i>	79
3.3.3	<i>Entraves socioculturelles</i>	79
3.3.4	<i>Entraves géographiques</i>	93
3.3.5	<i>Entraves environnementales</i>	94
3.4	LES PISTES DE SOLUTION	95
3.4.1	<i>Les améliorations déjà apportées</i>	95
3.4.2	<i>La mise en place d'infrastructures</i>	98
3.4.2.1	Les infrastructures économiques	98
3.4.2.2	Les infrastructures administratives	99
3.4.2.3	Les infrastructures socioculturelles	100
3.4.3	<i>L'offre du produit</i>	102
3.5	EN SOMME	105
CHAPITRE 4 LA PERCEPTION DU TOURISME CHEZ LES GENS DE MASHTEUIATSH		107
4.1	L'IMPORTANCE DU TOURISME DANS LA COMMUNAUTÉ	107
4.2	LES RETOMBÉES DU TOURISME ETHNOCULTUREL	108
4.2.1	<i>Retombées positives</i>	108
4.2.1.1	Retombées économiques	108
4.2.1.2	Retombées sociales	111
4.2.1.3	Retombées culturelles	113
4.2.1.4	Retombées politiques	117
4.2.1.5	Retombées environnementales	118
4.2.2	<i>Retombées négatives</i>	119
4.2.2.1	Retombées économiques	119
4.2.2.2	Retombées sociales	120
4.2.2.3	Retombées culturelle	123
4.3	LES ENTRAVES AU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE	124
4.3.1	<i>Entraves économiques</i>	125
4.3.2	<i>Entraves administratives</i>	132
4.3.3	<i>Entraves socioculturelles</i>	133
4.3.4	<i>Entraves géographiques</i>	143
4.4	LES PISTES DE SOLUTION	144
4.4.1	<i>Les améliorations déjà apportées</i>	145
4.4.2	<i>La mise en place d'infrastructures</i>	149
4.4.2.1	Les infrastructures économiques	149
4.4.2.2	Les infrastructures administratives	151
4.4.2.3	Les infrastructures culturelles	153

4.4.3	<i>L'offre du produit</i>	156
4.5	EN SOMME	161
CONCLUSION		163
BIBLIOGRAPHIE		166
ANNEXE 1	FORMULAIRE DE CONSENTEMENT	173
ANNEXE 2	SCHÉMA D'ENTREVUE	175
ANNEXE 3	CARTE DES COMMUNAUTÉS AUTOCHTONES DU QUÉBEC	176
ANNEXE 4	LOCALISATION DE LA COMMUNAUTÉ D'ODANAK	177
ANNEXE 5	LOCALISATION DE LA COMMUNAUTÉ DE MASHTEUIATSH	178

INTRODUCTION

Le choix du sujet de ce mémoire découle d'un intérêt personnel de plus en plus grand pour le développement local et régional. Cette problématique est à mon avis d'une très grande importance pour le Québec contemporain, car l'avenir de la province passe en bonne partie par l'avenir de ses régions. Le choix du tourisme vient quant à lui d'une réflexion amorcée durant mon Baccalauréat. J'ai en effet eu l'occasion de me pencher sur les questions de tourisme et de développement durable lors de ma formation pratique¹. Ce mémoire se veut donc une occasion de poursuivre mon questionnement.

Depuis longtemps, les sciences sociales se sont intéressées à la thématique du tourisme. La plupart des études réalisées sur ce sujet ont été effectuées par des sociologues, des économistes ou encore des géographes. De plus en plus, les anthropologues s'intéressent eux aussi à ce sujet. En effet, depuis les années 70, le champ de l'anthropologie du tourisme n'a cessé de prendre de l'ampleur. On constate cependant que relativement peu de travaux ont été réalisés sur ce sujet au Québec et qu'une infime partie de ceux-ci portaient sur les autochtones. Parmi ces rares études, la plus importante est sans doute le mémoire de maîtrise de Suzy Basile intitulé *Le tourisme dans un contexte de prise en charge : deux cas autochtones : Manawan (Canada) et Ilulissat (Groenland)* (1998). Mentionnons également la thèse de doctorat de Katia Iankova : *Le tourisme autochtone en milieu urbain. Le cas de Wendake, une communauté amérindienne au Québec* (2007), réalisée dans le domaine des études urbaines. La quasi absence d'études anthropologiques concernant le tourisme chez les autochtones du Québec me semble quelque peu paradoxale, car ce secteur d'activités devient de plus en plus important pour plusieurs communautés amérindiennes. Certaines d'entre elles l'ont d'ailleurs identifié comme l'un des axes principaux de leur développement.

Le développement durable est lui aussi un concept à la mode, car, depuis la parution du rapport Brundtland en 1987, le terme semble être sur toutes les lèvres. La littérature anthropologique couvre largement ce sujet. Au Québec, un certain nombre d'études mettant en relation le développement durable et les autochtones ont d'ailleurs été réalisés. On n'a qu'à penser au projet de recherche *Les Innus et le développement durable* mené par le professeur Paul Charest, qui s'intéressait au développement durable dans plusieurs secteurs d'activités chez les Innus. On peut

¹ Durant le programme de baccalauréat en anthropologie de l'Université Laval, les étudiants doivent suivre une formation pratique. Cet apprentissage est effectué lors de la dernière année du baccalauréat. Il vise la mise en pratique des acquis théoriques et méthodologiques de l'étudiant. La formation pratique consiste généralement en la réalisation d'une recherche de moindre envergure que celle réalisée lors de la maîtrise.

également citer le mémoire de maîtrise *Les Innus et la mer: gestion et accès à la ressource à Ekuanitshit* récemment réalisé par Mathieu Bergeron, qui met en relation le développement durable et les pêches commerciales innues. M'inspirant de ces études, je me suis demandé s'il est possible d'établir une relation entre le développement durable et le tourisme pratiqué dans les communautés autochtones du Québec. En fait, je me suis questionné sur la possibilité de qualifier le tourisme ethno-culturel autochtone de tourisme durable.

Pour répondre à ma question, je me suis penché sur les cas de deux communautés en particulier, soit la communauté abénaquise d'Odanak et la communauté innue de Mashteuiatsh. Je me suis plus particulièrement intéressé aux discours des gens œuvrant dans le milieu touristique. J'ai donc pu voir quelles étaient leurs perceptions du développement touristique de leurs communautés et s'ils percevaient ce développement comme un tourisme durable. Ce mémoire se veut donc une comparaison des différentes perceptions que les gens d'Odanak et de Mashteuiatsh ont du développement touristique et du tourisme durable.

Le premier chapitre sera consacré à la présentation de ma problématique et de mon cadre conceptuel. J'y traiterai tout d'abord de l'anthropologie du tourisme et des différentes tendances qui s'y rattachent. On y retrouvera ensuite une revue de la littérature se rapportant aux différents concepts utilisés dans ce mémoire, comme le tourisme autochtone, le développement durable et le tourisme durable. J'identifierai également quelques points importants ressortant des quelques études et articles concernant le tourisme chez les autochtones, en jetant un plus grand éclairage sur les textes se rapportant aux autochtones du Québec. Finalement, je présenterai la méthodologie utilisée pour récolter et analyser mes données.

Au cours du deuxième chapitre, il sera question du contexte dans lequel a été réalisée l'étude. Je présenterai donc un bref profil historique et socio-économique d'Odanak et de Mashteuiatsh. Je traiterai également de la mise en place de l'industrie touristique dans ces deux endroits, puis je dresserai le portrait de l'industrie du tourisme dans les deux communautés au moment de mon passage en 2004.

J'entrerai ensuite dans le vif du sujet en présentant le discours des informateurs rencontrés. Le troisième chapitre sera ainsi consacré au discours des informateurs d'Odanak, alors que le quatrième chapitre présentera les perceptions de personnes rencontrées à Mashteuiatsh. J'y décrirai les différentes facettes du tourisme ressortant du discours des répondants. J'identifierai bien sûr les différentes retombées positives et négatives que les gens des deux communautés

associent au développement touristique. J'accorderai également une grande importance aux éléments du discours relatifs aux diverses lacunes et entraves minant l'essor d'un tourisme durable, ainsi qu'aux différentes suggestions faites pour améliorer la situation. Mon analyse ne se limitera donc pas à la simple description des impacts et retombées du tourisme. Elle cherchera aussi, et surtout, à identifier les diverses contraintes nuisant à la mise en place d'un tourisme durable et à déterminer une série de solutions susceptibles de corriger la situation actuelle.

CHAPITRE 1 THÉORIE, CONCEPTS ET MÉTHODOLOGIE

1.1 Cadre théorique et conceptuel

Au cours de cette section, il sera question des concepts et des théories qui ont influencé ma recherche et mon analyse. Je parlerai tout d'abord de l'anthropologie du tourisme, traitant de l'histoire et des diverses tendances de ce champ de recherche ainsi que des différents types de travaux qui se sont intéressés au tourisme dans les communautés autochtones. On verra ensuite comment la vision du développement touristique a évolué dans la littérature, passant rapidement de l'optimisme à la critique. Il sera alors question des principaux travaux qui se sont penchés sur la question des retombées pour les populations hôtes. Par la suite, je m'attarderai plus particulièrement à la notion de tourisme autochtone. Ainsi, après avoir présenté une définition de ce concept, je traiterai des retombées du développement touristique dans les communautés hôtes. Je poursuivrai la même démarche en mettant l'accent sur le tourisme autochtone au Québec. Je présenterai d'abord les différentes descriptions qu'on en fait dans la littérature, puis je ferai une brève revue des différentes retombées rapportées dans les études antérieures. Je terminerai en énumérant différentes entraves venant limiter l'essor de cette activité.

Ma recherche portant sur le développement du tourisme durable dans les communautés autochtones du Québec, j'aborderai également les concepts de développement durable et de tourisme durable. Je commencerai d'abord par définir le concept de développement durable, après quoi j'expliquerai comment celui-ci s'articule en lien avec les communautés autochtones. Je passerai finalement en revue les différentes définitions du tourisme durable abordées dans la littérature, ce qui me permettra d'identifier les éléments qui m'ont servi lors de mon analyse.

1.1.1 L'anthropologie du tourisme

L'anthropologie du tourisme est un champ relativement récent, car les premières études sur le sujet n'ont été effectuées que dans les années 60. C'est en effet en 1963 que Theron Nuñez publie «Tourism, Tradition and Acculturation. Weekendismo in a Mexican Village», la première étude anthropologique sur le tourisme. À l'époque, le sujet n'était pas vraiment considéré comme digne d'intérêt. On essayait d'ailleurs de décourager les anthropologues qui voulaient l'étudier. Les quelques rares convaincus qui s'y risquaient n'étaient pas pris au sérieux par leurs collègues et leurs études étaient souvent ignorées. Theron Nuñez mentionne d'ailleurs que plusieurs anthropologues s'intéressaient aux impacts socioculturels du tourisme, mais qu'ils n'osaient pas

publier leurs observations, car le tourisme n'était pas considéré comme un sujet propre, ou pur pour la discipline anthropologique (Nuñez & Lett, 1989 : 265).

On a dû attendre les années 70 pour que le champ finisse par prendre un certain essor. À l'époque, on commençait à devenir de plus en plus critique face au développement touristique qui était en cours dans plusieurs pays du tiers-monde. Certains anthropologues ont donc commencé à s'intéresser aux conséquences socioculturelles du tourisme. De fil en aiguille, des études ont été effectuées, et des ouvrages ont été publiés. Des périodiques comme «Annals of Tourism Research. A Social Science Journal» ont ainsi vu le jour. Petit à petit l'étude anthropologique du tourisme a commencée à faire sa place et à acquérir ses lettres de noblesses. Ainsi, en 1974, l'American Anthropological Association consacrait sa réunion annuelle au thème «Tourisme et changement Culturel». À force de faire valoir leur point de vue, des anthropologues comme Theron Nuñez, Valene Smith, Denison Nash et Nelson Graburn ont réussi à faire reconnaître le tourisme comme sujet légitime.

Encore aujourd'hui, l'anthropologie du tourisme demeure un champ plus ou moins ignoré de la discipline. Comme l'explique Picard et Michaud, «L'étude anthropologique du tourisme reste encore peu développée et [...] demeure méconnue à l'intérieur même de la discipline» (Picard & Michaud, 2001 : 5). Dans les sciences sociales, le tourisme a surtout été étudié par l'économie, la géographie humaine et la sociologie. Pourtant, l'anthropologie se prête très bien à l'étude de ce phénomène et de ses conséquences.

1.1.1.1 Les différentes tendances en anthropologie du tourisme

Selon James Lett, l'anthropologie du tourisme se divise essentiellement en deux tendances (Nuñez & Lett, 1989 : 276). La première, menée par des anthropologues comme Graburn, s'intéresse aux touristes, à leurs motivations, à leur imaginaire et à leurs points de vue. La seconde, à laquelle est souvent identifié Denison Nash, s'intéresse quant à elle aux effets du tourisme sur les sociétés hôtes.

Les anthropologues s'intéressant au tourisme sont engagés dans un débat portant sur la meilleure façon d'étudier le sujet. Doit-on faire comme Graburn et explorer la symbolique du tourisme, ou doit-on au contraire faire comme Nash et analyser les effets politiques, socioculturels et économiques du tourisme. Selon Lett, ces deux perspectives ne sont pas nécessairement contradictoires et peuvent même être complémentaires (Idem).

Les travaux sur les impacts du tourisme sont relativement abondants. Si au départ ils avaient tendance à voir le tourisme comme seul facteur de changement chez les populations «touristifiées», aujourd'hui ils le perçoivent maintenant comme un facteur de changement parmi d'autres. Les études portant sur les touristes sont elles aussi relativement nombreuses. Lett explique qu'elles sont à la fois riche ethnographiquement et riche ethnologiquement.

Selon Lett, aucune théorie n'est propre à l'anthropologie du tourisme (Idem : 278). En fait, le champ d'étude utilise les théories déjà existantes. Les théories découlant du marxisme ont fortement influencé les études sur les impacts. Quant aux recherches sur les touristes et leurs motivations, elles utilisent surtout les concepts de l'anthropologie symbolique. Lett mentionne cependant que tous les anthropologues s'intéressant au tourisme ont une perspective holiste et comparative. Selon lui, c'est ce qui caractérise tous les travaux en anthropologie du tourisme, les différenciant ainsi des travaux de psychologie, de géographie, de sociologie, de science politique ou d'économie (Idem).

Dans son article «Anthropologie, tourisme et sociétés locales au fil des textes» Jean Michaud retrace les grands moments de l'évolution de l'anthropologie du tourisme. Selon lui, les premiers auteurs traitant du sujet percevaient le tourisme comme un système comportant trois éléments, soit le touriste et sa culture, la population locale et sa culture et finalement, les relations ou les interactions entre ces deux parties (Michaud, 2001 : 18). Il explique que chacune de ces parties a été étudiée par les chercheurs.

Certains ont donc décidé d'étudier le visiteur dans son comportement et ses motivations. Touristes et anthropologues venant généralement du même univers culturel, l'étude du visiteur emprunte des outils d'analyse venant de différentes sciences, telles la psychologie, la sociologie et même les sciences de l'éducation. On utilise également l'anthropologie symboliste et la sémiologie, ce qui permet d'étudier la dichotomie qui existe entre ce que Graburn nomme l'espace profane, soit le quotidien, et l'espace sacré, soit le voyage et les vacances (Graburn & Moore, 1994 : 234). On associe également des éléments du tourisme à d'autres phénomènes ou pratiques documentés par l'anthropologie. On peut donc insérer les observations dans des paradigmes déjà établis.

D'autres ont décidé de concentrer leurs études sur les visités, donc sur les sociétés «touristifiées». Michaud mentionne que dans ce genre d'étude, les groupes hôtes sont généralement perçus comme des «ré-acteurs» en face des touristes plutôt que comme des acteurs liés au contexte

touristique (Michaud, 2001 : 19). Mentionnons cependant que de plus en plus d'auteurs, comme Picard, montrent que les sociétés «touristifiées» réagissent et participent aux changements qu'elles vivent (Picard, 2001 : 112). Selon Michaud, ce nouveau genre d'étude se soucie beaucoup de l'authenticité. Plusieurs ont d'ailleurs tendance à voir la perte d'authenticité comme un signe d'affaiblissement de la culture traditionnelle.

L'autre tendance relevée par Michaud est celle de l'étude des relations entre visiteur et visité. Par l'étude de cette relation, on étudie surtout la rencontre entre deux cultures, ce qui est un thème bien connu en anthropologie. On s'aide de la littérature anthropologique, sociologique et psychologique qui aborde les thèmes de la rencontre, de la découverte, de l'altérité, du concept d'étranger et de l'acculturation (Michaud, 2001: 20). Encore une fois, on est à même de retransposer les faits observés dans des paradigmes déjà établis.

Comme Lett, Michaud explique qu'il n'y a pas vraiment de théorie du tourisme. Bien sûr, quelques tentatives de théorisation ont bien eu lieu, mais vers les années 90, le champ de recherche éclate (Idem : 23). Certains sont d'avis qu'il ne faut s'intéresser qu'aux touristes et qu'il faille laisser l'étude des impacts chez les sociétés hôtes à d'autres disciplines. Le rêve d'une théorie unifiée devient donc de moins en moins probable. Selon Michaud, Il est fort probable que les recherches sur les touristes et les analyses des effets du tourisme deviennent deux champs de recherche distincts (Idem : 27).

1.1.1.2 L'anthropologie du tourisme en milieu autochtone

Les travaux concernant le tourisme chez les autochtones peuvent se diviser en quatre phases, ou quatre formes différentes (Butler & Hinch, 1996 : 6). La première est celle de la légitimation du champ de recherche. Comme ce fut le cas pour les autres travaux anthropologiques sur le tourisme, les premières études sur le tourisme en milieu autochtone ont dû se faire reconnaître. Ces études portaient principalement sur l'impact du tourisme de masse sur les populations autochtones. Elles traitaient donc des problèmes d'authenticité, de commercialisation de la culture et d'acculturation causés par les touristes étrangers. La deuxième forme de travaux est celle de «l'advocacy» critique² en faveur des autochtones. Ces travaux relèvent les différents impacts des formes de tourisme alternatives qui se disent plus respectueuses et responsables. Une autre catégorie de travaux est celle de l'analyse des politiques et des stratégies de développement économique. On y fait l'analyse critique de différents exemples de développement touristique

² Traduction libre du terme «*critical advocacy*» utilisé par Butler et Hinch (1996).

chez les autochtones. On cherche ainsi à identifier les contraintes économiques, politiques et socioculturelles qui nuisent au bon développement du tourisme. Finalement, la dernière catégorie concerne les travaux qui cherchent à informer et à «éduquer» les non autochtones aux particularités du tourisme chez les autochtones. Ce genre de travaux n'a été développé que tout récemment. Il fait entre autres valoir qu'un bon développement du tourisme passe par une meilleure compréhension de la culture autochtone au sein de l'industrie majoritairement non autochtone.

1.1.2 Le tourisme

Avec la période de prospérité économique qui a suivi la Seconde Guerre Mondiale, le tourisme s'est développé et a pris de l'expansion. Depuis, celui-ci est devenu l'une des plus grande, sinon la plus grande, industrie dans le monde. Malcolm Crick explique d'ailleurs que le tourisme serait responsable des plus grands mouvements de population que l'humanité ait connue en temps de paix (Crick, 1989 : 310).

1.1.2.1 Un «passeport pour le développement»

Dans les années 60, on voyait le tourisme comme le moyen par excellence de développement pour les pays du tiers-monde. À cette époque, la Banque Mondiale et l'O.N.U. soutenaient très fortement l'implantation de ce type d'industrie dans les pays en voie de développement. Ces pays sortant à peine du colonialisme, ils n'avaient pratiquement plus de ressources et encore moins d'infrastructure pour les exploiter. On a alors décidé de mettre en valeur les éléments qu'ils possédaient pour les «vendre» aux habitants des grandes métropoles. Attirés par le sable, la mer, le soleil, l'exotisme et les gens accueillants, les touristes ont ainsi commencé à fréquenter les pays du tiers-monde, y amenant par le fait même leur argent.

On croyait donc pouvoir développer les pays pauvres en y faisant venir des touristes. On a ainsi laissé libre cours au développement touristique, sans trop se soucier des conséquences que cela pouvait entraîner. On planifiait plus ou moins bien, sans faire d'études de faisabilité, ni d'études d'impacts. Le développement touristique était alors une manne dont il ne fallait pas se priver.

1.1.2.2 Une forme d'impérialisme

Dans les années 70, l'optimisme qui prévalait au sujet du développement touristique a commencé à faire place à la critique. De plus en plus de personnes ont alors commencé à croire que le tourisme n'a pas que des bienfaits. Certains professionnels des sciences sociales, dont des

anthropologues, se sont mis à s'intéresser au tourisme, à son développement et aux effets qu'ils peuvent avoir sur les populations locales. On s'est bien vite aperçu que le tourisme n'est pas sans conséquences.

On a entre autre remarqué que le tourisme est bien peu souvent - pour ne pas dire très rarement - contrôlé par les populations ou les groupes «touristifiés». En fait, le gros de l'industrie touristique est contrôlé par des éléments extérieurs, venant bien souvent des grandes métropoles et des grands centres occidentaux. Ceci fait dire à l'anthropologue Denisson Nash que le tourisme n'est rien d'autre qu'une nouvelle forme d'impérialisme (Nash D., 1989). Selon lui, le tourisme amène donc les mêmes conséquences que pouvait jadis amener l'impérialisme. Ainsi, le tourisme introduit une nouvelle réalité socioculturelle pour la population hôte (Nash D., 1989 : 47). De fait, en étant contrôlé par des éléments extérieurs, le tourisme aura tendance à imposer une vision des choses et des façons de faire qui sont propres aux métropoles³. Bref le tourisme imposerait une culture différente aux populations hôtes, qui n'auraient d'autre choix que de s'adapter.

Dans l'introduction de l'ouvrage *Hosts and guests, the anthropology of tourism*, Valene Smith relève elle aussi certains effets du tourisme sur les populations hôtes. Elle mentionne tout d'abord que le tourisme génère des emplois, ainsi que des revenus qui peuvent être réinvestis pour le bien-être de la communauté. Elle ajoute cependant que l'industrie touristique est saisonnière, ce qui signifie que les emplois et les revenus ne sont importants que pendant une certaine période de l'année. Elle explique également que cette industrie dépend généralement de facteurs extérieurs, comme la préférence des touristes pour une destination. Comme Nash, elle souligne aussi le fait que le tourisme est souvent contrôlé par des éléments extérieurs, ce qui entraîne une iniquité (Smith, 1989 : 8).

Au niveau culturel, Smith mentionne que le tourisme a aidé à la renaissance et au maintien de certaines formes d'art et de certaines pratiques traditionnelles. Elle ajoute, par contre, que l'art a bien souvent été modifié pour plaire aux exigences des touristes (Idem). Des changements peuvent également survenir dans le mode de vie et dans la façon de penser des populations locales. À cet effet, Smith mentionne que les valeurs traditionnelles sont bien souvent remplacées par les valeurs modernes et capitalistes. Elle explique également que le tourisme amplifie parfois les problèmes sociaux. L'anthropologue prend cependant soin d'expliquer que le tourisme n'est pas la seule cause de tous ces changements (Idem : 9).

³ Selon Nash, lorsque le tourisme est contrôlé par les populations «touristifiées», il arrive trop souvent que celles-ci cherchent à plaire aux exigences des touristes, donc des métropoles. Ainsi, le tourisme répond toujours aux désirs des métropoles (Nash, 1989 : 49).

Graburn s'est beaucoup plus intéressé aux touristes qu'aux sociétés hôtes, mais dans son texte intitulé «*Anthropological Research on Tourism*», il relève quelques impacts du tourisme sur les populations locales. Selon lui, le tourisme cause des changements qui viennent à la fois de l'extérieur et de l'intérieur des communautés «touristifiées». Comme Smith, il prend soin d'expliquer que le tourisme n'est qu'un des nombreux facteurs de modernisation et d'occidentalisation, et qu'il n'est pas la seule source de changement pour les populations hôtes (Graburn & Moore, 1994 : 237).

Selon Graburn, le tourisme peut avoir des impacts néfastes sur l'environnement (Idem). En effet, l'arrivée de visiteurs en un lieu y amène généralement la concentration d'un plus grand nombre de personnes qu'à l'habitude. Cette soudaine hausse de la population se traduit souvent par une augmentation de la production de déchets et une plus grande consommation d'eau potable ou des autres ressources de l'endroit. Le tourisme génère donc une pression plus grande pour l'environnement.

Graburn relève également des impacts au niveau social. Pour n'en nommer que quelques-uns, mentionnons l'augmentation de la criminalité, le développement d'une fausse authenticité dans les attraits touristiques, le délaissement des valeurs traditionnelles au profit des valeurs modernes et occidentales et le bouleversement des structures sociales⁴ (Idem : 238). Graburn mentionne aussi que l'industrie touristique est souvent marquée par l'iniquité, car ce sont généralement des éléments extérieurs à la communauté hôte qui ont le contrôle et qui retirent les bénéfices. Cette iniquité se retrouve également à l'intérieur même de la population visitée. En effet, là où plusieurs ethnies cohabitent, c'est souvent le groupe majoritaire qui contrôle les entreprises touristiques et qui en tire le plus de revenus (Idem). Comme Smith, Graburn mentionne aussi que le tourisme a une influence sur l'art. De fait, bien que le tourisme amène souvent la revitalisation de l'art traditionnel, les populations «touristifiées» ont généralement développé une deuxième sorte d'art, qui cadre plus avec la demande et les désirs des touristes.

Dans «*The Social Impact of Tourism on Developing Regions and its Measurement*», Louise Crandall relève elle aussi différents effets du tourisme sur les populations locales. Selon elle, le tourisme risque d'amener plusieurs changements qui peuvent être rapides ou graduels. Certains de ces changements peuvent être positifs et d'autres négatifs. Crandall mentionne d'ailleurs que

⁴ À cet effet, Graburn mentionne qu'en plusieurs endroits, le tourisme amène des femmes et des enfants à travailler, ce qui ne cadre pas toujours avec les structures sociales traditionnelles.

ce qui est bénéfique pour une partie de la population peut parfois être dommageable pour une autre (Crandall, 1994 : 414).

Au niveau socio-économique, Crandall mentionne tout d'abord que le tourisme génère des revenus et crée de l'emploi⁵. Elle explique cependant que la plupart des emplois créés sont saisonniers. De plus, ces emplois sont quelque peu précaires, car ils peuvent disparaître si la destination n'est plus appréciée par les touristes (Idem). Crandall explique par ailleurs que plusieurs populations ont été déplacées pour faire place au développement touristique (Idem). Si le tourisme a permis à certaines personnes d'obtenir un emploi, il a fait en sorte que d'autres ont été chassées de chez elles.

Le tourisme a permis à plusieurs populations d'augmenter leur qualité de vie. De fait, la création d'infrastructures comme les services d'égout, d'eau courante, d'électricité et les services de santé suivent souvent l'implantation du tourisme. De telles infrastructures sont souvent créées pour les touristes, mais elles servent également à la population (Idem). Elles peuvent aussi être mises en place par les gouvernements ou la communauté même, grâce aux revenus tirés de l'industrie touristique. Cependant, si le tourisme permet d'augmenter la qualité de vie, il arrive fréquemment qu'il entraîne une hausse du coût de la vie. En effet, suite à l'implantation du tourisme dans une communauté, le prix des biens et des services augmente souvent, car les touristes sont prêts à payer plus cher (Idem). Le prix des terrains peut aussi augmenter en flèche suite à la spéculation foncière entraînée par la popularité de l'endroit.

Crandall explique aussi que des changements peuvent aussi survenir dans le système politico-économique. De fait, le pouvoir traditionnel s'effrite souvent devant les valeurs capitalistes et modernes qui s'imprègnent usuellement suite au développement touristique. De plus on assiste généralement à la création d'une nouvelle élite constituée de gens d'affaires œuvrant dans l'industrie touristique ou dans les domaines connexes (Idem : 415).

Au niveau socioculturel, Crandall relève que le tourisme entraîne parfois une hausse des activités indésirables, comme la prostitution, le crime ou l'abus de drogue et d'alcool (Idem). Comme l'ont fait Smith et Graburn, elle explique aussi que les valeurs et les idéologies étrangères ont une grande influence sur les valeurs traditionnelles. Ainsi, il arrive souvent que des gens provenant des sociétés hôtes adoptent de nouvelles façons de faire ou de nouvelles manières, se détachant partiellement des coutumes et des règles établies dans le milieu social. Le tourisme amène donc

⁵ Ces emplois sont parfois plus payants que les activités traditionnelles.

ce que Crandall appelle le dualisme social (*social dualism*), c'est à dire que certains individus en viennent à combiner des éléments la culture occidentale à leur culture traditionnelle (Idem).

Crandall parle aussi de commercialisation de la culture. Comme Graburn et Smith, elle explique que le tourisme cause parfois la détérioration de l'art et de l'artisanat traditionnel. En effet, le désir de plaire aux touristes passe souvent avant l'authenticité culturelle. Dans la même veine, elle ajoute que plusieurs cérémonies ou rituels deviennent également des attraits touristiques, perdant bien souvent leur signification traditionnelle (Idem 416). Crandall mentionne par contre que dans certains cas le tourisme a permis la préservation de la culture. Elle fait d'ailleurs valoir que des gens retrouvent leurs traditions en les présentant aux touristes. De plus, plusieurs développent un sentiment de fierté envers leur culture lorsqu'ils constatent que des gens viennent de loin pour la découvrir.

Crandall parle également des méfaits causés directement par les touristes eux-mêmes. Le manque de respect et la curiosité sans bornes de certains visiteurs créent souvent un sentiment d'envahissement chez les populations visitées. Dans certains cas, on voit même apparaître un sentiment d'hostilité envers les touristes, ce qui montre que la communauté hôte a atteint son «point de saturation» touristique (Idem).

On peut donc voir que le tourisme ne fait pas qu'apporter des bienfaits aux communautés visitées. Le fait que les populations «touristifiées» ne contrôlent pas toujours le tourisme et son développement ne semble pas étranger à tous ces impacts. Mentionnons également que la perte des valeurs traditionnelles et le désir de plaire aux touristes sont des impacts qui reviennent souvent dans le discours des différents auteurs.

1.1.3 Le tourisme autochtone

Depuis quelques années, les touristes sont perpétuellement à la recherche de nouvelles destinations. Ainsi, tous veulent découvrir un endroit «vierge», «naturel» et «authentique» qui viendra briser la routine aliénante de la vie quotidienne. Si jadis ces lieux prenaient surtout la forme de destinations soleil, aujourd'hui le tourisme se développe dans des régions aussi éloignées que l'Arctique, l'Himalaya ou l'Outback australien. Pour les populations autochtones qui habitent ces régions, le tourisme peut sembler être une manne venue du ciel.

Dans bien des cas, la condition des populations et des communautés autochtones est loin d'être joyeuse. Celles-ci ont généralement connu le colonialisme, ce qui s'est fréquemment traduit par

l'acculturation et l'exploitation de leurs ressources au profit des métropoles extérieures. De nombreux problèmes socioculturels et économiques frappent aujourd'hui ces populations. Bien sûr, celles-ci ont tenté d'améliorer leur sort en revendiquant une plus grande autodétermination devant les tribunaux et les gouvernements, ce qui a parfois amené quelques améliorations. En parallèle, plusieurs communautés autochtones ont cherché à améliorer leurs conditions via le développement économique. Ainsi, le tourisme a été identifié par plusieurs comme étant le moyen idéal de développement.

1.1.3.1 Définition du tourisme autochtone

On utilise souvent le terme tourisme autochtone pour parler du tourisme pratiqué dans les communautés autochtones ou mettant en vedette la culture autochtone. Que désigne réellement ce terme ? Butler et Hinch définissent le tourisme autochtone de la façon suivante : «*Indigenous tourism refers to tourism activity in which indigenous people are directly involved either through control and/or by having their culture serve as the essence of the attraction*» (Butler & Hinch, 1996 : 9). Il y a donc deux éléments importants dans la définition précédente, soit le contrôle et la culture.

Une entreprise touristique présentant une culture autochtone et étant contrôlée par des autochtones cadre parfaitement avec la définition de Butler et Hinch. Une autre entreprise présentant les mêmes attraits mais n'étant pas contrôlée par des intérêts autochtones, cadrerait elle aussi avec la définition et serait considérée comme faisant partie du tourisme autochtone. Mentionnons finalement qu'une entreprise autochtone présentant des attraits n'ayant pas de liens avec la culture autochtone, comme par exemple un casino, ferait elle aussi partie du tourisme autochtone. On peut donc voir que la définition de Butler et Hinch est assez large. On peut également constater que les autochtones n'ont pas toujours le contrôle du tourisme autochtone.

1.1.3.2 Le tourisme autochtone comme une manne ?

Dans l'introduction de leur livre *Tourism and Indigenous People*, Butler et Hinch (1996) relèvent quelques-uns des avantages qui sont généralement imputés au développement touristique dans les communautés autochtones. Pour plusieurs, le tourisme est un moyen de générer des revenus pour la communauté. De fait, il transfère des sommes provenant des communautés non autochtones vers des communautés autochtones. On fait donc valoir que cette injection d'argent dans les communautés permettra d'augmenter l'indépendance économique de celles-ci. Ce faisant, on

rehaussera leur degré d'autodétermination. On diminuera aussi le niveau de pauvreté, ce qui aura pour effet d'enrayer les problèmes socioculturels.

On voit le tourisme comme une activité viable et durable, qui permettra de développer la communauté tout en conservant ses ressources. Plusieurs sont donc d'avis que le tourisme est une activité beaucoup plus appropriée que la coupe forestière ou l'extraction de minerai.

Plusieurs considèrent également que les autochtones ont une culture particulière, ce qui leur donne un «avantage touristique» (Butler & Hinch 1996 : 5). Ce tourisme ethnoculturel permet d'attirer plusieurs visiteurs, mais il contribue également à faire valoir et à mettre en valeur les cultures autochtones. On pourra ainsi faire connaître et peut-être même faire comprendre les différentes cultures autochtones aux populations non autochtones. Plusieurs pensent donc que cette «promotion» de la culture contribuera à une meilleure compréhension entre autochtones et non autochtones, ce qui permettra une plus grande harmonie et un amenuisement des conflits et des tensions qui sont bien souvent dus à l'ignorance.

Si plusieurs sont d'avis que le développement touristique est la voie à suivre pour les populations autochtones, d'autres s'y opposent fermement. Pour ceux-ci, les arguments précédemment cités sont naïfs, voire fallacieux. Les opposants au tourisme font entre autres valoir que cette industrie est généralement dominée par des individus et des éléments extérieurs à la communauté ou à la population autochtone. Ce sont donc ces gens qui retirent la plupart des revenus, alors que les coûts sont assumés par la population locale. Les opposants au tourisme amènent une dimension importante qui est celle du contrôle de l'industrie par la population ou la communauté visitée.

En fait, il arrive très souvent que l'industrie touristique autochtone soit contrôlée par des intérêts extérieurs, alors que certains aspects du tourisme ne sont pratiquement jamais contrôlés par les autochtones. Parmi ceux-ci mentionnons le transport et le marketing, qui sont généralement l'affaire des compagnies aériennes et des agences de voyage. Même à l'intérieur de certaines communautés, des éléments du tourisme sont contrôlés par des non autochtones, ce qui crée une iniquité dans le partage des richesses et des impacts.

D'un côté, le tourisme autochtone peut-être perçu comme une manne qui règle tous les problèmes pour la population hôte, mais de l'autre il peut être vu comme une nouvelle forme de colonialisme, car il contribue au bien-être d'intérêts extérieurs.

1.1.3.3 Le tourisme autochtone au Québec

Comme nous venons de le voir, plusieurs communautés autochtones dans le monde misent sur le tourisme pour se développer. Au Québec, l'industrie du tourisme autochtone est relativement jeune. Bien sûr, des communautés plus anciennes et plus rapprochées des grands centres, comme Odanak, Kahnawake, Wendake et Mashteuiatsh reçoivent des visiteurs depuis déjà un bon moment, mais pour les communautés plus éloignées, le tourisme est pour ainsi dire nouveau⁶. Il y a encore vingt ans, très peu de touristes fréquentaient les communautés autochtones plus isolées. Selon Jacques Dagenais, c'est suite aux premières éditions du raid Harricana (1989, 1990, 1991) que ces communautés se sont fait connaître et qu'elles ont commencé à accueillir plus de visiteurs⁷ (Dagenais, 1998 : 45).

Pour les communautés plus lointaines, le tourisme est un nouveau moyen de développement. Un peu comme ce fut le cas dans les pays du tiers-monde durant les années 60, on mise sur les attraits culturels et naturels pour attirer les visiteurs et générer des revenus. Cependant, le tourisme autochtone québécois se distingue du tourisme exercé dans les pays du tiers monde, en ce sens que les entreprises touristiques sont généralement contrôlées par la population locale.

Selon Marie-Andrée Delisle, il existe deux types d'attraits touristiques autochtones au Québec (Delisle, 1998 : 6). Le premier type s'adresse aux touristes conventionnels et se rapproche de ce que nous pourrions appeler le tourisme de masse. Il consiste en la présentation générale du mode de vie et de la culture autochtone. C'est dans cette catégorie d'attrait que peuvent être classés les musées, les sites reconstitués et les boutiques d'artisanat. Ces attraits se retrouvent généralement à l'intérieur de la réserve. L'autre type d'attrait se concentre plus sur l'axe «culture-nature-aventure» (Idem). Il s'adresse à des petits groupes de voyageurs qui sont intéressés à l'échange, à l'expérimentation et à l'apprentissage. Il ressemble généralement à des séjours en territoire. Le premier type d'attrait connaît un fort achalandage et accueille un grand nombre de visiteurs dans une année⁸. Le tourisme en territoire accueille quant à lui beaucoup moins de visiteurs. En fait, ce type d'attrait ne peut recevoir que quelques touristes à la fois, ce qui se traduit par une fréquentation de quelques centaines de personnes par années. Cependant ce genre de tourisme

⁶ Certaines communautés commencent à peine à accueillir des touristes chez elles. Cependant, le contact avec les visiteurs étrangers n'est pas toujours une chose nouvelle pour celles-ci. De fait, à une certaine époque, plusieurs Amérindiens travaillaient dans les clubs privés de chasse et de pêche, les hommes servant comme guides, et les femmes travaillant souvent aux cuisines (Noël M. & Morissette, 1998 : 3).

⁷ Ces courses de motoneige traversaient le Moyen-Nord québécois et passaient par des communautés autochtones, ce qui leur a donné une bonne visibilité, notamment auprès des Européens.

⁸ Delisle mentionne que durant l'été 1997, plus de 100 000 visiteurs ont visité le site reconstitué de Wendake, alors que près de 35 000 ont franchi les portes du musée de Mashteuiatsh.

comporte des séjours plus longs, ce qui implique une plus grande communication et un meilleur échange entre le visiteur et le visité.

Le tourisme autochtone québécois est donc principalement orienté vers le tourisme ethnoculturel, donc sur la présentation de la culture au sens ethnographique du terme. Bien sûr, on retrouve d'autres types de tourisme, comme la villégiature (chalets, camping, auberge) ou le tourisme d'aventure (croisière, observation de la faune). Cependant, le gros du tourisme est concentré sur la mise en valeur des particularités culturelles. Que ce soit, par le biais d'attraits plus classiques, comme les musées, les centres d'interprétations et les boutiques d'artisanat, ou encore par le biais d'expérience plus interactives, comme les séjours en territoire, on attire les visiteurs en leur présentant l'histoire, le mode de vie et la tradition d'une nation ou d'une communauté.

1.1.3.4 Les impacts du tourisme autochtone au Québec

Le tourisme pratiqué dans les communautés autochtones du Québec amène sensiblement les mêmes impacts que dans les autres communautés autochtones du monde. On lui reconnaît généralement des avantages économiques, comme la création d'emplois et l'apport de revenus dans la communauté. On lui reconnaît aussi des avantages socioculturels, comme le ravivement et la transmission de la tradition et de la culture (Jamieson & Galloway-Cosijn, 1998 : 21 ; Basile, 1998 : 54 ; Hébert, 2001 : 31). J'ai également remarqué lors d'une étude précédente réalisée auprès d'autochtones de Mashteuiatsh, que le tourisme permet d'expliquer et de démystifier la culture auprès des visiteurs étrangers (Hébert, 2001 : 30). Le tourisme amène aussi d'autres bienfaits socioculturels, comme l'amélioration de la qualité de vie, le rehaussement du sentiment de fierté culturelle et l'occupation du territoire hors réserve. Mentionnons finalement que le tourisme apporte certains avantages environnementaux. En effet, il consiste beaucoup plus à la mise en valeur de l'environnement qu'à son exploitation (Séguin, 1998 : 15).

Pour ce qui est des effets néfastes du tourisme, la liste peut être assez longue à énumérer. Au niveau économique, mentionnons entre autres le fait que les revenus du tourisme ne profitent pas toujours à l'ensemble de la communauté. En effet, les entreprises appartenant bien plus souvent à des individus qu'aux conseils de bandes, les sommes d'argent amenées par les touristes ne profitent qu'à quelques-uns (Hébert, 2001 : 36). Mentionnons aussi que le tourisme est encore largement limité à la saison estivale. La plupart des emplois créés sont donc saisonniers.

Au niveau socioculturel, un des principaux impacts est sans doute celui de l'envahissement dont peuvent être victimes les communautés. De fait, lorsque les touristes débarquent par dizaines sur

les réserves, plusieurs autochtones ont le sentiment de perdre leur intimité (Ibidem). Mentionnons aussi qu'avec le tourisme, se sont développées la commercialisation de la culture et la transmission d'une image inauthentique. Ainsi, plusieurs autochtones s'affirment culturellement uniquement pour répondre aux besoins des touristes, alors que d'autres présentent une image qui colle à l'imaginaire des touristes mais qui n'a rien à voir avec leur culture traditionnelle (Idem : 37-36). On reproche aussi au tourisme d'avoir détourné l'attention des administrateurs. En fait certains autochtones sont d'avis que les décideurs s'occupent parfois plus des intérêts des touristes que de ceux de la population (Idem : 38).

Sur le plan environnemental, le tourisme n'a pas que des effets positifs. En effet, lorsque plusieurs personnes se rassemblent en territoire, ceci peut avoir des conséquences néfastes sur le milieu (Jamieson & Galloway-Cosijn, 1998 : 21 ; Hébert, 2001 : 38). En fait, si plusieurs reprochent aux touristes d'envahir les communautés, certains craignent que ceux-ci n'envahissent aussi le territoire.

On peut donc voir qu'à l'instar du tourisme autochtone en général, le tourisme autochtone québécois comporte plusieurs avantages mais aussi plusieurs lacunes.

1.1.3.5 Entraves au tourisme autochtone québécois

La plupart des auteurs ayant écrit sur le sujet sont d'avis que le tourisme est un secteur de développement à fort potentiel pour les autochtones du Québec. Cependant, plusieurs mentionnent que certains obstacles viennent entraver son essor.

Selon Michel Noël et Lucie Morissette (Noël M. & Morissette, 1998 : 4), plusieurs préjugés sont encore en cours concernant le tourisme autochtone. En effet, certains touristes ont tendance à croire que les autochtones ne sont pas intéressés à recevoir des visiteurs. D'autres croient que les attraits touristiques manquent d'hygiène ou sont de mauvaise qualité. À cause de ces préjugés, plusieurs touristes boudent les communautés autochtones du Québec.

Une autre entrave est celle de l'éloignement car, comme nous le savons, plusieurs communautés sont distantes des grands centres (Séguin, 1998 : 15). Cet éloignement engendre des coûts de transport élevés pour les touristes, mais aussi des frais d'opération plus importants pour les gens opérant des entreprises touristiques. Une autre entrave majeure est celle de la difficulté d'accès aux sources de financement. Le manque de financement et d'accès au crédit est en très grande

partie dû à la loi sur les Indiens, qui rend les Amérindiens insaisissables, donc insolvable (Hébert, 2001 : 42).

La compétition menée par les non autochtones peut elle aussi nuire à l'essor du tourisme autochtone (Basile, 1998 : 55). En effet, plusieurs non autochtones imitent et vendent des produits artisanaux amérindiens. D'autres offrent même des séjours en territoire visant à faire découvrir la «culture amérindienne». Mentionnons que ces entreprises touristiques ne souffrent pas des mêmes contraintes que les entreprises amérindiennes, tel l'éloignement et le manque d'accès au financement et au crédit.

On pointe également du doigt le manque de connaissance et de formation concernant les rouages du domaine touristique (Delisle, 1998 : 7). Ainsi, ne sachant trop comment se débrouiller dans la jungle que constitue l'industrie du tourisme, plusieurs entrepreneurs autochtones se «cassent la gueule». D'autres entraves comme le manque de relève, la défaillance en matière de concertation et d'organisation, la rareté des infrastructures d'accueil et le faible accès au territoire hors réserve sont aussi signalés par les auteurs décrivant le tourisme autochtone québécois. Celui-ci aura donc quelques obstacles à surmonter afin de bien se développer.

1.1.4 Le développement durable

Le développement durable est un terme qui a été popularisé au milieu des années 80, suite à la sortie du Rapport Brundtland. Ce rapport, issu de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement, définissait le développement durable «comme un développement qui répond au besoin du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs» (Commission mondiale sur l'environnement, 1988). Cette définition peut paraître un peu vague, c'est pourquoi certains auteurs l'ont approfondie.

Paul Charest propose une définition un peu plus complète. Selon lui, le développement durable est:

un développement global (social, économique et culturel), respectueux des équilibres écologiques et de la pérennité des ressources et soucieux de l'équité de ses retombées à la fois pour les différents groupes sociaux actuels et pour les générations futures (Charest, 1999 : 2).

On peut donc voir que le développement durable n'est pas qu'un développement viable économiquement. En fait, on pourrait dire qu'il favorise le développement économique tout en protégeant les ressources et en tenant compte des limites de l'environnement. On pourrait aussi

lui reconnaître une certaine préoccupation sociale, car il vise l'équité entre les groupes, les nations, les individus et les générations.

Comme l'explique Charest, le développement durable est un concept qui plaît à tout le monde, riches comme pauvre, développementalistes comme écologistes (Charest, 2001 : 12). C'est probablement pour cette raison que tous ont une définition plus ou moins différente de ce concept. En fait, le développement durable a été apprêté à toutes les sauces. Aujourd'hui, tout le monde se targue de pratiquer un développement durable, y compris de grande compagnies comme Hydro-Québec et Shell. Il faut néanmoins reconnaître que le nouveau type de développement défini par le rapport Brundtland a eu le mérite d'apporter une certaine conscientisation face aux limites et aux lacunes du développement conventionnel.

1.1.4.1 Le développement durable et les autochtones

Les autochtones utilisent de plus en plus le concept de développement durable pour définir leurs politiques de développement économique. Ceci est principalement dû au fait que dans le passé, ils ont souvent subi les contrecoups de projets de développement ne respectant pas leurs cultures ou leurs environnements. Mentionnons également que cette nouvelle façon de voir le développement cadre plus facilement avec leur culture traditionnelle. De fait, plusieurs d'entre eux mentionnent qu'ils pratiquent le développement durable depuis des siècles, car leurs ancêtres avaient toujours en tête le respect de l'environnement lorsqu'ils exploitaient le territoire.

Comme nous l'avons vu plus tôt, le développement durable vise l'équité entre les groupes et les générations. Chez les autochtones, la valeur du partage était traditionnellement très forte et très présente. Comme le mentionne Charest, partage et équité sont deux concepts qui se ressemblent beaucoup (Charest, 2001 : 15). Cependant, même si le partage est une valeur traditionnelle des autochtones elle n'est pas toujours présente dans les projets de développement élaborés par ceux-ci. De fait, les entreprises mises en place sont souvent des entreprises privées qui ne rapportent qu'à un seul ou qu'à quelques membres de la communauté. Même quand les entreprises sont gérées par la communauté, la redistribution n'est pas toujours équitable, car on assiste parfois à des cas de favoritisme. En fait, dans bien des cas, ce sont les valeurs capitalistes qui l'emportent sur les valeurs traditionnelles (Idem : 16). Développement économique autochtone ne rime donc pas toujours avec développement durable.

1.1.5 Le tourisme durable

Comme nous avons pu le voir, le tourisme, qu'il soit autochtone ou non, comporte certaines lacunes et peut engendrer plusieurs méfaits. Pour pallier aux limites du tourisme conventionnel, on a développé de nouveaux créneaux. Le tourisme d'aventure, l'écotourisme, le tourisme ethnoculturel sont autant de nouvelles tendances touristiques qui ont été mises en place pour servir d'alternative au tourisme de masse. Pour décrire ces nouvelles formes de tourisme, on parle de plus en plus de tourisme responsable, de tourisme viable, ou de tourisme durable (*sustainable tourism*).

Depuis la sortie du rapport Brundtland en 1987, le concept de développement durable est sur toutes les lèvres. Le domaine du tourisme n'échappe pas à cette vague et le concept de tourisme durable est de plus en plus à la mode. Cependant, personne n'a vraiment la même définition de ce concept. Ainsi, on parle souvent de tourisme durable sans vraiment se soucier de ce que cela implique réellement. Butler explique d'ailleurs que pour plusieurs, le tourisme durable se traduit essentiellement par une baisse du nombre de touristes et une augmentation des revenus de la communauté hôte (Butler, 1998 : 26). On a donc tendance à ne se soucier que de l'aspect économique de la chose en oubliant la viabilité écologique et sociale qui font elles aussi partie du concept de développement durable. Butler fait également valoir que plusieurs se servent du concept pour vendre leur produit⁹ (Idem : 28). Il faut donc faire attention à l'étiquette tourisme durable, car bien souvent elle sert plus à la mise en marché d'un attrait touristique qu'à la population elle-même.

Il ne faut pas voir toutes les formes de tourisme alternatif comme des formes de tourisme responsable ou durable. Comme le montre Johnston, l'écotourisme, qui se veut une forme de tourisme écologique, peut parfois avoir des conséquences néfastes pour l'environnement (Johnston, 1992 : 36). Elle mentionne également que le tourisme ethnoculturel n'est pas toujours contrôlé par les communautés hôtes, ce qui, comme nous l'avons déjà vu, entraîne plus de coûts que de bénéfices pour la population locale.

La géographe Erlet Cater va dans le même sens, et explique que l'écotourisme n'est pas nécessairement une forme de tourisme durable. Certes, il a été initié en réponse aux méfaits du tourisme de masse. Il se veut donc plus responsable ou intègre, ainsi que plus durable

⁹ Il mentionne d'ailleurs que certaines formes de tourisme de masse ont été qualifiées de tourisme durable par des promoteurs en mal de visibilité. Certains attraits touristiques ont même été «déclaré» durables avant même leur mise en place (Butler, 1998 : 28).

écologiquement et socio-culturellement (Cater, 1994a : 3). Cependant, le terme «écotourisme», comme le terme «tourisme durable», est de plus en plus largement employé, de sorte qu'il est aujourd'hui beaucoup plus un type de produit qu'un principe. Aussi, Cater explique-t-elle que l'écotourisme n'est peut-être pas la meilleure voie à suivre pour les nations du tiers-monde (et du quart-monde) qui désirent développer un tourisme durable. Elle mentionne tout d'abord que ce type de tourisme n'est pas à l'abri des méfaits environnementaux. En effet, la popularité croissante des destinations «écotouristiques» fait en sorte que plusieurs personnes se retrouvent en un même endroit, ce qui cause une pression importante sur l'environnement. Cater mentionne également que l'écotourisme peut aussi causer des méfaits pour les populations locales, comme la hausse du prix des terres, ainsi que la fuite des profits vers l'extérieur (Cater, 1994b : 75).

1.1.5.1 Principes et définitions du tourisme durable

Lors de la conférence mondiale sur le tourisme durable tenue à Lanzarote, plusieurs recommandations ont été produites, ce qui a mené à la constitution de la Charte des principes et objectifs pour un tourisme durable (*Charter on Principles and Objectives for Sustainable Tourism*). Dans «*Sustainable tourism - looking backwards in order to progress ?*», Richard Butler (1998) explique que depuis, le terme tourisme durable a largement été accepté comme un concept qui renvoie aux principes de cette charte. Un tourisme durable devrait donc être moralement correct et environnementalement viable. Ces principes restent néanmoins assez flous.

Butler poursuit en expliquant que la vision du développement durable élaborée dans le rapport Brundtland est issue d'une perspective holiste. Ainsi, un tel développement ne cherche pas à être viable dans un seul secteur, mais dans tous les secteurs. Il n'est donc pas approprié de parler de tourisme durable si on ne se soucie que de la viabilité économique, ou de la viabilité environnementale. Butler montre que les différents auteurs qui ont écrit sur le sujet n'ont pas réussi à se mettre d'accord sur les divers éléments dont il faut tenir compte pour développer un tourisme durable. Sans lui-même définir ces éléments, il mentionne qu'on ne peut arriver à un tourisme durable sans tenir simultanément compte de chacun d'eux. Butler affirme cependant qu'une telle entreprise tient presque de l'utopie. Selon lui, le tourisme durable est plus un vœu pieu qu'une réalité.

Dans son texte «*Societal Change and Growth in Alternative Tourism*», Richard Prosser explique que la recherche du tourisme durable vient d'une prise de conscience (Prosser, 1994 : 31). En fait,

celui-ci explique que cette recherche découle de quatre facteurs: l'insatisfaction de plusieurs touristes envers le produit déjà existant - soit bien souvent le tourisme de masse, la hausse de la conscience environnementale et la sensibilité grandissante face à la diversité culturelle, la prise de conscience des populations hôtes de la valeur de leurs ressources (autant naturelles que culturelles) ainsi que de la vulnérabilité de ces dernières, et finalement, le changement d'attitude des décideurs et des artisans du développement. Prosser mentionne quelques principes de base qui permettent d'en arriver à un tourisme plus durable. Parmi ces principes, mentionnons le contrôle de l'industrie touristique par la population locale et la redistribution des revenus à travers la communauté. Prosser mentionne aussi que pour être durable le tourisme se doit de mettre en valeur des attraits environnementaux et culturels (Prosser, 1994 :36). Il doit également prendre en considération la conservation de l'environnement ainsi que favoriser la communication et la compréhension entre touristes et populations hôtes (Idem). Le géographe ne manque cependant pas d'expliquer que pour en arriver à un tourisme durable, tous les acteurs concernés doivent mettre la main à la pâte, autant l'industrie touristique (agences de voyage, promoteurs, gouvernements, etc.), que les touristes et les populations hôtes.

Hiernaux-Nicolas essaie lui aussi de définir le tourisme durable. Dans «Tourisme, développement viable et communauté locale : un mariage de raison», il se veut beaucoup plus descriptif que peut l'être Butler et définit les éléments essentiels à un tourisme durable. Selon lui, un tel type de tourisme engloberait quatre dimensions (Hiernaux-Nicolas, 1999 : 52). La première de ces dimensions est évidemment celle de la viabilité économique. Un tourisme viable économiquement serait un tourisme qui rapporte et qui permet de maintenir un certain rythme d'investissement sans avoir recours à de l'aide extérieure. L'idée de viabilité économique renvoie également à celle d'une industrie touristique qui se maintient à long terme. Une autre dimension du tourisme durable identifiée par l'auteur est celle de la viabilité culturelle. Pour être viable culturellement, le tourisme doit délaisser le modèle «unilatéral et ethnocentrique du tourisme de masse» (Idem : 52). Il doit donc tenir compte de la culture de la population locale. Un tourisme viable culturellement doit de plus permettre à la population hôte de gérer et de contrôler directement le tourisme et son développement. Hiernaux-Nicolas parle également d'une viabilité régionale ou territoriale en ce sens que le tourisme durable doit utiliser et mettre en valeur des ressources locales et régionales plutôt que des éléments extérieurs et étrangers. Finalement, le tourisme durable doit être viable politiquement. Il doit donc respecter le pouvoir des leaders traditionnels locaux.

Heather Zeppel s'est elle aussi intéressée au concept de tourisme durable. Dans son article intitulé «*Land and Culture : Sustainable tourism and indigenous people*», elle semble plus optimiste que Butler et relève différents exemples qui, selon elle, montrent que le tourisme durable est réalisable. Elle mentionne d'ailleurs différents facteurs clés qui permettraient aux groupes autochtones des pays développés d'organiser un tel tourisme. Selon elle l'élément principal d'un tourisme durable est le contrôle de la population sur le tourisme et son développement (Zeppel, 1998 : 73). Pour qu'il y ait tourisme durable, les communautés impliquées doivent donc posséder leur territoire, ou du moins y avoir accès. Elles pourront ainsi restreindre et réglementer l'accès du territoire aux touristes. Elles pourront également décider de ce qui sera mis en valeur, donc de ce qui sera présenté aux touristes et de ce qui ne le sera pas. Pour arriver à un tourisme durable, Zeppel mentionne que les communautés doivent mettre en valeur les richesses environnementales et culturelles de leur région, ce qui se rapproche quelque peu de la vision de Hiernaux-Nicolas.

Zeppel mentionne que la vision du tourisme durable variera d'une communauté à l'autre. Selon elle, les communautés urbanisées insistent plus sur la viabilité économique, alors que les communautés plus éloignées des grands centres insistent plus sur les aspects environnementaux et culturels. Toutes s'entendent cependant pour dire que le tourisme durable passe par le contrôle du territoire, des ressources et du développement touristique. Zeppel conclut donc son article en affirmant qu'un plus grand accès aux ressources et au territoire est essentiel pour que les populations autochtones puissent développer un tourisme durable.

On peut donc voir que malgré le fait que le concept de tourisme durable a été défini - quoique vaguement - par la Charte des principes et objectifs pour un tourisme durable, les différents auteurs qui ont écrit sur le sujet ne semblent pas en avoir la même définition. Un élément majeur ressort cependant de ces différentes définitions, soit le contrôle de l'industrie touristique et de son développement par la communauté hôte.

1.2 LA MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE

Après avoir exposé les balises théoriques et conceptuelles ayant guidé ma recherche, je présenterai maintenant la méthodologie qui a été employée lors de sa réalisation. Il sera d'abord question des raisons qui ont mené au choix des communautés étudiées. Je parlerai ensuite du déroulement de la cueillette des données, insistant d'avantage sur le choix de la technique de l'entrevue semi-dirigée. J'enchaînerai en retraçant la méthodologie employée pour analyser les données amassées, puis je conclurai cette section en décrivant les principes d'éthiques qui ont influencé le déroulement de ma recherche.

1.2.1 Le choix des communautés

J'ai choisi de me pencher sur les cas des communautés d'Odanak et de Mashteuiatsh. Le choix de ces deux communautés découle du fait qu'elles sont similaires en plusieurs points. Mentionnons tout d'abord qu'elles ont toutes deux choisi le tourisme comme un des axes principaux de leur développement. Elles comptent donc parmi les communautés autochtones les plus développées dans ce domaine au Québec. Odanak et Mashteuiatsh se ressemblent également de par leurs attraits touristiques. Dans les deux endroits, on retrouve des boutiques d'artisanats, mais aussi un musée, ce qui est plutôt rare dans les communautés autochtones du Québec. Mentionnons finalement que les deux collectivités sont situées en périphérie de centres urbains et qu'elles sont à proximité de communautés allochtones. Cette grande similarité entre les deux communautés m'a porté à croire qu'une comparaison serait intéressante à effectuer.

1.2.2 La cueillette des données

Pour réaliser mon étude, une recherche de terrain a été nécessaire. Ce terrain a été réalisé en deux parties. Dans un premier temps, j'ai visité la communauté d'Odanak. J'y ai effectué quelques visites sporadiques durant les mois de mai et juin 2004. Ceci m'a permis de réaliser une dizaine d'entretiens et d'interroger plus d'une quinzaine de répondants.

Mon premier contact avec la communauté a été effectué au sein de l'association *Kchaiak*, le regroupement des aînés d'Odanak. J'avais été invité par le chef de la communauté à y présenter mon projet de mémoire, ce qui m'a permis de le faire connaître à une partie de la population et de rencontrer plusieurs personnes. Cette expérience a été fort intéressante, car elle m'a permis d'échanger sur le tourisme avec les gens présents. Ainsi, j'ai pu rencontrer des gens qui avaient participé à la mise en place du tourisme dans la communauté. J'ai aussi pu entrer en contact avec la directrice du musée et des gens du Conseil de bande. Dans ce seul avant-midi, j'ai pu créer

plusieurs contacts avec des personnes intéressées à participer à ma recherche. Ma rencontre avec le regroupement des aînés m'a donc permis d'identifier un premier groupe de répondants. J'ai ainsi pu réaliser une première série d'entrevues. Après chacun de ces entretiens, je demandais à mes interlocuteurs de me référer à d'autres personnes susceptibles de vouloir participer à mon étude. La sélection des répondants s'est donc faite de façon plus ou moins aléatoire, selon une méthode que nous pourrions qualifier de «boule de neige».

La plupart des entretiens effectués étaient individuels. J'ai cependant réalisé deux entrevues de groupes, l'une avec les membres du Conseil de bande l'autre avec des jeunes de la communauté. J'ai également réalisé une entrevue avec deux personnes en même temps.

Les entretiens prenaient la forme d'entrevues semi-dirigées, où il n'y avait pas vraiment de questions préétablies. J'abordais plutôt une série de thèmes, sur lesquels j'engageais une discussion avec mon ou mes interlocuteurs¹⁰.

Les entretiens ont principalement été réalisés avec des gens qui œuvrent de près ou de loin dans le milieu touristique. J'ai donc rencontré des employés du musée, des organisateurs du Pow-Wow et des artisans. J'ai également rencontré les membres du Conseil de bande bien que ceux-ci ne soient pas directement impliqués dans le domaine touristique. Une certaine portion de mes entrevues a aussi été réalisée avec des aînés qui ont participé à la mise en place du tourisme dans la communauté. Ceux-ci m'ont parlé de l'histoire du développement touristique, mais aussi de leur vision de la situation actuelle. Mentionnons finalement que j'ai rencontré un groupe de jeunes de la communauté, ce qui m'a permis de voir quelles étaient leurs visions des choses et leurs perspectives face à l'avenir. Cet échantillon intergénérationnel m'a donc permis d'aller chercher un aspect diachronique dans le discours des gens et de faire des liens ou des comparaisons entre le passé, le présent et l'avenir.

Ma seconde portion de terrain a été effectuée dans la communauté de Mashteuiatsh. J'y ai séjourné durant presque tout le mois d'août 2004. J'ai pu y réaliser une dizaine d'entretiens avec autant de répondants.

L'approche des répondants a été grandement facilitée par le fait que je connaissais quelques personnes dans la communauté. L'une d'entre elles connaissait bien les milieux culturels et politiques de la communauté. Elle m'a donc identifié une première série de personnes à

¹⁰ Le schéma d'entrevue est présenté à l'annexe 1.

rencontrer. La plupart de ces personnes correspondaient exactement au profil des répondants que je cherchais. Par la suite, je me suis mis à fréquenter le musée, pour y faire quelques observations. Ceci m'a permis de rencontrer d'autres répondants et d'effectuer des entrevues avec eux.

La plupart des entretiens ont été effectués avec des personnes seules. Une seule entrevue a été réalisée avec un groupe de deux personnes. Comme à Odanak, les entretiens ont pris la forme d'entrevues semi-dirigées, où il n'y avait pas vraiment de questions préétablies. J'y abordais sensiblement la même série de thèmes, sur lesquels j'engageais une discussion avec mon ou mes interlocuteurs.

Les entretiens ont été réalisés avec des gens ayant ou ayant eu un lien avec le domaine touristique. J'ai donc rencontré des gens du milieu des artistes et des artisans. J'ai aussi interviewé des gens qui étaient liés au musée pour y travailler comme guide ou encore pour être ou avoir été à sa direction. J'ai également rencontré des gens qui œuvraient dans un secteur plus administratif et qui s'intéressaient à des questions de développement économique et social, comme les gens du Conseil de bande ou de la SDEI (Société de développement économique Innu). Mentionnons finalement que j'ai pu discuter avec des gens qui œuvrent ou qui aimeraient œuvrer dans le domaine du tourisme en territoire.

1.2.2.1 L'entrevue semi-dirigée

Comme je l'ai mentionné, j'ai principalement amassé mon corpus en utilisant l'entrevue semi-dirigée. Ainsi, j'ai réalisé 18 entrevues avec 25 répondants. À mon avis, cette technique de collecte de données était la plus appropriée pour ma recherche. Elle me permettait en effet d'aller chercher une grande quantité d'information et ce de façon assez rapide. Parlons tout d'abord du choix de la technique de l'entrevue au sens large. L'entrevue est probablement l'un des outils de recherche les plus employés en science sociale. Celle-ci permet d'entrer en relation avec le sujet et donc d'accéder à son univers. Elle permet également d'explorer en profondeur les perceptions d'un répondant. Ainsi, l'entretien permet de préciser certaines choses, de nuancer des idées ou d'en explorer d'autres plus à fond, choses qui ne peuvent être faites avec un questionnaire. L'entrevue permet également de comprendre de l'intérieur «les dilemmes et les enjeux auxquels font face les acteurs sociaux» (Poupart, 1997 : 174). Ainsi, l'entretien peut être perçu comme une façon d'entrer en contact avec l'expérience des gens, mais aussi et surtout, comme un moyen de rendre compte du point de vue des acteurs sociaux (Ibidem : 175). L'entrevue est donc un outil fondamental pour qui cherche à comprendre les représentations des acteurs sociaux.

Parmi les différents types d'entrevue existants, j'ai opté pour l'entrevue semi-dirigée. Celle-ci a pour fonction de «mettre en lumière les aspects du phénomène auxquels le chercheur ne peut penser spontanément, et de compléter les pistes de travail suggérées par ses lectures» (Blanchet & Gotman, 1992 : 43). Cette méthode m'a donc permis de suivre une démarche un peu plus inductive et exploratoire. En effet, le cadre plus souple de mes entretiens laissait une grande place au discours des personnes interviewés. Ceci m'a permis d'explorer en détail leurs perceptions du tourisme durable et du tourisme dans la communauté. Mentionnons d'ailleurs que cette façon de faire m'a fait découvrir certains aspects auxquels je n'avais pas pensé à priori. L'entrevue semi-dirigée m'a donc amenée à amasser un corpus riche en information de toutes sortes, ce qui est fondamental pour une recherche qualitative comme la mienne.

1.2.3 L'analyse des données

Les méthodes d'analyse d'entretien sont nombreuses et peuvent varier d'une recherche à l'autre. En fait, la sélection d'une méthode dépend bien souvent des besoins du chercheur. Dans mon cas, le but premier de ma recherche n'était pas de savoir quels étaient les états d'âme de mes répondants, mais bien de connaître leurs perceptions du tourisme ethnoculturel et du tourisme durable. Pour cette raison, la méthode la plus appropriée à été l'analyse thématique. Cette méthode m'a en effet permis de bien visualiser le discours et la pensée des gens interviewés, et ce de façon relativement rapide.

L'analyse thématique, ou comme certains l'appellent l'analyse conceptuelle, est probablement l'une des plus employée pour analyser des entretiens. Elle consiste, comme son nom l'indique, «à procéder systématiquement au repérage des thèmes abordés dans un corpus et éventuellement à leur analyse» (Paillé, 1996 : 186). Elle sert donc à relever et à synthétiser les thèmes présents dans un texte. Cette méthode impliquait donc l'enregistrement audio de chacune mes entrevues, afin que je ne perde rien de leur contenu. Par la suite, j'ai retranscrits l'entièreté de leur verbatim afin de créer un corpus de textes analysables.

La première étape de l'analyse a été de faire une lecture préliminaire du corpus. Lors de cette première lecture, j'ai pu relever les unités minimales de sens présentes dans mes entrevues. Autrement dit, j'ai tout simplement relevé les différents thèmes abordés par les répondants. Ceci m'a permis de définir des grands axes parmi lesquels les différentes perceptions pouvaient être classées. Par la suite, j'ai effectué une codification plus détaillée. C'est lors de cette étape que des codes ont été attribués aux unités minimales de sens. Plusieurs lectures ont alors été nécessaires afin de faire ressortir toutes les particularités des différents discours.

Tous les thèmes qui sont ressortis de cette codification ont ensuite fait l'objet d'une énumération. Ils ont donc été triés, recoupés, ou encore regroupés, afin de former un certain groupe de catégories et de sous-catégories. Ceci m'a permis de résumer le contenu des différents discours en un certain nombre de concepts. Ces catégories et sous-catégories ont ensuite été reliées pour former une arborescence. C'est cette arborescence qui m'a permis de mieux comprendre et de mieux visualiser les différentes thématiques soulevées par les répondants lors des entrevues.

Mon analyse a été effectuée à l'aide du logiciel d'analyse qualitative QSR N'Vivo. Ce logiciel m'a été d'une grande aide car il a réduit de façon considérable le temps de traitement des données. Il m'a également permis de condenser l'ensemble de l'information en un seul lieu, soit l'écran d'ordinateur. Toutes les opérations de l'analyse s'en trouvaient donc facilitées. Ceci m'a sans aucun doute permis d'économiser temps, espace et papier.

1.2.4 L'aspect éthique

Comme toutes les recherches effectuées en sciences sociales, mon étude répond à certains principes d'éthique. Mentionnons tout d'abord qu'aucun membre des communautés concernées n'a été interviewé sans son consentement. Ainsi, un formulaire de consentement expliquant les grandes lignes de notre recherche a été remis à chacun des répondants avant les entrevues¹¹. Les personnes interviewées ont donc été informées des buts et des interrogations liées à l'étude avant d'y participer. Les répondants ont aussi reçu l'assurance que tout ce qui a été dit lors des entrevues demeurera confidentiel et que tout ce qui sera rapporté dans ce mémoire respectera leur anonymat. À cet effet, les noms des répondants ont été remplacés par des codes lors de l'analyse des entretiens, ce qui assure la confidentialité des informations et l'anonymat des participants. Mentionnons par ailleurs que les répondants avaient la liberté de se retirer de l'étude à tout moment s'ils se sentaient inconfortables.

Les résultats de ma recherche seront mis à la disposition des communautés concernées. Des exemplaires de ce mémoire seront donc envoyés aux musées d'Odanak et de Mashteuiatsh. Mentionnons finalement que notre étude a reçu l'approbation du comité d'éthique de la recherche de l'université Laval (CÉRUL).

¹¹ Ce formulaire est présenté à l'annexe 2.

CHAPITRE 2 LE CONTEXTE DE L'ÉTUDE

Dans le présent chapitre, j'aborderai le contexte dans lequel ma recherche de terrain a été effectuée. J'y présenterai donc un survol de l'histoire des Abénakis et des Innus, mais aussi un bref profil socioéconomique des communautés d'Odanak et de Mashteuiatsh. Tout au long de cette présentation, je mettrai l'accent sur l'industrie touristique. Je parlerai donc de son développement dans chacune des communautés étudiées, de son importance pour les populations concernées et de sa situation au moment de ma recherche de terrain.

2.1 Les Abénakis

La présente section s'attarde sur l'histoire des Abénakis. On y verra notamment comment cette nation qui habitait jadis la Côte-Est américaine en est venue à s'établir dans la vallée du St-Laurent, puis à étendre son territoire en Mauricie. On y apprendra également que l'implication des Abénakis dans l'industrie touristique ne date pas d'hier. Ainsi, on verra qu'au début du XX^e siècle, les Abénakis bénéficiaient non seulement d'une excellente réputation en tant que guides de chasse et de pêche, mais qu'ils avaient également su prospérer en tirant profit du commerce de l'artisanat. Il sera également question de l'exode vers les grands centres urbains qui a eu lieu durant les années 1920 et 1930 et qui a fortement contribué à l'érosion de la langue et de la culture traditionnelle abénakise.

2.1.1 De la Nouvelle-Angleterre à la Nouvelle-France

Les Abénakis sont des Amérindiens de langue et de culture algonquienne. Ils font plus spécifiquement partie de la famille culturelle des Algonquiens maritimes, aussi appelés Algonquiens de l'Est. Ils sont donc apparentés aux Micmacs et aux Malécites (Deschênes et Dominique, 1985 : 61). En se fondant sur des caractéristiques essentiellement linguistiques, les chercheurs identifient généralement deux groupes abénakis, soit les Abénakis de l'Est et les Abénakis de l'Ouest (idem)¹². Au moment des premiers contacts avec les Européens, les Abénakis de l'Est occupaient un territoire situé à l'Est des Montagnes Blanches et correspondant aujourd'hui à l'État du Maine et à une partie du Nouveau-Brunswick (Savoie, 2003 : 4). Ce groupe comprenait à son tour un certain nombre de sous-groupes, soit les Arosaguntacooks, les Kennebecs, les Pékouagis et les Penobscots (idem). Les Abénakis de l'Ouest habitaient quant à eux un territoire couvrant les États actuels du Vermont et du New-Hampshire ainsi qu'une portion du sud du Québec. Comme l'explique Savoie, «ils étaient répandus depuis le haut du bassin des

¹²Certains sont cependant d'avis que cette distinction entre les deux groupes ne serait pas antérieure au XIX^e siècle (Savoie, 2003 : 4).

rivières Merrimack et Connecticut jusqu'au lac Champlain et occupaient le bassin de la rivière St-François» (idem). Comme chez leurs cousins de l'Est, les Abénakis de l'Ouest comprenaient un certain nombre de sous-groupes. Ainsi, on retrouvait les Cowasuks, dans la région de l'État actuel du Vermont, les Pénacooks, qui occupaient le bassin de la rivière Merrimack, les Missiquois, qui fréquentaient la région du Lac Champlain, et les Sokokis, qui demeuraient le long de la rivière Connecticut (Idem). L'ensemble du territoire abénakis s'étendait donc du Nouveau-Brunswick au Lac Champlain.

Au cours du XVII^e siècle, des conflits avec les colons britanniques poussent plusieurs groupes abénakis à quitter leurs territoires. Ceux-ci viennent trouver refuge en Nouvelle-France et s'établissent dans la vallée du St-Laurent (Gill, 2003 : 72). Le mouvement s'intensifie durant la guerre du roi Philippe (1675-1678). Les « réfugiés » s'installent d'abord à la mission de Sillery, mais ils y deviennent rapidement trop nombreux. Certains partent donc s'installer à l'embouchure de la rivière Chaudière. L'endroit devenant à son tour surpeuplé, on décide de créer de nouvelles missions à St-François, près de la rivière du même nom, puis à Bécancour¹³ (Idem). Ces villages sont toujours présents aujourd'hui. Ils ont respectivement pris les noms d'Odanak et de Wôlinak et constituent les deux seules communautés abénakises du Québec¹⁴.

Les conflits, et plus tard le développement de la colonisation, réduisent considérablement les territoires de chasse des Abénakis. Ces derniers décident alors de fréquenter la rive Nord du St-Laurent, plus précisément la région de la Mauricie¹⁵. Jusqu'au milieu du XIX^e siècle, ils le font de façon plus ou moins intrusive, ce qui n'est pas sans déranger les populations attikamek, algonquine, innue et wendat qui y chassent déjà (Gélinas, 2003 : 46). Vers 1870, les Algonquins se retirent de la Basse-Mauricie, ce qui permet aux Abénakis d'occuper l'espace et d'y implanter des territoires de piégeage (Ibidem : 44)¹⁶. Cependant, vers la fin du XIX^e siècle, des clubs de chasse et pêche ainsi que des compagnies forestières viennent s'implanter sur ces mêmes territoires. La chasse et le piégeage deviennent alors de plus en plus difficiles à pratiquer.

¹³ Le choix de ces emplacements ne s'est pas fait aléatoirement. En fait, les autorités françaises étaient conscientes de l'importance stratégique et militaire de la présence abénakise dans la colonie. Les villages abénakis allaient donc servir de « remparts » lors d'éventuelles incursions iroquoises ou britanniques. De plus, ils constituaient des « réservoirs » de guerriers d'où partaient plusieurs raids contre les établissements britanniques. C'est principalement pour cette raison que le village de St-François subit le fameux raid des Rogers' Rangers en 1759.

¹⁴ On retrouve également des Abénakis aux États-Unis, notamment au Vermont, dans l'État de New York et au Connecticut.

¹⁵ Les Abénakis auraient fréquenté la rive nord du St-Laurent de façon plus ou moins sporadique aux XVII^e et XVIII^e siècles. Cependant, c'est au XIX^e siècle que cette fréquentation s'intensifie (Gélinas, 2003 : 46).

¹⁶ Les Abénakis ne font pas que chasser sur la rive nord du fleuve. Ils y vont aussi pour faire du commerce. Ils échangent certaines marchandises contre des fourrures. Ceci leur permet notamment d'obtenir le cuir d'original nécessaire à la confection de mitaines et de mocassins, une activité économique relativement importante à l'époque (Idem : 47-48).

Plusieurs chasseurs deviennent donc guides dans les clubs privés, comme le *Laurentian Club*. C'est également vers la fin du XIXe siècle que se développe le commerce des paniers, une industrie qui devient rapidement la principale activité économique des Abénakis.

2.1.2 Le travail de guide

Comme nous l'avons vu, plusieurs Abénakis sont devenus guides dans les clubs privés de chasse et de pêche qui s'installaient sur leurs territoires. Le plus important de ces clubs fut sans doute le *Laurentian Club*, qui acquit des droits sur la plupart des territoires de chasse abénakis de la Mauricie (Nash A., 2002 :28). Celui-ci accordait des emplois à vie aux chasseurs abénakis à condition que ces derniers s'engagent à ne plus faire de pêche, de piégeage ou de chasse sur leurs territoires. Les guides devaient alors effectuer diverses tâches, comme transporter les bagages, trouver les portages, préparer les repas, ériger les campements et, surtout, faire en sorte que les clients ne reviennent pas bredouilles (Nash A. & O'Bomsawin, 2003 :77). Le soir venu, ils racontaient souvent des légendes abénakises aux clients pour les distraire.

Le métier de guide était certes ardu, mais il rapportait un bon salaire (Gélinas, 2003 :52). Il a donc permis à plusieurs de bien faire vivre leurs familles. Comme le mentionne un informateur d'Odanak : «À cette période là, on parle de 1890 jusqu'à 1960, il y avait environ une trentaine de guides qui étaient là, et qui gagnaient leur vie au nord du St-Laurent. C'était une source de revenu principale pour plusieurs Abénakis » (Homme 2, Odanak, 2004). Le métier de guide permettait de plus aux gens qui le pratiquaient de gagner leur vie dans une économie capitaliste tout en se servant de leurs savoirs traditionnels. Nash et O'Bomsawin mentionnent qu'à cette époque plusieurs Abénakis se dissociaient de leur culture et de tout ce qui pouvait être perçu comme «sauvage» par la culture dominante (Nash A. et O'Bomsawin, 2003 : 77). Ils adoptaient donc les valeurs et les façons de faire des Euro-Canadiens. Cependant, chez les guides c'était la tendance inverse. De fait, être indien, posséder des connaissances traditionnelles et être «authentique» étaient pour eux des atouts payants qui pouvaient faire la différence entre l'embauche et le chômage (Idem). De plus, ce maintien de la culture et des connaissances traditionnelles transparaissait dans l'identité et dans l'estime de soi des guides. Contrairement à d'autres, ils n'avaient pas honte d'être Amérindiens ou Abénakis. Au contraire, ils en étaient particulièrement fiers (Idem). Les guides avaient ainsi conservé une grande connaissance de la culture, de la langue et des savoirs traditionnels. Certains, comme Théophile Panadie, ont d'ailleurs collaboré aux recherches des anthropologues Irving Hallowell et Gordon Day (Idem : 75). Le savoir des guides était tel qu'encore aujourd'hui les Abénakis les décrivent comme de véritables références.

Avec le temps, le métier de guide déclina graduellement, si bien que le dernier guide abénakis fit son dernier voyage en 1970 (Day, 1981 :62). Le manque de relève, l'abolition des clubs privés et l'essor de l'industrie des paniers ont certainement contribué à la disparition de ce métier. Aujourd'hui, certains ont repris le flambeau, car depuis 1986 les Abénakis de Wôlinak opèrent une pourvoirie en Haute-Mauricie (Savoie, 2003 :4).

2.1.3 Le commerce des paniers

La plupart des auteurs qui ont documenté le sujet s'entendent pour dire que le commerce des paniers a amené une grande prospérité dans les communautés abénakises, notamment à Odanak (Charland, 1964 :336 ; Day, 1981 : 61 ; Pelletier, 1982 :1, Nash A., 2002 :17-18). Nulle part ailleurs, que ce soit chez les Micmacs, les Malécites, les Passamaquoddy ou les Pénobscot, l'industrie des paniers n'a été aussi profitable pour une communauté amérindienne (Pelletier, 1982 :1). À Odanak, la grande prospérité de jadis peut encore se voir aujourd'hui, par les maisons de style victorien qui subsistent toujours dans la communauté.

Les paniers abénakis sont principalement faits de deux matériaux, soit le frêne et le foin d'odeur. Au moment de l'âge d'or de l'industrie, le frêne était coupé dans la vallée de la Gatineau, dans des endroits comme Wakefield et Bouchette (Pelletier, 1982 :1). On pouvait aussi en faire venir de Mont-Laurier (Idem). Une fois coupés, les troncs d'arbre sont battus à l'aide de masses, jusqu'à ce que des éclisses s'en détachent. Celles-ci sont aplaties et aplanies à l'aide de différents outils, pour ensuite servir au tressage des paniers. Le foin d'odeur provenait quant à lui de la région de Sorel. Il était acheté chez les fermiers locaux qui le cultivaient (Idem). Le foin d'odeur est tressé et sert surtout d'élément décoratif. Avec les années, d'autres matériaux ont été intégrés à la confection des paniers. Parmi ceux-ci mentionnons les teintures, la cordelette de papier et la cordelette de nylon.

Pelletier identifie trois phases dans l'évolution du commerce des paniers chez les Abénakis (Pelletier, 1982 :5). La première période débute vers la fin du XIX^e siècle, car, comme nous l'avons mentionné plus tôt, c'est à ce moment que le commerce prend son essor. En fait, à l'époque, l'artisanat en général commençait déjà à devenir une activité économique importante. La tannerie, par exemple, était une industrie lucrative. Ainsi, en 1858, les gens d'Odanak auraient vendu plus de 6 000 paires de mocassins à Saratoga Springs et dans le reste de l'État de New York (Charland, 1964 : 334). Les revenus tirés de l'artisanat semblaient d'ailleurs être en constante progression, car pour la seule communauté d'Odanak ils sont passés de 7 400 dollars en 1874, à 15 500 dollars en 1887 (Idem).

Comme Pelletier le mentionne, cette phase est sans aucun doute la plus prospère des trois (Pelletier, 1982 :5). À cette époque, une grande partie des paniers était produite durant l'automne et l'hiver, lorsque les hommes étaient à la chasse, ou partis guider. Au départ, les articles étaient donc essentiellement fabriqués par les femmes et les enfants. Cependant, les hommes se mirent à participer de plus en plus à leur confection¹⁷ (Gélinas, 2003 :53). À la fin du printemps, des familles entières partaient aux États-Unis et en Ontario pour vendre leur production. Elles allaient dans les *resorts* ou près des plages, là où se trouvait une clientèle aisée qui se renouvelait régulièrement (Pelletier, 2002 : 6). Chaque famille abénaquise visitait un endroit particulier, où elle avait l'habitude de retourner année après année (Idem). On allait à Bethlehem et North Conway au New Hampshire, Old Forge dans l'État de New York, Highgate Springs dans le Vermont et à Bar Harbor, où John Rockefeller passait ses étés. On allait également dans le Maine, dans des endroits comme York Beach, Wells, Ogunquit, Kennebunk Port, Rye Beach et Old Orchard (Nash A., 2002 : 28-29). Là-bas, les familles louaient un local, lorsqu'elles n'en possédaient pas déjà un, puis elles y vendaient et y fabriquaient des paniers. En plus des paniers finis, les familles devaient donc transporter tout le matériel nécessaire pour continuer la production. On amenait des éclisses de frêne battu, du foin d'odeur, ainsi que différents outils. Le fait que les Abénaquis aient effectué de tels voyages en emportant autant de matériel nous montre que le commerce des paniers devait être une activité très rentable.

Une fois sur place, toute la famille participait au commerce. Les femmes fabriquaient des paniers, tout en s'entretenant avec les touristes sur le mode de fabrication (Pelletier, 1982 :5). Les hommes préparaient les éclisses de frêne puis ils géraient le commerce. Les enfants, quant à eux, s'exerçaient à faire des paniers et fabriquaient de petits objets, comme des signets (Idem). Des jeunes filles de la région étaient engagées par les familles abénaquises comme aides ménagère. De cette façon, les femmes avaient plus de temps pour confectionner des paniers (Idem). Quelques familles avaient également un revenu suffisant pour engager des jeunes filles ou des veuves de leur communauté. Elles les aidaient à confectionner des paniers durant l'hiver, et pouvaient également les accompagner durant l'été pour faire des démonstrations de fabrication dans les *resort*¹⁸ (idem).

Au début du XX^e siècle, des marchands de Montréal, Toronto et New York commencèrent à remarquer les possibilités de profit qu'offrait l'artisanat amérindien. Ces derniers se mirent à

¹⁷ En fait, l'artisanat devint rapidement une activité économique appréciée des hommes, surtout chez les jeunes, car elle était moins exigeante que la chasse ou la trappe (Gélinas, 2003 : 53).

¹⁸ Les démonstrations attiraient les touristes, mais elles amenaient également les éventuels acheteurs à comprendre et à apprécier le travail des artisans (Pelletier, 1982 : 6).

faire le commerce de différents articles, dont les paniers abénakis (Idem : 6). Ils engageaient essentiellement des producteurs de moindre envergure, comme ceux qui ne parvenaient pas à vendre de paniers durant l'été (Idem). Les commerçants ne visaient pas le même marché que les familles abénakises, car ils écoulaient leurs marchandises par catalogue ou dans de grands magasins. Ils ne constituaient donc pas une grande compétition. Cependant, les Abénakis qui travaillaient pour ces marchands devaient obligatoirement s'approvisionner en matériel chez ces derniers (Idem).

La seconde phase du commerce des paniers débute dans les années 1920 (Idem). Elle est marquée par une saturation du marché et une baisse de revenu pour les Abénakis. Cette conjoncture est en grande partie due à un certain Phileas Launière. Ce Malécite marié à une Huronne, vint s'établir à Pierreville près d'Odanak dans les années 1910. Comme les marchands de Montréal, Toronto, New York et d'autres plus petits commerçants de Pierreville, il fait le commerce des paniers. Avec les années, son entreprise prend beaucoup d'expansion, si bien qu'il devient le principal acheteur de paniers abénakis (Idem). En parallèle, la Première Guerre mondiale, puis la grande crise économique de 1929 font en sorte que de moins en moins de familles vont vendre leur production à l'extérieur. Launière prend alors le contrôle presque total du marché des paniers. Il devient également le principal fournisseur de matériel aux artisans. En offrant des prix très bas pour les paniers et en fixant des prix élevés pour le matériel, il pousse plusieurs Abénakis à délaisser la production de paniers pour aller chercher du travail dans les usines (Idem :8). Launière introduit également de nouveaux matériaux pour la construction des paniers, comme de la cordelette de papier puis plus tard la cordelette de plastique. Ceci a pour effet de rendre les paniers moins attrayants esthétiquement, malgré la constance de la qualité de la production (Idem).

Quelques autres commerçants, comme les frères Laperrière de Pierreville et les frères Nollet d'Odanak achetaient aussi des paniers. Ils ne parviendront cependant jamais à briser le monopole de Launière (Idem). Durant les années 1930, le Ministère des affaires indiennes ouvre un magasin dans la communauté d'Odanak. Ce magasin géré par une Abénakise et son mari achetait le matériel nécessaire à la confection des paniers, puis le revendait aux artisans. En retour, il achetait les paniers aux artisans. Il ne réussit jamais à concurrencer véritablement Launière (Idem : 9). En somme, lors de la deuxième phase, les profits passent des mains des artisans à celles des marchands.

La dernière phase débute en 1945. Elle est marquée par le déclin de l'industrie. Avec la fin de la guerre, la concurrence asiatique s'installe et rapidement, les paniers abénakis perdent en

popularité. La marge de profit des marchands régresse et le volume de paniers produits diminue grandement. L'intérêt envers la production de paniers s'affaiblit de plus en plus, de sorte que la relève devient presque inexistante. Lorsqu'il visite la communauté en 1979, Pelletier constate que la plupart des gens qui savent faire des paniers ont plus de 70 ans et que seulement trois personnes savent toujours comment battre le frêne pour en faire des éclisses (Idem :10). En fait, le faible revenu que rapportaient les paniers aurait été la principale cause du manque de relève et du déclin de l'industrie.

Le commerce des paniers a permis aux Abénakis de vivre et même de prospérer dans une économie capitaliste sans avoir recours à l'aide des gouvernements. Il leur permettait également de participer à une économie «moderne», par le biais de leur héritage culturel. Comme l'écrit Nash, le commerce des paniers était en quelque sorte «l'expression d'une identité abénaquise [sic], qui donnait aux gens le sentiment de participer à l'aspect matériel du monde moderne, tout en demeurant distinct » (Nash A., 2002 : 28).

2.1.4 L'exode vers les villes

Lorsque l'industrie des paniers a commencé à décliner dans les années 1920, plusieurs familles ont quitté les communautés d'Odanak et de Wôlinak pour aller travailler dans les villes (Nash A., 2002 :29). Quelques-uns des riches clients qui fréquentaient le *Laurentian club* étaient propriétaires d'usines en Nouvelle-Angleterre. Lorsque des grèves s'y déclenchèrent, comme à la *Allegheny Ludlum Steel Mill*, ils demandèrent à leurs guides de venir travailler pour eux (Idem). Plusieurs acceptèrent et firent venir leur famille. C'est ainsi que virent le jour des enclaves abénaquises comme à Troy et Albany dans l'État de New-York ainsi que Waterbury dans le Connecticut (Idem). D'autres partirent travailler à Montréal, Sorel, Trois-Rivières ou Drummondville. Les communautés se vidaient littéralement,

À l'époque où plusieurs partaient pour la ville, la plupart des Abénakis adultes parlaient leur langue en plus du français et, souvent, de l'anglais. Les enfants quant à eux comprenaient l'abénaquis, mais bien peu le parlaient vraiment (Nash A. & O'Bomsawin, 2003 : 86). Ceci est en partie dû à l'éducation qui se faisait en français ou en anglais, mais aussi à la perte de la transmission.

Pour la plupart des parents de l'époque, la transmission de la langue n'était pas très importante. On croyait plutôt que l'usage du français et/ou de l'anglais permettrait aux enfants de jouir d'une plus grande opportunité économique tant au Canada qu'aux États-Unis (Idem). Par ailleurs, avec

le temps et l'exode de plus en plus important, plusieurs intermariages ont eu lieu entre Abénakis et Euro-Canadiens. Une des dispositions de Loi sur les Indiens faisait alors en sorte que les femmes abénakises ayant marié des hommes non autochtones perdaient leur statut. Elles devaient donc partir vivre à l'extérieur de la réserve et ont généralement élevé leurs enfants sans leur enseigner leur langue (Idem). Quand aux hommes qui ont marié des femmes de l'extérieur, leurs épouses préféraient généralement élever leurs enfants en français ou en anglais, selon le cas (Idem). Pour ce qui est des familles qui demeuraient dans la communauté, mentionnons tout d'abord que plusieurs des pères de famille quittaient à leurs tours la région pour aller travailler à l'extérieur. Ils ne pouvaient donc transmettre leur culture et leur langue à leurs enfants qu'ils ne voyaient que trop peu souvent (Idem). De plus, l'éducation des enfants se faisait soit en anglais, soit en français, selon la confession religieuse¹⁹. D'après certains Abénakis, des enfants auraient été réprimandés pour avoir parlé leur langue maternelle à l'école. Ainsi, les enfants trouvés fautifs auraient reçu des punitions corporelles administrées devant la classe (Idem). En vieillissant, ces enfants ont délaissé l'abénakis au profit du français ou, dans une moindre mesure, de l'anglais. Les générations qui ont suivi n'ont quant à elles connu que ces deux dernières langues. Si bien qu'aujourd'hui, les gens capables de tenir une conversation en abénakis se comptent sur les doigts d'une seule main. La perte de la langue s'est donc fait dans un laps de temps très court, soit une ou deux générations.

De nos jours, il est difficile pour les Abénakis de raviver leur langue. L'obstacle majeur vient évidemment du fait que bien peu de personnes la parlent. Ainsi, il devient difficile d'amener des gens à s'y intéresser quand leur vie de tous les jours se déroule en français. Par ailleurs, les communautés n'ont pas d'école sur leur territoire. Donner une formation, ou un enseignement abénakis aux jeunes devient donc une tâche ardue. Néanmoins, quelques efforts sont faits. En 2004, des cours d'abénakis étaient offerts à la population d'Odanak. De plus les jeunes enfants de la communauté étaient mis en contact avec la langue à la pré-maternelle²⁰.

Au niveau politique, on tente également de se rapprocher ce qu'on a perdu. Des revendications particulières²¹ ont ainsi été entreprises au sujet de la réduction des territoires des communautés

¹⁹ Jusqu'en 1940, on comptait deux écoles dans la réserve. À l'école catholique, tenue par des religieuses, l'enseignement se faisait en français. On comptait également une école protestante qui prodiguait un enseignement en anglais (Nash & O'Bomsawin, 2003 : 86).

²⁰ Nous ne savons cependant pas si des efforts semblables ont été mis en place à Wôlinak.

²¹ Contrairement aux revendications territoriales globales qui reposent sur la non extinction des droits territoriaux, les revendications territoriales particulières concernent le non respect d'ententes ou de traités conclus entre la couronne et les bandes autochtones. Elles portent souvent sur des diminutions non consenties de territoires de réserves.

de Wôlinak et d'Odanak²², ainsi qu'au sujet de l'ancienne réserve de Crespieul²³ (Gill, 2003). Ces revendications ont été entreprises depuis 1995 par le Grand Conseil de la Nation Waban-Aki, l'organisme qui a pour mission de représenter les communautés d'Odanak et de Wôlinak au niveau politique depuis 1979 (Idem :71).

Les activités traditionnelles que sont la pêche, la chasse, le piégeage et la cueillette ne sont pratiquement plus pratiquées. Les industries traditionnelles comme la vannerie et l'artisanat sont toujours présentes, mais elles n'ont plus l'importance d'antan. En fait plusieurs Abénakis occupent aujourd'hui des emplois salariés sur leurs réserves ou encore à l'extérieur. Bien que certaines des personnes qui ont quitté les communautés au cours des années soient revenues, l'exode est toujours présent, en particulier chez les jeunes. Il est difficile de les retenir, parce que comme la plupart des Québécois de leur âge, ceux-ci sont attirés par les possibilités qu'offrent les grands centres. Le défi est donc de leur trouver une possibilité d'emplois dans la communauté. Quelques projets ont été proposés, comme celui de créer un casino à Odanak. Cependant une des voies déjà établies et pleine de potentiel est celle du tourisme.

2.2 La communauté d'Odanak

Après avoir abordé brièvement l'histoire des Abénakis, je décrirai maintenant la communauté d'Odanak. Il sera question de sa situation géographique et de ses caractéristiques démographiques, mais aussi de son organisation institutionnelle, de son niveau de scolarisation et de sa situation économique. Je terminerai en décrivant l'état de l'industrie touristique lors de mon passage en 2004.

2.2.1 Situation

La communauté d'Odanak est l'une des deux communautés abénakises du Québec. Elle est située aux abords de la rivière St-François, non loin de la ville de Sorel. D'abord connue sous le nom de St-François, ce n'est qu'avec la venue du bureau de poste durant les années 1950, que la réserve prend le nom d'Odanak, ce qui signifie «au village» en langue abénakise (Nash A., 2002 : 19).

²² Aujourd'hui, les territoires des communautés d'Odanak et de Wôlinak ne comptent plus qu'une infime partie de leur superficie originale. Ainsi, la superficie actuelle d'Odanak ne correspond qu'à environ 10 % du territoire original de la mission de St-François de Salle. Le territoire présent de Wôlinak ne comprendrait quant à lui que 1,3 % de sa superficie d'origine (Gill, 2003 : 72-73).

²³ Plusieurs irrégularités concernent cette ancienne réserve abénakise située au Lac St-Jean. Dans un premier temps, des coupes de bois y ont été effectuées sans l'autorisation des Abénakis. Par la suite, lorsque les terres de la réserve ont été vendues, les Abénakis ont reçu un montant bien inférieur à la valeur réelle du lot (Frenette, 2003, cité dans Gill, 2003 : 71).

Aujourd'hui, le territoire d'Odanak est relativement petit, car il n'occupe que 607 hectares, soit moins d'un kilomètre carré (MAINC, 2005).

2.2.2 Population

À l'origine, la communauté d'Odanak s'est formée de plusieurs sous-groupes abénakis fuyant la Nouvelle-Angleterre. Les premiers furent vraisemblablement des Sokokis, qui s'y seraient établis vers 1670. Avec la fondation de la mission St-François De Sales au début du XVIII^e, de plus en plus d'Abénakis affluèrent dans la communauté. Ceux-ci provenaient des groupes de l'Est et de l'Ouest. Avec le temps, des non autochtones, notamment des Canadiens-français se sont aussi joints à la population.

Selon le registre des Indiens inscrits du Ministère des Affaires Indiennes et du Nord Canada, 1 828 personnes étaient rattachées à la bande d'Odanak en 2004. De ce nombre, seulement 299 vivaient réellement dans la communauté (MAINC, 2005). Comme c'est aussi le cas pour Wôlinak, la très grande majorité des membres de la bande se trouvaient à l'extérieur de la communauté. Comme pour la plupart des communautés autochtones du Québec, la population d'Odanak est en croissance. Ainsi, de 1996 à 2001, le nombre de résidents a augmenté de 8,4 % (Statistiques Canada, 2005). Pendant ce temps, la municipalité voisine de Pierreville a vu sa population diminuer de 10 %. Mentionnons par ailleurs que la population d'Odanak ne semble pas être plus jeune qu'ailleurs en province. De fait, en 2001, près de 32 % de la population résidente avait moins de 25 ans ce qui est très près de la moyenne de 31 % pour l'ensemble du Québec (Idem). Ce pourcentage était toutefois plus élevé qu'à Pierreville où il n'était que de 25 %. Le fait que la population augmente à ce point, sans que le nombre de jeunes soit plus important qu'ailleurs en province pourrait être en partie dû à l'exode de ces derniers.

2.2.3 Organisation institutionnelle

La communauté est administrée par le Conseil de la Nation Abénakis d'Odanak. Ce conseil est composé d'un chef et de 4 conseillers (MAINC, 2005). Depuis 1979, le Conseil de bande entretient des relations à la fois politiques et administratives avec le Grand Conseil de la Nation Waban-Aki, qui regroupe aussi la bande de Wôlinak. Le Grand Conseil représente ces deux communautés dans leurs négociations territoriales particulières avec les gouvernements du Canada et du Québec. De plus, il administre certains programmes depuis leur décentralisation par le gouvernement fédéral au début des années 1990 (Nation Waban-Aki, 2006).

2.2.4 Scolarisation

À Odanak, le secteur de l'éducation n'est pas administré par le Conseil de bande. On ne retrouve donc aucune école dans la communauté. Il y existe cependant un centre de la petite enfance où l'on initie les jeunes enfants à la culture et à la langue abénaquise. Le taux de scolarisation d'Odanak est parmi les plus élevés des communautés autochtones du Québec. Il est d'ailleurs plus élevé que la moyenne québécoise à certains égards (Statistique Canada, 2005).

2.2.5 Économie

La présente section vise à décrire la situation économique d'Odanak. Il sera donc question des principaux indicateurs économiques de la communauté (taux d'activité, taux de chômage). Ceux-ci seront d'ailleurs comparés à ceux de la municipalité voisine de Pierreville. Je traiterai ensuite de la structure économique d'Odanak en faisant une brève description des entreprises qui s'y trouvaient en 2004.

2.2.5.1 Principaux indicateurs économiques

Le tableau 1 rend compte de l'évolution de la situation économique dans la communauté d'Odanak, ainsi que dans la municipalité voisine de Pierreville. Les résultats qui y sont présentés portent à croire qu'Odanak a connu une certaine croissance économique entre 1996 et 2001. On remarque d'abord que le taux d'activité a augmenté dans l'intervalle. On peut également constater qu'en parallèle le taux de chômage a passablement diminué. Bien que les deux situations semblent se ressembler, l'économie d'Odanak paraît évoluer plus positivement que celle de Pierreville. L'augmentation du taux de chômage qu'a connue Pierreville laisse en effet croire que son économie a ralenti, comparativement à celle d'Odanak qui semble prendre de la vitesse.

Tableau 1 Taux d'activité et de chômage à Odanak et Pierreville, selon le sexe (1996, 2001)

	Odanak		Pierreville	
	1996	2001	1996	2001
Taux d'activité	47,5 %	55,2 %	47,1 %	56,3 %
Hommes	62,1 %	53,3 %	58,4 %	65,8 %
Femmes	37,5 %	48,6 %	35,9 %	46,1 %
Taux de chômage	27,6 %	13,5 %	11,0 %	16,5 %
Hommes	29,4 %	15,8 %	13,3 %	22,0 %
Femmes	33,3 %	0,0 %	7,1 %	8,6 %

Source: Statistique Canada, 2005

En mettant en relation le nombre d'emplois occupés par la population et le nombre de personnes âgées de 15 ans et plus, on peut évaluer la capacité du marché du travail à occuper la main d'œuvre locale. En 2001, le taux d'emplois pour la communauté d'Odanak était de 47,8 %, ce qui était pratiquement semblable à la situation de Pierreville (47 %) (Statistique Canada, 2005)²⁴. Comme la ville voisine, la réserve semble avoir de la difficulté à employer sa main-d'œuvre disponible. En comparant la situation d'Odanak avec la moyenne québécoise, on se rend compte que la situation économique y est moins bonne qu'ailleurs en province. Ainsi, le taux de chômage y est passablement plus élevé, la moyenne québécoise étant de 8,2 % en 2001. De plus le taux d'activité est en deçà des 64,2 % prévalant dans l'ensemble du Québec pour la même année. Le taux d'emplois était lui aussi inférieur à la moyenne provinciale de 58,9 % en 2001.

2.2.5.2 Structure économique

L'activité économique de la communauté tourne principalement autour du secteur des services (Statistique Canada, 2005). Ainsi, en 2001 près de 90 % des emplois auraient été liés à ce secteur. Les choses auraient cependant changé depuis, puisque le site Internet d'Indiana Marketing nous apprend qu'une quarantaine de personnes de la communauté travaillent pour une entreprise de foresterie (Indiana Marketing, 2006). Ceci nous laisse donc croire que le secteur primaire a pris une grande importance. Le même site nous apprend que les principaux secteurs d'activité de la communauté sont l'art et l'artisanat, le commerce et les services, le secteur manufacturier, la foresterie, la construction et, bien sûr, le tourisme.

La communauté compte certaines entreprises privées, comme une fromagerie, ainsi qu'un centre de multimédia. Elle renferme aussi divers commerces. Parmi ceux-ci, mentionnons deux restaurants, un fleuriste, une compagnie de messagerie, des dépanneurs, une compagnie de taxi ainsi que des entreprises de construction. On retrouve également quelques boutiques d'artisanat, signe que cette industrie, jadis très prospère, est toujours présente à Odanak. Mentionnons finalement la présence de quelques organismes publics, comme le centre de santé, le corps de police, la maison des jeunes, le musée ainsi que le Conseil de Bande, qui est probablement le plus gros employeur de la communauté.

2.2.6 L'industrie touristique

Présentement, Odanak mise beaucoup sur le secteur touristique pour se développer. Cette activité n'est cependant pas nouvelle pour la communauté. Comme nous l'avons déjà vu, plusieurs

²⁴ Malheureusement ce taux n'était pas disponible dans la présentation des résultats du recensement de 1996. Nous ne pouvons donc

Abénakis ont jadis pratiqué des métiers reliés au tourisme, que se soit comme guides, ou comme artisans. Mentionnons également, que depuis plus de 40 ans, la communauté accueille des milliers de visiteurs annuellement grâce à son musée et son Pow Wow.

2.2.6.1 Le musée

Le Musée des Abénakis d'Odanak est le plus vieux musée amérindien au Québec (Noël M., 1996 : 21) et sans doute l'un des plus vieux au Canada. Il fut fondé en 1960, par le curé Rémi Dolan, alors prêtre séculier de la communauté. Je laisse aux gens d'Odanak le soin de raconter les détails de la mise en place de l'institution.

En 1958, le missionnaire du nom de Rémi Dolan a eu comme mission de venir travailler ici. Il avait étudié au Grand Séminaire de Nicolet et on lui a donné la mission St-François-de-Sales. Étant Irlandais, il disait : «moi je n'ai pas eu la chance de connaître ma culture». Il avait vécu au Québec, mais il savait qu'il était Irlandais et qu'il ne connaissait pratiquement rien sur ça culture. Il voyait qu'on avait encore nos aînés qui parlaient la langue, qui écrivaient, qu'on avait des gens qui dansaient, qui faisaient de la vannerie, qu'on avait beaucoup de ressources locales, et il voulait nous aider à conserver ça. À cette période là, en 1960, l'école fermait, ça veut dire la diffusion de l'information, l'enseignement de l'abénakis en milieu scolaire disparaissait. Le curé Dolan a décidé, après la fermeture de l'école, de faire un musée à Odanak. [...] Le curé a réussi à avoir des sous, puis il a modifié le couvent pour en faire un musée. Le musée Abénakis, je pense que c'est le premier musée amérindien en Amérique du Nord. À cette période là, il n'y avait pas de musée. Tout le côté anthropologique et l'histoire, tout se développait à cette période là. D'avoir un musée administré par des Abénakis pis pour des Abénakis, dans une communauté autochtone, pour nous c'était unique en Amérique du Nord. Il n'y en avait pas d'autres ailleurs (Homme 2, Odanak, 2004).

Là on a changé de curé, le curé Dolan est arrivé. En plus de ça, les religieuses s'en allaient du couvent, parce que le gouvernement ne payait plus pour le couvent. Monsieur le curé Dolan, quand il est arrivé en 1959, il a dit ça, on laissera pas ça tout seul, ça n'a pas de bon sang. C'est là qu'il a eu l'idée de faire un musée. Il a ramassé des objets partout, même chez les Blancs, parce qu'il n'y avait pas que des artefacts indiens. Il a commencé son musée comme ça (Femme 4, Odanak, 2004).

Au départ, le musée avait donc deux buts précis. Il devait d'une part occuper une espace laissé vacant, soit le couvent, mais également voir à la conservation de la culture et du patrimoine abénakis. Avec l'aide du curé, les gens de la communauté ont eux-mêmes mis l'exposition en place. Tous les objets qui y étaient présentés avaient été obtenus des familles du village, ou des gens de la région environnante. La population a donc développé un fort sentiment d'appartenance envers l'institution. Mentionnons également que le musée constituait un bel exemple de prise en charge autochtone, car il était le premier établissement du genre à être entièrement contrôlé et conçu par des autochtones au Québec. Suite à sa création, le musée est devenu un attrait touristique majeur non seulement pour la communauté, mais aussi pour toute la région.

Lors de mon passage dans la communauté en 2004, le musée n'était pas accessible aux visiteurs, car il était en rénovation. L'édifice devait être agrandi et l'exposition complètement renouvelée. On voulait ainsi répondre aux besoins créés par un achalandage sans cesse grandissant²⁵. Le nouveau musée a ouvert ses portes durant l'année 2005.

2.2.6.2 Le Pow Wow

Parallèlement au musée, le curé Dolan avait aussi eu l'idée de créer un évènement qui permettrait aux Abénakis de se retrouver. Comme nous l'avons vu précédemment, plusieurs personnes avaient quittés Odanak au cours des années pour aller travailler à l'extérieur. Plusieurs familles étaient donc séparées par les distances et l'éloignement. C'est ainsi que le curé décida de créer la fête de la famille, pour permettre aux gens de se réunir.

L'abbé Dolan fonde le musée, suite à ça, il se rend compte qu'avec les aînés de la communauté pis avec certaines personnes clés, ce serait intéressant de faire la fête de la famille abénakis. La raison c'était pour réunir les Abénakis une fois par année, par ce qu'il y en avait beaucoup à l'extérieur qui avait beaucoup d'exode. L'idée c'était de les réunir pour qu'ils continuent à garder leur culture. Tout le monde venait la première fin de semaine de juillet, là on échangeait, ça parlait en abénakis, ça parlait de danse, ça parlait de différentes choses (Homme 2, Odanak, 2004).

Comme le musée, la fête de la famille, a permis de mettre en valeur et même de conserver certains traits de la culture abénakise. Comme le mentionne un informateur : «En fin de compte, monsieur Dolan a compris le danger d'acculturation et d'après moi, il a réussi à ce qu'on garde nos valeurs, qu'on garde notre culture, même s'il y a beaucoup de monde qui disent que les Abénakis il n'y en n'a plus, qu'on n'a plus de culture» (Homme 2, Odanak, 2004).

La fête, ou comme plusieurs l'appelle, le Pow Wow, devint rapidement un pôle d'attraction pour toute la région. En plus des Abénakis qui revenaient séjourner dans la communauté, des gens de partout étaient aussi attirés par l'évènement.

Oui, on rencontrait des gens de Sherbrooke, de Montréal, de Québec, d'Ottawa. Il n'y avait rien ailleurs. ... Ça veut dire que ça a été un des premiers attraits de la région. Les Abénakis ont contribué au développement touristique dans le centre du Québec. Retourne deux ou trois générations en arrière, et qui n'est pas venu à la fête des Abénakis à Odanak, parce qu'il n'y avait pas d'autres choses. Ça l'air drôle à dire, mais dans ce temps là, le monde allait au zoo de Granby ou ils venaient à la fête à Odanak, parce qu'il n'y avait rien d'autre (Homme 2, Odanak, 2004).

²⁵ Le musée est fréquemment visité par des groupes, que ce soit dans le cadre de voyages scolaires ou de voyages organisés pour touristes européens. L'ancien bâtiment n'offrait pas toujours l'espace nécessaire à l'accueil d'une telle masse de visiteurs. Les rénovations avaient donc pour but principal de remédier à cette contrainte.

La popularité de l'évènement était certes due à sa nouveauté, mais aussi à son originalité. En fait pour les non autochtones, c'était l'occasion d'entrer en contact avec quelque chose de totalement dépayçant : la culture abénaquise.

C'est ben beau aller voir les animaux, mais les gens voulaient voir d'autres choses. Ils venaient ici, il y avait des démonstrations de vannerie, comment on battait le frêne, il y avait des danses. Ça, ça avait un cachet, un attrait qui était fascinant pour les touristes (Homme 2, Odanak, 2004).

Avant la création du Pow Wow, des danses étaient parfois organisées dans la communauté. Elles étaient exécutées en l'honneur de visiteurs importants, ou encore pour égayer un groupe de touristes qui étaient de passage.

Des fois il y avait des petites fêtes. Des fois un de mes oncles amenait un train de Montréal. Là mes oncles amenaient les gens dans le couvent, il y avait une belle salle en haut où est le musée aujourd'hui. Là, ils faisaient des danses. Moi j'allais voir, j'aimais ça, et je me disais un jour peut-être je vais en faire. Mon oncle amenait des gens d'ailleurs, c'était du tourisme (Femme 4, Odanak, 2004).

Ce genre d'évènement n'était cependant pas organisé sur une base régulière. Il s'agissait en fait de fêtes sporadiques où l'on exécutait des danses de façon plus ou moins informelle. Il n'y avait pas vraiment de troupe de danse organisée. Quelques années avant la mise en place du Pow Wow, des gens de la communauté commencèrent cependant à pratiquer des danses de façon plus organisée. Des aînés de la communauté expliquent comment on en est venu à cela.

- Nous autres on organisait des parties de cartes pour aider notre église. On ramassait des prix pour les parties de cartes. Une fois, une des religieuses du couvent me donne un beau châle, un châle fait à la main. Moi je passais de porte en porte, je faisais les villages des alentours. Et là, elle me donne ça juste à la fin. La partie de carte était le soir. On pouvait pas avoir assez d'argent pour faire tirer une belle affaire de même. Ça fait que je lui ai demandé: «Me donnez-vous la permission, je vais la garder pis je vais faire quelque chose d'autre». Je me demandais quoi faire, pis là je me suis dit tiens, je vais faire des danses indiennes. J'ai commencé à préparer tout ça. On s'est pratiqué pas mal souvent. Quand on a fait la danse, on a demandé 25 cennes pour l'entrée. C'était en 55, 25 cennes c'était bon marché. À l'époque, il y avait monsieur Gérard Bergeron, Il était journaliste à La Tribune. Il venait toujours chez mon oncle. Il faisait plusieurs reportages sur Odanak. Il a parlé de la danse indienne que je voulais faire dans le journal. Dans ce temps là, La Tribune ça allait loin, ça allait jusqu'en Ontario. Y a plein de gens qui sont venus pour voir la danse, des gens de partout qui venaient, parce que dans le journal c'était écrit : «Gros Pow Wow». Mais c'était pas un gros Pow Wow, c'était juste des danses indiennes, un petit spectacle. Moi je voulais juste faire tirer mon châle !
- C'est de même que ça a commencé un peu. Ça a réveillé le monde un peu (Femme 4 et Homme 3, Odanak, 2004).

La publicité qu'entraînèrent ces danses ne fut sans doutes pas étrangère à la popularité que connut le Pow Wow dans les années qui suivirent.

Le Pow Wow connu rapidement une grande popularité. Pendant plusieurs années, on pouvait voir des milliers de visiteurs déferler dans la communauté pendant la fin de semaine de la fête. Comme le mentionne un informateur : «Je me rappelle quand j'avais cinq ans six ans, aller jusqu'à 15-16 ans, c'était pas rare de voir 7 000, 8 000, 10 000 personnes la journée de la fête» (Homme 2, Odanak, 2004). Avec le temps, d'autres localités ont voulu imiter Odanak en organisant elles aussi des événements d'envergure. Selon certains, la baisse de popularité que connaît aujourd'hui le Pow Wow en serait issue.

Ça c'est développé à un rythme vraiment important, même que suite à ça, il y en a qui ont dit «si ça marche pour les Abénakis, ça va marcher pour nous autres aussi». Il y a eu le Festival de la Gibelotte à Sorel, les Fêtes du Vieux Trois-Rivières, le festival de Folklore de Drummondville. Un point important par rapport au Festival de Folklore de Drummondville, c'est qu'ils se sont servis de la fête des Abénakis comme tremplin. Pourquoi je dis ça, c'est que notre fête depuis 40 ans, ça se faisait le premier dimanche de juillet. Pour être capables d'aller chercher la clientèle, ils ont décidé de commencer le Festival de Folklore la même fin de semaine. Ça veut dire que la même clientèle touristique va maintenant à Drummondville. Il y a des gens de partout dans le monde à Drummondville, il y a des Russes, des Allemands, plein de nations regroupées là-bas. Qu'est-ce qu'on fait, on va tu voir les Abénakis, ou on va à Drummondville ? Là on a vu une démographie touristique qui s'est déplacée, pis les Abénakis se sont ramassés avec 500 personnes. Tu vois c'est une réalité touristique. Ça explique la situation (Homme 2, Odanak, 2004).

Encore aujourd'hui, le Pow Wow se déroule durant la première fin de semaine du mois de juillet. En 2004, on y présentait principalement des spectacles de danse, mais on y retrouvait aussi quelques kiosques d'artisanat. Des visites relatant l'histoire de l'église, de même que des promenades en canot sur la rivière St-François étaient également organisées. La fête ne se limitait pas qu'à la présentation de la culture abénakise, car des troupes de danse provenant d'autres nations étaient aussi présentes. Plusieurs visiteurs non autochtones s'y sont rendus, ce qui montre que la fête est toujours une occasion de présenter et de partager la culture abénakise.

2.2.6.3 L'artisanat

Bien qu'il ne soit pas aussi important qu'auparavant, l'artisanat est toujours présent à Odanak. On pratique toujours la vannerie, mais aussi le perlage et la fabrication de divers objets, comme des colliers, des mocassins ou des figurines de céramiques. Quelques boutiques ouvertes aux touristes ont pignon sur rue. Certains artisans partent également vendre leurs productions à l'extérieur de la communauté. Le Pow Wow est aussi une bonne occasion de faire des affaires.

2.2.7 En somme

On peut donc voir qu'il s'est opéré un changement au cours des années dans la situation du tourisme chez les Abénakis d'Odanak. Jadis, on partait à l'extérieur pendant de longues périodes pour aller guider, ou pour vendre de l'artisanat. Cette dernière activité était d'ailleurs très importante, allant même jusqu'à devenir le pilier de l'économie de la communauté au début du 20^e siècle. Aujourd'hui, la situation est presque inversée. Ce ne sont plus les Abénakis qui partent vers les touristes, mais les touristes qui viennent aux Abénakis. En fait, le tourisme ne se limite plus maintenant qu'à la communauté. Les pôles principaux sont le musée et le Pow Wow. L'artisanat quant à lui est toujours présent, mais il n'a plus l'importance d'antan. Les touristes, généralement des Européens, viennent donc à Odanak pour voir et entendre parler de culture, de folklore et de tradition.

2.3 Les Innus

Comme les Abénakis, les Innus des Amérindiens de langue et de culture algonquienne. Ils sont donc apparentés aux Cris, aux Naskapis, aux Attikameks et aux Algonquins (Dominique et Deschênes, 1985: 99). Nomades jusqu'à tout récemment, ils couvraient de vastes distances pour pratiquer les activités traditionnelles que sont la chasse, la pêche, le piégeage et la cueillette. Le *Nitassinan*, le territoire ancestral innu, s'étendait sur près du tiers de la péninsule du Québec-Labrador, allant de Québec jusqu'à Blanc-Sablon en passant par Schefferville et le Lac-St-Jean (Lepage, 2002: 75). Aujourd'hui, les Innus ont été sédentarisés dans différentes réserves situées au Labrador, sur la Côte-Nord et au Lac-St-Jean. Ainsi, on retrouve deux réserves au Labrador, soit Sheshatshit et Natuashish, puis neuf au Québec, soit Mashteuiatsh au Lac St-Jean, Essipit et Pessamit, sur la Haute-Côte-Nord, Uashat mak Mani-Utenam²⁶, Ekuanitshit et Nutahkuan, sur la Moyenne-Côte-Nord, Unamen Shipu et Pakua Shipi sur la Basse-Côte-Nord, puis Matimekosh située non loin de Schefferville (Charest & Clément, 1997 : 4).

Depuis longtemps, les Innus ont vu des non autochtones s'approprier et exploiter leurs territoires. Cette exploitation a débuté au 19^e siècle avec la mise en place des clubs privés sur les rivières à saumon (Richard, 2002:53-54 ; Frenette et Picard, 2002 : 44-45), puis elle s'est transformée au cours du 20^e siècle avec l'industrialisation des régions (Dominique, 1983 : 163). Les coupes forestières, l'exploitation minière et plus récemment les barrages hydroélectriques sont tour à tour venus s'implanter sur les terres occupées par les Innus limitant ainsi leur accès aux ressources. En parallèle, la colonisation a fait en sorte que des municipalités se sont bâties autour de plusieurs réserves, allant parfois jusqu'à les enclaver. Ajoutons à cela la création de réserves fauniques, de parcs, de zones d'exploitation contrôlées (ZEC), de pourvoiries et d'aires protégées qui sont encore une fois venu amputer le *Nitassinan* (Comtois, 1983: 241 ; Sachel et Charest, 1990 : 27). Les Innus ont donc bien plus souvent subi le développement qu'ils n'y ont participé.

On pourrait presque dire que la sédentarisation des bandes innues s'est fait parallèlement à l'exploitation de leurs territoires. Ainsi, les réserves plus à l'ouest comme celles de Mashteuiatsh, Essipit et Pessamit ont été créées durant la deuxième moitié du 19^e siècle. Sensiblement au même moment où l'exploitation forestière prenait son essor au Lac St-Jean et sur la Haute-Côte-Nord (Frenette et Picard, 2002 : 39). Les réserves plus à l'est, n'ont été créées que beaucoup plus

²⁶ Uashat et Mani Utenam, sont deux communautés administrées par un seul Conseil de bande.

récemment, suivant grosso modo le développement de l'exploitation industrielle des ressources de la Moyenne et de la Basse Côte-Nord.

La mise en réserve a eu un impact immense pour les Innus. Avec la construction des maisons et l'arrivée des écoles, les femmes et les enfants ont progressivement cessé d'accompagner les hommes lors du séjour en territoire. Ceci a poussé plusieurs familles à modifier ou à limiter leurs activités en forêt (Frenette et Picard, 2002 : 112 ; Dominique, 1983 ; Brassard, 1983). La transmission intergénérationnelle de la culture et des savoirs s'en est donc trouvée ébranlée. En parallèle, la population des diverses communautés s'est mise à augmenter, ce qui fut en très grande partie dû au mode de vie de plus en plus sédentaire (Frenette et Picard, 2002 : 73 ; Dominique, 1983 : 120). Il fallut également s'adapter à cette nouvelle façon de vivre et subvenir à de nouveaux besoins. Les Innus durent alors composer avec la modernité, et faire face à de nouvelles réalités comme l'achat et l'entretien de produits manufacturés ou l'utilisation de l'électricité.

La scolarisation obligatoire et plus tard l'arrivée de la télévision sont par la suite venus transmettre de nouvelles valeurs aux jeunes générations. Ainsi, dans les années 50, des pensionnats pour enfants autochtones ont été créés par le gouvernement fédéral. Les enfants innus étaient donc retenus dix mois par année dans ces institutions, demeurant loin de leurs familles et loin de leur culture. Ainsi séparé, plusieurs ont perdu leur langue et n'ont pu connaître le mode de vie de leurs parents, ce qui n'aida en rien à la transmission de la culture, qui était déjà chancelante.

Aujourd'hui, certains organismes comme l'ICEM (Institut culturel et éducatif montagnais) tentent de revitaliser et de revaloriser l'*innu aitun*, la culture innue, et l'*innu aimun*, la langue innue. Dans les communautés, divers programmes ont été mis en place pour revitaliser l'usage de la langue innue. On l'enseigne dans les écoles de bande. Ainsi, dans certaines communautés, une bonne partie de l'enseignement des niveaux préscolaires et primaires se fait en *innu aimun* (Charron et Boudreault, 1994a : 41 ; 1994b : 38). Des programmes ont aussi été mis en place pour valoriser et transmettre la culture aux jeunes générations (Charron et Boudreault, 1994a : 41). Ceci se traduira souvent par des séjours en territoire avec des aînés.

On tente également de se réapproprier le *Nitassinan*. À la fin des années 1970, les communautés innues du Québec se sont regroupées pour amorcer des revendications territoriales. Aucun traité de cession du territoire n'ayant été signé par les Innus, leurs droits territoriaux sur le *Nitassinan*

demeurent valides (Lepage, 2002 : 53). Le processus de revendication qui est toujours en cours aujourd'hui vise donc la reconnaissance de ces droits ainsi que la prise en charge du développement via une autonomie politique et administrative (Charest, 2003 :188). Présentement, les Innus ne sont plus rassemblés en une seule association négociant avec les gouvernements, mais bien en trois entités de négociation distinctes. On retrouve donc le Conseil Tribal Mamuitun, qui regroupe les bandes de Mashteuiatsh, Essipit, Pessamit et Nutahkuan. On retrouve également l'Assemblée Mamu Pakatatau Mamit, qui est en quelque sorte la branche politique du regroupement Mamit Innuat, un conseil tribal qui comprend les bandes d'Ekuanitshit, Unamen Shipu et Pakua Shipi. Plus récemment, les bandes de Uashat mak Mani Utenam et de Matimekosh se sont elles aussi réunies pour former une troisième entité de négociation, nommée la Corporation Ashuanapi.

Les activités traditionnelles que sont la pêche, la chasse, le piégeage et la cueillette ne peuvent plus combler les besoins des Innus (Frenette et Picard, 2002 : 111 ; Dominique, 1983 : 120). On assiste d'ailleurs à une modification de leur pratique. Autrefois, la vie qui était basée sur ces activités se déroulait en territoire. Aujourd'hui, c'est la réserve qui est devenue le lieu où la communauté vit et tente de s'organiser (Dominique, 1983 : 120). Les activités traditionnelles sont toujours pratiquées mais elles n'ont plus une aussi grande importance économique qu'auparavant.

La plupart des communautés innues se trouvant en régions éloignées, il devient difficile pour elles de développer et d'entretenir une économie prospère basée sur des entreprises du secteur primaire et secondaire. Pour plusieurs d'entre elles, la principale source de revenus provient des paiements de transfert gouvernementaux. La majeure partie des emplois occupés par les résidents provient quant à elle du secteur des services. De fait, dans la plupart des communautés, le principal employeur est le Conseil de bande. Une des principales perspectives de développement est celle de l'exploitation des ressources. On pense donc à des projets concernant des secteurs comme la foresterie, la pêche ou la construction de mini-centrales hydroélectriques. Cependant, une autre avenue possible et envisagée par plusieurs est celle du développement touristique.

2.4 Mashteuiatsh

Le profil socioéconomique de Mashteuiatsh est présenté en suivant la même structure employée pour décrire la communauté d'Odanak. Il y sera donc question de la situation géographique de la

réserve, de ses caractéristiques démographiques, de son organisation institutionnelle, de sa situation économique et, finalement, de la situation de son industrie touristique. On y remarquera d'ailleurs que la communauté présente sensiblement les mêmes types d'attraits touristiques que ceux d'Odanak.

2.4.1 Situation

La communauté de Mashteuiatsh est l'une des neuf communautés innues du Québec. Elle est située sur la rive ouest du Lac St-Jean, tout près de la ville de Roberval. L'endroit a longtemps été fréquenté par les *Pekuakamiulnuatsh*²⁷ qui y établissaient leurs camps d'été. Cependant, l'occupation permanente du site est plus récente. En effet, c'est en 1856 que la réserve est officiellement créée²⁸. On désignait alors l'endroit du nom de Pointe-Bleue en raison dit-on «de la teinte bleue très marquée qui la caractérise, tant le matin que le soir du côté du lac» (Noël C., 1997 : 18).

Lors de sa création en 1856, la réserve s'étalait sur 9 324 hectares, soit un peu plus de 93 km². Au fil des ans, sa superficie a connu quelques modifications, car une partie du territoire a été cédée au gouvernement fédéral. Aujourd'hui, Mashteuiatsh s'étend sur environ 15 km² (MAINC, 2005).

2.4.2 Population

Dès la mise en place de la communauté, la population était d'origine diverse. On y retrouvait bien sûr des Innus du Lac St-Jean, mais aussi des Innus de Pessamit, des Cris de Mistassini, des Attikamekw d'Obedjiwan, de même que des Abénakis venant de la rive sud du St-Laurent (Van der Put, 1960 : 11). À ces gens se sont aussi adjoint quelques non autochtones, comme des Canadiens-Français, des Écossais, des Irlandais et des Allemands. La population actuelle de Mashteuiatsh est donc issue de plusieurs cultures différentes.

Selon le registre des Indiens inscrit, 4 728 personnes étaient rattachées à la bande de Mashteuiatsh en 2004 (MAINC, 2004). De ce nombre seulement 2 026 habitaient la communauté (Idem). En se fiant à la population totale, Mashteuiatsh était la communauté innue la plus peuplée devant Uashat mak Mani Utenam (3 387 habitants) et Pessamit (3 362 habitants). Cependant, lorsqu'on ne considère que la population résidente, la communauté passait au troisième rang derrière Uashat mak Mani Utenam (2 766 habitants) et Pessamit (2 673 habitants). En fait, Mashteuiatsh est

²⁷ Les Innus du Lac-St-Jean.

²⁸ En 1853, une réserve avait été créée à l'embouchure de la rivière Métabetchouan, mais suite à la pression des colons canadiens-français, on décide de la déplacer vers le Nord, à l'endroit où elle se trouve aujourd'hui (Noël C., 1997 : 18).

probablement la communauté innue comptant le plus grand nombre de membres résidant à l'extérieur. La population de Mashteuiatsh semble être en croissance, car de 1996 à 2001, elle a augmenté de presque 8 %. Pendant ce temps, la municipalité voisine de Roberval a vu sa population diminuer d'un peu plus de 6 %. Mentionnons également que la population de Mashteuiatsh est une population jeune. Ainsi, en 2001, près de 42 % de la population résidante avait moins de 25 ans (Statistique Canada, 2001). À titre comparatif, cette proportion n'était que de 31 % pour l'ensemble du Québec lors de la même année (Idem).

2.4.3 Organisation institutionnelle

Depuis 1876, la communauté de Mashteuiatsh est administrée par le Conseil des Montagnais du Lac-St-Jean. Ce conseil est composé d'un chef et de six conseillers (Mashteuiatsh, 2005). Ceux-ci sont élus par suffrage universel à tous les trois ans (Idem). Chaque membre de la communauté âgé de plus de 18 ans peut voter. Le Conseil de bande entretient des relations à la fois politiques et administratives avec le Conseil tribal Mamuitun. Celui-ci regroupe les bandes de Mashteuiatsh, Essipit, Pessamit, Uashat mak Mani-Utenam et Nutahkuan et administre certains programmes depuis leur décentralisation par le gouvernement fédéral au début des années 1990. Il représente également les communautés de Mashteuiatsh, Essipit, Pessamit et Nutahkuan dans la négociation territoriale globale avec les gouvernements du Canada et du Québec.

2.4.4 Scolarisation

Le secteur de l'éducation est administré par le Conseil de bande. On retrouve deux écoles dans la communauté. L'école Amishk accueille les élèves des niveaux préscolaire et élémentaire, tandis que les élèves du niveau secondaire fréquentent l'école Kassinu Mamu. En plus de la formation scolaire conventionnelle, les élèves de l'école Kassinu Mamu suivent également des cours sur l'histoire et la culture ilnue. La langue ilnue est également enseignée comme langue seconde. Des classes d'immersion sont aussi offertes aux élèves de 4 à 5 ans. Le niveau de scolarisation de Mashteuiatsh est l'un des plus élevé parmi les communautés innues. Il demeure cependant faible lorsqu'on le compare à la moyenne québécoise (Statistique Canada, 2005).

2.4.5 Économie

Je décrirai ici l'économie de la communauté de Mashteuiatsh au cours de mon passage en 2004. Je comparerai notamment la situation de la communauté (taux d'activité, taux de chômage) à celle de la municipalité voisine de Roberval, ainsi qu'à celles de certaines communautés innues

de la Moyenne et de la Basse Côte-Nord. Je décrirai par la suite la structure économique de la communauté en parlant des commerces et des industries qu'on y trouvait à l'époque.

2.4.5.1 Principaux indicateurs économiques

Le tableau 2 rend compte de l'évolution de la situation économique dans la communauté de Mashteuiatsh ainsi que dans la municipalité voisine de Roberval. En observant le taux d'activité chez la population active, on remarque que cet indicateur était un peu plus faible à Mashteuiatsh qu'à Roberval. Cet écart tendrait cependant à diminuer, car le taux d'activité a connu une légère hausse entre 1996 et 2001 dans la communauté de Mashteuiatsh, alors qu'il a faiblement baissé du côté de Roberval. Le taux de chômage est quant à lui beaucoup plus important dans la réserve que dans la municipalité. Malgré une baisse non négligeable du taux entre 1996 et 2001, l'écart demeure grand (plus de 2,5 fois plus élevé). On peut cependant voir que l'économie de Mashteuiatsh semble connaître une certaine croissance dans les dernières années, alors celle de Roberval semble se maintenir.

Tableau 2 Taux d'activité et de chômage à Mashteuiatsh et Roberval, selon le sexe (1996, 2001)

	Mashteuiatsh		Roberval	
	1996	2001	1996	2001
Taux d'activité	55,8 %	57,5 %	61,3 %	60,9 %
Hommes	62,8 %	63,6 %	67,9 %	67,3 %
Femmes	50,4 %	52,2 %	54,9 %	54,9 %
Taux de chômage	31,7 %	26,0 %	10,9 %	10,3 %
Hommes	36,8 %	30,5 %	12,8 %	13,1 %
Femmes	25,4 %	20,8 %	8,6 %	6,9 %

Source: Statistique Canada, 2005

En 2001, le taux d'emplois pour la communauté de Mashteuiatsh était de 42,5%, ce qui était beaucoup plus bas que le taux de Roberval qui était de 54,7 % (Statistique Canada, 2005)²⁹. Comme la ville voisine, la réserve semble avoir de la difficulté à employer sa main-d'œuvre disponible.

²⁹ Malheureusement ce taux n'était pas disponible dans la présentation des résultats du recensement de 1996.

En comparant la situation de Mashteuiatsh avec la moyenne québécoise, on se rend compte que la situation économique y est moins bonne qu'ailleurs en province. Ainsi, le taux de chômage y est passablement plus élevé, la moyenne québécoise étant de 8,2 % en 2001. De plus le taux d'activité est en deçà des 64,2 % prévalant dans l'ensemble du Québec pour la même année. Le taux d'emplois était lui aussi inférieur à la moyenne provinciale de 58,9 % en 2001. En regardant le tableau 3, on constate que la situation de Mashteuiatsh est tout de même meilleure que celles d'autres communautés innues plus éloignées. Ainsi, en 2001 les taux de chômage étaient plus élevés dans les communautés d'Ekuanitshit, de Nutahkuan, d'Unamen Shipu et de Pakua Shipi. Le taux d'emploi était lui aussi meilleur à Mashteuiatsh que dans les communautés de la Moyenne et de la Basse Côte-Nord³⁰.

Tableau 3 Taux d'activité, taux de chômage et taux d'emploi à Mashteuiatsh Ekuanitshit, Nutahkuan, Unamen Shipu et Pakua Shipi (2001)

	Mashteuiatsh	Ekuanitshit	Nutahkuan	Unamen Shipu	Pakua Shipi
Taux d'activité	57,5 %	60,4 %	51,1 %	38,9 %	65,4 %
Taux de chômage	26,0 %	34,4 %	28,9 %	26,5 %	35,3 %
Taux d'emploi	42,5 %	41,5%	34,8 %	28,4 %	41,6%

Source: Statistique Canada, 2005

2.4.5.2 Structure économique

L'activité économique de la communauté tourne principalement autour du secteur tertiaire qui comptait pour 72,3 % des emplois en 2001. Les secteurs primaire et secondaire n'occupaient quant à eux que 10,6 % et 17 % des emplois (Statistique Canada, 2005). Une étude provenant de la communauté montre que durant la même année, 791 emplois étaient disponibles dans la réserve. De ce nombre, 468 emplois provenaient du secteur privé, contre 323 qui provenaient des secteurs public et parapublic (SDEI, 2001). Ceci montre que, contrairement à ce qui prévaut dans la majorité des communautés autochtones du Québec, le Conseil de bande n'est pas le principal employeur à Mashteuiatsh. Les principaux secteurs d'activité après le public et le parapublic étaient la foresterie (91 emplois), l'industrie manufacturière (85 emplois), les services (65

³⁰ Notons cependant que le taux d'emplois n'était pas beaucoup plus faible dans les communautés d'Ekuanitshit et de Pakua Shipi.

emplois), le commerce de détail (51 emplois), le transport (33 emplois), la construction (31 emplois) et l'hébergement-restauration (13 emplois) (Idem).

La communauté compte certaines grandes et moyennes entreprises, comme la compagnie de tabac ADL Tobacco qui employait plus de 80 personnes en 2001, ainsi que la scierie Pieuagamie, qui faisait travailler une vingtaine de personnes. Un bon nombre de commerces de petite et de moyenne envergure ont aussi pignon sur rue. Parmi ceux-ci, on retrouve entre autres un commerce de fourrure, une demi-douzaine de dépanneurs, une épicerie, deux stations services, des restaurants, deux campings, ainsi que quelques boutiques d'art et d'artisanat. On retrouve aussi plusieurs entreprises de construction, ce secteur ayant connu une forte croissance depuis la mise en place du chantier d'Hydro-Québec sur la rivière Péribonka. Fait à noter, on retrouve également deux entreprises agricoles, ce qui est plutôt rare dans les communautés autochtones du Québec, soit une ferme d'élevage bovin et une entreprise de culture en serre.

Dans le but de se sortir de la dépendance face aux paiements de transfert, le Conseil de bande cherche à conjuguer ses efforts avec ceux du secteur privé pour mettre en place de nouvelles entreprises créatrices d'emplois dans la communauté. En 2001, il a donc créé la Société de Développement Économique Innu (SDEI). Cet organisme indépendant du Conseil de bande vise à soutenir la création d'entreprises. Il a également pour tâche d'identifier des orientations de développement ainsi que des projets réalisables. L'axe principal de développement identifié par la SDEI est celui du tourisme.

2.4.6 L'industrie touristique

Le tourisme n'est pas un phénomène nouveau pour les *Pekuakamiulnuatsh*. En effet, Van der Put mentionne que vers la fin du 19^e siècle, bon nombre de touristes américains venaient dans la région pour y chasser et y pêcher. Ce genre de tourisme s'est développé grâce à un Américain du nom de Horace Jansen Beemer. En 1888, ce dernier fit construire deux gros hôtels dans la région, dont un tout près de Pointe-Bleue. Pendant près de 20 ans, l'industrie fut florissante et attira des milliers de chasseurs, de pêcheurs et de villégiateurs. Comme ce fut le cas chez les Abénakis, des gens de la communauté furent engagés pour guider les touristes dans leurs excursions de chasse et de pêche, ou encore pour enseigner les rudiments du canot aux visiteurs. Certains profitèrent également de l'afflux de voyageurs pour vendre des produits artisanaux. Suite à la crise économique de 1929, les touristes se firent de plus en plus rares et les hôtels de Beemer fermèrent.

Certains *Pekuakamiulnuatsh* continuèrent tout de même à guider des touristes jusqu'à tout récemment. Cette activité fut en quelque sorte le premier développement touristique à Mashteuiatsh. Comme l'explique des informateurs de la communauté :

Si on recule jusque dans les années 50, à ce moment là, il n'y avait peut-être pas beaucoup de touristes canadiens, mais il y avait beaucoup de touristes américains. Il y avait beaucoup de pêcheurs et de chasseurs qui venaient et les gens d'ici étaient habitués à travailler comme guides de chasse et de pêche. [...] Ça été un peu la première source de développement dans la communauté de servir de guide, de recevoir des touristes (Homme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Le fait aussi qu'il y avait des pourvoiries de propriétés américaines a fait en sorte que nos ancêtres, mon père, mon grand-père, mes oncles, sont devenus des guides dans ces pourvoiries là, à cause de la connaissance qu'ils avaient du milieu et de la sécurité qu'ils pouvaient amener lors des excursions en forêt de la clientèle américaine. Il y avait un contact qui était là, qui était présent au niveau de la communauté de Mashteuiatsh (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004).

2.4.6.1 L'artisanat

L'artisanat fut très important dans le développement du tourisme à Mashteuiatsh. Lorsque Van der Put produisit son rapport en 1960, il mentionnait que depuis longtemps, Pointe-Bleue était connue pour ses souvenirs. Gants, mocassins, raquettes, toboggans et paniers d'écorces étaient autant de produits prisés par les visiteurs. Van der Put écrit aussi que :

«According to informants, the colored beadwork and embroidering on moccasins and other leather work has become popular especially during the last 85 years, and seems to have been the result of the tourist demand» (Van der Put, 1960 : 27).

On peut donc voir qu'à la longue, la demande des touristes a fini par influencer l'art populaire.

Aujourd'hui, l'artisanat est toujours présent dans la communauté. On y retrouve d'ailleurs plusieurs boutiques offrant divers objets, comme des mocassins, des bracelets ou des paniers d'écorce de bouleau.

2.4.6.2 Le musée

Le tourisme ethno-culturel de Mashteuiatsh ne se limite cependant pas qu'à l'artisanat. En effet, depuis 1977, le Musée Amérindien de Mashteuiatsh fait connaître la culture inlue aux visiteurs tout en permettant de «sauvegarder les éléments fondamentaux de la culture des Montagnais» (Gill, 1987 : 137). Selon les informateurs rencontrés, le musée aurait été créé au moment où la communauté connaissait une période d'affirmation culturelle.

Donc à cette époque là, il y a eu une prise de conscience politique, une prise de conscience culturelle, qui a fait en sorte que les communautés ont commencé à trouver ça important que

les gens connaissent qui ils sont. Il y a eu un retour aux sources qui s'est fait et il y a eu un développement qui s'est développé parallèlement si on peut dire, un développement social de la communauté, malgré toutes les difficultés qu'on rencontrait au niveau social. Le tourisme est devenu une cible comme marché au niveau économique. En même temps, il est devenu un moyen pour nous de se ressourcer dans notre culture. Il y a eu beaucoup de recherche qui ont été faites par des individus sur leur culture. Ici, il y a eu la naissance de la Société d'histoire et d'archéologie de Mashteuiatsh qui a été mise en place. Il y a eu la prise en charge tranquillement de la part du Conseil de bande des programmes que le ministère administrait sur la communauté, donc il y a eu une sorte d'importance (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004).

En créant le musée, on avait donc deux buts bien précis. On voulait d'abord que les gens de la communauté sachent qui ils sont et d'où ils viennent³¹. On voulait également montrer aux gens de l'extérieur qui sont les *Pekuakamiulnuatsh*. On voulait ainsi raviver un sentiment de fierté culturelle en montrant au monde qui sont les *Pekuakamiulnuatsh* et en montrant aux *Pekuakamiulnuatsh* que le monde s'intéresse à eux.

Le musée compte deux salles d'exposition. La plus grande présente une exposition permanente relative à l'histoire et à la culture des *Pekuakamiulnuatsh*³². La plus petite accueille des expositions temporaires concernant le monde autochtone ou la nordicité. On peut parfois y voir des œuvres d'artistes de la communauté. Le musée compte aussi un centre de documentation accessible à tous. Ce centre contient plusieurs documents relatifs à l'histoire et à la culture des *Pekuakamiulnuatsh* et des Innus en général. Mentionnons également que l'établissement est régulièrement l'hôte de présentations de tout genre. Le musée devient donc un lieu de rassemblement pour la population de la communauté.

Dans la même lignée que le musée, on retrouve aussi le centre d'interprétation de la traite des fourrures qui fait connaître aux visiteurs l'importance qu'a eu cette industrie pour les gens de la communauté. On y présente une exposition relatant l'histoire de la traite des fourrures à Mashteuiatsh.

2.4.6.3 Le tourisme en territoire

Une autre part de l'industrie touristique de Mashteuiatsh se déroule à l'extérieur de la réserve. Ainsi, on a développé ce qu'on pourrait appeler le tourisme en territoire. Cette forme de tourisme plus «proactive» ne fait pas que présenter la culture ilnue aux touristes. Elle la leur fait aussi vivre. Elle permet en effet d'accueillir des petits groupes en forêt, puis de leur faire découvrir des aspects de la vie traditionnelle ilnue en y prenant part. Les visiteurs ont donc l'occasion de dormir

³¹ Le musée a également la mission de conserver la culture pour pouvoir la faire connaître aux générations futures.

³² L'exposition permanente a changé à quelques reprises depuis la création du musée. La dernière modification s'est faite lors de l'agrandissement du bâtiment en 1997. En 2004, la direction de l'établissement était à la recherche de financement pour la renouveler.

sous la tente, d'écouter des légendes, de manger des mets traditionnels et plus encore, d'être en dialogue avec des *Pekuakamiulnuatsh*.

Cette forme de tourisme est surtout prisée par les voyageurs européens. À ma connaissance, seulement deux entreprises de la communauté œuvraient dans ce secteur en 2004. Le Conseil de bande a quant à lui élaboré un projet d'accueil sur la rivière Ashuapmushuan, mais ce dernier n'est toujours pas en activité.

2.4.7 En somme

Comme à Odanak, la clientèle touristique de Mashteuiatsh est surtout composée d'Européens. La grande majorité des attraits sont concentrés sur la réserve, les pôles principaux étant le musée, le centre d'interprétation des fourrures et les diverses boutiques d'art et d'artisanat. Le développement touristique se centre donc beaucoup sur le tourisme conventionnel, voire sur un tourisme de masse, souvent composé de visiteurs de passage. Cependant, un autre pôle tend aussi à se développer à l'extérieur de la communauté : le tourisme en territoire. Contrairement au tourisme «sur réserve», il vise souvent une clientèle plus intéressée qui demeure pour une plus longue période. Le développement touristique de Mashteuiatsh comporte donc les deux types d'attraits propres au tourisme autochtone québécois identifiés par Delisle et qui ont été décrits au chapitre 1 (1998 : 6). Comme nous le verrons plus loin, ces deux formes de tourisme comptent toutes deux des avantages et des inconvénients.

CHAPITRE 3 LA PERCEPTION DU TOURISME CHEZ LES GENS D'ODANAK

Au cours de ce chapitre, il sera question des perceptions que les informateurs d'Odanak ont du développement touristique de leur communauté. On verra d'abord quelle est, selon eux, l'importance de ce type de développement. Je présenterai par la suite quels sont les effets et les retombées qui ont été associés au développement touristique par les informateurs rencontrés. On pourra ainsi s'apercevoir que le tourisme ethnoculturel comporte à la fois des incidences positives et des retombées négatives. J'exposerai aussi les différents éléments que les informateurs ont identifiés comme des entraves à l'essor et au développement du tourisme ethnoculturel dans leur communauté. Je traiterai finalement des pistes de solutions proposées par les mêmes personnes pour améliorer la situation existante.

3.1 L'importance du tourisme dans la communauté

Lors des entrevues, les informateurs ont d'abord été questionnés sur l'importance du tourisme dans la communauté. Tous s'entendent pour dire que le tourisme est important à Odanak. Pour appuyer cette idée, certains font valoir que ce secteur d'activité est présent depuis longtemps dans la vie des gens de la communauté. D'autres se basent sur des arguments plus économiques et mentionnent que bon an mal an l'endroit connaît toujours un achalandage touristique appréciable. Dans la même optique, certains invoquent les retombées économiques intéressantes que cette industrie apporte dans la communauté et dans la région. Quelques-uns y perçoivent finalement une importance plus culturelle, soulignant que le tourisme permet souvent de garder certaines traditions vivantes.

On remarque cependant que des informateurs apportent quelques nuances à leurs propos. Ainsi certains expliquent que malgré son importance, le tourisme ne crée que quelques emplois dans la communauté. D'autres pensent également que ce secteur d'activité ne profite en fait qu'à quelques personnes. Quelques répondants mentionnent par ailleurs que le tourisme ne doit pas être vu comme le seul pôle de développement à prioriser à Odanak. Certes, ce secteur génère un certain apport économique tout en permettant un développement social. Cependant, on croit qu'il vaut mieux chercher à diversifier l'économie plutôt qu'à l'axer uniquement sur ce seul secteur. On peut donc voir que dans la perception des gens, le développement touristique de la communauté compte à la fois des retombées positives et d'autres plus négatives.

3.2 Les retombées du tourisme ethnoculturel

Comme nous venons de le voir, les informateurs rencontrés ont parfois une position mitigée face au développement touristique de leur communauté. En fait, aucun d'entre eux ne semble avoir une perception totalement positive ou totalement négative de la situation. Un certain nombre de retombées positives et négatives peuvent cependant être dégagée de leurs discours. Elles sont décrites en détail au cours des lignes qui suivent.

3.2.1 Retombées positives

Selon ce qui ressort des entrevues réalisées à Odanak, le tourisme ethnoculturel amène plusieurs retombées positives dans la communauté. Celles-ci peuvent être regroupées en trois catégories, soit les retombées économiques, les retombées sociales et les retombées culturelles.

3.2.1.1 Retombées économiques

Seulement quatre répondants nous ont parlé de retombées économiques lors des entrevues. L'impact le plus souvent soulevé a été la création d'emplois. Trois répondants signalent en effet que l'industrie touristique a permis de créer un certain nombre d'emplois dans la communauté. Pensons entre autres aux gens qui travaillent au musée, ou encore aux artisans qui tiennent des boutiques.

Il y a une importance au niveau économique là, ça c'est indéniable. Il y a une importance au niveau économique, parce que juste le musée en tant que tel engage des gens pour recevoir les gens qui viennent ici dans la communauté. Donc ça c'est une importance économique, ça donne des emplois à des gens, même si c'est pas des emplois à temps plein, même si c'est juste des saisonniers, c'est juste des emplois d'été, ça créé de l'emploi (Femme 3, Odanak, 2004).

On mentionne également que l'achalandage touristique apporte de l'argent dans la communauté. Ainsi, lorsque des visiteurs viennent au musée ou au Pow Wow, ils dépensent dans la communauté. En se rendant au poste d'essence, au dépanneur ou au restaurant, ils constituent une nouvelle clientèle pour ces commerces. On mentionne par ailleurs que cet apport d'argent se fait également ressentir dans le reste de la région, car les petits commerces des environs profitent eux-aussi du passage des touristes.

Si on reste dans le domaine de l'économie, ça a des retombées économiques au niveau des commerces. On a un restaurant dans la communauté, il y en a deux autres à Pierreville, il y a un motel pas loin, ben y sont souvent en occupation. Quand on a des groupes aussi, comme on n'a pas de restaurant à l'intérieur du musée, ben y débordent, ils vont là. Ils achètent de l'essence. On a un poste d'essence, il y en a d'autres à Pierreville, donc tout ça c'est des retombées. Ça c'est des retombées économiques au niveau régional pis local (Femme 3, Odanak, 2004).

On mentionne finalement que l'afflux de visiteurs permet à plusieurs artisans de vendre leur production sans avoir à se déplacer à l'extérieur comme on le faisait autrefois. Ainsi, les différentes boutiques que l'on retrouve dans la communauté réussissent à maintenir un bon rendement grâce à la présence des touristes.

On a des artisans ici. Il y a plusieurs artisans qui, parce qu'il y a du tourisme, ont des boutiques. Les gens ont des boutiques chez eux, donc les [touristes] se promènent, vont dans les boutiques, pis y font des achats là. Il y a des artisans qui sortent pas, qui vont pas vendre ailleurs, qui vont attendre que les gens viennent ici. Eux autres ils ne dépendent que du tourisme, parce qu'ils vont nulle part ailleurs. Donc ça, c'est sûr que si ça fonctionne pis qu'ils continuent à faire fonctionner leurs boutiques d'une année à l'autre à quelque part, ça vaut la peine. Si non, ils fermeraient boutique. Donc ça, ça reste toujours dans le domaine économique (Femme 3, Odanak, 2004).

C'est sans doute les forts achalandages des premiers Pow Wows qui ont fait réaliser aux commerçants que la vente d'artisanat pouvait aussi se faire dans la communauté. Comme l'explique un informateur :

Quand tu sors de la communauté pour aller vendre ton artisanat, il y a des frais de transport. Quand tu traverse la frontière, il y a des coûts de taxes et de douane pour traverser tes marchandises. Avec la fête, les gens se sont dit qu'ils étaient aussi bien de rester à Odanak. La fête de la famille Abénakis amenait des gens chez nous, ça veut dire qu'il n'y avait plus de frais de déplacement (Homme 2, Odanak, 2004).

D'ailleurs, le Pow Wow est toujours identifié comme le temps fort de l'année pour la vente d'artisanat dans la communauté

Q : Ça doit être intéressant pour les artisans. Ils doivent vendre plus de produits à l'occasion du Pow Wow.

Oui, justement. Le samedi et le dimanche surtout, parce qu'on organise un paquet d'activités ces deux jours là, jusqu'à minuit le samedi soir. Étant donné que les activités se passent toutes là, avec les artisans qui sont là, ben là, ils ont de bonnes occasions de vendre des choses (Femme 2 Odanak, 2004).

En somme, on pourrait dire qu'à Odanak les principaux bienfaits économiques du tourisme sont la création d'emplois et l'injection d'argent extérieur dans l'économie locale. Cette entrée de capital permettant au passage de soutenir l'industrie traditionnelle qu'est l'artisanat.

3.2.1.2 Retombées sociales

Si seulement quelques répondants ont mentionné que le tourisme ethnoculturel engendre des retombées économiques intéressantes, la presque totalité est d'avis qu'il apporte des bienfaits au niveau social. En effet, plusieurs incidences positives concernant le plan social ont été soulevées lors des entrevues. Le plus grand de ces avantages vient probablement de la rencontre entre les cultures qu'occasionne le tourisme. En prenant ainsi contact, visiteurs et visités en viennent à

échanger et à mieux se connaître. Pour les touristes, québécois comme européens, ce sera bien souvent l'occasion de découvrir que les Amérindiens en général et les Abénakis en particulier ne sont pas nécessairement comme ils les avaient imaginés.

C'est sûr qu'il y a des gens qui viennent à Odanak, qui découvrent. Tu sais, ils ont une image noire comme à Kahnawake. Quand ils arrivent ici, il me semble qu'ils rentrent dans le calme. Ils découvrent que c'est juste une petite partie qui est comme ça, qu'il y a d'autres Indiens qui marchent comme il faut, pis qui ont des choses à offrir, pis des choses à montrer.

Q : Donc le tourisme permet d'abattre les préjugés.

Oui, oui. Si les gens font rien que chialer pis qu'ils ne viennent pas voir. Ils vont rester avec leur idée que tous les Indiens sont comme ils pensent.

Q : Donc le tourisme n'a pas juste des avantages économiques

Non, non. C'est pour que les gens apprennent, qu'ils viennent voir pis qu'ils se rendent compte qu'on est pas tous dans le même sac (Femme 2, Odanak, 2004).

Pour les Abénakis, la rencontre occasionnée par le tourisme est souvent l'occasion de remettre les pendules à l'heure et de faire connaître leur réalité aux visiteurs. Ainsi, comme le mentionne cette informatrice :

Ils y a beaucoup d'Européens qui venaient pour ça, pour le côté folklorique. On a dit nous, c'est pas ça que vous allez voir ici, c'est pas le côté folklorique. On va vous montrer des wigwams, qui sont fait en écorce, comment on vivait autrefois, mais on peut vous montrer une école de multimédia aussi. On a ça sur la réserve aussi aujourd'hui. Les totems vous les voyez là, ils sont beau les totems, mais ça, il y a 40 ans, il y a 50 ans, il n'y en avait pas à Odanak. C'est pour plaire aux touristes qu'on les a mis là, ça appartient pas à notre culture. On leur dit. Ça sert à rien de faire semblant. Tu sais on leur dit, pis ils sont contents, parce qu'ils ont appris de quoi (Femme 3, Odanak, 2004).

Une autre personne rajoute :

Il faut pas les laissé aller non-plus, il ne faut pas les laisser aller dans l'ignorance, parce qu'après ça, ils vont aller transmettre leurs préjugés à d'autres, pis à d'autres. À toute les fois t'es obligé d'éduquer le monde. Quand on est dans le tourisme, on est obligé. C'est une job qui est faite pour ça (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

Le tourisme devient alors un lieu d'échange et de rencontre entre les cultures, un médium qui permet de répondre aux questionnements des visiteurs, de rétablir les faits et même d'abolir des préjugés. C'est sans contredit l'une des retombées majeures.

Dans la même lignée, des informateurs mentionnent également que le tourisme permet de faire connaître la communauté au reste du monde, ce qui semble très important pour eux. Comme l'une d'entre elle le dit si bien : «Pis ça fait connaître la communauté. Ça c'est quelque chose, ça fait connaître la communauté» (Femme 1, Odanak, 2004). Ainsi, la renommée qu'acquière Odanak et la reconnaissance que reçoivent les Abénakis leurs procurent un certain sentiment de fierté collective. Comme on l'a vu au chapitre précédent, ce sentiment n'a pas toujours été très présent

dans la communauté. À une certaine époque, plusieurs gens d'Odanak, comme bien d'autres Amérindiens du Québec et du Canada, avaient honte de ce qu'ils étaient. Ils cherchaient à se dissocier de leurs origines et préféraient souvent adopter les manières de faire de la société dominante. Le développement touristique a donc eu cet impact non négligeable de contribuer au rehaussement de la fierté identitaire chez les gens d'Odanak.

Ce sentiment de fierté peut également être vécu à un niveau plus individuel, particulièrement chez les gens qui participent au tourisme. On m'a entre autres parlé du sentiment d'accomplissement personnel qui se développe souvent chez les guides travaillant au musée. Pour les jeunes de la communauté qui occupent le plus souvent ce type d'emplois, le fait de devoir parler devant un groupe de touristes est souvent intimidant. La réalisation de cette tâche rehausse cependant leur estime d'eux-mêmes. Elle leur permet également de recevoir une certaine reconnaissance de la part des visiteurs, ce qui contribue encore une fois à les valoriser. Comme le mentionne une informatrice :

Ben oui, ben oui, ils sont fiers. Et souvent à la fin de la visite, ces gens là vont être remerciés. On voit dans le livre des visiteurs, telle visite, on l'a faite avec tel guide, c'est fantastique, c'est extraordinaire. Tu lis ça pis c'est intéressant de voir ça sur toi. Pis tout le monde voit ça aussi tu sais (Femme 3, Odanak, 2004).

Certains informateurs expliquent par ailleurs que l'industrie du tourisme permet d'occuper les jeunes. En effet, les activités liées au tourisme donnent souvent un nouvel intérêt aux adolescents, les dirigeant vers autre chose que la drogue ou l'alcool. En fait, comme les jeunes des communautés allochtones environnantes, les adolescents d'Odanak connaissent parfois des problèmes liés à la consommation ou à la vente de drogue. En offrant des opportunités d'emplois aux jeunes, ou à tout le moins, en leur donnant l'occasion de pratiquer des activités liées à l'artisanat, à la danse ou à la culture, on espère les intéresser à des choses plus constructives. C'est en gros ce que disent ces membres du Conseil de bande :

- [La drogue] c'est un gros problème dans la région. C'est pour ça qu'on essaie de concentrer nos jeunes sur quelque chose. Que ce soit la culture, que ce soit d'autres choses, pour qu'ils ne fassent pas de mauvais coup. Il faut les tenir occupés, leur donner un intérêt.

- On essaie de maintenir un intérêt dans ça comme dans d'autres choses aussi. Pour pas qu'il décroche. La drogue pis la boisson c'est quelque chose qui est important sur toutes les communautés (Conseil de bande, Odanak, 2004).

Les gens sont bien conscients que le tourisme n'est pas le seul remède au mal. Cependant, on croit qu'il peut faire partie de la solution.

Finalement, un dernier bienfait du tourisme sur le plan social est qu'il amène un évènement d'envergure dans la communauté. Il s'agit bien sûr du Pow Wow, qui comme nous l'avons vu au chapitre précédent, se déroule à tous les ans depuis 1960. Cette fête semble être un évènement fort apprécié par la population. Les différentes activités qui ont lieu au courant de cette fin de semaine animent la communauté. Des jeux permettent aux enfants de s'amuser. Des soirées ont également lieu, ce qui plait aux plus vieux. Durant tout le weekend, on peut assister à des spectacles de danses et de chants. Ces prestations sont faites par des Abénakis, mais aussi par des gens d'autres nations. Les gens de la communauté ont donc l'occasion de voir et d'entendre des autochtones venant de différentes communautés du Canada, des États-Unis et même d'Amérique du Sud.

L'afflux de visiteurs permet également aux Abénakis de rencontrer des gens de divers endroits, ce qui ouvre la communauté sur le monde et permet un rapprochement avec les autres cultures. Ainsi, le Pow Wow est souvent l'occasion pour les Québécois ou les Européens d'entrer en contact avec les Abénakis. Comme nous l'avons mentionné plus tôt, cet échange contribue souvent à la faire disparaître la méconnaissance qui subsiste entre ces différents groupes.

Depuis ces débuts, le Pow Wow contribue également à rapprocher les différentes familles abénakises dispersées par l'exode qu'a connu la communauté au cours des années. Comme le raconte une aînée de la communauté :

Il y avait des gens d'en dehors, des autochtones de d'autres places qui venaient des États-Unis. Il y a de nos gens qui sont là. Il y en a qui venaient de New-York, du Connecticut, d'autres venaient du Vermont, du Maine aussi. Tous ces gens là se réunissaient avec nous pour faire la parade. Ces gens là donnaient aussi des spectacles, en plus de nos gens. Il y en a qui s'occupaient des petits. Ils faisaient danser les plus jeunes (Femme 4, Odanak, 2004).

Encore aujourd'hui, le Pow Wow permet aux gens d'Odanak de retrouver de lointains cousins. On peut s'en rendre compte en arpentant les rues de la communauté lors de la fameuse fin de semaine. On y retrouve en effet des dizaines de voitures immatriculées au Vermont, au Maine, au New-Hampshire, au Connecticut ou dans l'État de New-York.

3.2.1.3 Retombées culturelles

Si la plupart des informateurs ont indiqué que le tourisme a des retombées positives sur le plan social, ils ont également parlé de retombées positives au niveau culturel. La plus importante de ces retombées est sans contredit la mise en valeur de la culture abénakise. En effet, le tourisme ethnoculturel est un formidable moyen pour les Abénakis de faire connaître leur culture, de la démystifier et de la partager. Comme l'explique si bien un des jeunes de la communauté : «Ça

permet de faire voir au monde ce qui se passe ici, de partager tout ça. Moi je pense que c'est important, ça prend ça» (Jeune de la communauté, Odanak, 2004). Les Abénakis peuvent ainsi faire découvrir et expliquer aux visiteurs les différents traits de leur culture. C'est particulièrement le cas au musée où, en plus de trouver de l'information dans les expositions, les visiteurs ont également l'occasion de discuter avec des guides qui peuvent répondre à leurs questions. Il peut également arriver que des artisans viennent y faire des démonstrations, ce qui amène un peu plus d'interaction. À la même manière que ce qui était fait par les artisans se rendant jadis aux États-Unis, ces démonstrations permettent aux Abénakis d'expliquer les techniques d'artisanat aux visiteurs et de leur faire apprécier la valeur du travail accompli.

Plusieurs informateurs pensent par ailleurs qu'en mettant en valeur la culture, l'artisanat et l'histoire des Abénakis, le tourisme en vient à faciliter et à favoriser leur transmission à travers les générations. Comme l'expliquent des gens de la communauté :

C'est sûr que ça maintient la culture active. Nos jeunes connaissent plus leur culture avec ça, ça nous aides à garder nos traditions [...]

Les visiteurs quand ils arrivent ici, ils demandent aux gens : «Est-ce que tu parles la langue ?». Les gens disent que non, ils ne la parlent pas, ou ils ne connaissent que quelques mots. Peut-être qu'à force de se le faire demander, les gens vont se dire qu'ils devraient l'apprendre. Fait que ça peut attirer le monde à apprendre la langue peut-être (Conseil de Bande, Odanak, 2004).

C'est pas pécuniaire, mais ça profite au maintien de certaines traditions, pis de certaines choses. En tous cas, moi je pense que c'est ce que ça fait. Ça permet de perpétuer, certaines techniques. Il y a des jeunes qui apprennent à faire des paniers, pas pour en vivre, mais seulement pour connaître la fabrication et éventuellement en faire devant des gens. Quand tu montres comment ça se fait, tu l'apprends en même temps. Enseigner, c'est aussi apprendre, parce que t'as pas le choix de le savoir si tu l'enseignes. Ça c'est des bénéfices marginaux, des bénéfices que les gens ne mettront peut-être pas le doigt dessus, mais je me dis ça, ça a eu un effet (Femme 3, Odanak, 2004).

La réalité sociale et culturelle d'Odanak ayant fortement changé au cours des années, les gens de la communauté, en particulier ceux des jeunes générations, n'ont plus le même rapport face à la culture. Certaines techniques d'artisanat et certains traits de la culture auraient peut-être sombré dans l'oubli si ce n'était du désir de conservation et de transmission qui a en partie été alimenté par le tourisme³³. Souvenons nous que c'est d'abord et avant tout dans cette optique de conservation et de transmission que furent créés le Musée et le Pow Wow durant les années 1960. Suite à l'afflux touristique qu'elles ont généré, ces deux institutions culturelles ont pris de l'ampleur, ce qui a leur a permis d'accomplir leur mission première pendant plus de 40 ans. Une femme de la communauté mentionne d'ailleurs que : «depuis que le musée est là - ça fait 40 ans

³³ Pensons entre autres aux savoirs concernant la fabrication de panier de frêne qui furent presque oubliés durant les années 1970.

là - ça fait qu'encore aujourd'hui, il y a des gens qui sont porteurs de tradition» (Femme 3, Odanak, 2004).

3.2.2 Retombées négatives

Si plusieurs retombées positives du tourisme ethnoculturel ont été identifiées à travers le discours des répondants, il n'en demeure pas moins que certains aspects plus négatifs sont aussi ressortis des entrevues. Comme dans la section précédente, ces retombées ont été regroupées en trois catégories différentes, soit les retombées économiques, les retombées sociales, et les retombées culturelles.

3.2.2.1 Retombées économiques

Pour certains répondants, le tourisme ethnoculturel n'a pas que des bienfaits sur le plan économique, il a aussi des effets moins réjouissants. Comme on l'a vu, le tourisme permet à plusieurs artisans de vendre leur production, car il amène un afflux de visiteurs, donc plus d'acheteurs potentiels dans la communauté. Certains expliquent cependant que l'artisanat n'est jamais vraiment payé à sa juste valeur.

J'en vends un peu. J'en ai vendu un il n'y a pas longtemps, mais j'ai regretté d'avoir dit le prix avant de faire le collier. Je ne pensais jamais que ça m'aurait pris tant d'heures, ça faisait tellement longtemps que j'en avais pas fait. Ces gros colliers là, c'est ben de l'ouvrage. J'ai travaillé pour à peu près 1 piastre de l'heure. Il va falloir que j'augmente mon prix. Par contre, plus que j'en fais, plus vite que je les fais. Je trouve des trucs, pis ça va plus vite. Il ne faudrait pas que je les vende en bas de 35 \$. Ça vaut plus que ça, mais on n'est pas capable de vendre ça au prix que ça vaut vraiment. Il n'y a pas personne qui va être intéressé à acheter ça. Ils vont trouver ça trop cher. À 25 \$, il y en a déjà qui chialaient que c'était trop cher (Femme 1, Odanak, 2004).

Il est donc très difficile pour un artisan d'obtenir un prix proportionnel aux efforts fournis pour produire une pièce. Ainsi, dans la majorité des cas, les revenus tirés de l'artisanat ne sont pas très élevés. Plusieurs pratiquent donc l'activité comme un hobby, ou comme un travail secondaire permettant de retirer un revenu d'appoint. En fait, seule une minorité réussit à retirer un revenu suffisant pour tenir une boutique. Mentionnons cependant que dans biens des cas ces artisans doivent aller vendre une partie de leur production à l'extérieur de la communauté, dans différents festivals ou Pow Wows, pour réussir à rentabiliser leur commerce.

Certains sont également d'avis que les retombées apportées par le tourisme ne profitent qu'à quelques personnes. Ainsi, seuls quelques élus, ou encore quelques individus liés à des instances ou à des personnes influentes profiteraient du tourisme. Une partie de la population et des artisans serait donc laissée pour compte. Un homme de la communauté soutient d'ailleurs que :

Ça profite à certains élus de la communauté. Ceux qui ont des positions qui ont une influence directe sur la culture en profitent au maximum. Les vrais artisans qui veulent diffuser et vendre des produits qui sont de qualité sont laissés aux oubliettes, c'est une réalité (Homme 2, Odanak, 2004).

De plus, certains se serviraient de leur influence et de leur autorité auprès de la population et des touristes pour faire la promotion de leurs propres produits ou encore de ceux de leur entourage, au détriment des autres artisans. Comme l'explique le même homme :

Nous on a une boutique, mais à part mes amis, mes parents proches, il n'y a personne qui dit qu'il y a une boutique ici. Le musée ne le dit pas, pourtant, le musée est là à titre d'organisation qui diffuse de l'information sur la culture. Au sein de l'organisation du musée, t'as des gens qui font de l'artisanat, donc ils vont se servir du musée pour mousser leur business. Les autres artisans de la communauté eux autres ils n'ont pas les contacts que le musée peut avoir. Le musée est présent partout, dans différentes choses (Idem).

On peut donc voir que pour certains, il existe une inégalité concernant la répartition des revenus et des retombées du tourisme. Cette iniquité se retrouverait au sein de la population en général et des artisans en particulier.

3.2.2.2 Retombées sociales

Selon plusieurs répondants, le tourisme ethnoculturel apporte sont lot de retombées négatives sur le plan social dans la communauté. L'une des conséquences les plus souvent rapportées concerne le développement touristique en soi. Selon certains, la population de la communauté n'est pas impliquée, ni même consultée lors de la mise en place des attraits touristiques. On semble ici viser particulièrement le musée, car plusieurs reprochent à la direction de ne pas avoir laissé assez de place à la population dans l'élaboration du nouveau bâtiment et de la nouvelle exposition. Un homme de la communauté soutient que :

Souvent au musée, il y a le réflexe de dire que les gens de la communauté ne peuvent pas représenter la communauté, parce qu'ils n'ont pas d'éducation. Ça, en milieu autochtone, c'est négatif. On n'est pas suffisamment nombreux, pour justifier le fait d'écarter des personnes. Présentement, on est en train de monter une exposition permanente sur les Abénakis pour le nouveau musée, mais malheureusement, il n'y a pas un Abénakis qui travaille sur le projet à part la directrice. C'est des consultants à Montréal, c'est des consultants à Sherbrooke, c'est des consultants de l'extérieur. Bon ben à l'ouverture de l'exposition, il y a peut-être des gens de la communauté qui ne se reconnaîtront pas du tout dans l'exposition, comme c'est arrivé à Sept-Îles, à Uashat³⁴. Ce qu'on a fait, c'est qu'on a donné un contrat à une firme externe qui a une connaissance culturelle limitée et qui vient implanter une structure en disant voici ce que vous êtes, voici votre mémoire (Homme 1, Odanak, 2004).

³⁴ L'informateur fait ici référence au musée Shaputuan situé dans la communauté innue de Uashat, près de Sept-Îles. L'inauguration de cette institution à la fin des années 1990 avait soulevé une certaine opposition au sein de la communauté, car la population n'avait pas été consultée au moment de la conception de l'exposition originale.

Ainsi, la nouvelle exposition n'a pas été élaborée par la population elle-même, contrairement à ce qui s'est passé lors de la mise en place du musée en 1960. Cette tâche a plutôt été confiée à des gens de l'extérieur. Il y a donc une perte de contrôle de la population sur les activités touristiques. Certains estiment que le musée a ainsi perdu son essence même, c'est-à-dire d'être organisé par et pour les gens d'Odanak. On craint que tout ceci fasse en sorte que la population ne se reconnaisse plus vraiment dans le musée, qu'elle finisse par s'en détacher et qu'elle en vienne à le considérer comme une institution étrangère à ses valeurs.

Parce que ce qui se produit avec l'ouverture du musée en 2005, les expositions vont être certainement magnifiques, faites avec beaucoup de goût, mais est-ce que les gens de la communauté vont se reconnaître ? Dans le musée ancien, la salle des ancêtres et l'exposition permanente du musée, à cette époque là, avaient été faites par mon arrière-grand-père, par les grands-parents de certains guides ici, par l'ensemble de la communauté qui avait apporté son talent, son savoir.

Q : Tout le monde se reconnaissait là-dedans.

Ben oui, parce que c'était eux qui l'avaient fait. Un avait peint le mur, l'autre avait donné un chevreuil, l'autre avait fabriqué d'autre chose. Ils avaient sué, ils avaient travaillé fort pendant plusieurs jours, pendant plusieurs semaines, mais c'était leur musée, c'était leurs objets, c'était leurs ancêtres. Le danger, c'est que tout d'un coup les choses ne sont plus faites par eux.[...]

Q : Donc encore là, les gens ne se sentent pas partie prenante de ça.

Non. Non, même qu'ils s'en détachent, parce qu'ils ne voient pas d'engagement participatif de leur part. On a construit un nouveau musée, mais il n'y a pas eu vraiment d'Amérindien impliqué dans la construction de l'édifice. Maintenant, on fait une exposition à l'intérieur, pis on ne sait pas à quoi s'attendre, parce que selon les directives, ça l'air qu'on sait pas monter une exposition. Ça, ben je trouve ça un peu difficile à entendre (Homme 1, Odanak, 2004).

Certains estimaient d'ailleurs ne plus se reconnaître, même dans l'ancien musée, car celui-ci avait déjà connu quelques changements au cours des ans. En faisant référence aux Abénakis vivant à l'extérieur de la communauté, un répondant m'expliquait que : «Il y a des gens qui viennent à Odanak et qui ne vont même plus au musée. Même les familles, quand elles viennent, elles n'y vont pas» (Homme 1, Odanak, 2004). Une jeune femme m'a également avoué qu'elle ne se reconnaissait pas dans le musée parce qu'elle n'avait jamais vraiment connu ce qui y était présenté. Selon elle, l'ancienne exposition était trop axée sur le folklore et non pas assez sur le côté plus contemporain de la culture et de l'histoire abénakise. Elle estimait également que présenter des objets de façon statique ne permettait pas de rendre compte de la culture abénakise à sa juste valeur :

C'est plus le côté technique qu'on présente, Moi c'est pas ça qui m'intéressait. Même quand je faisais mes visites au musée, moi c'est pas ça qui m'intéressait. Ce qui m'intéressait c'était de raconter des potins, pis des légendes pis des choses comme ça. C'est plus ça que j'aime, pis c'est ça qu'on voit pas, parce que c'est plus oral. C'est ce qui manque je pense, de voir comment ça se passait dans le temps. Qu'on a été assimilé, pis comment c'était avant. Moi je me reconnais pas. Moi je n'ai pas de côté technique. Le fait de voir la fabrication d'un panier,

que ce soit là, moi je ne me reconnais pas là-dedans. La seule salle dans laquelle je me reconnaissais, c'est la salle des ancêtres, parce que je voyais vraiment comment ça pouvait se passer à l'époque, de quoi ça pouvait avoir l'air. C'est la seule où je faisais wow ! C'est sûr qu'elle s'en venait maganée, mais c'est la seule salle qui me représentait un peu. Le reste ben... (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

Le Pow Wow récolte aussi sont lot de critiques, car, selon certains, l'organisation de l'évènement se fait sans que la population ne soit réellement consultée ou encore informée. Ainsi, une autre jeune femme de la communauté souligne :

Il y a un comité pour le Pow Wow, mais ils ne demandent pas l'aide de la communauté. Ce qui fait que la communauté n'est pas vraiment au courant de ce qui se passe. Moi je me dis que si on demande l'aide des jeunes, ils vont se présenter. Autrement, ils se disent qu'on a n'a pas besoin d'eux, pis ils s'en vont (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

En somme, on pourrait dire que pour certains informateurs, le contrôle des activités et du développement touristique échappe à la communauté.

Un autre point négatif du tourisme ethnoculturel provient des touristes eux-mêmes. Ceux-ci peuvent parfois être désagréables ou commettre des gestes déplacés, ce qui irrite certains informateurs. Comme le fait remarquer un homme de la communauté :

Avec le tourisme, il faut être vigilant. Les touristes par définition sont des gens qui ne sont pas chez eux. En n'étant pas chez eux, ils peuvent se permettre de se débarrasser de leurs déchets ici et là, de leurs gommages, d'arracher de l'écorce sur une tente pour la ramener en souvenir, de ne pas s'essuyer les pieds, de trouver une indienne *cute* et de lui dire, de faire des commentaires disgracieux. C'est des choses que certains guides n'aiment pas, ne veulent pas (Homme 1, Odanak, 2004).

Comme je l'ai mentionné plus haut, le tourisme permet la rencontre et l'échange entre les touristes et les Abénakis, cependant il peut aussi arriver que cette rencontre mène à la discordance, voire la confrontation. Ainsi, comme certains répondants l'ont indiqué, les gens œuvrant dans le domaine touristique doivent parfois faire face aux préjugés et aux commentaires désobligeants des touristes.

C'est difficile, de se faire juger par l'autre chez nous, et non dans un forum où on est vraiment apte à le faire. [...] moi je suis allé dans plusieurs pays, dans différents musées, je ne demandais pas aux Français si c'est vrai qu'ils ne se lavent pas tous les jours lorsque j'ai visité le Louvre. Malheureusement, on vient au musée des Abénakis et on demande si les Abénakis travaillent pour gagner leur vie, si les Indiens consomment beaucoup d'alcool (Homme 1, Odanak, 2004).

Les artisans et les guides qui travaillent au musée et dans les boutiques sont en « première ligne », car ce sont eux qui ont la plupart des contacts avec les touristes. Ils doivent donc, de temps à autre, être confrontés à de tels comportements. Ceci peut devenir toute une épreuve pour des gens

qui sont beaucoup plus versés dans la culture et les arts que dans la politique. Comme l'explique le même homme :

C'est sûr que c'est pas tout le monde dans la communauté qui a les réponses. Quand on se fait demander «pourquoi vous ne payez pas de taxes», on ne peut pas répondre à ça simplement, c'est une réponse qui est complexe. Souvent, le visiteur, même si t'as pas répondu à la question, juste de voir que la personne essaie de répondre sans trop savoir comment, ça justifie son préjugé. Finalement, il va se dire qu'il avait raison. Il y a des visiteurs racistes, qui vont repartir avec des idées racistes dans la tête (Homme 1, Odanak, 2004).

Jusqu'à tout récemment, la fréquentation touristique se limitait à quelques lieux bien définis, comme le musée, les boutiques d'artisanat et le terrain environnant l'église durant le Pow Wow. En général, la population pouvait vaquer à ses occupations sans avoir à côtoyer directement les touristes. Certains informateurs m'ont cependant expliqué que de plus en plus, des visiteurs cherchent à entrer en contact avec la population. À prime abord, ceci peut sembler anodin, seulement on craint que les touristes aillent un peu partout dans la communauté et que la population perde ainsi une partie de son intimité. Une informatrice soutient que l'envahissement est un danger réel :

Le côté négatif aujourd'hui, on commence à le ressentir, parce que les gens ils veulent avoir un contact plus personnel, pis ils veulent avoir un contact direct avec les gens. Le musée, ce n'est plus assez. Là, ils veulent en avoir plus. C'est pour ça que je te dis qu'il faut former le monde, parce que là, on risque d'être envahi (Femme 3, Odanak, 2004).

Des informateurs ont d'ailleurs mentionné qu'une certaine partie de la population se plaint parfois de la présence des touristes. Les gens déplorent entre autres la présence de groupes volumineux qui arrivent en autobus et débarquent en masse pour venir visiter le musée et l'église³⁵. Un informateur précise :

... ça n'a pas d'impacts sur l'ensemble de la communauté, ou ça a plutôt des impacts négatifs. Les gens disent «ah, ils salissent les lieux», «ah, ils salissent l'église», «ah, les autobus font du bruit» (Homme 1, Odanak, 2004).

On est cependant loin de ce que Crandall nomme le «point de saturation» touristique (Crandall, 1994 :416), car bien que le flot de visiteurs semble déranger quelques personnes, certains répondants ont plutôt tenu un discours inverse :

Q : On parlait de points négatifs, est-ce que vous en voyez d'autres ? Je sais pas disons l'envahissement, ou des choses comme ça.

- Non, non

- Non

- Non, je me suis jamais senti envahi (Conseil de Bande, Odanak, 2004).

³⁵ L'église catholique de la communauté est située tout juste à côté du musée. Des visites guidées y sont donc organisées de concert avec le musée.

Q : Il n'y a pas personne qui se sentait envahi quand il voyait les touristes dans la communauté ?

Non, pas à ma connaissance. Non, parce que quand les touristes venaient, les gens étaient souriants. Je ne pense pas non. Les gens qui sont venus ici ont toujours été bien reçus (Femme1, Odanak, 2004).

3.2.2.3 Retombées culturelles

Quelques répondants ont soulevé le fait que le tourisme peut parfois avoir des retombées culturelles négatives. On pense ici essentiellement à tout ce qui touche l'authenticité et l'intégrité de la culture abénaquise. Pour certains, le tourisme à Odanak axe trop sur le folklore et ne présente pas assez la culture contemporaine. Comme l'explique un répondant :

Au musée, les personnes qui y travaillent aujourd'hui donnent une image folklorique de notre culture. Je suis complètement opposé à ça. Je suis contre cette fausse image là. Ma culture, ce n'est pas du folklore (Homme 2, Odanak :2004).

Quelques-uns pensent d'ailleurs que cette orientation contribue beaucoup plus à alimenter les préjugés que les touristes peuvent avoir envers les autochtones qu'à faire découvrir la culture et la réalité des Abénaquis contemporains.

On leur donne la même impression qu'ils ont toujours eu : les Indiens avec les plumes, qui vivent sur une réserve, qui ont un petit musée mignon, qui sont catholiques. Ensuite, ils repartent vers une autre direction. Ça c'est la grande difficulté, parce que les grands groupes valorisent ce qui flash, ce qui est différent. Pour les musées c'est dangereux d'emboîter le pas, parce que ça c'est donner du Folklore. C'est pas la réalité. On ne danse pas tout les soirs en allant chez nous. On le fait pour des cérémonies, pour des Pow-Wow, pour des fêtes, mais pas tout bonnement comme ça. Tous les dimanches, on ne se réunit pas pour danser. Le visiteur, je ne sais pas avec quelle image il part. Là, il présente ses photos à sa famille, à ces amis en revenant de voyage. Nécessairement, il leur montre qu'il est allé voir les Indiens, pis tu vois que c'est des Indiens avec des plumes. En faisant ça, tu détruis tout le travail qui a été fait par le même musée et qui dit : «non, les Indiens ne vivent pas comme ça». Les gens ne vivent pas comme ça, mais c'est comme ça qu'on les présente (Homme 1, Odanak, 2004).

On reproche également au musée de ne pas mettre assez d'emphasis sur l'histoire et la culture des Abénaquis d'Odanak. Ainsi, certains m'ont expliqué que l'institution présente parfois des expositions relatives à d'autres nations, ce qu'ils trouvent plus ou moins approprié :

Au musée, on entend parler des Mohawks, des Innus, d'autres nations. Si je veux entendre parler des Mohawks, je vais aller à Kahnawake. Quand tu arrives à Odanak, pis que tu vois une exposition sur les Innus, ben tu te demandes qu'est ce que les Innus font à Odanak. Je trouve ça plate, parce que le musée ça toujours été le tremplin pour conserver notre culture (Homme 2, Odanak :2004).

On déplore aussi le fait que l'exposition principale du musée traite plus largement de l'alliance des Sept-Feux et de la confédération Waban-Aki, sans accorder une grande importance à l'histoire et à la culture des gens de la communauté. On craint que l'orientation demeure la même pour la prochaine exposition et que les Abénakis d'Odanak n'y aient pas une place centrale. Comme l'explique le même homme :

Je m'aperçois que les gens du musée ont une vision ben étroite de ce que c'est que la culture des Abénakis. Les Abénakis font partie d'une grande confédération, on a plus de 400 ans d'histoire, on a été impliqués dans 26 000 affaires. Ce qu'on retrouve dans la symbolique des costumes Abénakis, on va aussi le retrouver chez les Micmacs, chez les Malécites. Dans les futures expositions du musée on a prévu de parler de choses semblables, mais est-ce que ça va être comme d'habitude: on va avoir un petit coin où on parle des Abénakis et d'Odanak. Il va y avoir une exposition qui va porter le nom d'une danse. Cette danse là était faite chez les gens de la confédération Waban-aki, mais elle ne s'est jamais fait à Odanak (Homme 2, Odanak :2004).

Autrement dit, certains répondants estiment que le musée a perdu sa vocation première, qui était de conserver et de transmettre la culture des Abénakis d'Odanak. Certains croient par ailleurs que le musée axe trop sur la conservation au détriment de la transmission. Selon eux, ce n'est pas en conservant un artefact sous verre qu'on fera revivre la tradition. C'est plutôt en ce servant de cet objet, en l'utilisant et en l'animant qu'on pourra le faire connaître aux jeunes générations. Un répondant fait d'ailleurs la remarque suivante :

Si le savoir est moins présent, à Odanak, le fait de garder le panier ou de garder l'objet peut nous aider à en reproduire un autre dans notre communauté ou dans d'autres communautés. Si le savoir n'est pas présent, c'est pas en le gardant dans une vitrine que ça va nous aider, mais c'est plutôt en travaillant avec d'autres communautés d'autres autochtones qui connaissent ça. Qu'ils viennent ici, qu'on aille là-bas, qu'on suive des cours, qu'on partage des connaissances pour savoir comment faire un canot. Ce n'est pas nécessairement de le garder sous la cloche de verre, de mettre un texte à côté, d'écrire ce que les aînés en disent qui va faire que le visiteur va savoir c'est quoi.

[...]

Le sens n'est plus là, parce que l'utilité n'est plus là. À quoi ça sert un objet comme celui-là, si on ne peut pas l'utiliser, si on ne peut que l'exposer et le regarder de loin. Le principe de couvrir, comme de prendre un tambour et de le couvrir, c'est d'étouffer l'objet, parce que l'objet a une vie, parce que nous, nous avons participé à fabriquer l'objet, donc nous lui avons transmis notre vie. Donc tout d'un coup, on le met sous une cloche, c'est comme de le mettre en prison, de l'étouffer. C'est vraiment pas ça que l'Amérindien désire. Ce qu'il veut, c'est qu'il soit utilisé par ses enfants et ses petits-enfants. C'est souvent pour ça qu'on blâme les musées nationaux, parce qu'eux autres gardent les objets dans des voûtes, dans des réserves. C'est pas présenté, c'est pas prêté, c'est pas utilisé. Donc les jeunes, dans nos communautés n'ont même pas accès au savoir, parce qu'il est conservé là-bas. L'idée du musée est aussi de partager l'information, d'éduquer. On ne peut pas éduquer si c'est dans la réserve d'un musée. C'est là un autre aspect qui est distorsionné (Homme 1, Odanak :2004).

3.3 Les entraves liées au développement touristique

Les répondants rencontrés ont identifié un certain nombre d'entraves et de difficultés qui viennent contraindre l'essor et le développement du tourisme ethnoculturel dans la communauté. Ces embûches peuvent être rencontrées à un niveau individuel, ou encore à un niveau plus collectif. Ainsi, il peut s'agir autant de difficultés spécifiques rencontrées par un entrepreneur désirant démarrer un projet que d'éléments plus larges vécus par la population en général. Ces différentes entraves peuvent être classées en cinq catégories, soit les entraves économiques, les entraves socioculturelles, les entraves administratives, les entraves géographiques et finalement les entraves environnementales. Ces différentes catégories sont explicitées dans les lignes qui suivent.

3.3.1 Les entraves économiques

Plusieurs entraves d'ordre économique ont été identifiées par les informateurs d'Odanak. Certains font entre autres référence aux revenus retirés du tourisme. Comme on peut s'y attendre, ils font valoir que les gains rapportés par le tourisme sont souvent peu élevés comparativement aux salaires qui sont offerts dans d'autres secteurs. Certains font plus spécifiquement référence à l'artisanat qui, comme nous l'avons vu dans la section précédente, n'est jamais vraiment payé à sa juste valeur. La perspective d'un salaire peu élevé rebutterait donc plusieurs personnes et les pousserait à se diriger vers d'autres emplois que ceux liés au tourisme. Comme le mentionne une jeune femme de la communauté, les Abénakis n'ont plus nécessairement besoin du tourisme ou de l'artisanat pour gagner leur vie :

En même temps, c'est juste ça qu'ils [les gens de la communauté] connaissaient avant. Ils connaissaient juste ça. Pour se débrouiller dans la vie, pour vivre, il fallait qu'ils fassent ça. Aujourd'hui c'est différent, on a l'éducation, on a plein d'autres choses. On n'est pas obligés de vivre de ça, fait qu'il faut que ton intérêt soit fort en arrière pour vouloir continuer, parce que sinon... (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

Les gens d'Odanak ont donc la possibilité d'aller travailler ailleurs. Cette situation est loin de constituer un mal en soi, cependant elle fait en sorte que le tourisme ethnoculturel a du mal à se développer, car de moins en moins de personnes y sont intéressées. Cette tendance, qui pourrait être qualifiée de pénurie de main-d'œuvre, se serait intensifiée au cours des dernières années.

Comme me le faisait remarquer une femme travaillant au musée :

Comme je te dis, il y en a déjà eu des creux, souvent les gens ne sont pas intéressés, ils ont d'autres intérêts, mais à un moment donné, ça revient, on remonte en haut de la vague, on en a 3 ou 4 pis on les lâche pas parce qu'ils sont super bons, pis on est content de les avoir. Mais là on est vraiment dans un creux de vague. Depuis 3 ans, on n'a pas eu de demande. C'est

nous qui devons aller au Conseil pour avoir des jeunes, mais il n'y a pas un étudiant depuis 3 ans qui a donné son nom pour travailler ici (Femme3, Odanak, 2004).

À l'inverse, plusieurs informateurs font valoir que le tourisme offre peu de possibilités d'emplois, car, à l'exception du musée, on ne retrouve pas beaucoup d'ouvertures possibles. Comme l'explique une jeune femme de la communauté :

Moi je dis que c'est surtout le manque d'ouverture qui nuit. C'est le manque de possibilités au niveau des emplois. Présentement le musée est en construction, forcément cet été, il n'y a pas grand monde qui peuvent travailler là. Pis il n'y a pas assez de projets qui sont partis pour mettre l'emphase là-dessus. Il y a le musée pis il n'y a pas vraiment d'autre chose. Les gens ne peuvent pas vraiment travailler ailleurs dans le domaine touristique. C'est pas mal ça qui joue, c'est le manque de possibilités. C'est comme ça pour le tourisme, mais c'est comme ça pour toutes les jobs. C'est pour ça que la plupart des gens sont obligés de travailler à l'extérieur. C'est petit, pis il n'y a pas grand chose ici (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

On explique également que les quelques emplois générés par le tourisme sont souvent passagers et incertains. En fait, la plupart d'entre eux sont des emplois saisonniers ou de courte durée essentiellement destinés à des étudiants, comme en fait foi la citation suivante:

Je ne pense pas que les gens dans l'industrie touristique de la réserve peuvent se permettre de ne vivre que de ça. Que ce soit les employés du musée qui sont régulièrement au chômage annuellement... Les employés sont contractuels au musée pour une période fixe de six mois, trois mois, un an, un été. C'est la même chose pour ceux qui fabriquent de l'artisanat (Homme 1, Odanak, 2004).

Quant aux gens qui réussissent à obtenir un emploi pour un plus long terme, la précarité est toujours présente, ce qui rend l'avenir continuellement incertain. Comme le fait remarquer le même homme :

Oui, définitivement, c'est un emploi d'été, pour au moins le trois quart des gens. Même s'ils voudraient s'orienter en archéologie, en muséologie... Moi j'ai un poste ici, j'en ai encore pour trois ou quatre mois, après ça l'avenir, c'est inconnu. Donc, je ne conseillerais pas nécessairement à un jeune qui a 14 ans aujourd'hui d'aller en muséologie, parce que c'est périlleux, c'est pas nécessairement stable, c'est pas nécessairement dans ta communauté que tu vas travailler (Homme 1, Odanak, 2004).

Ainsi, en n'offrant que très peu de possibilités d'emplois stables, le tourisme rebute plusieurs personnes, qui préféreront se diriger vers d'autres secteurs d'activités.

Certains informateurs parlent également des difficultés liées au démarrage et au fonctionnement d'un commerce ou d'un projet lié au tourisme. On fait entre autres valoir que la mise en place d'une telle entreprise exige invariablement l'investissement d'importantes sommes de capitaux. Comme certains entrepreneurs se plaisent souvent à le dire, il faut de l'argent pour faire de l'argent. Le problème vient cependant du fait que cet argent est difficile à trouver. En effet, le Conseil de bande n'a pas toujours la possibilité d'investir de telles sommes, car l'administration

de la communauté impose bien d'autres impératifs. Quant aux citoyens, bien peu peuvent se permettre de miser une somme aussi importante sur quelque chose d'aussi incertain. Ainsi, même si plusieurs projets de développement touristique sont élaborés par des individus ou encore par la communauté elle-même, bien peu risquent de voir le jour, car les coûts reliés à leur mise en place sont souvent trop élevés. Certains diront qu'il y a toujours la possibilité d'obtenir un financement extérieur. Seulement, les choses ne sont pas si simples, car au Canada les Amérindiens n'ont pas le même accès au crédit que les non autochtones. Ceci vient de leur statut légal, qui fait en sorte qu'ils sont considérés comme des pupilles de l'État. Par conséquent, ils sont insaisissables et donc insolubles. Il devient donc assez difficile pour eux de contracter un prêt dans une institution financière. Des programmes du Ministère des Affaires Indiennes sont disponibles pour aider au démarrage des entreprises, cependant certains sont d'avis que s'ils reçoivent de l'argent de cette main, on leur en enlèvera de l'autre. C'est du moins ce que pense ce répondant :

Une autre chose aussi, c'est le financement. Si t'es un autochtones pis que tu veux aller te chercher du financement pour développer une entreprise, tu n'as pas le même financement qu'un non autochtone, parce que tout est chapeauté par le Ministère des Affaires Indiennes. Faut pas se leurrer, si le Ministère des Affaires Indiennes donne de quoi par rapport au tourisme dans la communauté, ben tu vas en avoir moins dans ton développement domiciliaire, dans ton développement économique, dans ton programme en éducation. Ça te prend une initiative personnelle, pis ça prend pratiquement du financement personnel pour être capable de réussir et de percer dans le marché (Homme 2, Odanak, 2004).

Comme nous l'avons vu plus tôt, certains ont tout de même réussi à établir un commerce et à en vivre. Ceux-ci mentionnent cependant que leurs coûts d'opération sont souvent élevés. Ainsi, comme me le mentionnait un artisan en me parlant de la fabrication des colliers de perle, le matériel nécessaire à la production est de plus en plus dispendieux :

En fin de compte, tu ne peux pas faire rien de géométrique, qui est droit si tu n'a pas un matériel de qualité. Pour ça, il faut que tu investisses. Si t'achète une livre de perles à trois piastres, elles ne seront pas aussi belles que celles que tu payes 50 la livre. Avant, les perles venaient de la Russie, de la Tchécoslovaquie. C'était fabriqué par des prisonniers qui faisaient du temps. Avec la chute du bloc soviétique, la Russie s'est ouverte au marché européen, et le prix des perles a monté, c'est devenu exorbitant (Homme 2, Odanak, 2004).

Aux coûts liés à l'achat de matériel viennent s'ajouter ceux reliés à la boutique, aux déplacements et à la promotion. Lorsqu'on sait que l'artisanat ne rapporte pas nécessairement de gros revenus, on comprend mieux pourquoi bien peu en font toujours un métier.

Pour certains, les difficultés liées au démarrage d'un projet ou d'une entreprise sont assez décourageantes pour laisser tomber et se diriger vers un autre secteur ou une autre source de revenus. C'est ce qu'expliquent ces jeunes femmes de la communauté :

- C'est un projet à long terme. Il faut que tu vois ce que ça va être au bout d'une décennie. Il faut que tu te dises que dans dix ans, peut-être, tu vas avoir les fonds nécessaires. Tu sais, c'est comme le musée, ils ont travaillé 10-15 ans avant de pouvoir avoir un agrandissement. Il faut vraiment que tu l'aimes ton projet, il ne faut pas que tu décides de le lâcher après deux ans. Il faut que tu vois 10 ou 15 ans plus tard, peut-être que là il va se réaliser. Pis encore là, on n'est jamais sûr.

[...]

-Tu sais que tu vas être occupé pendant des années. Il ne faut pas que tu calcules ton temps. Tu ne te ramasses pas nécessairement de l'argent pour vivre pendant ce temps là, il faut que tu le montes le projet. Pendant ce temps là, t'es pas payé (Jeunes de la communauté, Odanak, 2004).

Un autre élément invoqué comme entrave économique est celui de la compétition. Celle-ci est très présente dans le domaine touristique, notamment au niveau de l'artisanat. Or, chaque artisan doit trouver un moyen de se renouveler et d'innover pour se démarquer des autres et ainsi s'accaparer une part du marché. Comme l'explique un artisan de la communauté :

Il faut toujours se préparer pis amener des nouveaux produits pour être capable de vendre.

Q : D'années en années ?

Oui, parce qu'à un moment donné, quelqu'un trouve l'idée fascinante et commence à en faire. Pis là à un moment donné, tu te ramasses que tout le monde fait la même chose. C'est normal, les gens trouvent ça beau pis ça se vend (Homme 2, Odanak, 2004).

Cette compétition se vit à plusieurs niveaux. On la retrouve bien entendu à l'intérieur même de la communauté, où les différents artisans et commerçants se partagent le même bassin de touristes. Comme le mentionne un répondant, les quelques artisans de la communauté finissent tous par offrir un produit plus ou moins semblable: «Ici, ils y a beaucoup de personnes qui font de l'artisanat, donc ça devient un peu répétitif, les gens font des choses qui se ressemblent» (Conseil de Bande, Odanak, 2004). Il devient donc difficile de tirer son épingle du jeu lorsque tout le monde finit par offrir plus ou moins le même produit.

La concurrence vient aussi des autres communautés autochtones. Comme on le sait, Odanak n'est pas la seule communauté amérindienne du Québec à accueillir des visiteurs. À d'autres endroits comme Wendake, Mashteuiatsh, Kahnawake, Kitigan Zibi, Essipit ou Uashat, pour ne nommer que ceux-là, on reçoit également des touristes. Chacune de ces communautés offre un produit similaire, du moins aux yeux des touristes. Elles doivent donc trouver des façons de se démarquer pour essayer d'attirer les visiteurs chez elles. Odanak doit elle aussi faire face à cette compétition. Des répondants font cependant remarquer que certaines communautés partent avec une longueur d'avance :

Si on prend des compétiteurs comme Kanesatake, comme le Village Huron, comme Mashteuiatsh [ils] vont gagner davantage d'intérêt, parce qu'ils sont davantage organisés et

sont situés au cœur d'une région touristique. Le Village Huron est à Québec, à quelques minutes du centre ville, de la vieille capitale. Ensuite, Kanesatake est tout près de Montréal et le Lac St-Jean est très populaire comme destination touristique (Homme 1, Odanak, 2004).

Si la concurrence avec les autres autochtones a été soulevée par quelques répondants, c'est cependant l'aspect de la compétition amenée par les non autochtones qui a été le plus souvent rapportée. En effet, la rivalité entre les différentes entreprises touristiques ne se limite pas qu'au niveau des communautés autochtones. La communauté d'Odanak doit donc composer avec le fait que plusieurs autres attraits touristiques se retrouvent dans la région environnante. Certains répondants font entre autres mention des divers éléments culturels qui viennent faire ombrage au Pow Wow. On fait ici surtout référence au Mondial des cultures de Drummondville - une localité voisine - qui se tient généralement au même moment. Dans l'ensemble les répondants acceptent cependant bien cette concurrence, car on se dit que chacun a son créneau. En présentant la culture abénaquise, la communauté offre en effet quelque chose de différent qui se démarque somme toute des autres attraits touristiques non autochtones. En fait, ce qui semble vraiment agacer les gens d'Odanak, c'est la compétition menée par des non autochtones qui se donnent une image d'Amérindiens. En effet, certains non autochtones utilisent l'image amérindienne très recherchée par les touristes pour vendre leurs produits touristiques. Une femme de la communauté déplore d'ailleurs la situation :

Ça paye aujourd'hui être autochtone, c'est à la mode. Tous les petits campings, les pourvoiries veulent avoir leur tipi. Ils font de l'animation amérindienne dans leur tipi avec n'importe qui, pis ils font n'importe quoi. [...] Là il y a plein de gens qui font de l'animation, qui poussent un peu partout pis qui se disent autochtones. C'est pas évident (Femme 3, Odanak, 2004).

On accepte moins bien cette compétition, car on se dit qu'elle empiète quelque-peu sur le créneau des attraits touristiques «réellement» autochtones, leur ravissant au passage une partie de leur clientèle potentielle. D'autant plus que ces entreprises non autochtones sont généralement plus rapprochées des grands centres et des circuits touristiques, ce qui les rend parfois plus attrayantes, ou du moins plus visibles aux yeux des touristes. En fait, rien ne semble empêcher cette pratique. Comme le mentionne la même répondante :

Ça peut finir par nuire, mais on ne peut pas les empêcher de le faire. Tu sais, c'est la libre entreprise. On ne peut pas empêcher rien, pis on ne peut pas dire que quelqu'un fait de la fausse représentation, parce qu'il y a des gens là-dedans qui se disent autochtones pis qu'ils le sont peut-être de septième génération, mais ils tiennent à ça. On peut pas vraiment dire qu'ils sont pas autochtones (Femme 3, Odanak, 2004).

Les artisans ne voient pas non-plus cette compétition d'un très bon œil. Selon certains, les non autochtones copient souvent l'artisanat abénaquis pour ensuite le revendre à moindre coût :

Il y a aussi des non autochtones qui ont rentré dans le marché, pis qui se font passer pour des autochtones. Ils copient, pis ils vendent à des prix dérisoires pour essayer de vendre leurs produits. S'il y a une barrette que nous autres on produit pour environ 50 dollars, l'autre qui est moins soucieux des matériaux de base, il va la vendre à 35. Le touriste qui veut acheter un souvenir il va aimer mieux payer 35 que 50. Par contre l'année d'après tu reviens, pis le produit qu'il a acheté moins cher se défait. Là il va dire que les autochtones font des produits qui ne sont pas durables, pas bon. Ça s'enchaîne (Homme 2 Odanak, 2004).

On déplore également le fait que des grandes chaînes commerciales se sont également mises à exploiter l'image autochtone en vendant des produits d'inspiration amérindienne. Comme l'explique le même homme :

Je me dis que si les gens ne font pas de distinctions entre ce qui est fait en Chine pis ce qui est fait ici... Les capteurs de rêves par exemple, tu vas au Wal-Mart pis tu t'achète un kit pour faire un capteur de rêve. Ils ont trouvé le moyen de copier, c'est fait bric-à-brac un peu. Les gens aiment ben mieux payer 2,95 chez Wal-Mart que de payer 15 piastre pour un qui a été fait dans une communauté autochtone. Ça, ça a eu un impact sur le tourisme (Homme 2 Odanak, 2004).

L'image amérindienne est donc devenue un produit, et qui plus est, un produit à la mode. Il ne faut donc pas s'étonner de voir des non autochtones la récupérer pour leurs propres profits. Cette pratique est dénoncée avec véhémence, et c'est tout à fait compréhensible, par plusieurs informateurs. On peut cependant voir à travers leurs discours qu'ils ne font pas que déplorer la compétition en soi. En fait, il s'agit de quelque chose de beaucoup plus important qui renvoie à l'image même des Abénakis, ainsi qu'à leurs droits de propriété culturelle. J'aurai l'occasion de m'attarder plus longuement sur cette question un peu plus loin dans ce texte.

Une dernière série d'entraves économiques invoquées dans le discours des répondants renvoie plus spécifiquement à la situation du tourisme à Odanak. On fait ici référence aux différentes conditions entourant l'industrie touristique qui nuisent à son essor. Parmi ces éléments, plusieurs soulignent qu'il n'y a pas assez de publicité produite pour attirer des visiteurs dans la communauté:

C'est ça là. Moi je le dis, pis je le redirai toujours, il manque de la publicité.

Q : C'est la grosse lacune ?

Ah oui, c'est la grosse lacune (Femme 1, Odanak, 2004).

On est pas bien annoncé encore. Odanak, les gens ne savent pas c'est où. Il y en a qui savent qu'on a un musée, mais on est pas annoncé. Sur la route, on est même pas annoncé. Tu vois Odanak quand tu passes ici, mais c'est pas annoncé ailleurs sur la route. Il y a des visiteurs au musée l'année passé qui nous l'ont dit : «C'est parce qu'on passait par ici pis on a vu qu'il y avait une réserve, parce qu'on a jamais vu que Odanak était annoncé à quelque part». On est pas sur la «map», on est pas annoncé. Encore moins le musée. Les gens passent sur la 132, mais ils ne savent pas qu'à droite il y a une réserve, pis qu'il y a un musée qu'ils peuvent voir.

Tu sais, tu vois un petit chemin de travers, c'est pas tout le monde qui est tenté de le prendre pis de monter voir (Femme 2 Odanak, 2004).

Selon ce qu'on en comprend, la communauté n'est pas très «visible» aux yeux des éventuels visiteurs. Ainsi, l'achalandage touristique n'est pas aussi élevé qu'il pourrait l'être. On explique entre autres que la communauté, de même que ses divers attraits touristiques ne sont pas assez publicisés et mis en valeurs dans les différents médias. On déplore également le fait qu'aucune affiche routière ne fasse la promotion du musée ou de la communauté dans la région. Pour certains, ce manque de publicité vient en fait d'un manque de capitaux, car bien peu d'artisans peuvent se payer le luxe de faire de la promotion pour leur commerce. Ceci nous renvoie donc au manque de financement abordé plus tôt. Comme le fait remarquer un informateur :

Les Abénakis n'ont pas toujours les moyens de toujours produire des brochures, pis de faire annoncer partout qu'ils existent, Des entreprises privées comme nous, on n'a pas les moyens non plus de faire paraître des annonces tout le temps. Tu sais, ça vient que tu manges ton profit, c'est trop grand comme investissement (Homme 2, Odanak, 2004).

Par ailleurs plusieurs déplorent aussi le fait que la communauté ne dispose pas d'infrastructures d'accueil permettant de «retenir» les touristes pour une certaine période. Ainsi, dans la majorité des cas, les visiteurs ne demeurent dans la communauté que pour quelques heures, le temps de visiter le musée et peut-être d'entrer dans une ou deux boutiques d'artisanat. En fait, à part peut-être le restaurant, rien ne permet de garder les touristes pour une plus longue période dans l'endroit.

D'autres font aussi valoir que l'ancien musée ainsi que les espaces environnants n'étaient pas conçus pour accueillir de gros groupes de visiteurs. N'étant pas capable de faire face à une demande de plus en plus grande, l'institution a ainsi perdu une bonne partie de sa clientèle touristique. C'est ce qu'explique un membre du Conseil de bande :

Après ça, on a eu beaucoup d'Européens. Même à un moment donné, ils voulaient venir avec quatre autobus en même temps. Nous autres, on ne pouvait pas les accueillir quatre autobus en même temps, on ne pouvait en prendre que deux à la fois. Ça fait qu'eux autres ils ont décidé, les agences de voyages et tout ça, ils ont décidé de ne plus venir. Après, ça a baissé à peu près de moitié, notre affluence au musée. Il y a des années on avait 12 000, 14 000 visiteurs, après ça on a tombé à 7 000, 8 000. Juste parce qu'on avait pas assez de place pour tout les accueillir (Conseil de bande, Odanak, 2004).

Un peu dans la même veine, certains soulignent le fait que la communauté manque de pôles d'attraction. Comme on le sait, les touristes viennent essentiellement pour voir le musée et assister au Pow Wow. Plusieurs pensent qu'en n'offrant que deux attraits, la communauté contribue à limiter la durée et la fréquence des séjours des visiteurs. De fait, comme on vient de le

voir, les attractions déjà existantes ne réussissent pas à retenir les visiteurs pour une période de temps très longue. Par ailleurs, les gens ayant déjà visités la communauté n'auront pas l'idée d'y revenir plusieurs fois dans une même saison, ni même dans un intervalle de quelques années, car, de façon générale, les visiteurs ne sont pas attirés par ce qu'ils ont déjà vu. Ils préfèrent plutôt aller découvrir quelque chose de nouveaux dans un autre endroit. C'est un peu ce qu'expliquent les informateurs suivants:

Le musée dans les dernières années est un musée qui était désuet, donc les installations n'étaient pas changées, les expositions n'étaient pas changées. La clientèle retrouvait ce qu'elle avait déjà vu dans le passé, donc passait moins de temps dans la communauté (Homme1, Odanak, 2004).

- C'est sûr que le musée, à un moment donné... Ça faisait à peu près 40 ans qu'il était à peu près toujours semblable. C'était tout du déjà vu pour les gens qui étaient déjà venus.
- Le monde alentour, ils venaient une fois, deux fois, après ça ils ne revenaient plus, parce que c'était toujours pareil.
- Ils revenaient avec leurs enfants à peu près 15 ans plus tard.

(Conseil de bande, Odanak, 2004).

Il y a aussi le fait que ça ne change pas assez. Ça fait longtemps que le musée a pas changé. Ils disaient qu'ils changeaient les salles aux deux ans, mais ils ont fait ça pendant deux ans ! Après ça, il n'y a plus rien qui a changé. Si t'es venu il y a deux ans, mais que tu sais que c'est encore la même affaire, tu ne reviens pas. Il faut que les salles changent un peu pour que tu aies le goût d'y retourner, à moins que tu aies le goût d'amener quelqu'un et de lui montrer. Autrement, tu ne reviens pas. Ça vient l'un si t'es venu 15 ans avant, pis que 15 ans après tu veuilles revenir voir les mêmes choses, mais là, ce n'est pas ça qui va nous faire vivre au niveau touristique si les gens viennent aux 15 ans ! (Jeune de la communauté Odanak, 2004).

Dans la même veine, certains font également valoir que le secteur du tourisme est très dépendant des effets de mode. Ainsi, pour qu'une attraction ou une destination soit visitée, il faut qu'elle soit en vogue auprès des touristes. Dans le cas d'Odanak, il semble que la communauté ait été très populaire auprès de la clientèle européenne par le passé. Cet engouement s'est quelque peu estompé au cours des dernières années, ce qui s'est traduit par une baisse de l'achalandage. Certains en viennent d'ailleurs à dire qu'Odanak ne reçoit pas assez de visiteurs pour permettre à l'industrie de prospérer et de bien se développer. C'est ce qu'explique l'informateur suivant en parlant de l'artisanat :

Ils [les artisans] vont davantage aller au Village Huron vendre l'artisanat, aller à l'extérieur de la communauté, parce que Odanak ne reçoit pas assez de touristes pour leur permettre de vivre, de gagner leur vie. C'est ce qui à mon avis est un élément difficile, que ce soit pour les jeunes, pour les aînés, pour l'ensemble de la population (Homme 2, Odanak, 2004).

3.3.2 Entraves administratives

Certains informateurs ont aussi soulevés quelques éléments d'ordre politique ou administratif qui nuisent à l'essor et au bon développement du tourisme dans la communauté. Ces gens déplorent essentiellement le manque d'organisation et de vision à long terme dont feraient parfois preuve les décideurs. C'est un peu ce qu'explique cette informatrice en parlant de la formation des guides du musée :

Au printemps, on a demandé de l'aide pour former un cours, pis on a trouvé des gens qui pourraient nous donner un cours, mais le Conseil de bande a dit: «on va attendre que le musée soit ouvert». Mais tu sais, tu peux pas arriver quand le musée est ouvert et là te mettre à former ton monde. Là, présentement on fonctionne comme ça. À quelque part, il faut, que ce soit dans le tourisme ou dans n'importe quoi, il faut avoir une vision. Il ne faut pas penser juste pour la saison, juste pour cet été, pis après ça à l'automne, on ne sait pas ce qu'on fait. Il faut voir pour l'automne, pour l'année prochaine. Tu sais, être capable d'avoir une projection, de voir deux ou trois ans en avance, former notre monde. Avec le Conseil de bande, eux autres il faut quasiment que la main te brûle avant qu'ils pensent à éteindre le feu (Femme 3, Odanak, 2004).

Pour opérer et gérer une institution comme le musée, il faut de l'organisation et de la préparation. Cela demande que l'on s'investisse en temps et en énergie, pendant plusieurs mois, voire plusieurs années. Il en va de même pour la réalisation de n'importe quel projet d'envergure. Or, comme le montre le discours de certains répondants, l'intérêt des décideurs est trop souvent centré sur l'immédiat et sur l'actuel, sans laisser de place à la vision à long terme. Le développement touristique de la communauté s'en voit alors affecté, car il dépend plus souvent qu'autrement du soutien financier du Conseil de bande.

Certains déplorent également la lourdeur administrative qui entoure généralement l'élaboration de projets dans la communauté. Cette bureaucratie décourage souvent des personnes qui ont pourtant des projets intéressants. Une jeune femme de la communauté déplore cette situation :

Ça prend tellement de temps juste pour que ton projet passe au Conseil. C'est tellement long la bureaucratie, c'est ça qui fait que... Même un projet comme ça, ça pourrait prendre deux ans avant que ça soit accepté. Là t'as rien de préparé encore. Ça prend cinq ans avant que ton projet débute. Les jeunes avec lesquels tu voulais travailler, ils ont cinq ans de plus. Ils ne sont plus nécessairement dans le coin. Il faut que tu recommences avec une autre gang qui n'est pas nécessairement intéressée. C'est du temps, de la préparation. Il faut tout de même que tu continues à vivre pendant que tu attends que ton projet démarre (Jeune de la communauté, Odanak 2004).

3.3.3 Entraves socioculturelles

Si les gens d'Odanak ont identifié plusieurs entraves économiques et administratives, c'est sans contredit sur le plan socioculturel que le plus grand nombre d'éléments gênant le bon

développement du tourisme ethnoculturel a été soulevé. Comme leur qualificatif l'indique, les entraves socioculturelles renferment tout ce qui touche la population, la culture et la société. Il s'agit donc d'une catégorie très large, qui englobe des éléments aussi variés que le manque de connaissance sur la culture traditionnelle, l'exode de la population, ou le manque d'interactions dans les visites touristiques. Afin de mieux présenter ces entraves, je les ai divisées en trois sous-catégories. Dans un premier temps, je présenterai les entraves socioculturelles concernant la population d'Odanak en général. Par la suite, il sera question des éléments se rapportant plus spécifiquement aux attraits ou à l'industrie touristique. Finalement, il sera question des éléments extérieurs à la communauté d'Odanak.

Un certain nombre d'entraves socioculturelles identifiées par les répondants se rapportent à la population de la communauté. On fait entre autres valoir que les membres de la communauté manquent de connaissances dans plusieurs domaines, ce qui leur nuit lorsque vient le temps d'élaborer un projet de développement ou encore de présenter leur communauté aux visiteurs. Ainsi, certains expliquent que beaucoup d'Abénakis manquent de connaissances sur leur culture. De fait, on ne parle presque plus la langue et on connaît de moins en moins la culture traditionnelle et l'histoire de la communauté. Comme on l'a vu au chapitre précédent, cette situation découle de plusieurs facteurs, comme les pressions exercées par certaines autorités religieuses, de même que l'exode et la dispersion de la population. Comme plusieurs l'expliquent, il devient difficile de développer le tourisme ethnoculturel lorsque la population connaît autant de lacunes au niveau culturel :

Donc, si on veut avoir une discussion avec un guide sur des aspects culturels, sur les traditions, sur la langue, sur l'apparence physique des gens d'ici, la majorité des guides va être surprise et ne saura pas quoi répondre. Certains d'entre eux vont donner des éléments de réponse qui ne sont pas vraiment pertinents (Homme1, Odanak, 2004).

Le tourisme a diminué beaucoup ces dernières années, parce que les services offerts ben c'était pas fort. Les gens venaient pour une visite, pis on ne répondait pas à la moitié de ce qu'ils nous demandaient. Ce côté là ça n'a pas aidé, pis ça fait un bout de temps que c'est comme ça (Jeunes de la communauté, Odanak, 2004).

Quelques informateurs expliquent également que la population manque de connaissances au niveau de la mise en place de projets ou d'entreprises. Il devient donc difficile pour ceux qui ont des idées de les mettre en pratique, car ils ne savent pas nécessairement comment faire pour y parvenir. De fait, ils n'ont bien souvent qu'une vague idée de la marche à suivre et des implications réelles d'une telle entreprise. Comme l'explique une répondante :

C'est aussi à cause du fait que ceux qui vont amener les projets, c'est pas nécessairement des personnes qui ont beaucoup d'éducation et qui connaissent ça à fond (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

Par ailleurs, bien peu savent où aller pour demander de l'aide ou du financement. Ainsi, comme le mentionne une autre répondante :

Le monde se fie sur le Conseil de bande, mais je suis sûre qu'il y a plein d'autres places où aller. Les gens ne savent peut-être pas où aller ou comment faire, où se renseigner.

Q : Donc, il faudrait informer les gens pour leur dire ce qu'ils peuvent avoir comme aide, comme outil ?

Oui, c'est ça. Je sais moi, qu'il y a différentes places, deux ou trois places là, mais je suis sûre qu'il y en a d'autres que personne ne connaît. C'est pareil pour les Québécois qui veulent partir une entreprise. C'est pas tout le monde qui sait où on peut avoir de l'argent. Il y a plein d'endroits où on peut aller, mais il faut que tu saches, il faut que tu t'informes. C'est la même chose ici, il n'y a pas que le Conseil de bande, il y en a d'autres là (Femme 2, Odanak, 2004).

On explique également que plusieurs personnes ne veulent tout simplement pas demander de l'aide pour élaborer ou mettre en place leur projet :

Donc là, il faut qu'ils aillent chercher de l'aide à l'extérieur, mais ils sont trop fiers et ils ne veulent pas aller demander de l'aide à l'extérieur. Ils se disent qu'ils sont capables tout seuls. C'est ça qui est de valeur. Ça prend du temps avant qu'ils se décident et qu'ils se disent : «bon ben là on va chercher de l'aide à l'extérieur et là on y va». Ça, ça peut prendre un bon bout avant que ça se fasse (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

Certains expliquent finalement que plusieurs personnes ont des lacunes en ce qui concerne la connaissance de l'industrie touristique. Les gens ne sont pas toujours au courant des standards à respecter ou ne savent pas nécessairement quel est le bon comportement à adopter avec les visiteurs. Ceci peut être considéré comme une entrave de taille pour ceux qui veulent développer un projet car, comme l'explique une répondante :

Il faut que tu saches comment répondre au client. Si tu offres que tu fais ci ou que tu fais ça, il faut vraiment que quand le client arrive il y ait ce que tu annonces. S'il y a un groupe de France qui appelle parce qu'il a vu ton annonce pis il s'en vient, il faut vraiment que tu sois prêt, pis il faut que t'aies une bonne équipe alentour de toi. Tu peux pas faire ça tout seul (Femme 2, Odanak, 2004).

Les différentes institutions de la communauté ne contribuent pas nécessairement à combler le manque de connaissances. En fait, certains pensent que la formation donnée aux gens œuvrant dans le domaine touristique n'est pas assez complète. On fait entre autres mention des guides qui sont envoyés devant les groupes de touristes sans avoir suivi de véritable formation :

Le problème, c'est que la plupart n'ont pas de formation en tourisme. Quand ils arrivent la première journée, on leur dit suis un guide, et demain c'est à ton tour. La plupart du monde est entraîné comme ça. C'est stressant. T'es pas toujours capable. Tu ne sais pas toujours comment répondre. Si tu n'as pas lu beaucoup là-dessus, ben là t'es pris, pis quand t'as des questions, t'inventes.

Q : Est-ce que ça se fait souvent ce genre de choses là ?

Oui, ben pas mal à toutes les années. Ben c'est pas qu'ils inventent, mais quand ils se font poser une question, ils répondent : «est-ce que je peux te revenir avec ça ?». À presque

chaque fois, ils répondent ça, donc à la longue, ça fait des visites plates (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

Le manque de formation aurait donc pour effet de nuire à la qualité du produit touristique. En effet, en étant intimidés par les questions des touristes et ne sachant trop quoi répondre, les guides ont deux alternatives. Ils peuvent répéter aux touristes qu'ils n'ont pas la réponse à leur question, ce qui, comme vient de le mentionner la dernière répondante, rend les visites ennuyeuses. Ils peuvent aussi choisir la voie de la facilité en improvisant des réponses plus ou moins véridiques. Dans les deux cas, on va à l'encontre de l'un des buts premiers du tourisme ethnoculturel, c'est-à-dire d'informer les visiteurs sur la culture. Comme on l'a vu précédemment, le tourisme est un outil formidable pour faire connaître et démystifier sa culture auprès des étrangers. Il permet ainsi d'abattre les préjugés et parfois même de créer des ponts entre les différentes communautés culturelles. Cependant, lorsque la culture n'est pas présentée, ou pire encore lorsqu'elle est présentée de façon déformée, on atténue les bienfaits socioculturels du tourisme. On pourrait même aller jusqu'à dire que l'on contribue ainsi à créer des méfaits, car le manque de connaissances et de formation fera parfois en sorte que l'on transmettra une culture folklorisée, voire empreinte de stéréotypes.

Par ailleurs, certains identifient aussi l'exode de la population comme un autre élément susceptible d'entraver l'essor du tourisme. En effet, n'ayant pas beaucoup de possibilités d'emplois dans la communauté, plusieurs personnes partent à l'extérieur pour y trouver du travail. Cette tendance est particulièrement forte chez les jeunes qui quittent la communauté pour faire leurs études et qui décident de demeurer dans les grands centres par la suite. Cette migration entraîne une série de conséquences dans la communauté. Comme on l'a mentionné au chapitre précédent, la transmission des savoirs traditionnels et de la culture s'en voit affectée, car l'éloignement et le morcellement des familles rendent souvent difficile le contact entre les différentes générations. C'est ce que mentionne une aînée de la communauté en me parlant de l'artisanat :

Q : Aimeriez-vous leur montrer comment faire ?

Ça me ferait rien, s'ils me disaient «Grand-maman, on aimerait ça faire du perlage». J'aimerais ça leur montrer, mais ils sont tellement loin, ils restent à Trois-Rivières, je ne les vois pas beaucoup. Ils ne sont pas sur la communauté. S'ils étaient ici, peut-être qu'ils diraient «grand-maman, j'aimerais ça que tu me le montres» (Femme 1, Odanak, 2004).

Tout le savoir relatif à la culture, à l'artisanat et au folklore finit donc par se perdre peu à peu, ce qui n'aide en rien le développement d'un tourisme ethnoculturel à long terme.

L'exode a également pour effet de faire diminuer la population, ou, à tout le moins, de la garder à un niveau relativement bas. Certains estiment d'ailleurs que la petite taille de la population nuit au développement du tourisme dans la communauté :

Aussi, il y a de la difficulté d'offrir de la qualité dans le nombre de personnes aptes à recevoir de la clientèle. On est un petit bassin, on est une population d'environ 400 Abénakis. Sur ce nombre là, très peu de gens ont l'intérêt de recevoir le tourisme. Les gens veulent le faire durant un été, à quelques reprises. Travailler avec les touristes c'est très exigeant physiquement et moralement (Homme 1, Odanak, 2004).

En effet, dans quelque communauté que ce soit, les gens n'ont pas tous un intérêt pour la culture, l'histoire ou l'artisanat. Dans une agglomération de grande ou de moyenne envergure, cette situation ne causera pas vraiment de problème, car on trouvera toujours assez d'intéressés pour faire fonctionner les institutions culturelles et les attraits touristiques. Dans une communauté aussi petite que celle d'Odanak, les choses sont quelque peu différentes, car avec une population aussi restreinte, les chances de trouver des gens intéressés au tourisme et à la culture sont moins grandes. Il faut également ajouter que les gens susceptibles d'être intéressés s'en vont souvent à l'extérieur pour faire leurs études et ne reviennent que trop peu souvent s'établir dans la communauté.

Tout ceci nous amène à un autre élément important : le manque de relève. En effet, plusieurs informateurs ont soulevé le fait que les jeunes sont de moins en moins intéressés à la culture, à l'artisanat et au tourisme. Comme nous venons le voir, l'exode n'améliore en rien cette situation, mais qu'en est-il des jeunes qui demeurent dans la communauté ? J'ai questionné les principaux intéressés sur le sujet, ce qui m'a permis de déceler certains éléments de réponses.

Certains estiment qu'on n'implique pas assez les jeunes dans le développement touristique, ni même dans quoi que ce soit. Comme le mentionnent ces deux jeunes femmes, certains jeunes sont intéressés par la culture et prêts à s'impliquer dans le développement touristique de la communauté. Cependant, on ne leur laisserait pas l'occasion de le faire :

Q : Pensez-vous quand même qu'il y a quelque chose à faire ?

- Oui, mais c'est que la plupart du temps, ils ne veulent pas l'appui des jeunes, parce qu'on est jeune.

[...]

- Tu vas avoir 25 ans, une bonne vie, mais tu vas être encore trop jeune. Tu vas avoir 30 ans, tu va être encore trop jeune. C'est sûr qu'on va toujours être jeune par rapport à eux, vu qu'on a 50 ans de différence. S'ils nous en parlent pas de la culture, on ne pourra jamais apprendre (Jeunes de la communauté, Odanak, 2004).

On fait également valoir que les emplois reliés au tourisme sont peu attrayants aux yeux des jeunes. Certains répondants m'expliquaient qu'on doit souvent passer de longues heures à attendre les touristes, ce qui peut devenir ennuyant. On doit aussi affronter les préjugés des visiteurs ce qui est très intimidant. L'extrait suivant résume assez bien les propos qui ont été tenus à ce sujet :

Les étudiants qui viennent au musée, ils réalisent que c'est un travail exigeant. Il faut que tu sois là, il faut que tu sois bien propre, Il faut que tu sois bien vêtu, il faut que tu sois accueillant avec le sourire, ça ne tente pas toujours d'avoir le sourire. C'est toujours les mêmes qui font les visites, c'est toujours les mêmes qui ne veulent pas faire les visites. Quand tu fais les visites, tu te demandes toujours ce que tu va faire, si les gens vont te comprendre, si tu es prêt pour faire ça. La formation est donnée très rarement, donc t'apprends sur le tas. Tous ces aspects là font que les jeunes ne veulent plus travailler au musée. Tu travailles le week-end, tandis que les autres projets sur la communauté, tu travailles la semaine. Tous ces facteurs là font que le musée ne devient pas un premier choix. Il devient même un dernier choix, parce qu'on ne veut pas se voir associé à un milieu de travail comme celui-là. On préfère plutôt travailler ailleurs (Homme 1, Odanak, 2004).

La confrontation aux préjugés semble aussi être un élément relativement important dans l'explication du manque d'intérêt des jeunes envers le tourisme. L'extrait suivant en est une belle illustration :

...quand tu travailles au musée ou dans le tourisme, c'est sûr que tu va faire face à beaucoup de préjugés. Ça c'est quelque chose qui ne donnera pas nécessairement le goût de recommencer une autre année. Les touristes, pour la plupart ils sont fins, pour la plupart c'est l'fun, mais ils y en a des fois qui arrivent, pis ils disent «on sait ben vous autres les Indiens» pis ils sortent plein de préjugés. Ça vient fatiguant. Ça vient assez épuisant. Ça peut aussi être pour ça qu'il y a une perte d'intérêt. D'être tout le temps sur la défensive.

Q : Vous êtes tout le temps sur la ligne de front

- C'est ça. Mais en même temps, c'est super utile. Il faut le faire.

- En même temps aussi, quand tu travailles dans le tourisme, s'il y a du monde qui te *blast*, tu ne peux pas leur répondre n'importe quoi. Il fait que t'avales, que t'avales pis que t'avales. C'est quelque chose

- C'est pas évident.

- Moi j'aurais de la misère !

- On n'arrête pas de se faire poser des questions du genre: Si je te marie, est-ce que je vais encore payer des taxes ? Ça ne s'arrête pas juste au plan monétaire d'être Indien, il y a la culture aussi. Les gens ont l'air de l'oublier des fois (Jeunes de la communauté, Odanak, 2004).

Certains expliquent aussi que les jeunes ont d'autres intérêts. Bien sûr, plusieurs sont intéressés par l'artisanat et la culture, mais ils ne voudront pas nécessairement en faire un métier. Comme tous les autres jeunes ailleurs au Québec, leurs intérêts sont multiples et variés. Ainsi, comme me l'explique une répondante :

Il y en a qui sont intéressés par la culture, il y en a qui sont intéressés par la politique, il y en a qui sont intéressés par d'autres choses. C'est pas tout le monde qui est intéressé par ça (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

C'était notamment le cas d'une répondante qui m'expliquait qu'elle préférait suivre sa passion, bien que ses parents l'aient encouragée à demeurer dans le domaine culturel.

Tu sais mon père voulait que je continue à travailler au musée, mais je lui ai dit que c'est vraiment la santé qui m'intéresse. Lui il aurait aimé ça que je continue à m'impliquer dans le milieu culturel. Je peux quand même m'impliquer de différentes façons (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

Si pendant longtemps le tourisme et l'artisanat ont permis à plusieurs Abénakis de gagner leur vie, aujourd'hui, ils ne sont plus les seuls secteurs d'activités qui s'offrent aux jeunes. Il est donc plus que normal que plusieurs choisissent de se diriger vers des emplois différents. Cette situation explique néanmoins pourquoi la relève se fait de moins en moins présente dans le domaine touristique.

Les répondants ont identifié plusieurs autres éléments sociaux qui entravent le développement du tourisme ethnoculturel. Certains ont ainsi expliqué que la culture traditionnelle fait moins partie de la réalité des Abénakis d'aujourd'hui. Les jeunes éprouvent donc de la difficulté lorsque vient le temps de décrire une culture qu'ils ne vivent plus vraiment. Il devient aussi difficile pour eux de s'y intéresser, de l'apprendre et de se l'approprier, car plusieurs n'en voient tout simplement pas l'intérêt. Ainsi, comme me le mentionnait une jeune femme de la communauté en parlant de la langue abénakise :

Moi j'en ai suivi des cours d'abénakis. J'avais 14 ans, pis en même temps, j'avais des cours de français, pis des cours d'anglais. J'ai arrêté, parce que je me disais que l'abénakis c'était une langue de trop. En même temps, ben on apprenait des phrases du genre : «Je m'en vais pêcher demain». Moi je n'allais pas pêcher, fait que je ne faisais pas le lien dans mon cerveau ! Je ne vais pas pêcher, et je ne joue pas au cartes, donc, ça ne me donnait rien d'apprendre l'abénakis (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

Par ailleurs, certains répondants ont aussi mentionné qu'il devenait de plus en plus difficile de faire de l'artisanat à partir des matériaux traditionnels. On faisait entre autres mention du foin d'odeur, qui n'est presque plus cultivé ou cueilli, ce qui le rend de plus en plus difficile à trouver.

Comme l'explique une aînée :

Il y avait aussi des gens d'Odanak qui allaient chercher leur foin d'odeur dans le bout de Contrecoeur pis Varenne. Il y a une place là-bas où ils allaient en chercher. Le Père de Thérèse O'Bomsawin allait chercher ça là. C'était quelque chose ça. Là, aujourd'hui on dirait que les gens sont...ça a changé (Femme 1, Odanak, 2004).

On pourrait y voir là une autre conséquence de l'effritement de la culture traditionnelle dans la vie quotidienne des Abénakis. Quoi qu'il en soit, l'artisanat devient de plus en plus difficile à

produire - du moins, de façon traditionnelle – ce qui gêne le développement d'un tourisme axé sur la culture.

Quelques informateurs sont aussi d'avis que certains traits sociaux présents à Odanak entravent le développement d'un tourisme durable. On fait ici référence à divers éléments malsains comme le manque de fierté ou le manque de confiance en soi qui est parfois palpables chez des personnes de la communauté. Ainsi, certains individus ont des réserves face au tourisme ethnoculturel, car ils ne sont pas particulièrement à l'aise avec leur identité amérindienne. D'autres ont peur de la réaction des visiteurs, car ils ne ressemblent pas dans l'image type de l'Amérindien au teint foncé et aux yeux noirs. Ils ne voudraient donc pas s'impliquer dans le domaine touristique. C'est ce qu'explique ce répondant :

La maladie est ben ben simple. En anglais on appelle ça le *low self esteem*. T'as vécu dans une communauté autochtone, t'as toujours peur que le monde te dise : «t'as pas les yeux noirs, t'as pas les cheveux noirs, t'a pas le teint foncé, t'es pas un Indien. [...] Donc il y a parfois un problème de manque de confiance en soi. Il y a aussi le fait de ne pas avoir le stéréotype que le touriste s'attend à voir, de ne pas ressembler à ce que la société en général s'attend à voir. Tant et aussi longtemps que le monde va s'accrocher à ça, ils vont être à côté de la *track* carrément (Homme 2, Odanak, 2004).

Selon certains répondants, une autre entrave au développement du tourisme vient du fait que la population est souvent dépendante des institutions. En effet, les gens ont l'habitude de voir le développement économique de la communauté être pris en charge par le Conseil de bande. Ils ne sont donc pas portés à prendre des initiatives personnelles ou à développer des projets. Comme certains l'expliquent, le fait d'avoir à gérer seul un commerce et de devoir voler de ses propres ailes fait peur à plusieurs :

Je pense qu'ils ont peur. Peur d'être sûr que ça marche, donc là, t'as ta petite business pis tu peux pas t'en aller à tous les jours pis il faut que tu t'occupes de ton affaire. Il y a ben du monde qui ont des idées, mais on dirait que... Je sais pas, ça bouge pas (Femme 2, Odanak, 2004).

C'est notamment ce qui arrive lorsque prennent fin les programmes de formation donnés par le Conseil de bande. En effet, il arrive que des formations soient données concernant différents domaines d'activités, comme l'artisanat par exemple. Les gens y acquièrent différentes connaissances sensées les aider à intégrer le marché du travail. Cependant lorsque ces programmes se terminent, bien peu de gens réussissent à se trouver un emploi. Comme l'explique une répondante :

Les gens ont les techniques, mais c'est... mettons que c'est la mise en marché, là... Un coup que le projet est terminé pis que là ils ne sont plus payés, ben c'est difficile de dire aux gens: «maintenant travaillez donc». Ils ont les connaissances, mais ils ne sont plus payés, fait que c'est comme... (Femme 3, Odanak, 2004).

Pour certains, cette situation découle du manque de volonté et de motivation des gens. Cependant, on peut aussi penser que le fait de devoir démarrer un commerce peut être très intimidant pour plusieurs.

Certaines personnes nous ont aussi expliqué que le développement du tourisme durable est en partie entravé par le manque de cohésion et l'esprit d'individualisme qui habite la communauté. Ainsi, comme l'explique un répondant, les différentes personnes œuvrant dans le secteur touristique ne veulent généralement pas travailler de concert. Ceux-ci préfèrent plutôt faire leurs affaires de leur côté, sans s'occuper de ce que les autres font :

Q : Les gens ne veulent pas s'en occuper.

Ils ne veulent pas, parce que eux, ils se concentrent sur leur petite affaire: moi je fais de l'artisanat, donc je fais de l'artisanat ; moi j'ai un restaurant et je fais de la nourriture traditionnelle, donc je fais de la nourriture traditionnelle ; moi j'ai rien à faire avec le tourisme, donc je m'en lave les mains, j'ai pas besoin d'être là. C'est cet aspect là qui est plus discutable, parce que ce qui devrait être merveilleux, ce qui devrait être valorisé, c'est d'avoir des activités touristiques en parallèle (Homme 1, Odanak, 2004).

Il devient donc difficile de coordonner des efforts et de rassembler les gens sous un projet commun, car tout le monde semble vouloir travailler de son côté sans se soucier de ce qui se passe autour. Dans la même lignée, d'autres répondants ont fait valoir que le tourisme n'est en réalité pris en main que par quelques personnes. Ces dernières peuvent alors tourner les choses à leur avantage, sans se soucier des autres. Comme l'explique ce répondant, cet esprit d'individualisme nuit grandement au développement touristique dans la communauté :

Si le tourisme à Odanak n'est pas florissant, ben c'est parce que c'est trois ou quatre élites qui prennent le marché, parce qu'ils pensent seulement à eux autres, pis à leur organisation. C'est ça la dure réalité à Odanak (Homme 2, Odanak, 2004).

Comme je l'ai mentionné précédemment, un certain nombre d'entraves socioculturelles concernent plus spécifiquement l'industrie touristique en soi. Parmi les éléments qui ont ainsi été identifiés, plusieurs concernent les attraits touristiques, comme le musée. Certains répondants font entre autres valoir que ce qui est présenté dans ces attraits est trop folklorisé ou encore trop commercial. C'est un peu ce que disent ces répondants en parlant du musée :

Moi je l'ai fais, j'ai été guide ici pendant quatre étés, durant la crise d'Oka. J'étais jeune, j'avais environs 14 ans jusqu'à 18 ans. Par la suite, j'en eu marre. Il y a autre chose aussi. La culture abénakise est beaucoup plus riche que quelques pas de danse et quelques séances de questions/réponses sur le mode de vie actuel (Homme 1, Odanak, 2004).

Au musée, les personnes qui y travaillent aujourd'hui donnent une image folklorique de notre culture. Je suis complètement opposé à ça. Je suis contre cette fausse image là. Ma culture, ce n'est pas du folklore. [...] Malheureusement, t'as encore certaines personnes qui donnent encore l'image que les gouvernements veulent qu'on perpétue. Avec ça, tu viens de trouver

le bobo, le cancer qui fait en sorte que le tourisme à Odanak ne fonctionne pas (Homme 2, Odanak, 2004).

Ainsi, on en revient encore au problème de la transmission d'une image plus ou moins véridique de la réalité des Abénakis. Pour certains, cette situation fait en sorte que les visiteurs qui repartent de la communauté gardent en tête une image folklorisée des gens d'Odanak. Ainsi, le tourisme ne contribuerait pas à abattre les stéréotypes et les préjugés, mais collaborerait plutôt à les alimenter.

Dans la même lignée, certains déplorent également le fait que le discours sur la culture est parfois différent, voire divergent chez les gens qui accueillent les touristes. Ainsi, les visiteurs auront parfois l'occasion d'entendre différentes conceptions de la culture abénakise. C'est ce que soutient le répondant suivant :

Ce que je trouve de valeur, c'est quand je raconte des choses et que certains disent que ce n'est pas vrai. Moi je n'irai pas dire que ce qu'ils font ce n'est pas vrai. S'ils vont dire à tous le monde qu'on fait 25 danses à Odanak, ben il faut qu'ils vivent avec. Ça paraît quand tu comptes des balivernes (Homme 2, Odanak, 2004).

Certains trouvent donc difficile de développer un tourisme ethnoculturel lorsque le discours culturel en soi est divergent à travers la communauté.

Quelques répondants pensent par ailleurs que des individus de la communauté basculent délibérément et consciemment dans la folklorisation de la culture, car ceci leur permet de retirer de plus grand revenus. En effet, en donnant aux touristes ce qu'ils s'attendent à voir, et en offrant l'exotisme tant désiré, ces gens s'attirent une plus grande clientèle.

...il y a des gens qui vont en France, des autochtones qui vont en France pis qui jouent au chamane. Ça perpétue l'idée qu'il y a encore des chamanes. Il y a des autochtones qui n'aident pas là. C'est pareil comme nous autres dans les années soixante, on a fait des totems pour répondre aux touristes, pour plaire aux touristes. Aujourd'hui, eux ils jouent au chamane pour plaire aux touristes.

Q : Est-ce que c'est quelque chose qui est encore présent dans la communauté ça, des gens qui vont essayer de plaire plus aux touristes, pis qui ne montreront pas nécessairement la culture comme elle est ?

Euh... ici euh... à Odanak euh... Disons que le musée a eu cet effet là d'essayer de travailler un petit peu la dessus, pis de dire aux gens de... mais c'est ben tentant pareil. [...]

Q : En fait, ce que je me demandais c'est: pourquoi les Amérindiens basculent vers le spectacle ?

Parce que c'est lucratif (Femme 3, Odanak, 2004).

Des répondants ont également soulevé le fait que le tourisme pratiqué à Odanak n'offre pas assez de possibilité de contact entre les visiteurs et les gens de la communauté. En fait, on fait ici

essentiellement référence au musée, qui offrirait des visites trop rapides et trop structurées, ce qui défavoriserait passablement l'interaction entre les guides et les visiteurs. Ainsi, les visiteurs n'ont pas toujours l'occasion de poser toutes les questions qu'ils ont en tête. Quant aux guides, ils doivent parfois écarter certains sujets, faute de temps, et ne peuvent pas couvrir les choses aussi en profondeur qu'ils le désireraient. Comme le déplore un répondant :

Vu que le contact est souvent fait de façon rapide, structurée, ça fait que le visiteur repart en n'ayant pas vraiment une vision claire de ce qui se passe à Odanak. D'un autre côté, t'as le guide, celui qui reçoit, qui dit «ah, ils n'ont rien vu» (Homme1, Odanak, 2003).

Pour plusieurs, cette situation découle du fait que le musée reçoit régulièrement des groupes de touristes effectuant des voyages organisés. Ces groupes sont souvent nombreux et ont généralement un horaire très serré. Il en résulte donc des visites écourtées et très structurées qui offrent peu de possibilités d'échange et d'interaction. D'autres pensent que la conception même de l'exposition ne favorise pas l'échange. En fait, certains trouvent que le fait de limiter l'exposition à la présentation d'objets rend les choses trop statiques et trop froides. Ainsi, la visite n'est pas assez vivante et devient parfois ennuyeuse. Le manque d'échanges et d'interactions ne permet donc pas de présenter à sa juste valeur la culture et la tradition orale abénakises.

Certains répondants ont aussi expliqué que le concept même d'un musée ne cadre pas vraiment avec la façon amérindienne de voir les choses. Ainsi, vouloir conserver des objets usuels et vouloir les protéger de l'usure du temps peut paraître un peu farfelu pour les gens des communautés autochtones :

Le concept de musée dans les communautés autochtones, euh... pour eux, c'est pas...c'est quoi ça un musée ? Un musée c'est un endroit où on conserve, mais dans les communautés autochtones, chez les Abénakis, chez les Iroquoïens, chez les Algonquiens, lorsqu'un objet n'a plus d'utilité, on lui dit merci, on ne le conserve pas pour des temps immémoriaux. C'est un objet qui a une vie et une mort. Lorsqu'il sera mort le panier, on va arrêter de faire de l'acharnement thérapeutique, si on peut dire, sur le panier, on va s'en débarrasser, on va en faire d'autres. On a le savoir. Ça c'est une des principales valeurs autochtones qui rentre en conflit avec la muséologie moderne, parce que les muséologues eux pètent les plombs. Ils disent qu'est-ce que vous faites là, vous détruisez votre histoire. Oui, mais pour les communautés autochtones, c'est pas des objets qu'on garde c'est des objets qu'on utilise (Homme 1, Odanak, 2004).

En suivant cette logique, on pourrait en conclure que certaines personnes d'Odanak trouvent bizarre le fait d'avoir un musée dans la communauté. Ceux-ci ne se reconnaîtraient donc pas dans l'institution. Je dois cependant avouer que je n'ai pas rencontré de répondants ayant tenu de tels propos. Quoi qu'il en soit, le même répondant explique que certaines personnes sont devenues méfiantes face au musée. On se rappellera que le musée à été créé par les gens de la communauté.

La plupart des objets qui composent sa collection ont par conséquent été donnés par les différentes familles d'Odanak. Or, aujourd'hui, ces différents objets ne sont pas accessibles pour la population, qui aimerait parfois les voir ou les récupérer. Comme l'explique le même informateur :

Les familles dans la communauté ne veulent plus prêter leurs objets. Ils voient les objets qui ne sont pas traités avec respect, à un moment donné, on ne les retrouve plus, ils sont brisés. Si je te prête un panier qui appartenait à mon arrière-grand-père, j'aimerais bien que tu en prennes soin. Si je te le prête, qu'à un moment donné je te dis que j'aimerais ça le ravoir, mais que tu me dis que tu ne l'as plus, je vais trouver ça bizarre (Homme 1, Odanak, 2004).

La population aurait donc développé une certaine méfiance vis-à-vis l'institution. On peut penser qu'il devient alors difficile de développer un tourisme durable dans la communauté, lorsque le principal attrait touristique n'a pas la cote auprès de la population.

D'autres répondants renchérissent en expliquant que la population n'est pas vraiment impliquée, ni même consultée lorsqu'il s'agit de mettre en place ou de renouveler les attraits touristiques. J'ai déjà décrit cette situation un peu plus tôt lorsque j'ai parlé des retombées négatives du tourisme dans la communauté. Je pense en fait qu'il s'agit autant d'un impact négatif que d'une entrave. De fait, n'étant pas consultée ni impliquée, la population se sent délaissée. Elle a alors le sentiment que le tourisme lui échappe, ce qui constitue un impact négatif. Par ailleurs, en ne consultant pas la population, on ne tient pas nécessairement compte de ses intérêts. On lui retire le contrôle du développement touristique, ce qui va à l'encontre des principes du tourisme durable, tel que les avons décrits au chapitre un.

Un autre élément venant limiter le contrôle du tourisme par la population vient du fait que des non autochtones sont parfois engagés comme guides au musée ou impliqués dans le développement touristique de la communauté. Comme l'explique un répondant, ceci fait en sorte que la communauté n'est pas représentée par elle-même :

Lorsque tu commences à engager des amis de Sorel, d'un peu partout, les touristes qui rencontrent des Québécois, ils ne se retrouvent plus. Souvent t'as le guides québécois qui parlent des Abénakis, est-ce qu'ils parlent en «nous», nous les Abénakis, ou est-ce qu'ils parlent en «ils». Si on va au Musée des Civilisations, les visiteurs s'attendent à se faire parler en «ils», mais ici, s'ils viennent à Odanak, s'ils se déplacent jusqu'ici, ils s'attendent à se faire parler en «nous». Ils s'attendent à ce que le guide parle de lui-même, même s'il y a des fautes d'orthographe dans ce qu'il raconte, même si c'est pas toujours clair, il va y avoir une rencontre face à face avec un membre de la communauté en tant que tel et non pas avec un étranger, quelqu'un de l'extérieur, qui habite sur la communauté pour une période de temps indéterminée. C'est sûr que je comprends bien la direction de faire ça, on n'en a pas de personnel. Mais il y a aussi le fait qu'il faut que tu fasses des efforts. Spécifiquement dans une communauté comme la nôtre, il faut que tu fasses des efforts. S'il n'y a pas d'efforts de fait, ça ne tombera pas du ciel (Homme1, Odanak, 2004).

Certains sont donc d'avis que l'implication des non autochtones dans le tourisme ne ferait pas que restreindre le contrôle de la population sur celui-ci. En fait, en procédant de la sorte, on viendrait quelque peu limiter la rencontre entre les différentes cultures que permet le tourisme.

Comme je l'ai mentionné plus tôt, certaines des entraves socioculturelles proviennent également de l'extérieur de la communauté. Ces entraves proviennent en fait d'éléments sur lesquels les Abénakis n'ont que très peu d'emprise. L'un de ces éléments provient de l'image des autochtones qui est véhiculée au Québec et au Canada. Que ce soit dans les différents médias, ou parmi la population en général, les autochtones ont parfois, pour ne pas dire fréquemment, une mauvaise image. On les dépeint souvent comme des criminels, des contrebandiers, ou des alcooliques en référence aux images que nous présentent généralement les bulletins télévisés ou les journaux. Cette réputation, bien que non fondée, aurait vraisemblablement un lien avec le faible intérêt que manifestent les touristes québécois envers la communauté. C'est du moins ce qu'allèguent certains répondants :

Exemple sur les taxes, des choses comme ça. C'est des préjugés en fait. Il y en a peut-être un peu aussi chez les touristes, j'imagine que c'est possible, mais ça c'est moins évident de le vérifier.

Q : Est-ce que ça pourrait nuire un peu ces préjugés là ? Les gens ne viennent pas dans la communauté à cause de ces préjugés là ?

- Ça se peut. En fait, je pense que oui.

- Oui, je pense que oui, parce que les gens peuvent comparer les problèmes qu'il y a à Kanesatake, pis là, ils n'oseront pas venir ici, parce qu'ils vont penser que c'est la même chose que là-bas.

- Il y a toujours du monde qui vont penser qu'on est pareil comme eux autres.

(Conseil de Bande, Odanak, 2004).

Quand je travaillais au musée, il y a des gens qui avaient peur. Je trouvais ça un peu drôle, les gens venaient me voir et me demandaient s'ils avaient le droit d'aller se promener en vélo dans le village. [...]

Q : Les gens ont peur de se promener dans la communauté ?

- Ben, il y en a là.

- Ben c'est les préjugés qui restent. Il y en a qui vont tomber en panne proche d'une réserve, ils vont se demander s'ils peuvent rentrer, s'ils vont se faire courir après, s'ils vont se faire attaquer.

(Jeunes de la communauté, Odanak, 2004).

Ainsi, les Québécois n'ont pas tendance à aller visiter les communautés autochtones qui les entourent. Certains auraient même peur d'y entrer, car ils perçoivent les Amérindiens comme des

individus hostiles. À leur défense, mentionnons que ces gens n'ont probablement eu d'autres contacts avec les autochtones que par le biais des médias. Que peut-on espérer de mieux lorsque l'on sait que les bulletins télévisés ne nous parlent généralement des Amérindiens qu'en période de crise et que les images qu'ils présentent alors sont souvent celles de gens en colère. On m'a d'ailleurs fait remarquer que l'achalandage touristique baisse passablement lorsque surviennent des crises dans les communautés autochtones du Québec ou du Canada. Comme l'expliquent ces répondants :

Q : Quand il se passe des choses comme ça dans les autres communautés, ça fait peur au monde ?

- Ah oui.

- On s'en rend compte quand il y a des crises.

- La Crise d'Oka, quand c'est arrivé, ça fait une grosse perte ça.

- Ah, oui, c'est vrai. [...]

- Par la suite, c'est venu moins pire, mais à chaque fois qu'il y a une crise à quelque part, ça revient.

- Oui, c'est vrai, à chaque fois qu'il y a une crise, on s'en rend compte.

(Conseil de bande, Odanak, 2004).

Juste Oka. Qui ne se souvient pas de Oka ? Ça a brassé, pis il y a eu l'armée qui est allée. Ça, ça fait peur, surtout aux touristes québécois. Là, ils écoutent les nouvelles, pis ce qu'ils voient, c'est qu'à Kanesatake, ils font flamber la maison du Chef. C'est pas une belle image.

- C'est ça qui fait que les gens ont peur. Ils pensent qu'ils ne seront pas en sécurité.

(Jeunes de la communauté, Odanak, 2004)

On peut donc voir que la perception que les gens ont des Amérindiens et l'image que les médias en projettent ont des effets non négligeables sur l'achalandage touristique de la communauté.

Une autre entrave socioculturelle provenant de l'extérieur de la communauté est celle de l'emprunt de l'image et de la culture «amérindienne» par les non autochtones. J'ai déjà discuté de l'aspect économique de cette pratique et des problèmes qu'elle entraîne au niveau de la compétition. Les commentaires de certains répondants dépassent cependant le simple aspect financier et questionnent beaucoup plus sa pertinence sociale et culturelle, voire sa légitimité morale. Ainsi, plusieurs déplorent le fait que les non autochtones qui agissent de cette façon contribuent bien souvent à véhiculer des stéréotypes. Les deux extraits suivants expriment bien cette pensée :

C'est parce qu'il y en a qui sont allés là-bas, pis qui se sont déguisés. On en a eu un beau cas. Il y avait un gars qui restait à Sherbrooke, c'était même pas un Indien. Il est allé en Europe pis il se déguisait en Indien. Il faisait des tentes, il faisait des cérémonies, il faisait de tout. Ce

qu'il montrait aux autres, c'est qu'on était encore comme ça, mais dans le fond lui il n'en était même pas un lui-même un Indien (Conseil de bande, Odanak, 2004).

Il y a des gens qui sont respectueux pis qui font ça bien. Il y en a d'autres qui ont beau être respectueux, mais ils prennent toutes sortes de cultures. Ils vont chercher des choses d'ailleurs, de l'ouest, d'Arizona. Ils vont te faire un *package deal* pis ils vont te parler de ça. En bout de ligne, les gens n'auront pas une meilleure connaissance d'ici là. Ça va être n'importe quoi même si c'est vrai. C'est vrai, mais c'est pas une seule culture, c'est plein de cultures mélangées (Femme 3, Odanak, 2004).

Les grands perdants dans cette pratique sont les touristes eux-mêmes car, bien qu'ils soient intéressés par les cultures autochtones, ils ne reçoivent en réalité aucune véritable connaissance relative aux Amérindiens du Québec. On ne leur présente en fait qu'une image bucolique et folklorisée découlant vaguement des cultures amérindiennes de l'ouest américain. Cette pratique est donc accueillie assez froidement par ceux qui travaillent à promouvoir et faire connaître la culture des Abénakis. Comme le mentionne une répondante :

Je trouve ça de valeur, parce qu'il y a des gens qui vont là et pis que tout ce qu'ils veulent, c'est apprendre et nous connaître plus, mais quand ils tombent dans ces affaires là, ils tombent dans un guet-apens (Femme 3, Odanak, 2004).

Certains craignent d'ailleurs qu'après avoir vécu de telles expériences, les visiteurs soient déçus au point de perdre leur intérêt envers les cultures autochtones. L'utilisation de l'image amérindienne par les non autochtones peut donc elle aussi contribuer à donner une mauvaise réputation aux Amérindiens.

3.3.4 Entraves géographiques

Comme leur nom l'indique, les entraves géographiques sont celles qui découlent des divers éléments relatifs à la situation géographique de la communauté. Deux entraves géographiques ont été soulevées par les répondants d'Odanak, soit le climat et la situation de la réserve.

Le climat québécois influence très certainement le développement touristique de la communauté. Comme on le sait, l'hiver n'est pas une saison très clémente en cette partie du globe. Les touristes ne viennent donc visiter la communauté que durant la saison estivale. Ainsi, le tourisme est essentiellement une activité saisonnière. Comme l'explique ce répondant, ceci vient quelque peu limiter les revenus engendrés par l'activité :

On a un besoin touristique qui est surtout concentré dans la saison estivale. Donc, ça rend les retombées minimales. Je ne pense pas que les gens dans l'industrie touristique de la réserve peuvent se permettre de ne vivre que de ça. Que ce soit les employés du musée qui sont régulièrement au chômage annuellement, les employés sont contractuels au musée pour une

période fixe de six mois, trois mois, un an, un été. C'est la même chose pour ceux qui fabriquent de l'artisanat (Homme1, Odanak, 2004).

La situation géographique de la communauté vient elle aussi contraindre le développement touristique. En effet, Odanak n'est pas située à proximité des grands axes de circulation ou encore sur les circuits touristiques traditionnels. Le nombre de visiteurs potentiel s'en voit donc passablement diminué. D'autant plus que la région, située entre Sorel et Drummondville, est beaucoup plus centrée sur l'agriculture que sur le tourisme. Elle n'attire donc pas des masses très importantes de visiteurs. Plusieurs croient donc qu'Odanak est désavantagée à ce niveau. Ainsi, comme je l'ai déjà mentionné plus tôt, d'autres communautés autochtones seraient mieux positionnées géographiquement, ce qui leur donnerait un avantage non négligeable face à Odanak.

3.3.5 Entraves environnementales

Le dernier type d'éléments venant gêner le développement touristique d'Odanak est celui des entraves environnementales. Une seule entrave environnementale a été identifiée par les répondants. Il s'agit de la rareté de plus en plus frappante des ressources naturelles nécessaires à la confection de l'artisanat. Les répondants ont essentiellement fait mention de la pénurie de frêne et de foin d'odeur, deux éléments nécessaires à la conception des paniers. C'est notamment ce qui ressort des extraits suivants :

- À c't'heure, il n'y a pu de ressources.
- Il manque de matière première, elle est difficile à trouver. Le frêne est difficile à trouver.
- [...]
- Ben comme le foin d'odeur, ça aussi c'est de plus en plus rare. C'est un petit peu plus facile à trouver que le frêne, mais encore là.
- Ben ça se transplante pas, fait qu'il n'y a pas moyen de faire de plantation de foin d'odeur comme on a fait avec le frêne.

(Conseil de bande, Odanak, 2004)

Q : Est-ce qu'il y a des choses qui sont difficiles à avoir, quand on fait de l'artisanat ?

Oui. À Odanak, depuis quelques temps, Ils ont de la misère à avoir du frêne pis du foin d'odeur. Il y en a qui en ont un peu. Ceux qui en ont, ils le ménagent pour faire des paniers, pis ils font attention. Le frêne, ils viennent à bout d'en avoir, mais c'est long. C'est de valeur qu'on n'ait pas ces arbres là qui poussent ici (Femme 1, Odanak, 2004).

3.4 Les pistes de solution

Comme on vient de le voir, les répondants rencontrés ont identifié plusieurs entraves gênant l'essor du tourisme durable dans la communauté. En retour, ils n'ont pas manqué d'apporter certaines suggestions, qui, selon eux, permettraient d'améliorer les choses. À mon avis, ces pistes de solutions se doivent d'être rapportées. En effet, qui de mieux placés pour identifier les points à améliorer dans le domaine touristique que ceux qui y œuvrent ?

Les suggestions d'améliorations rapportées concernent essentiellement deux facettes du tourisme, soit la mise en place d'infrastructures et l'offre du produit. Les différents éléments se rapportant à ces deux catégories sont décrits en détail dans la présente section. Cependant, avant de présenter les solutions possibles, je m'attarderai quelque peu sur les améliorations qui ont déjà été apportées, c'est-à-dire sur les solutions qui ont déjà permis de régler ou encore d'atténuer certaines entraves ou retombées négatives.

3.4.1 Les améliorations déjà apportées

Selon divers répondants, certaines améliorations ont déjà été amenées pour faciliter le bon développement du tourisme ou encore pour en limiter les retombées négatives. Ces améliorations peuvent être regroupées en trois catégories, soit les améliorations d'ordre économique, les améliorations d'ordre socioculturel et les améliorations d'ordre environnemental.

Du côté économique, les répondants ont soulevé quelques améliorations déjà apportées. On mentionne entre autres que les artisans tentent de plus en plus de retirer un meilleur revenu de leur production en haussant leurs prix. Ainsi, ils auraient pris conscience de la valeur réelle de leur travail et tenteraient maintenant de faire comprendre la chose aux touristes, ce qui n'est sans doute pas une tâche des plus simples.

Certains ont aussi décidé de pallier au manque de publicité relative à la communauté en allant dans les différentes institutions scolaires de la région pour faire la promotion de l'artisanat local. On ne fait pas vraiment de publicité à proprement parler. On va plutôt dans les écoles ou les CÉGEP pour parler d'Odanak et de la culture abénaquise. Ainsi, on fait connaître la communauté et l'artisanat abénaquis à une partie de la population avec l'espoir que certains décideront de venir s'informer d'avantage en visitant Odanak.

On m'a également parlé de la création de la STAQ, la Société touristique autochtone du Québec. Cette organisation permet aux intervenants touristiques des différentes communautés autochtones

du Québec de se regrouper. Ensemble, ils ont de meilleures opportunités de publicité, car à chaque année la STAQ publie et diffuse un guide faisant la promotion des différents attraits touristiques des communautés autochtones de la province. De plus, en ne regroupant que des entreprises autochtones, la STAQ permet à ses membres de se démarquer des attraits touristiques non autochtones qui utilisent l'image des Amérindiens. Comme l'explique une informatrice ayant participé à la mise en place de l'organisme :

Une des choses qu'on voulait faire aussi en plus de mettre tout en commun, c'était de contrer tout ça, ces gens qui se disent Amérindiens. Ça paye aujourd'hui être autochtone, c'est à la mode. Tous les petits campings, les pourvoiries veulent avoir leur tipi. Ils font de l'animation amérindienne dans leur tipi avec n'importe qui, pis ils font n'importe quoi. Là on s'est dit, c'est pas correct, comment on fait pour empêcher ça ? On peut pas empêcher ça. La seule chose qu'on pourrait faire c'est de dire qu'on a un produit autochtone, pis que notre produit autochtone est authentique. Si vous venez chez nous, c'est garanti que ce qu'on va vous donner ça va être authentique. Par contre, si vous allez ailleurs, on peut pas garantir que ça va l'être (Femme 3, Odanak, 2004).

La STAQ n'offre pas de certification autochtone à proprement parler, mais comme on vient de le voir, elle permet aux entreprises qui en sont membres d'afficher qu'elles sont bel et bien détenues et contrôlées par des autochtones. On met ainsi un outil à la disposition des visiteurs désireux de rencontrer des autochtones pour leur permettre de faire un choix éclairé à travers tout ce qui s'offre à eux.

Du côté socioculturel, certains pensent que l'envahissement des touristes a été grandement atténué par la création du musée dans les années 1960. Comme l'explique une répondante :

Avant qu'il y ait le musée, il y avait des visiteurs ici pareil. On est un village indien, donc les gens venaient et débordaient dans les maisons. Moi j'ai connu ça. Mon grand-père ouvrait sa porte, il y avait du monde qui venait manger à la maison. Tout le monde a des histoires comme ça. Les gens qui étaient plus accueillants, parce qu'il y a des gens qui n'ont jamais voulu faire ça. Il y a des gens qui acceptaient ça, fait qu'ils se retrouvaient avec des gens, des familles qui venaient manger à la maison, pis qui venaient parler avec des Indiens tu sais. Donc justement, l'idée d'avoir un musée, de présenter des choses c'était de dire, ben si vous voulez en savoir plus sur la culture, ben c'est là. Ça fait que moi, ma vie privée est protégée, mon intimité est protégée. On se rend compte que c'est ça que ça a fait de bénéfique le musée, ça a protégé l'intimité des gens (Femme 3, Odanak, 2004).

Le musée serait donc venu agir comme une espèce de rempart ou de tampon s'immisçant entre la population et les visiteurs. La communauté pourrait ainsi accueillir un important flot de touristes sans que la quiétude et l'intimité de ses habitants en subissent les contrecoups.

Face au manque de connaissance, quelques actions ont été prises par le Conseil de bande pour pallier à la situation. Ainsi, des cours de langue, de même que des formations relatives à l'artisanat sont proposés aux gens d'Odanak. On espère ainsi raviver la culture dans la

communauté. Cette tâche paraît cependant difficile à accomplir étant donné le peu d'intérêt que portent les gens envers ces mesures. Par ailleurs, on tente aussi d'initier les jeunes enfants du centre de la petite enfance à la culture traditionnelle en les mettant en contact avec des aînés. Ces derniers leur apprennent la langue, leur racontent des légendes et leur parlent de divers aspects de la vie traditionnelle.

Certains sont d'ailleurs d'avis que les générations plus jeunes recommencent tranquillement à s'intéresser au tourisme. Une informatrice me faisait d'ailleurs remarquer que de plus en plus de jeunes adultes désirent s'impliquer dans l'organisation du Pow Wow :

Les jeunes aujourd'hui veulent prendre le Pow Wow en main. C'est sûr qu'il y a une partie de fun là dedans, mais au départ, c'est pour ça qu'on faisait le Pow Wow. Mais en même temps, il y a toutes sortes d'affaires qui se mettent en place. Pendant longtemps, j'étais la seule à m'en occuper. J'avais un peu d'aide, mais je m'occupais de toute l'organisation, je faisais la coordination, pis je faisais toute l'animation. Mais là, les jeunes sont là et tranquillement, je ne me retire pas, mais je laisse la place. Je ne sais pas comment eux ils le voient, mais je trouve que là, ils sont en train de prendre la relève et c'est ça que ça prend. Moi j'ai 50 ans, mais il y en a de trente ans qui sont intéressés par ça. Tant mieux (Femme 3, Odanak, 2004).

Dans un tout autre ordre d'idée, une informatrice a mentionné que les intervenants touristiques tiendraient de plus en plus compte des besoins et des attentes de la population. Elle faisait par là essentiellement référence au Pow Wow. Selon elle, l'événement aurait connu une phase où il ressemblait davantage à un festival qu'à un événement culturel abénaquis. Les organisateurs auraient cependant réalisé que la population n'appréciait pas cette nouvelle orientation. Ils auraient donc tenu compte de l'avis des gens de la communauté pour que ceux-ci se reconnaissent dans l'événement. Comme l'informatrice l'explique : «[Avant], c'était plus une parade. La grosse affaire, les majorettes et tout ça. Mais là, on essaie de le faire pour répondre à nos besoins à nous autres pis se reconnaître là-dedans. Pis, je pense que les gens apprécient.»

Du côté environnemental, des actions ont été entreprises pour pallier au manque de ressource. En effet, depuis 2003, le Conseil de bande entretient une plantation de frêne sur le territoire de la communauté. Comme le mentionne un des membres du Conseil :

Justement, on a une plantation là. On a planté du frêne, pour être capables d'en avoir dans plusieurs années. Ça va aller dans 20-25 ans, mais au moins on se dit que si on n'en plante pas on n'en aura jamais. On en a planté une affaire comme 700 l'année passée. Cette année on en a 3000 en commande, donc on va en planter un autre 3000. C'est pour avoir du frêne pour pouvoir le battre, faire des paniers (Conseil de Bande, Odanak, 2004).

On veut ainsi permettre aux générations futures d'avoir des matériaux pour que la production d'artisanat puisse continuer dans la communauté.

3.4.2 La mise en place d'infrastructures

Selon le discours de plusieurs répondants, l'amélioration de la situation du tourisme dans la communauté passerait en grande partie par la mise en place de certaines infrastructures. Il s'agit essentiellement de mesures qui permettraient de structurer d'avantage les activités touristiques. Celles-ci peuvent être regroupées en trois grandes catégories, soit les infrastructures économiques, les infrastructures administratives et les infrastructures socioculturelles.

3.4.2.1 Les infrastructures économiques

Du côté économique, certains répondants suggèrent de développer des partenariats entre les entreprises touristiques de la communauté et celles de l'extérieur. On fait valoir que la communauté profiterait ainsi d'un plus grand achalandage touristique. En effet, elle bénéficierait tout d'abord d'une plus grande visibilité et donc d'une meilleure publicité. De plus, elle profiterait de l'attrait des autres pôles touristiques de la région, comme par exemple le Mondial des cultures de Drummondville, pour attirer un plus grand nombre de visiteurs. Comme on le sait déjà, la communauté n'est pas située en bordure des grandes artères de circulation, elle n'attire donc pas les touristes de passage. D'autant plus que la plupart des gens qui visitent la région ne connaissent pas nécessairement l'endroit. Développer des partenariats avec les autres pôles touristiques de la région permettrait de remédier à la situation, car on pourrait développer un circuit touristique régional dans lequel s'intégrerait la communauté.

On suggère également de mettre beaucoup plus d'emphase sur la publicité. Celle-ci devrait être axée sur la communauté d'une part, mais aussi sur le musée et le Pow Wow d'autre part. Ainsi, on contribuerait non seulement à faire connaître Odanak, mais également à faire savoir aux gens qu'il s'y passe des choses intéressantes. C'est ce que suggère une dame de la communauté :

Moi je dis que c'est ce qu'il faut, ça prend de la publicité. Qu'elle soit écrite, dans les journaux, ou ailleurs, mais pas rien que à une place, il faut que ce soit dans un journal qui circule gros. Ici on a un petit journal local, ça va de Sorel à Nicolet, c'est pas loin. Il faudrait aussi faire de la publicité à Drummondville, parce que Drummondville c'est une grosse ville. Les gens là-bas, ils connaissent Odanak, mais ils ne savent pas s'il se passe quelque chose ici (Femme 1, Odanak, 2004).

En parallèle, plusieurs répondants recommandent de mettre en place un plus grand nombre d'infrastructures d'accueil tels un camping, des restaurants, une auberge, ou encore d'autres attraits touristiques. Ceci permettrait en fait de garder les touristes dans la communauté pour une plus longue période. Comme le propose un répondant :

Un musée seul peut difficilement assurer une présence accrue du tourisme. À mon avis, il faut que ce soit un mariage de plusieurs activités, de plusieurs offres, qui va permettre au

visiteur de rester ici pour une période plus longue. Parce que bien entendu, si le touriste passe 45 minutes ou s'il passe quatre jours, c'est différent et l'impact est différent aussi (Homme 1, Odanak, 2004).

En demeurant plus longtemps dans la communauté, les touristes y dépenseront généralement plus d'argent, ce qui sera bénéfique pour l'économie locale. Une visite plus longue permettrait également d'établir un plus grand contact entre les visiteurs et les Abénakis, ce qui contrasterait avec les visites éclairs qu'effectuent trop souvent les touristes de passage.

3.4.2.2 Les infrastructures administratives

Comme on l'a vu dans la section précédente, les informateurs d'Odanak reprochent beaucoup à l'administration de la communauté d'être très lourde et de n'agir que face aux nécessités dictées par l'immédiat. Certains suggèrent donc aux décideurs d'adopter une vision plus large qui engloberait le moyen et le long terme. Ainsi, la communauté devrait se doter d'un plan de développement touristique où seraient déterminées les grandes orientations à prendre dans les prochaines années. On mettrait donc en place un outil qui permettrait d'assurer une certaine continuité dans la poursuite des objectifs à atteindre. On soutient qu'en adoptant une telle vision on pourrait régler plusieurs problèmes liés au financement des attraits touristiques. Ainsi, en disposant par exemple d'un fonds déjà constitué, la direction du musée n'aurait pas à aller sans cesse quémander des deniers au conseil de bande.

On suggère également au musée de rendre sa collection plus accessible à la communauté. Comme je l'ai mentionné plus tôt, certaines personnes n'apprécient pas que des objets prêtés par leur famille ne leur soient pas accessibles. Ils ont donc développé une certaine méfiance envers l'institution. En leur permettant de récupérer certaines pièces inutilisées ou encore leur laissant l'occasion de revoir et même de manipuler des objets prêtés par leurs familles, le musée pourrait probablement rétablir une meilleure relation avec les citoyens. D'autant plus que certains informateurs sont d'avis que la revitalisation de la culture passe d'abord et avant tout par une revitalisation de ces fameux objets. Ainsi, comme le mentionne l'une de ces personnes :

Oui, c'est des objets qui sont utilitaires, qui sont en vie. Pour les maintenir en vie, il faut les utiliser, il faut garder contact avec eux, parce que si on ne fait que les regarder dans la vitrine, ben ces objets là, pour les enfants, ça ne veut plus rien dire (Homme 1, Odanak, 2004).

Le même informateur poursuit en expliquant que les gens de la communauté doivent avoir accès à ces objets et les voir en action pour comprendre leur rôle dans la culture traditionnelle abénakise. Comme il l'explique :

L'idée du musée est aussi de partager l'information, d'éduquer. On ne peut pas éduquer si c'est dans la réserve d'un musée. C'est là un autre aspect qui est « distorsionné » (Homme 1, Odanak, 2004).

3.4.2.3 Les infrastructures socioculturelles

Sur le plan socioculturel, plusieurs proposent de pallier au manque de connaissance en axant davantage sur la formation des gens qui œuvrent dans le milieu touristique. Ainsi quelques-uns suggèrent au musée d'assurer une meilleure formation pour ses guides. On contribuerait ainsi à augmenter la qualité des visites et à donner de meilleures informations aux visiteurs. C'est ce que suggère une jeune femme de la communauté :

C'est quelque chose qui devrait être plus important. Ça prend ça là, parce que sinon, t'es pas outillé pour partir avec des groupes. Dans le fond c'est plate, parce que c'est les touristes qui payent pour. Eux, ils se retrouvent avec de l'information qui est erronée, pis ils ont une mauvaise image de notre culture. Après ça, ils ne veulent plus revenir, parce qu'ils ont trouvé ça plate (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

Certains pensent d'ailleurs que ce simple changement permettrait aux guides de se sentir plus à l'aise devant les questions des touristes. Ceci aurait pour effet d'améliorer l'ambiance de travail au musée et, par conséquent, de rendre le métier de guide plus attrayant. Comme le propose un informateur :

Il faut s'assurer d'une excellente formation et de créer de l'enthousiasme. S'il y a de l'enthousiasme, il y a une formation, une bonne organisation, il y a des chances que les gens qui vont revenir d'été en été. Si toutefois il y a un des éléments qui ne fonctionnent pas, ben les gens n'auront plus d'intérêt et ne reviendront plus (Homme 1, Odanak, 2004).

Plusieurs font aussi un lien entre la formation et la transmission de la culture. En effet, comment pourrait-on développer un tourisme ethnoculturel durable sans que les gens de la communauté aient de véritables connaissances sur la culture traditionnelle. Comme le fait remarquer une informatrice :

C'est beau les touristes, mais il faut aussi qu'on transmette la culture si on veut continuer à recevoir des touristes dans quelques années. [...] Je me dis que si on ne donne pas la culture maintenant, ben on n'aura plus personne, pis on va être obligé d'engager des gens qui étudient notre culture ailleurs (Femme 3, Odanak, 2004).

Il faudrait donc favoriser la transmission des savoir entre les générations pour que les plus jeunes puissent les intégrer, les pratiquer les conserver et à leur tour les retransmettre d'autres. On suggère entre autres d'organiser des rencontres et des ateliers pour mettre les aînés en contact avec les plus jeunes :

Travailler à long terme ça veut aussi dire travailler sur les connaissances, sur l'histoire, faire des choses comme ça, mais aussi sur toutes les techniques pis le savoir faire. Il y a des gens qui meurent là, il y a des personnes âgées qui avaient tout un savoir fait que là, ben avec le

Conseil de bande, il faut être capable de mettre des ateliers en place, des cours en place pour que les gens aient accès à ce savoir là, à cette culture là pis à ces techniques là (Femme 3, Odanak, 2004).

Plusieurs suggèrent également d'imprégner les enfants de la culture traditionnelle abénakise, dès leur plus jeune âge. On soutient en effet que c'est en grandissant à travers une culture qu'on vient à s'en imprégner. Quelques-uns croient d'ailleurs que la transmission de la culture doit d'abord venir des parents et des familles :

C'est de donné le goût, pis en même temps, il faut que ça parte des parents. Si ça ne part pas dans la famille, t'as beau essayer à l'extérieur de faire des affaires, oublie ça d'intéresser les enfants. Si les parents embarquent pas, ça marche pas. T'es pris dans un cercle vicieux dans le fond (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

On explique également qu'il faut continuer à encourager les jeunes à mesure qu'ils vieillissent. On fait d'ailleurs valoir que ces encouragements doivent être particulièrement présents à la période de l'adolescence, alors que les intérêts des jeunes sont de moins en moins portés sur la culture traditionnelle. Ainsi en parlant de l'artisanat, la même informatrice poursuit en disant que :

Si le jeune s'intéresse à faire ça, il faut que tu l'encourages pour qu'il continue dans cette lignée là, parce que sinon, il va lâcher. Avec la vie qui va aller autour de lui, il va dire qu'il n'a plus le temps. Il ne faut pas que tu les lâches. Ça part de plus haut que nous autres encore (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

Une aînée renchérit en soulignant que :

Peut-être qu'il y en a qui vont se décider. Ça dépend des parents ça. Les parents s'ils encouragent leurs enfants à le faire. Ils y en a sûrement qui sont habiles. Moi je me dis que s'ils étaient aidés par quelqu'un, ces jeunes là feraient quelque chose de beau. Ils ont du goût pour faire des beaux dessins, de la peinture (Femme 1, Odanak, 2004).

On peut donc voir que les différentes générations, aînées comme jeunes, s'entendent sur l'importance de la transmission des connaissances ainsi que sur la portée que l'encadrement et les encouragements de l'entourage peuvent avoir sur les jeunes.

Par ailleurs, une autre suggestion faite par plusieurs est d'intégrer davantage les gens de la communauté dans le développement touristique. Comme je l'ai souligné plus tôt, certains décrivent la décision des autorités du musée, qui ont préféré engager des consultants extérieurs pour organiser la nouvelle exposition. On explique qu'une telle orientation fait en sorte que la population se sent délaissée. Les citoyens de la communauté ont alors l'impression de perdre une part de contrôle sur le développement touristique, mais aussi, un peu, sur leur image et leur identité. Pour pallier à ce sentiment. On suggère donc d'impliquer davantage les citoyens dans la

conception et l'organisation des activités du musée. D'une part, les gens regagneraient un certain contrôle sur leur image. De plus, ils développeraient probablement un plus grand sentiment d'appartenance envers l'institution. C'est à tout le moins ce que nous laisse croire le discours des informateurs quand ils nous parlent du premier musée. Certains affirment par ailleurs qu'une exposition montée par les Abénakis eux-mêmes ajouterait un cachet que ne peuvent avoir l'autre musée. Selon eux, cette «plus-value» serait probablement très prisée par les visiteurs. Comme le fait valoir cet informateur :

En même temps si tu veux bonifier ton produit, il faut que tu puisses leur dire «on va le faire ensemble». Ensuite, les visiteurs on va pouvoir leur dire : regardez, l'exposition a été faite par les gens de la communauté. Ce ne serait pas une exposition typique comme on peut en voir au musée de la civilisation à Québec, mais ce serait une exposition faite avec les gens d'ici, avec leur cœur, avec leur esprit, leur intérêt. Ainsi tu crées un intérêt au niveau régional et local qui facilite l'engrenage touristique (Homme 1, Odanak, 2004).

3.4.3 L'offre du produit

En plus de la mise en place d'infrastructures, les informateurs rencontrés ont également fait un certain nombre de suggestions qui concernent directement le produit offert aux touristes. Comme nous l'avons vu plus tôt, une principale critique portée à l'endroit du musée est qu'il n'offre pas assez de possibilités de contact entre les visiteurs et les gens de la communauté. On déplore notamment les visites trop rapides et trop structurées, qui défavorisent l'interaction entre les guides et les visiteurs. Plusieurs proposent donc d'accorder une plus grande place à la rencontre et à la discussion durant les visites aux musées. Cette discussion pourrait se faire avec les guides, mais aussi avec d'autres personnes. Certains suggèrent par exemple de laisser parler des aînés, en particulier ceux qui ont pratiqués le métier de guide ou qui sont allés vendre de l'artisanat aux États-Unis durant leur jeunesse. Il serait intéressant de laisser ces personnes raconter leurs expériences aux visiteurs. On ajouterait ainsi beaucoup de profondeur à la visite.

Certains critiquent aussi le fait que les expositions consistent souvent en la simple présentation d'objets et de textes, ce qui les rend quelque peu statiques. On suggère donc de les rendre plus interactives. On pourrait donc apporter une dimension plus théâtrale aux visites en faisant intervenir des comédiens qui raconteraient l'histoire de la communauté. C'est précisément ce qu'expliquent ces jeunes de la communauté :

- Il faudrait qu'il y ait des conteurs d'histoire.
- C'est ça, faudrait personnaliser tous les personnages importants qu'il y a eu dans l'histoire, comme [Robert] Rogers, ou d'autres. Ça aurait été super le fun, mais c'était trop gros comme projet. Tu sais, de voir des Indiens parler, pis de potiner sur un pis sur l'autre, c'est ça dans le fond notre tradition, pis c'est ça que ça prendrait. Jeunes de la communauté.

(Jeunes de la communauté, Odanak, 2004)

On se rappellera aussi que plusieurs critiquent le fait que la communauté n'a que deux principaux attraits touristiques à proposer aux visiteurs, soit le Musée et le Pow Wow. Plusieurs sont d'avis qu'à elles seules ces deux institutions ne pourront faire augmenter l'achalandage touristique de façon significative. On propose donc de diversifier le produit touristique en créant de nouveaux pôles d'attraction ou encore en ajoutant de nouvelles activités à ceux qui existent déjà. Ainsi, des jeunes de la communauté suggèrent de recréer un village traditionnel abénakis sur une des îles de la rivière qui borde la communauté. D'autres croient que des activités extérieures pourraient être offertes en parallèle des visites du musée. On pense notamment à organiser des balades en canots sur la rivière agrémentés de commentaires sur l'histoire de la communauté. D'autres suggèrent d'offrir une visite guidée dans un boisé de la communauté où il serait question de l'ethnobotanique abénakise. Certains proposent même de développer des activités hivernales comme des promenades en traîneau à chien. Bref, on suggère de développer une série d'activités qui mettraient en valeurs les attraits et les particularités locales.

Un autre élément essentiel au développement d'un tourisme ethnoculturel durable semble être l'authenticité. Ainsi, certains répondants soutiennent que les attraits touristiques que l'on retrouve à Odanak ne doivent pas présenter une image idéalisée ou stéréotypée des Abénakis. En agissant de la sorte, on ne respecte pas les touristes et encore moins les gens de la communauté. En fait en présentant une image qui se fonde essentiellement sur les fantasmes des touristes, ou encore en inventant des choses, les gens d'Odanak en viennent à se priver d'une des plus belles possibilités qu'offre le tourisme ethnoculturel, c'est à dire la démystification de la réalité et de leur culture. Les extraits suivants illustrent bien cette pensée :

Si je me respecte, pis que je te respecte, je vais te donner l'heure juste pis je vais te donner les informations qui sont pertinentes. Pas de dire : «les Abénakis c'étaient des grands guerriers», «quand il y a des mauvais esprits on fait telle ou telle affaire». On peut faire ça dans une classe de maternelle, mais quand on arrive avec des gens qui ont un intérêt, pis qui ont pris la peine de venir chercher leurs informations à la source, il ne faut pas faire un show. Il faut faire la distinction entre un spectacle, pis la réalité à Odanak (Homme 2, Odanak, 2004).

Il ne faut pas dire qu'on fait des choses quand on les fait pas. Faut pas donner au touriste ce qu'il veut parce qu'il le demande. Faut être capable de lui dire qu'on ne lui donne pas ce qu'il veut et pourquoi on ne lui donne pas. Il y a une façon de le présenter (Femme 3 Odanak, 2004).

À l'inverse, quelques-uns pensent qu'il faut donner un peu d'exotisme aux visiteurs, car après tout c'est bien ce qu'ils viennent chercher quand ils viennent visiter la communauté. Comme l'explique une jeune femme :

- Ils veulent voir si on a des plumes pis tout le kit. Je trouve que c'est important de leur donner. Tu sais, moi si je vais là-bas, peut-être que ça va me tenter de voir un français avec

son béret pis son pain en dessous de son bras ! En même temps, c'est un échange de la culture qui existait. De leur donner un peu de ça, je trouve ça correcte.

Q : Quand tu dis que c'est important de leur donner ce qu'ils veulent voir, c'est de leur donner...

- Des spectacles, tu sais des choses qu'ils veulent voir. En même temps, nous autres ça nous permet, si je parle des danseurs par exemple, ça permet de vivre ta culture en même temps, fait que c'est l'fun. En même temps, ça leur donne ce qu'ils veulent et ça te donne ce que tu veux, parce que tu danse, pis c'est l'fun. Quand il y a un échange, il n'y a pas personne de perdant, tout le monde est gagnant (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

Ils soutiennent cependant qu'on ne doit pas pour autant se mettre à présenter une série de stéréotypes et ainsi sombrer dans une sorte de « waltdisneyisation » de la culture abénakise. Comme le soutient la même jeune femme, il y aurait moyen de se rapprocher de l'imaginaire des touristes tout en leur présentant quelque chose qui respectent la réalité d'Odanak :

Q : Mais quand on voit des plumes, des totems, des choses comme ça ?

- Ben ça, t'en parle avec eux autres pour qu'ils voient la vraie réalité. Mais en même temps, c'est important de leur en donner un peu. Il faut leur dire que oui ça existait. Aujourd'hui, on fait ça pour les touristes, mais ça existe pareil. C'est de leur donner l'heure juste dans le fond. Sans tomber dans les gros stéréotypes non-plus, des plumes de couleurs pis toute. Moi des oiseaux verts j'en n'ai jamais vu ! À quelque part, il faut faire attention là. Il y a moyen de faire l'entre-deux (Jeune de la communauté, Odanak, 2004).

Plusieurs expliquent aussi que le développement touristique d'Odanak ne doit pas être fait dans une perspective strictement économique. En fait, on fait valoir que la culture n'est pas une marchandise monnayable. Un tourisme axé sur la culture devrait donc se faire dans une perspective de rencontre et d'échange et non pas dans une logique mercantiliste se rapprochant du spectacle. Comme le mentionne un homme de la communauté :

Je n'irai pas faire quelque chose de grandiose avec les médias, avec la télévision, avec la radio, avec les caméramans qui vont filmer la cérémonie, c'est contre les bases fondamentales. Si tu te respectes, pis que tu respectes les gens qui sont avec toi, ben c'est pas quelque chose que tu va faire (Homme 2, Odanak, 2004).

Certains soulignent à cet effet que le musée se doit d'être vigilant pour conserver sa mission première d'éducation et de conservation sans basculer dans un crédo basé sur l'*entertainment*. Comme le dit si bien un informateur :

Il est important que ce lieu là puisse se préserver ici, mais de façon très vigilante. Faut faire très attention à comment utiliser le musée, parce qu'il ne faut pas vendre son âme au diable non plus. Je pense qu'il faut être conscient qu'il y a des choses qui doivent demeurer propres aux Abénakis, qui doivent être issues des Abénakis, tandis qu'il y a des choses qui peuvent être partagées et qui doivent être partagées. À tout vendre qui on est, qui on va être par la suite ? (Homme 1, Odanak, 2004).

Certaines personnes pensent que le Pow Wow doit aussi faire preuve de prudence dans son orientation. En fait on veut éviter que l'événement perde sa vocation culturelle et ne devienne un festival dont la vocation première est d'attirer les grandes masses. Comme l'explique cette informatrice, l'événement a déjà pris une tournure semblable au cours des dernières années, ce qui déplaisait fortement à une partie de la population :

Avant que j'arrive, il y a eu pendant deux ou trois ans une autre organisation. Eux autres, c'était plus feux d'artifices et «miss Odanak». C'était trop festival à mon goût. Nous autres, ce qu'on voulait, c'est que ce soit plus traditionnel entre guillemets, parce qu'il y a beaucoup de gens plus traditionnels qui avaient décidé de ne plus revenir au Pow Wow, parce qu'ils ne se reconnaissaient plus là-dedans. Nous autres, chacun, on avait la même idée, c'était de revenir comme avant (Femme 2, Odanak, 2004).

En fait, on peut résumer les suggestions des répondants en disant que le développement touristique de la communauté d'Odanak doit se faire en respectant l'intégrité de la culture abénaquise ainsi que les valeurs de la population de la communauté. Comme le mentionne une informatrice, il peut être tentant d'agir autrement quand on réalise que la commercialisation et le développement à grande échelle peuvent être payants. Cependant, comme elle le dit, il faut aussi penser en fonction du bien-être de la communauté :

C'est pour ça qu'il faut euh...il faut donner au touriste ce qu'on est capable de donner et pas plus, pis il faut être capable de dire non. C'est pas facile de dire non quand tu te dis qu'on a besoin du tourisme pour vivre, mais à quelque part, il faut être capable de le dire, parce que sinon, c'est vrai que c'est envahissant (Femme 3, Odanak, 2004).

3.5 En somme

Pour résumer les propos des informateurs rencontrés à Odanak, on pourrait d'abord dire qu'ils perçoivent le tourisme comme une facette importante de leur communauté. On fait valoir son importance historique et économique, mais on parle également des possibilités qu'il offre sur le plan social et culturel. Ainsi, plusieurs parlent des possibilités de transmission et de conservation de la culture qu'offre le tourisme. Plusieurs soulignent également l'extraordinaire possibilité de rencontre et de dialogue interculturel créée par l'afflux de visiteurs. On fait aussi mention du sentiment de fierté envers la communauté et la nation qu'apportent le regard et la fascination de l'autre.

Par ailleurs, on parle également de retombées moins positives. Ainsi, certains affirment que le tourisme ne rapporte des bénéfices économiques qu'à quelques individus. On décrit donc une certaine iniquité dans le partage des retombées économiques. De plus, plusieurs expriment leur mécontentement face aux autorités qui, dit-on, n'impliquent pas assez la population dans la mise en place des attraits touristiques. Certains ont donc le sentiment de perdre le contrôle du

développement touristique de leur communauté. Quelques-uns signalent également que des citoyens ressentent un sentiment d'envahissement créé par l'afflux de touristes.

On identifie aussi quelques embûches venant entraver le développement d'un tourisme durable dans la communauté. Ainsi, plusieurs décrivent le manque de formation et de connaissances, autant au niveau de la mise en marche d'une entreprise que de la culture traditionnelle. Plusieurs parlent également de contraintes liées à la lourdeur administrative présente dans les communautés amérindiennes ou encore d'entraves d'ordre économique, comme la difficulté d'accès au crédit, le manque de capitaux ou encore le manque de publicité.

Plusieurs pistes de solution sont cependant proposées pour pallier à la situation. On propose notamment la mise en place d'infrastructures d'accueil qui permettraient de retenir les touristes dans la communauté pour une plus longue période de temps. On suggère aussi d'accorder une plus grande place à la formation des gens œuvrant dans le milieu touristique et de favoriser davantage la transmission de la culture traditionnelle aux jeunes générations. On recommande également de diversifier les attraits et les activités touristiques et de rendre les visites du musée plus dynamiques en offrant une plus grande possibilité de contact et d'interaction entre les visiteurs et les gens de la communauté. Tout ceci devrait bien entendu se faire en mettant en valeur les particularités de la communauté, en respectant l'intégrité et l'authenticité de la culture abénaquise, mais aussi, et surtout, en impliquant et en consultant la population d'Odanak.

CHAPITRE 4 LA PERCEPTION DU TOURISME CHEZ LES GENS DE MASHTEUATSH

La description de la perception du tourisme chez les gens de Mashteuiatsh suivra la même structure que celle employée au chapitre précédent. Il y sera donc question de l'importance du tourisme pour les gens de la communauté, des retombées qu'on associe aux activités touristiques, des entraves nuisant à leur développement et des pistes de solution proposées pour pallier aux lacunes de la situation actuelle ou pour renouveler les infrastructures touristiques existantes. Bien que la situation de Mashteuiatsh diffère quelque peu de celle d'Odanak, on remarquera que plusieurs éléments ressortant du discours des informateurs abénakis se retrouvent aussi dans le discours des informateurs ilnus.

4.1 L'importance du tourisme dans la communauté

Comme à Odanak, les informateurs de Mashteuiatsh ont été questionnés sur la place qu'occupe le tourisme dans leur communauté. Presque tous s'entendent pour dire que le tourisme est important à Mashteuiatsh. Pour appuyer cette idée, plusieurs parlent de l'importance économique de ce secteur d'activité. Ainsi, certains expliquent que le tourisme génère d'importants revenus pour plusieurs commerces ainsi que pour la communauté en général. On fait aussi valoir que le tourisme constitue un pan important du développement économique de Mashteuiatsh. Un informateur explique d'ailleurs qu'à l'heure actuelle, le tourisme est sans doute le moyen de développement idéal pour la communauté, car il ne nécessite pas la construction d'infrastructures complexes ou l'investissement de sommes faramineuses comme ce peut être le cas pour d'autres types d'industrie.

Sur la communauté elle-même, sur le territoire de Mashteuiatsh, il n'y a pas beaucoup de possibilité de développement. Du côté industriel, on est pas encore très articulé là dedans. C'est un domaine qui est assez complexe, ça nous prend un parc industriel. Donc on se tourne automatiquement vers le tourisme pour la venue de visiteurs. Pour l'instant, je dirais que c'est notre principale source de développement, parce qu'il y a peu d'industries. On a un moulin à scie, des choses comme ça, mais le tourisme est quand même prometteur, pis ça occupe quand même passablement de personnes (Homme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Dans un autre ordre d'idée, certains parlent aussi de l'achalandage touristique important. Un informateur expliquait à cet effet qu'entre 25 000 et 30 000 personnes visitent la communauté à chaque année. À lui seul, le musée accueille près de 15 000 visiteurs. Le reste des touristes se dirige vers les autres attraits, comme les campings, la plage, les boutiques d'artisanat ou les chalets.

Quelques-uns abordent l'importance culturelle du tourisme, soulignant que cette industrie est peut-être celle qui est la plus liée à la culture traditionnelle. On explique également qu'elle est une fenêtre idéale pour faire connaître cette même culture aux visiteurs. D'autres voient une importance dans le fait que les activités liées au tourisme permettent à la communauté de raviver et de maintenir certains aspects de la culture et de la tradition.

Des informateurs apportent cependant quelques nuances à leurs propos. En fait, certains sont d'avis que malgré son importance, le tourisme n'est pas assez diversifié. Ainsi, on explique que le développement touristique de la communauté tourne essentiellement autour des boutiques d'artisanat. Bien sûr, la communauté renferme d'autres attraits, mais selon certains, les commerces générant le plus de profits seraient les boutiques d'artisanat. Le tourisme pourrait donc gagner en importance, s'il se diversifiait davantage.

4.2 Les retombées du tourisme ethnoculturel

Les gens de Mashteuiasth semblent eux-aussi avoir une position mitigée face au développement touristique de leur communauté. En fait, comme à Odanak, aucun informateur ne semble avoir une perception totalement positive ou totalement négative de la situation. Un certain nombre de retombées positives et négatives peuvent donc être dégagées de leurs discours. Elles sont décrites en détail au cours des lignes qui suivent.

4.2.1 Retombées positives

Selon ce qui ressort du discours des informateurs de Mashteuiasth, le tourisme ethnoculturel amène plusieurs retombées positives dans la communauté. Celles-ci peuvent être regroupées en cinq catégories, soit les retombées économiques, les retombées sociales et les retombées culturelles, les retombées politiques et les retombées géographiques.

4.2.1.1 Retombées économiques

La plupart des informateurs ont évoqué des retombées économiques lors des entrevues. L'impact le plus souvent mentionné est sans aucun doute l'apport d'argent dans la communauté. Ainsi, plusieurs répondants expliquent que les touristes qui passent par Mashteuiasth ne font pas que visiter l'endroit, ils viennent aussi y dépenser. Comme l'explique un informateur, l'achalandage

profite d'abord aux entreprises, aux commerces et aux attraits directement liés au secteur touristique :

Ben, ça profite à plusieurs personnes, à plusieurs intervenants touristiques. J'ai une liste je pense de 18 ou 19 intervenants touristiques qui sont en œuvre présentement. Ça va de boutique d'artisanats, ça va de commerce à la maison, ça va de musée, d'activités ethnoculturelles, de camping. Ça profite quand même à plusieurs personnes de la communauté cet achalandage touristique là, qu'on estime à peu près à 25 000-30 000 personnes par année (Homme 4, Mashteuiatsh, 2004).

Certains soulignent plus particulièrement l'apport économique qui est généré dans les boutiques d'artisanat. Ils expliquent en effet que c'est en bonne partie grâce au flot de visiteurs que les artistes et les artisans de la communauté peuvent vendre leur production et ainsi réussir à vivre de leur travail.

D'autres expliquent aussi que l'afflux de visiteurs se traduit également par une augmentation du nombre de consommateurs potentiels pour les différents commerces de l'endroit. Ainsi, comme le mentionne un informateur :

Ça aide bien sûr au côté économique, parce qu'il y a des gens qui en profitent monétairement. S'il y a du tourisme, ben là il y a des gens qui vont prendre de l'essence, qui vont prendre des choses au magasin, au restaurant. Donc t'as des retombées indirectes automatiquement (Homme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Les différents commerces de la communauté, comme les stations d'essence, les campings, les dépanneurs, les restaurants ou l'épicerie profitent donc eux aussi des flots de visiteurs attirés par les attraits touristiques de la communauté.

Certains renchérisent en expliquant que l'apport économique du tourisme ne se limite pas qu'à la communauté, mais qu'il s'étend plutôt à toute la région environnante. On explique tout d'abord que la communauté s'insère dans le circuit touristique régional. Ainsi, les gens qui viennent à Mashteuiatsh passent presque invariablement par d'autres pôles touristiques régionaux, augmentant par le fait même leur achalandage. Par ailleurs, en venant dans la région, ces gens dépensent également dans les commerces de la région, comme les stations d'essence et les dépanneurs, mais aussi dans les hôtels ou les restaurants, car la communauté ne dispose pas de ce genre d'infrastructure d'accueil.

On mentionne par ailleurs que l'apport d'argent dans la communauté se traduit souvent par un apport d'argent dans la région. Ainsi, en ayant plus d'argent dans leurs poches, les Ilnus de Mashteuiatsh qui vivent du tourisme dépensent davantage dans les magasins de Roberval et de St-Félicien. C'est précisément ce qu'explique cet informateur :

Ce que nous autres on génère comme impact économique, ben c'est la région qui en profite. Si moi je deviens plus prospère comme autochtone, ben je suis pas mal sûr que le centre d'achat de Roberval va être bien content. Peut-être pas l'hôtel, mais en tout cas le centre d'achat, les commerces vont être contents. Si on devient assez prospère, ben peut-être qu'on aura un deuxième hôtel. Moi je pense qu'il faut voir ça de cette façon là (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004).

Bref, l'achalandage touristique amène des revenus importants pour Mashteuiatsh, mais également dans toute la région environnante. L'injection de ces sommes dans les coffres des commerces et des attraits touristiques permet en retour de créer des emplois dans la communauté. Cette retombée a été soulignée par plusieurs répondants, qui expliquent qu'un bon nombre de citoyens de la communauté ont un emploi lié au tourisme. Un informateur évalue d'ailleurs que 10% de la population est reliée de près ou de loin au tourisme³⁶. On fait également valoir que certains de ces emplois peuvent être occupés par des gens qui n'ont pas une grande formation, ou qui n'ont pas beaucoup de temps à consacrer à un travail. Comme l'explique cet homme :

C'est sûr que [le tourisme] fait vivre les comptoirs d'artisanat et n'oublions pas que l'artisanat qui est vendu là à été fabriqué par du monde. Bien souvent cet artisanat là, il y a des gens qui en font presque à l'année. Il y en a aussi qui en font à temps partiel. Donc, ça peut occuper des mères de familles qui sont à la maison et qui n'ont pas nécessairement la formation pour occuper des emplois ailleurs. Ça permet d'occuper ces personnes là. Ça permet d'apporter des revenus supplémentaires. C'est sûr que c'est un côté économique, c'est intéressant pour équilibrer un peu le revenu familial (Homme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Le tourisme serait donc un secteur à la porté de tous, car comme le dit si bien un autre informateur :

Ça ne prend pas un Bac, ça ne prend pas un doctorat pour faire du tourisme, donc c'est à la portée des gens qui ont peut-être un peu moins d'instruction que les autres. C'est ce qui fait que le tourisme est vital, est nécessaire pour les communautés autochtones (Homme 6, Mashteuiatsh, 2004).

En somme, on pourrait dire que les principales retombées économiques du tourisme à Mashteuiatsh sont l'injection d'argent extérieur dans l'économie locale et régionale, ainsi que la création d'emplois dans la communauté. Comme à Odanak, ces revenus provenant de l'extérieur contribuent à soutenir l'industrie de l'artisanat. Le tourisme permet également à des gens moins instruits d'occuper un emploi et de retirer des revenus.

³⁶ Une proportion de 10 % peut paraître peu élevée. Cependant, lorsque l'on considère que la population résidente de Mashteuiatsh comprend un peu plus de 2 000 personnes, on se rend compte que près de 200 personnes occupent un métier relié au tourisme. Un nombre qui n'est pas négligeable.

4.2.1.2 Retombées sociales

Tous les répondants ont soulevé certains bienfaits d'ordre social lors des entrevues. Comme à Odanak, le plus grand de ces avantages vient sans doute de la rencontre entre les cultures que permet le tourisme. En effet, plusieurs mentionnent que le tourisme permet aux gens de la communauté d'expliquer leur réalité aux visiteurs de l'extérieur. Le tourisme devient donc une occasion d'échange et de partage qui amène souvent les différentes cultures à mieux se connaître. Ainsi, plusieurs touristes en viennent généralement à découvrir que les Inus ne sont pas nécessairement comme ils les avaient imaginés. La citation suivante résume assez bien cette idée :

En même temps, ça enlève les préjugés. Il y a beaucoup de Québécois qui venaient chez nous, au musée ou ailleurs dans la communauté. Moi pendant ma visite guidée, je leur cassait ça, pis ils finissaient par se dire que les idées qu'ils avaient étaient complètement fausses. Ce qu'ils voyaient et ce qu'ils entendaient leur faisait comprendre des choses, ça expliquait des choses. Les gens arrivaient avec des préjugés, mais là je leur faisais une visite guidée, je leur expliquais pourquoi on faisait tel affaire avant, pourquoi c'était de même et pourquoi on en est rendu là aujourd'hui. Finalement, ils se disaient qu'ils comprenaient pourquoi la situation est comme elle est aujourd'hui. Ça, c'est pas pire. Ça a des avantages (Homme 6, Mashteuiatsh, 2004).

Le tourisme est donc une des rares occasions qui s'offre aux Inus de Mashteuiatsh d'entrer en contact avec les gens de l'extérieur pour leur expliquer qui ils sont vraiment. On peut ainsi casser des préjugés, comme le dit si bien l'informateur qui vient d'être cité. Pour les Québécois, ce sera souvent l'occasion de découvrir que la réalité des Amérindiens en général et des Inus en particulier est passablement différente de l'image de profiteurs et de criminels qui prévaut souvent dans l'imaginaire collectif. Pour les Européens, se sera plutôt l'occasion de voir que les Amérindiens sont aussi «modernes» qu'eux. Cette occasion d'échanger avec les touristes et de leur donner l'heure juste sur leur réalité est sans contredit l'une des retombées majeures du développement touristique pour les *Pekuakamiulnuatsh*.

En parallèle, plusieurs informateurs expliquent que les gens de Mashteuiatsh en apprennent également sur les gens qui viennent visiter la communauté. La démystification ne se fait donc pas à sens unique, car on assiste véritablement à une rencontre, à un échange entre visiteurs et visités.

Comme le mentionne une informatrice :

J'ai surtout parlé de quand on parle de nous, mais on écoute également ce que l'autre va nous apporter. On se rend compte que quand on va livrer un message, les gens vont l'intégrer et ils vont faire comme dans tout apprentissage : ils vont faire des connections, ils vont faire des parallèles et ils vont te donner leurs impressions, te passer des commentaires. Nous aussi on apprend de ces gens là (Femme 5, Mashteuiatsh, 2004).

Le tourisme permet donc un rapprochement entre les différentes cultures, un contact à l'occasion duquel chacun apprend à connaître l'autre.

Par ailleurs, certains mentionnent aussi que le tourisme donne une certaine renommée à la communauté. Comme le dit un informateur : « ça nous positionne sur la *map* » (Homme 6, Mashteuiatsh, 2004). Le développement touristique permet en fait de faire connaître la communauté de Mashteuiatsh, non seulement au Québec, mais aussi dans le monde entier. Dans une certaine mesure, ce rayonnement contribue à forger un sentiment de fierté collective chez les gens de la communauté. Une informatrice mentionne d'ailleurs que les jeunes sont souvent très fiers de constater que leur famille est représentée au musée :

Ils se rendent compte également qu'au musée il y a des photos de leurs grands-parents, il y a des objets qui appartiennent à leurs familles. Ils ne le savaient peut-être pas. Souvent ils l'ont appris en travaillant là, ou ils ont appris l'importance de la place qu'occupe l'objet ou la photo. Ils se reconnaissent là-dedans et ils sont fiers de voir ça (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Une autre femme abonde dans le même sens en expliquant que l'intérêt que portent les touristes envers la communauté contribue à développer un sentiment d'appartenance culturelle au sein de la population. Comme elle le dit si bien :

Ils [les visiteurs] ont aussi un impact sur la fierté, sur le sentiment d'appartenance. Si nos membres à nous autres, si les gens qui habitent ici n'ont pas de sentiment d'appartenance à leur nation, on ira pas ben loin. Mais si c'est valorisé par la fréquentation touristique ça peut être intéressant. Ça peut changer des choses et ça en change dans certains cas (Femme 3, Mashteuiatsh, 2004).

Un sentiment de fierté peut aussi se vivre sur un plan plus individuel, notamment chez les gens qui œuvrent directement dans le milieu touristique. À cet effet, une informatrice souligne que plusieurs guides se sentent choqués de pouvoir représenter la communauté auprès des touristes :

La plupart des jeunes, les jeunes de 16, 17, 18, 19, 20 ans qui vont être guides, ils vont apprendre sur leur culture. Comme on disait tout à l'heure, ces jeunes là sont aux études, donc ils sont un peu éloignés du milieu. Lorsqu'ils reviennent et lorsqu'ils ont la chance, parce qu'ils appellent ça une chance pour la plupart, lorsqu'ils ont la chance de vivre cette expérience là de guider et de recevoir des groupes, ils se préparent, ils font des apprentissages. Ils ont une fierté de parler de nous d'une façon responsable et de se rendre compte de la réaction des gens. Ils se rendent compte que quelque part ils ont éveillé une curiosité chez les gens. Ah oui, ils sont fiers ! (Femme 5, Mashteuiatsh, 2004).

Dans la même lignée, d'autres perçoivent un certain sentiment d'accomplissement dans le développement touristique de la communauté. En fait, on fait valoir que ce développement émane de la communauté elle-même. Ainsi, il ne s'agit pas d'une industrie mise en place par des gens de l'extérieur, mais bien d'un développement réalisé et pris en charge par les gens de la

communauté eux-mêmes. Le tourisme est alors perçu comme une réalisation ou un outil qui permet aux *Pekuakamiulnuatsh* d'assurer un certain contrôle sur leur développement et leur avenir.

4.2.1.3 Retombées culturelles

Selon ce qui ressort du discours des personnes rencontrées, la plus importante des retombées culturelles est sans contredit la mise en valeur de la culture ilnue. En effet, le tourisme ethnoculturel est un formidable moyen pour les gens de Mashteuiatsh de faire connaître leur culture traditionnelle, et de la partager avec les gens de l'extérieur. Comme l'explique une femme de la communauté :

Je trouve ça important qu'il y ait des gens qui viennent nous voir. Quand ils viennent, c'est parce qu'ils ont des objectifs de nous connaître ou de vivre une expérience qui est un peu spéciale. On est quand même différents et les gens ont une curiosité de connaître notre culture, de connaître notre histoire. C'est dans ce sens là que c'est important qu'on reçoive des gens (Femme 5, Mashteuiatsh, 2004).

Les gens de Mashteuiatsh peuvent ainsi faire découvrir et expliquer aux visiteurs les différents traits de leur culture. En allant au musée, au centre d'interprétation des fourrures ou encore en faisant des séjours en territoires avec des Ilnus, les touristes reçoivent de l'information tout en discutant avec des gens qui peuvent répondre à leurs questions. Comme le mentionne une autre informatrice, c'est souvent l'occasion pour les Québécois de découvrir la richesse culturelle de leurs voisins qu'ils connaissent si peu.

On voit même des gens aux Saguenay, Saguenay, c'est pas loin, mais quand tu leur parles des Innus, à part du dossier des négociations qui a soulevé un tollé, c'est comme si on n'existait pas. Tu sais, pour eux, c'est comme si on existait pas. Ne serait-ce que de venir ici et de venir voir qu'il y a une communauté autochtone qui existe en 2004 et qui va probablement exister encore longtemps, qu'il y a des autochtones qui ont une culture millénaire. Ne serait-ce que ça, c'est vraiment quelque chose (Femme 3, Mashteuiatsh, 2004).

Une autre femme va un peu dans le même sens en expliquant que l'une des qualités principales du développement touristique dans la communauté est de «véhiculer la culture pis surtout de [dire] qui on est». Ainsi selon elle cette rencontre avec la culture ilnue permet aux visiteurs de développer une nouvelle perception des gens de Mashteuiatsh. Comme elle l'explique :

Souvent on va connaître les Indiens par le côté politique de la chose donc au niveau touristique ben c'est une autre chose. Je pense que les gens qui viennent, c'est un autre œil qu'ils vont jeter sur les gens [d'ici] (Femme 4, Mashteuiatsh, 2004).

Plusieurs informateurs pensent par ailleurs qu'en plus de mettre en valeur la culture traditionnelle ilnue, le tourisme peut aussi contribuer à la transmettre aux jeunes générations. En fait, ils font valoir qu'en ayant à présenter leur culture aux gens de l'extérieur les gens œuvrant dans le

domaine touristique s'intéressent beaucoup plus à celle-ci. Le tourisme devient donc une sorte de stimulant et amène certaines personnes de la communauté à s'informer et à se documenter davantage sur la culture traditionnelle. Plusieurs font ici références aux guides du musée ou du centre d'interprétation des fourrures. Ceux-ci sont souvent de jeunes étudiants qui reviennent passer l'été dans la communauté et qui occupent ces emplois pour pouvoir payer leurs études. Pour pouvoir parler de la culture traditionnelle aux visiteurs, ces jeunes gens doivent nécessairement la connaître. Ils ont donc dû suivre une formation de base relative à l'histoire, à la langue et aux traditions des *Pekuakamiulnuatsh*, ce qui constitue déjà une certaine forme de transmission des connaissances. Par ailleurs, lors des visites les guides sont parfois confrontés à des questions qui abordent des thématiques qu'ils connaissent moins. De tels questionnements les amènent à approfondir davantage leur connaissance sur la culture en allant consulter le centre de documentation du musée ou encore en allant parler directement aux aînés de la communauté. C'est ce que mentionne cette informatrice :

Eux autres [les guides] en font de la transmission, mais ils en reçoivent aussi pendant qu'ils sont ici ! Des fois mêmes, ils vont aller valider avec des aînés dans la communauté. Des fois, il y a des choses qu'ils n'ont pas trouvées dans les livres, donc ils vont demander aux aînés (Femme 1 Mashteuiatsh, 2004).

Ainsi, le tourisme permet indirectement de favoriser la transmission des connaissances à travers les générations en rapprochant les jeunes et les aînés.

Dans la même veine, on mentionne que le tourisme amène les artistes et les artisans à se rapprocher de leur culture. De fait, il leur permet de gagner leur vie en pratiquant des activités liées à la culture traditionnelle. Cependant, pour certains le rapprochement peut être encore plus important, car comme le dit cette informatrice :

Il y a d'autres artistes qui sont plus sensibilisés, parce qu'ils ont vu qu'il y avait des touristes qui aimaient avoir de la qualité et de l'authenticité surtout. Là, ils mettent maintenant plus d'efforts pour avoir de la peau d'original, ou d'autres éléments plus traditionnels pour travailler leur production. Ça, on le voit de plus en plus, il y a des artistes qui se dirigent de plus en plus vers l'utilisation de matière première traditionnelle (Femme 1, Odanak, 2004).

Ainsi, ces gens ont du se documenter et s'informer sur les matériaux, les motifs et les techniques d'antan, pour réussir à offrir des produits de qualités qui sont semblables à ce que l'on retrouvait traditionnellement. Une artiste m'expliquait à cet effet qu'elle allait régulièrement voir les objets conservés au musée pour y puiser de l'information et de l'inspiration pour ses œuvres :

Moi j'ai 30 ans là, pis j'suis sûre que là j'suis en train d'apprendre des choses traditionnelles. C'est sûr que par ma peinture, ça m'a aidé beaucoup à aller voir dans le savoir pour pouvoir m'en inspirer (Femme 4, Mashteuiatsh, 2004).

Le tourisme a donc l'avantage de perpétuer certaines connaissances traditionnelles au niveau de l'art et de l'artisanat. Certains croient d'ailleurs que sans cette «stimulation», certains savoirs seraient tombés dans l'oubli. Comme le mentionne un informateur : «moi ce que je pense, c'est le tourisme qui fait que l'artisanat peut se maintenir comme ça» (Homme 1 Mashteuiatsh, 2004).

D'autres estiment que le tourisme en territoire permet lui aussi une certaine transmission de la culture. Ainsi, en recevant des gens en forêt et en leur faisant vivre l'expérience du séjour en territoire, les Inus peuvent continuer à pratiquer certaines activités traditionnelles comme la pêche, la chasse, le piégeage et la cueillette. Par conséquent, ils demeurent en contact avec différents savoirs traditionnels relatifs à la faune et à la flore. Certains mentionnent d'ailleurs que cette forme de tourisme les amène de se rapprocher du territoire. Elle leur permet entre autres de mieux connaître sa toponymie inue, sa configuration ainsi que ses sites de campement et de portage traditionnels. En gardant tous ces éléments de la culture vivants, les Inus pourront les faire vivre aux générations plus jeunes. Un homme de la communauté va même un peu plus loin en soulignant que le fait de partager certains traits de la tradition avec les visiteurs, l'amène également à transmettre cette connaissance à ses propres enfants :

Nous notre défi c'est de s'assurer que ce mode de vie là puisse continuer. Le tourisme authentique, le développement du tourisme ethnoculturel, permet justement que ce mode de vie là se continue. Qu'on puisse, nous, enseigner à nos enfants nos légendes, parce que quand on partage ça avec les visiteurs, les enfants sont là, donc ils reçoivent les mêmes légendes que moi j'ai reçues avec mes parents. C'est un peu de cette façon là qu'on assure cette dimension là. [...] Ça devient un outil de transmission drôlement intéressant sur nos connaissances ancestrales (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004).

Dans la même lignée, certains mentionnent que le musée contribue à rapprocher les plus jeunes générations de leur histoire. En effet, grâce à sa collection d'objets, mais également à son centre de documentation qui comporte plusieurs archives et photos, le musée permet aux citoyens de la communauté de venir chercher de l'information sur l'histoire de leur famille et de leurs ancêtres. Comme le mentionne une informatrice, la collection de photos est très populaire auprès des jeunes adultes qui veulent en savoir plus sur leurs aïeux :

J'ai trouvé ça intéressant. Je pensais qu'il n'y avait pas de jeunes qui s'intéressaient aux musées, mais je me suis rendu compte qu'il y en a. Ils savent aussi qu'on a un centre de documentation. On a une banque d'archives de photos. Ça, ça intéresse énormément les jeunes. Les jeunes, ils viennent ici pour voir les photos. Je ne dirais pas des jeunes jeunes là, mais des gens de 19 ou 20 ans. Ils viennent trouver les photos de leurs grands-parents, qu'ils n'ont souvent pas chez eux pour faire des liens avec leurs familles. C'est intéressant (Femme1, Mashteuiatsh, 2004).

En tant qu'institution vouée à la conservation, le musée est également un outil important dans les revendications concernant le rapatriement de certains artefacts provenant de Mashteuiatsh. En

effet, comme le mentionne une informatrice, plusieurs objets issus de la communauté se retrouvent aujourd'hui dans divers musées canadiens et américains :

Souvent ce qui est arrivé, c'est qu'au début des années 1900, il y a des ethnologues ou des anthropologues qui sont venus ici. Ils ont été en contact avec des familles, des fois, ils ont résidé ici pendant 2 ou 3 mois avec des gens. Ils sont partis d'ici avec des objets qui étaient issus de ses familles là. Lorsqu'ils étaient rendus aux États-Unis par exemple, ils les revendaient à des musées. Ça, il y en a eu beaucoup. Depuis un certain temps, on a conscience de ça. On se rend compte par des écrits, on lit Speck³⁷, qui a écrit beaucoup sur la communauté ici et qui a fait mention d'objets avec lesquels il est parti. On sait que ces objets là aujourd'hui, ils sont au *Indian American Museum* (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Lors de mon passage en 2004, le musée élaborait un projet visant le rapatriement de ces divers objets dans la communauté. On suivait alors l'exemple de plusieurs autres communautés amérindiennes qui en avaient fait de même dans les dernières années. Comme l'explique la même personne :

Moi, ce que je veux, c'est partir un projet ici dans la communauté, avec la communauté, pour rapatrier des objets qui ont une signification très importante au niveau de la transmission de notre culture. [...] J'ai demandé à une professeure en muséologie de l'Université de Montréal, avec ses étudiants de faire un inventaire des objets qui viennent d'ici et qui sont dans les musées canadiens et américains. Une fois qu'ils vont avoir fait ça, nous autres, avec notre petit comité, on va faire des démarches pour rapatrier ces objets là. Ça, ça va nous aider à maintenir notre culture (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Aux États-Unis, une loi favorise le rapatriement des objets dans leur communauté d'origine. Du côté canadien, une telle législation n'existe pas. Les Ilnus, savent cependant que des jugements rendus en Colombie-Britannique ont penché en faveur des autochtones lors de litiges semblables. Selon certains, le fait de posséder un musée facilite les démarches des communautés désireuses de retrouver certains de leurs objets. Les autorités des grands musées ont alors moins de réticences à laisser partir des pièces, car elles savent qu'elles seront bien conservées. En possédant un musée, Mashteuiatsh a donc de meilleures chances de récupérer son patrimoine matériel.

En somme, on pourrait dire que les bienfaits culturels du tourisme à Mashteuiatsh sont la promotion de même que la transmission de la culture ilnue. On peut aussi constater que le musée est non seulement un lieu qui donne l'occasion aux Ilnus de découvrir leur histoire et leur culture, mais également un outil qui leur permettra sans doute de récupérer une partie de leur héritage culturel. Bien entendu, ces deux dernières retombées ne sont pas directement imputables au

³⁷ Frank G. Speck est un anthropologue américain qui a travaillé dans plusieurs communautés amérindiennes du Québec au début du XX^e siècle.

tourisme. Cependant, c'est un peu dans le but de faire connaître la culture des *Pekuakamiulnuatsh* aux touristes que le musée a vu le jour.

4.2.1.4 Retombées politiques

Le tourisme a aussi un impact positif sur le plan politique. Comme on l'a vu plus tôt, ce secteur d'activité offre de belles opportunités de contact et d'échange entre autochtones et allochtones. Or, selon certains informateurs, ce lieu de rencontre contribue non seulement à établir un meilleur rapport entre Québécois et Inus, mais il amène également le premier groupe à mieux comprendre les revendications politiques du second. Comme le dit si bien un informateur :

Le tourisme fait connaître les Montagnais, fait connaître la façon dont on est. Par la bande, ça nous aide pour nos revendications, pour nos négociations. Plus qu'il y a du monde qui nous connaissent, plus il y a du monde qui se disent: «Ah, les Montagnais, on les connaît, on sait comment ils sont». [...] Les gens, quand ils nous connaissent, ils acceptent mieux qu'est-ce qu'on peut avoir comme distinction. Au départ, quand on a commencé à parler de négociation dans les années 80, le monde se demandait pourquoi on aurait quelque chose de différent. Ils se disaient qu'on était comme eux. Plus il vient de touristes, plus ça ouvre l'esprit des gens. Que ce soit des jeunes qui viennent au musée, que ce soit des gens qui viennent passer une journée dans la communauté ou en territoire, ça fait qu'il y a de plus en plus de monde qui nous connaissent. Souvent, par la suite ils vont mieux accepter le fait qu'on est différent. C'est pour ça que tantôt je te disais que ça aide au conseil de bande, c'est une manière d'en profiter. "

Q : Donc Il y aurait un avantage économique, mais aussi politique.

Oui, plus on est connu, mieux nos choses passent. Pour la reconnaissance de nos droits, ça fait moins problème (Homme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Dans un autre ordre d'idée, certains rajoutent que le tourisme est un secteur d'activité qui permet aux *Pekuakamiulnuatsh* d'occuper leur territoire. En effet, depuis la création de la réserve de Mashteuiatsh et la sédentarisation progressive de sa population, les séjours en forêt ont diminué en popularité et en intensité. Ceux qui fréquentent toujours le territoire sont donc de moins en moins nombreux et de plus en plus âgés. Les difficultés qu'a connues le marché des fourrures dans les dernières années n'ont pas aidé à la situation, contribuant elles aussi à la diminution de la fréquence et de la durée des sorties en forêt. On cherche donc à développer des activités autres que le piégeage pour occuper le territoire de façon plus importante. Selon certains, le tourisme en forêt pourrait être une avenue prometteuse. Ainsi, lors de mon passage dans la communauté, cette forme de tourisme permettait déjà à au moins deux entrepreneurs- de même qu'à leurs familles -

de séjourner plus souvent sur leurs lots de piégeage³⁸. D'autres projets similaires étaient également en cours d'élaboration, ce qui laisse croire que d'autres Inus pourraient aussi occuper le territoire de cette façon.

Des informateurs mentionnaient également qu'en combinant la pratique de cette forme de tourisme avec d'autres activités comme la cueillette de petits fruits, le piégeage et la coupe de bois, des Inus peuvent pratiquement occuper leur lot de piégeage de façon permanente. C'était notamment le cas de l'un des deux entrepreneurs en activité en 2004. Comme le mentionne un informateur à son sujet :

L'ethno-tourisme qu'il fait, c'est comme un complément à ses autres activités. Il a des activités durant l'hiver, il va faire de la chasse, de la trappe. C'est ça vie de tous les jours. Il a aussi eu des négociations avec la compagnie forestière du coin, Abitibi Consolidated, et il obtient des contrats de coupe forestière, donc il coupe du bois. L'hiver il fait de la «trappe» et l'été, il coupe du bois. À travers ça, il reçoit des gens, des fois jusqu'à tard l'automne. Donc ça complète un peu ses activités. [...] Avec ces trois choses là il est pratiquement tout le temps en territoire. Il a une maison ici, mais il est presque continuellement en territoire. Il faut qu'il ait ces trois activités là par exemple, parce que juste le tourisme, ça ne serait pas tout à fait assez (Homme 1, Mashteuiatsh, 2004).

L'occupation du territoire a certes des avantages au niveau social et culturel, car elle permet notamment de continuer à pratiquer certaines activités traditionnelles. Cependant, elle apporte un avantage politique de première importance. Elle montre en effet que les Inus peuvent continuer à occuper leurs terres, malgré la sédentarisation et la diminution du piégeage. En fait, le tourisme en forêt montre que les Inus peuvent développer de nouvelles façons d'occuper et d'exploiter le territoire, ce qui est loin d'être négligeable dans un contexte de négociations territoriales.

4.2.1.5 Retombées environnementales

Quelques informateurs ont mentionné que le tourisme peut avoir une incidence positive au niveau environnemental. Quelqu'un soulignait à cet effet que le fait de recevoir des touristes sur son territoire et de voir leur émerveillement devant le paysage lui faisait prendre conscience de la richesse de l'environnement :

Moi j'ai participé avec mon frère à la mise en place de son entreprise. Il y a déjà eu un touriste qui m'a fait regarder un lac où je passe je sais pas combien de fois par année. Il m'a montré la beauté du lac par une photo qu'il a prise. Je remercie cette personne là, parce qu'elle m'a fait découvrir qui je suis, d'où je viens. J'ai gardé ce lien là... Tu sais, c'est comme une communion (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004).

³⁸ Depuis la création par le gouvernement du Québec des réserves à castor Péribonka (1941) et Roberval (1951), le territoire des *Pekuakamiulnuatsh* est divisé en lots de piégeage. Chacun de ces lots est attribué à une famille, qui y a un droit exclusif sur l'exploitation des animaux à fourrures. Pour de plus amples informations sur les réserves à castor consulter *Historique des réserves à castor au Québec. Inventaire archivistique du fonds du Ministère des affaires indiennes et du nord* de Jaques Frenette.

En parallèle, cette prise de conscience peut aussi s'exercer chez les touristes, qui découvrent eux-aussi la beauté et la richesse de la nature.

4.2.2 Retombées négatives

Si plusieurs retombées positives du tourisme ethnoculturel ont été identifiées à travers le discours des gens de Mashteuiatsh, il n'en demeure pas moins que certains aspects plus négatifs sont aussi ressortis des entrevues. Comme dans la section précédente, ces retombées ont été regroupées en différentes catégories pour en faciliter la description. On retrouve donc des retombées négatives d'ordre économique, social et culturel

4.2.2.1 Retombées économiques

Comme on l'a vu plus tôt, le tourisme a l'avantage de permettre à plusieurs artistes et artisans de vendre leur production, car la venue de visiteurs amène son lot d'acheteurs potentiels dans la communauté. Certains expliquent cependant que de façon générale, l'artisanat acheté par les touristes n'est jamais vraiment payé à sa juste valeur. En effet, les artisans ont beaucoup de difficulté à obtenir un prix respectant l'effort de travail nécessaire pour produire des pièces de qualités. Comme l'explique un répondant : « T'es pas capable d'avoir le montant que ça vaudrait vraiment. Souvent, tu vas travailler, pis tu va avoir l'équivalent de peut-être 4 ou 5 dollars de l'heure » (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004). Les revenus des artistes et des artisans ne sont donc pas aussi élevés qu'ils pourraient l'être. Une artiste de la communauté abonde d'ailleurs en ce sens :

Donc bien souvent on est presque moins payé que les Mexicains encore là, t'sais c'est pas drôle à dire, mais souvent les gens vont nous demander quelque chose et dire «Eh, c'est ben cher ». Ben oui, mais tabarnouche c'est notre temps qu'on a mis dans ça. On est même pas payé au temps. [...] Fait que c'est peut être cet impact là négatif, indirectement on pourrait dire, c'est qu'il y a beaucoup d'artisans qui sont comme exploités un petit peu pour leur talent (Femme 4, Mashteuiatsh, 2004).

Certains croient par ailleurs que les véritables gagnants dans la vente de l'artisanat sont les commerçants à grand volume. Ceux-ci achèteraient les produits de plusieurs artisans pour une somme modique et les revendraient à très gros prix. C'est en gros ce qu'explique cet informateur :

Quand ils [les commerçants] achètent à un artisan de chez nous, ils achètent à un prix dérisoire. Ils font tout pour faire de la pression sur l'artisan, pour qu'il vende à un très bas prix. Après, eux autres ils revendent la pièce le triple ou le quadruple. C'est décourageant, ils font de l'argent sur le dos des vrais artisans. Les artisans, ils pourraient faire plus d'argent que ça s'ils savaient comment s'organiser. Mais souvent, eux autres, ils n'ont pas de connaissances commerciales. Ils n'ont pas de connaissance pour savoir ou aller chercher de l'aide. Ils se

ramassent qu'ils se font exploiter par ces commerçant là. Un exemple, mon grand-père faisait des couteaux croches. C'était de l'ouvrage en masse, parce qu'il ne faisait pas rien qu'un couteau croche pour lui pour travailler dans le bois, il faisait un beau couteau artisanal, qui était verni. C'était des beaux couteaux, il vendait ça 80 \$ la pièce. Il a amené ça dans une boutique d'artisanat, eux autres, ils revendaient ça 360 \$. Hey!, c'est rendu quatre fois et demie le prix. Ça fait plus que 400 % de profit là. Ils devraient mettre une règle sur le pourcentage de profit à faire sur le dos des artisans, ça serait logique. Il y a des boutiques qui font 1 millions de dollars de chiffre d'affaire. [...] Le tourisme, malheureusement, ça ne profite pas aux bonnes personnes, à ceux qui sont porteurs de culture et qui connaissent vraiment l'artisanat. Ça profite surtout à des gens qui sont en intermédiaire entre le client, le touriste, et la culture, les vrais autochtones (Homme 6, Mashteuiatsh, 2004).

Ainsi, une bonne partie des revenus tirés du tourisme ethnoculturel ne profiterait qu'à quelques personnes. Certes, les artistes et les artisans retirent un revenu de leur production, mais ce sont les marchands à grande échelle qui remporteraient la plus grande part du profit. Comme l'a mentionné le répondant précédemment cité, ces marchands bénéficient d'une plus grande capacité de mise en marché et d'une meilleure connaissance du milieu touristique. Ils auraient également de bons contacts chez les transporteurs, qui amènent les groupes de touristes européens dans la communauté lors des voyages organisés. Un informateur mentionne à cet effet que certains marchands paieraient des commissions aux chauffeurs d'autobus ou aux guides en échange de la clientèle qu'ils amènent. Comme il l'explique :

C'est à propos des guides qui s'occupent des autobus. Ça peut arriver qu'un guide arrive et qu'il demande un pourcentage s'il amène des visiteurs en échange. [...] Ils disent clairement aux touristes : «N'achetez pas ici [au musée], on va aller dans une boutique d'artisanat tout à l'heure, vous aller avoir plein de belles choses». Donc c'est de dire clairement n'achetez pas ici, allez acheter ailleurs. Pourquoi ils les envoient acheter ailleurs? C'est parce qu'ils vont avoir un pourcentage sur les achats.

Q : À oui ! Ça, ça se fait ?

Oui, pis ça moi je trouve que c'est quelque chose de destructeur. Moi je me dis qu'on ne devrait pas encourager ce genre de chose là. Moi j'appelle ça du taxage. Je sais pas si les grossistes sont au courant de ce genre de procédé là (Homme 3, Mashteuiatsh, 2004).

Ce système de commissions qui s'apparentent étrangement à des pots-de-vin n'améliore en rien la situation économique des artistes et des artisans locaux. Bien au contraire, il contribue fortement à consolider le «monopole» que certains marchands semblent avoir sur la vente d'artisanat dans la communauté.

4.2.2.2 Retombées sociales

Selon certains informateurs, le tourisme ethnoculturel amène aussi quelques retombées négatives sur le plan social. L'impact le plus souvent mentionné est sans doute le sentiment d'envahissement que ressentent certains citoyens de la communauté. En effet, le succès que connaissent les différentes attractions touristiques, fait en sorte que l'achalandage est

passablement élevé à Mashteuiatsh. Comme on l'a vu plus tôt, la communauté voit défiler entre 25 000 et 30 000 touristes à chaque année. La présence et surtout le regard d'une telle masse de visiteurs font en sorte que certaines personnes ont l'impression d'être observées. Ainsi, comme l'explique une informatrice, certains touristes trop curieux ne respectent pas l'intimité des gens de la communauté :

De se sentir observés aussi, j'ai vu des gens qui passent des journées les toiles baissées quand il y a des autobus qui circulent dans la communauté. Il y a des gens qui passent entre les maisons et qui regardent. C'est pas toujours des touristes correctes. Il y en a qui sont un peu euh... il y en a qui ont une drôle de curiosité (Femme 1 Mashteuiatsh, 2004).

Certains parlent aussi des autobus qui amènent les groupes de touristes au musée ou aux boutiques d'artisanat. Lors de la haute saison touristique, plusieurs de ces gros véhicules peuvent circuler dans la communauté en une seule journée. Le bruit causé par le passage de ces poids lourds dérange quelque peu les citoyens. Cependant, le plus grand désagrément vient du fait que les chauffeurs ne prennent même pas la peine d'éteindre le moteur de leurs véhicules durant la visite des touristes. Les deux citations suivantes décrivent assez bien la situation :

Les premiers impacts négatifs, c'est qu'il y a du monde de l'extérieur chez nous. Un autobus qui arrête pas loin du centre d'artisanat, pis le moteur diesel fonctionne, la famille à côté reçoit le *fume* pendant tout l'été... Je pense que si tu leur demandais des questions sur le tourisme, ils auraient peut-être d'autres avis que moi sur ça. Quand j'étais directeur du musée, j'avais à gérer tout ça. Les gens nous demandaient s'ils pouvaient arrêter leurs autobus. Avec l'air conditionné, ils voulaient les laisser marcher. (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004)

Moi je sais que mes parents, ma mère entre autres, ils étaient tannés. Ils en avaient assez des autobus. On n'a pas les infrastructures pour accueillir des autobus comme ça. Des autobus qui arrivent avec des visiteurs, qui ont l'air climatisé et qui laissent tourner les moteurs pendant toute l'après-midi pour l'air climatisé. C'est près des maisons et là, les gaz d'échappement s'en vont dans les maisons. Les gens trouvent ça désagréable (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Ainsi pendant des heures, on laisse tourner les moteurs diesels pour faire fonctionner l'air climatisé des autobus. La fumée noire et malodorante qui s'échappe de ces engins va directement dans les fenêtres des maisons environnantes, ce qui irrite avec raison les citoyens qui demeurent à proximité.

En plus du sentiment d'usurpation que cause l'achalandage touristique, certains citoyens ont aussi l'impression que le développement touristique vient empiéter sur leur environnement. En effet, certaines infrastructures développées pour attirer les visiteurs ont parfois été érigées sur des lieux qui avaient une importance indéniables pour les gens de Mashteuiatsh. À cet effet, des informateurs parlent entre autres de la promenade de béton qui a été érigée sur le bord du lac St-Jean, tout juste en face de l'édifice du Conseil de bande. En bâtissant cette promenade, on a

permis aux visiteurs d'avoir un superbe point de vue sur le plan d'eau et le paysage environnant. Cependant, on a également détruit un des accès naturel, dont se servait la population pour aller canoter sur le lac. Comme l'explique une informatrice :

Déjà, on a des infrastructures qui nuisent énormément. La belle promenade sur le bord du lac, c'est magnifique ça, mais excepté que les gens qui descendaient en canot là pour aller faire un tour sur le lac, ils ne peuvent plus. Avant, il y avait un accès direct au lac, il n'y avait pas un écart comme il y en a là. Pour descendre au lac, on passait à travers les roches avec le canot et on le mettait à l'eau. Là, on ne peut plus, parce que le rempart est trop haut. On ne peut plus embarquer avec un canot là. En plus, quand il y a de la vague, l'eau vient frapper sur le bord, et c'est extrêmement dangereux. Maintenant, pour aller en canot, il faut aller à l'autre bout du village. Il n'y a plus de place à part de ça. Ici, avant, tous les gens descendaient à l'eau à l'arrière de leurs maisons. Depuis qu'ils ont fait ce rempart là, il n'y a presque plus de monde en canot sur le lac. Avant, c'était la façon d'aller d'une place à l'autre, c'était en canot (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Dans la même ligne de pensée, certains parlent du développement du tourisme en territoire qui se fait souvent près des sites d'occupation traditionnels. En développement un projet d'envergure qui nécessite plusieurs espaces d'accueil, comme c'était le cas pour le projet de l'Ashuapmushuan Assi, on risque d'empiéter, voire de détruire des endroits ayant une symbolique importante. Comme le mentionne une informatrice, cette possibilité a soulevé un certain questionnement dans la communauté :

Mais là ça allait chercher des gens de la communauté parce que si tu fais de la construction, on sait qu'il y a des sépultures. Donc les sépultures sont où ? On les voit pas toutes. On sait qu'il y a des endroits où c'est creusé. Il y a telle pierre au bout donc on présume qu'il y a quelqu'un qui est là. Mais là, tu marches à travers ça là. T'es dans le bois, tu sais pas si t'as le pied sur une sépulture. Fait que si tu fais des fouilles ou tout ça c'est tout l'aspect j'dirais spirituel que tu viens chercher là. [...] Est-ce que tu vas aller creuser là-dessus pis laisser faire les sépultures ? C'était tout ça les questions (Femme2, Mashteuiatsh, 2004).

On mentionne en parallèle que certaines personnes de la communauté ne se reconnaissent pas dans le développement touristique déjà réalisé. Ainsi, certains font mention du nouveau carrefour d'accueil ilnu, qui a été construit à l'entrée du village dans le but de recevoir les visiteurs et de les diriger vers les différents attraits de la communauté. Certaines personnes trouvent que cette nouvelle infrastructure est trop grosse pour la communauté et que sa construction a entraîné des coûts trop importants. C'est un peu ce qu'explique cette informatrice :

Regarde juste la construction du carrefour d'accueil ilnu, c'est un carrefour d'accueil pour les touristes. Déjà, il y a des gens qui trouvent que c'est une bâtisse un peu trop grosse pour la communauté, que c'est trop pour nos moyens. Tu vois, il y a des gens qui ne se reconnaissent pas là-dedans. Il faut que les gens se reconnaissent dans les projets (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Certains sont d'autant plus mécontents, car le carrefour a été construit sur un des derniers accès au lac qui subsistaient après construction de la promenade dont on a parlé plus tôt.

Par ailleurs, quelques informateurs expliquent que certains Inus ne se reconnaissent pas dans le musée. Selon eux, l'exposition qui y est présentée n'est pas assez vivante. Le fait de présenter une série d'objets en donnant quelques explications ne serait pas assez représentatif de la culture des *Pekuakamiulnuatsh*.

Certains sont d'avis que la réaction négative de la population vient peut-être du fait qu'elle n'est pas vraiment impliquée, ni même consultée dans le processus de développement touristique. Comme l'explique une répondante : « Il y a toujours de la résistance. C'est un peu de la résistance face au changement, mais c'est aussi un phénomène de réaction parce que les gens ne sont pas consultés » (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004). La même femme poursuit en affirmant que :

Habituellement, ils sont consultés quand le projet est déjà pondu. C'est ça qui est de valeur, c'est que la population ne participe pas nécessairement au développement. Quand tu participes à un développement, tu as à exprimer ton opinion. Que tu sois pour ou que tu sois contre, tu as à l'exprimer à un moment donné. Quand t'as pas l'occasion de l'exprimer... (Idem).

La population en vient donc à penser que le contrôle des activités et du développement touristique lui échappe.

4.2.2.3 Retombées culturelle

Quelques répondants ont expliqué que le tourisme peut parfois avoir des retombées culturelles négatives. Comme à Odanak, les gens qui ont abordé ce thème pensent essentiellement à tout ce qui touche l'authenticité et l'intégrité de la culture. On fait en effet valoir que certaines personnes véhiculent une image plus ou moins réelle de la culture inue. On fait surtout référence à certaines boutiques d'artisanat qui vendent des produits fabriqués avec des matériaux qui ne respectent pas vraiment la tradition des *Pekuakamiulnuatsh*. Cette situation est décrite par une artiste de la communauté. Comme elle l'explique dans la citation suivante, les artisans qui agissent de la sorte manquent de respect envers le savoir faire qu'ont développé les Inus à travers les années :

J'trouve qu'il manque encore d'authenticité. C'est plus côté monétaire qu'ils vont aller chercher pis on arrive avec du plastique, du métal, des plumes de poules, pis j'trouve que ça fait un manque en même temps au respect de ce que nous autres on savait faire. [...] T'sais c'est toute l'image qu'on essaie de véhiculer mais qui est pas véridique, qui est pas authentique (Femme 4 Mashteuiatsh, 2004).

Certains vendent également des produits qui n'ont aucun lien avec la culture inue, mais qui cadrent avec l'image que les touristes ont des Amérindiens en général. Des informateurs mentionnent que ces deux tendances sont de plus en plus importantes dans la communauté. On explique qu'elles découlent tout simplement de l'appât du gain que peuvent ressentir certains

individus, car avec le temps, les artisans ont constaté qu'ils pouvaient confectionner des objets pour un moindre coût en utilisant des matériaux non traditionnels. Ils se sont également aperçu que certains objets issus des cultures de l'ouest, comme les totems ou encore les capteurs de rêves sont très populaires auprès des touristes européens. Plusieurs ont donc délaissé l'authenticité, peu lucrative, et changé leur production pour pouvoir faire plus de profits. C'est un peu ce qu'explique cette informatrice :

C'est sûr que ça influence notre façon de faire. Tu sais, quand je regarde des gens qui par le passé ont été des artisans assez traditionnels qui respectaient les façons de faire, mais qui, tout d'un coup, pour avoir une meilleure production, pour pouvoir répondre aux besoins de certains types de touristes, ils vont changer complètement leurs façons de faire et vont abandonner les règles traditionnelles qui étaient importantes pour l'authenticité. Ça, c'est un des impacts qu'il y a. Tu sais de transformer, mais pas toujours de façon positive, les créations que les gens pourraient faire. Les faire évoluer vers quelque chose qui n'est pas vraiment tirée de notre univers. Tu sais quand on voit des totems à Mashteuiatsh, on a un problème (Femme 1 Mashteuiatsh, 2004).

On pourrait facilement juger ces gens en expliquant qu'ils ont délaissé une partie de leur intégrité culturelle pour augmenter leurs revenus. Cependant, comme on l'a vu plus tôt, le métier d'artisans est loin d'être très payant. En effet, plusieurs ont de la difficulté à être payés de façon équitable pour le travail qu'ils ont accompli. Quoi de plus normal alors que de chercher à améliorer sa situation économique en modifiant sa production. Plusieurs informateurs rencontrés trouvent cependant dommage de constater que le profit en soit venu à dicter la marche à suivre pour les artisans. Certains déplorent d'ailleurs cette commercialisation de la culture :

[Les gens se disent] «Combien j'peux tirer profit de l'objet ?» Pis c'est dommage parce que c'est toutes tes valeurs qui sont complètement mises de côté, la tradition, tout ça... Quand on parle d'artisanat, tout de suite on pense à «j'peux vendre de l'artisanat». Oui, mais dans le temps, ils le vendaient pas nécessairement. C'était une chose de tous les jours, c'était un besoin essentiel (Femme 4, Mashteuiatsh, 2004).

4.3 Les entraves au développement touristique

Comme ceux d'Odanak, les informateurs rencontrés à Mashteuiatsh ont aussi identifié un certain nombre d'entraves et de difficultés venant limiter l'essor et le développement du tourisme ethnoculturel dans la communauté. À l'instar de ce qui se vit chez les Abénakis, ces embûches peuvent être rencontrées à un niveau individuel, ou encore à un niveau plus collectif. Ainsi, il peut autant s'agir de difficultés spécifiques rencontrées par une personnes désirant démarrer une entreprise touristique que de contraintes plus larges touchant la population de la communauté en général. Afin d'en faciliter la présentation, ces différentes entraves ont été regroupées en quatre

catégories, soit les entraves économiques, les entraves socioculturelles, les entraves administratives et les entraves géographiques.

4.3.1 Les entraves économiques

Un bon nombre d'entraves économiques ont été soulevées par les informateurs de Mashteuiatsh. Plusieurs font référence à toutes les difficultés liés au démarrage et à l'opération d'une entreprise touristique. Comme on le sait, la mise en place d'un tel projet exige invariablement l'investissement d'importantes sommes de capitaux. Le problème est donc le même qu'à Odanak, en ce sens que les montants nécessaires sont souvent difficiles à trouver. Ainsi, bien que le secteur du tourisme soit priorisé par le Conseil de bande, ce dernier n'a pas nécessairement les moyens d'investir pour développer d'autres activités, ou d'autres pôles d'attraction. Quant aux simples citoyens, bien peu ont les reins assez solides pour assumer de tels coûts. De plus, comme on l'a vu au chapitre précédant, le statut légal des Amérindiens limite fortement leur solvabilité dans les institutions financières, ce qui les empêche souvent de contracter des prêts. Notons cependant que les Inus ont la possibilité d'emprunter à la Caisse populaire de la communauté s'ils sont endossés par le Conseil de Bande. Par contre, comme l'explique un informateur, c'est au Conseil de bande que revient la décision d'endosser ou non les entrepreneurs, ce qui peut parfois causer certains problèmes.

Ben en étant autochtones, on n'est pas saisissable sur une réserve. On n'a pas de garantie à offrir. Tu arrives dans une institution financière, tu leur demandes pour emprunter de l'argent, ils vont te demander des garanties. Ils vont te demander d'où tu viens. Si tu leur dis que tu viens de Mashteuiatsh, ils vont te dire de faire affaire avec la Caisse populaire de Pointe-Bleue. Ils nous retournent là-bas. Rendu là, ben ça prend une autorisation du Conseil, ou ben un endossement du Conseil. Le Conseil, il est en train d'en développer un projet comme ça. Si je vais lui demander de m'endosser pour un projet qui va lui créer de la compétition, je ne suis pas sûr qu'il va dire oui (Homme 6, Mashteuiatsh, 2004).

Ainsi, si pour quelque raison que ce soit le Conseil de bande refuse d'endosser l'entrepreneur, son projet, aussi intéressant soit-il, risque de ne jamais voir le jour. Plusieurs soulignent à cet effet que la communauté n'a aucun programme qui lui permet de gérer elle-même le risque financier lié au démarrage d'une entreprise. Ainsi, peu d'avenues s'offrent aux jeunes entrepreneurs désireux de démarrer des projets. C'est ce qu'explique cet informateur

Ce dont on se rend compte aujourd'hui, si on regarde simplement au niveau touristique, si on n'a pas de programme qui va nous permettre de faire la gestion du risque, on n'arrivera pas à se créer de nouvelles entreprises avec des jeunes de la communauté. Quand tu parles de jeunes, on parle pas de financement, pas d'expérience. On sait c'est quoi les préoccupations d'un jeune. En plus, quand t'es autochtone, tu ne peux pas faire d'emprunt. C'est toute la réalité à laquelle on doit tenir compte. Si j'ai rien qui va me permettre de gérer le risque, pour permettre la relève touristique de la communauté, ben *just too bad*. T'as beau avoir le plus beau projet... (Homme 4, Mashteuiatsh, 2004).

N'étant pas financés pour développer leur projet, les nouveaux entrepreneurs doivent souvent occuper un autre emploi en parallèle pour réussir à subvenir à leurs besoins le temps que leur entreprise se mette en place. Ils ont donc moins de temps à consacrer à la réalisation de leurs visées. Comme l'explique un informateur, la concrétisation d'une idée peut alors prendre beaucoup de temps, ce qui exige une bonne dose de ténacité :

On s'est fait dire d'aller voir à la société de développement économique. C'est ce qu'on a fait. Il y a une femme qui travaillait là à l'époque qui nous a référé à un cours de lancement d'entreprise en D.E.P.. On est allé suivre le cours, on a appris comment faire notre plan d'affaire. On l'a fait. C'est sûr qu'on n'était pas disponible à 100 % parce qu'il fallait travailler pour arriver. Les subventions qu'on avait pour aller suivre ce cours là n'étaient pas assez grandes. On n'avait pas le choix, on essayait de se débrouiller à travers ça. Ça fait en sorte qu'on travaillait sur le plan d'affaire, à un moment donné, on arrêtait trois semaines un mois, on retournait travailler dessus quand on avait le temps, après ça on le laissait tomber pendant 2 ou 3 semaines encore. Ça fait plusieurs années, ça doit faire 3 ans qu'on est là dessus (Homme 6, Mashteuiahtsh, 2004).

Certains parlent également des coûts importants liés à l'opération d'entreprises touristiques en territoire. En effet, l'éloignement des sites crée invariablement une augmentation des dépenses pour tout ce qui touche le transport de l'équipement et des touristes. De plus, l'isolement fait également en sorte que la construction d'infrastructures d'accueil devient elle aussi plus dispendieuse. Il ne faut pas non-plus oublier les primes d'assurances qui sont passablement élevées pour ce type d'entreprise. Ainsi, certains informateurs expliquent que plusieurs membres de la communauté ont eu le projet de se lancer dans le tourisme en territoire, mais qu'ils se sont ravisés lorsqu'ils ont constaté l'ampleur des dépenses à encourir pour exploiter ce type d'entreprise. Plusieurs rajoutent que les difficultés liées au financement n'aident en rien à la situation.

Une façon d'aller chercher du soutien financier serait de travailler en partenariat avec des gens de l'extérieur de la communauté. Certains informateurs expliquent cependant que ceci n'est pas une chose facile à réaliser. Ainsi, malgré leur discours qui prône l'association et la coopération, les instances touristiques régionales n'accordent pas nécessairement une grande importance à la communauté. Comme le déplore un informateur :

Même s'ils veulent tous travailler avec la communauté autochtone, pis qu'ils croient tous que le produit autochtone est unique, va juste regarder dans les guides touristiques, dans les guides du Lac St-Jean. Même s'ils disent qu'ils veulent montrer l'image de la région, tu me diras si tu vois souvent l'image autochtone. Quand je levais la main et que j'insistais sur le fait qu'on a une seule communauté autochtone au Lac-St-Jean et que c'est une force d'avoir ça, ils [l'association touristique régionale] n'ont pas vu que c'est une possibilité à développer (Homme 4, Mashteuiahtsh, 2004).

Les gens de l'extérieur ne voient donc pas toujours l'intérêt de travailler de concert avec les gens de Mashteuïatsh pour développer des pôles d'attraction régionaux plutôt que locaux. Plus souvent qu'autrement, la communauté doit donc travailler seule pour faire sa propre promotion.

Par ailleurs, plusieurs informateurs m'ont aussi parlé des contraintes liées à la compétition. Celle-ci est présente dans chaque industrie, et le tourisme ne fait pas exception à cette règle. Cette rivalité se vit à plusieurs niveaux. On la retrouve bien entendu à l'intérieur même de la communauté, où les différents artisans et commerçants se partagent le même bassin de touristes. Tous cherchent donc à attirer la plus grande portion de la clientèle. Plusieurs parlent à cet effet des boutiques d'artisanat qui drainent la plus grande part du marché

Je pense que ça profite beaucoup aux boutiques d'artisanat. Dans le fond, je trouve que c'est un cercle assez fermé les centres d'artisanat. Je dis ça dans le sens que chacun cherche à avoir ses profits (Homme 3 Mashteuïatsh 2004).

On se souviendra que certaines boutiques usent d'ailleurs de tactiques plus ou moins loyales, donnant des commissions aux guides de voyages organisés qui leur amènent de la clientèle. Cette façon de faire nuit grandement aux marchands de moindre envergure, de même qu'aux artisans qui se voient littéralement amputés d'une partie de la clientèle touristique.

La compétition au niveau de l'artisanat ne viendrait cependant pas que des boutiques, mais également des artisans eux-mêmes. Comme on l'a vu plus tôt, certains se sont tournés vers des matériaux et des produits « moins authentiques » ce qui leur permet de produire à un moindre coût et de vendre plus. Ceux qui axent davantage sur l'authenticité de leurs produits ont donc plus de difficulté à tirer leur épingle du jeu. C'est un peu ce qu'explique cette artisane :

Quand t'essaies d'être dans l'authenticité c'est toi qu'y s'fait presque ramasser par les autres là [...] Nous autres notre matériel, quand tu vas vers l'authenticité le matériel il est pas en grandes quantités, tandis que pour eux autres s'ils utilisent le plastique ou le métal, ben ils peuvent en faire une grande quantité pis ça coûte moins cher. Mais sauf que moi si j'vends de l'écorce, moi faut que j'aie mon déplacement à payer, ma journée qui est prise. Tout ça faut le calculer. Pis l'écorce, tu peux pas la prendre n'importe quand pendant l'année, t'sais c'est toutes des choses comme ça (Femme 4, Mashteuïatsh, 2004).

Ainsi, comme le disent plusieurs, il en coûte plus cher pour « produire authentique », car le matériel utilisé est plus rare et donc plus dispendieux. De plus les techniques employées demandent souvent plus de temps de travail, ce qui augmente encore les coûts de production. Pour arriver à vivre de leur labeur, les artisans qui optent pour une telle production doivent vendre leurs objets à un prix plus élevé que les autres. Ils ont donc plus de difficultés à attirer la clientèle. La même informatrice mentionne d'ailleurs que: « nous autres on a essayé de garder

dans l'authenticité mais on s'est fait dire "n'allez pas là c'est du fabriqué à la main, ça coûte plus cher" » (Femme 4, Mashteuiatsh, 2004).

La compétition viendrait également de l'extérieur de la communauté, car l'industrie touristique en général est un monde où la concurrence est très présente. Certains expliquent d'ailleurs que cette réalité a été passablement déstabilisante pour les Inus lorsqu'ils se sont lancés dans le développement touristiques :

Le monde touristique, on l'a connu de façon très...c'est comme un iceberg je dirais. Nous on a connu la pointe. On avait une certaine vision du monde touristique, mais quand on est rentré dans le monde touristique, on s'est aperçu que c'était toute une jungle. Dans cette jungle là, il y a beaucoup d'acteurs, il y a beaucoup de lions, si je peux appeler ça de même. Donc c'est un monde très compétitif, et il faut se doter d'outils de marketing, d'outils de promotion qu'on n'est pas vraiment habitué de voir. [...] Tu vois, c'est tellement une chasse gardée le tourisme. Quand t'arrive pis tu pousses, ben des fois il y en a un qui débarque. Celui qui débarque, il t'en veut en maudit. La compétition est féroce (Homme 2 Mashteuiatsh, 2004).

Au niveau du tourisme autochtone, Mashteuiatsh doit composer avec la rivalité de certaines autres communautés amérindiennes du Québec, comme Wendake, Odanak ou Kahnawake. Cependant, elle doit aussi, et de plus en plus, se démarquer des autres communautés autochtones du Canada. Ainsi, comme l'explique le même informateur : « La compétition est forte au Canada entre l'est et l'ouest. L'ouest devient de plus en plus fort. T'as aussi le développement nordique » (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004). En fait, le tourisme est de plus en plus utilisé comme moyen de développement par les communautés autochtones du monde entier. Certes, un engouement se développe pour ce nouveau créneau qu'est le tourisme autochtone. Seulement, les touristes ont maintenant l'embarras du choix étant donné la multitude de destinations qui s'offrent à eux. Le défi pour Mashteuiatsh est donc de réussir à bien se positionner sur le grand échiquier du tourisme autochtone.

Si la concurrence avec les autres autochtones a été soulevée par quelques répondants, c'est cependant l'aspect de la compétition amenée par les non autochtones qui a été le plus souvent rapporté. Ici, on ne fait pas vraiment référence aux autres attraits touristiques que comporte la région environnante, car on semble les voir comme des pôles d'attractions régionaux qui contribuent indirectement à l'afflux de visiteurs dans la communauté. En fait, comme à Odanak, ce qui semble agacer les *Pekuakamiulnuatsh*, c'est la compétition menée par les non autochtones qui utilisent l'image des Amérindiens. En effet, certains entrepreneurs de l'extérieur profitent de la vague de popularité qui entoure les cultures autochtones et se servent de l'image amérindienne pour vendre leurs produits touristiques. Plusieurs pensent d'ailleurs que cette pratique empiète

grandement sur les marchés des entreprises touristiques «réellement» autochtones, leur ravissant au passage une partie de leur clientèle potentielle. D'autant plus que ces entreprises non autochtones sont généralement plus rapprochées des grands centres et des circuits touristiques, ce qui les rend parfois plus attrayantes, ou du moins plus visibles aux yeux des touristes. Ainsi, comme le fait remarquer un informateur : « Si on peut économiser en vivant une expérience autochtone à 50 kilomètres de Montréal, ben pourquoi faire 450 kilomètres pour vivre une expérience semblable à Mashteuiatsh » (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004).

Les artisans sont eux aussi affectés par cette concurrence. En effet, certains soulignent que des non autochtones copient souvent l'artisanat ilnu pour ensuite le revendre à moindre coût. Comme l'explique une informatrice :

Mais j'trouve ça un peu dommage parce que c'est vers ça que ça s'en va pareil, parce que là tu vas chez Jean Coutu y'en a d'autres des affaires là.

Q : Ah oui ?

Ben oui, à Roberval. T'sais t'as la ville de Roberval et t'as même pas le soutien de la ville d'à côté. Oui ok y'a des p'tits *Kuei* qu'y t'écrivent bienvenue au centre d'achat là sur la porte. C'est bien beau mais sauf qu'à l'intérieur de tes magasins tu dis «ben écoutes, tu veux des affaires autochtones, vas au moins à Mashteuiatsh c'est à dix minutes». Non, non c'est pas ça pantoute. Dans la pharmacie, le gars il a fait un canot d'écorce pis il l'a broché. C'était à vendre là, le canot d'écorce broché (Femme 4, Mashteuiatsh, 2004).

La même informatrice poursuit d'ailleurs en déplorant que rien n'empêche cette pratique : « C'est plate pour ça là, parce qu'on a rien pour dire : "écoutes, faut que tu sois un autochtone pour faire ça" » (Femme 4 Mashteuiatsh, 2004).

L'utilisation de l'image amérindienne par les non autochtones dépasse cependant le simple aspect de la concurrence. En fait, il s'agit de quelque chose de beaucoup plus important qui renvoie à l'image et à l'identité des Ilnus, de même qu'à leurs droits de propriété culturelle. J'aurai l'occasion de donner un peu plus de détails sur cette question au cours du présent chapitre.

Dans un autre ordre d'idée, certains font valoir que la main d'œuvre est de moins en moins disponible pour les entreprises touristiques. Certains, comme cette informatrice, soutiennent que le musée ne compte pas assez de guides :

Je demande souvent aux guides de se tenir dans les salles pour répondre aux gens parce que j'ai l'impression qu'on perd beaucoup de questions. Ça nous prendrait plus de guides. J'en n'ai pas assez pour faire ça (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Pour expliquer ce délaissement des activités touristiques certains font entre autres référence aux faibles revenus que procurent généralement les emplois liés au tourisme. Certains font plus

spécifiquement référence au métier d'artisan qui, comme nous l'avons vu plus tôt, rapporte rarement des revenus équivalents au travail accompli :

L'artisanat, c'est ça qui est difficile, c'est que ça prend énormément de temps à faire et les prix que tu peux avoir... le touriste n'est pas nécessairement intéressé à payer des centaines de dollars. [...] C'est pas des revenus qui vont permettre à un artisan d'en vivre. Il a besoin de calculer passablement pour être capable d'en vivre. T'es pas capable d'avoir le montant que ça vaudrait vraiment. Souvent, tu va travailler, pis tu va avoir l'équivalent de peut-être 4 ou 5 dollars de l'heure. C'est tellement long à faire. Il faut que tu arrêtes, si tu fais de la broderie, il faut que tu arrête, tu ne peux pas faire ça à la journée longue. Tu en fait une demi-heure trois-quarts d'heure après ça t'arrête un peu, après une heure tu retournes en faire encore. Tu peux pas en faire continuellement. C'est pas très rémunérateur, donc c'est pour ça que ça a moins d'attrait aussi. [...] L'artisanat comme je te dis, ça prend trop de temps pour ce que ça donne comme rémunération (Homme 1 Mashteuiatsh, 2004).

La perspective d'un salaire peu élevé ferait alors en sorte que plusieurs personnes délaisseraient l'industrie touristique au profit de secteurs d'activités plus payants. En fait, les *Pekuakamiulnuatsh* ont accès à plusieurs autres types d'emplois. Ainsi, comme l'explique un informateur :

D'autant plus, qu'on est une communauté qui a été touché beaucoup par le développement. Il y a des industries dans la région. Il y en a à Roberval qui est à 5 kilomètres. Donc il y a beaucoup de gens d'ici qui sont là-dedans. Ils ne sont pas dans le tourisme, ils sont dans l'industrie (Homme 1 Mashteuiatsh, 2004).

Une autre informatrice renchérit en expliquant que le travail dans la communauté est plus «confortable» que les emplois liés au tourisme en territoire. Comme elle le dit si bien : « Pourquoi moi je m'en irais me faire manger par les mouches quand j peux travailler ici ? » (Femme 2, Mashteuiatsh, 2004). Plusieurs choisiraient donc de demeurer dans la communauté et de travailler dans des secteurs liés aux services et à l'administration. La même informatrice explique par ailleurs que la construction du projet hydro-électrique de la rivière Péribonka qui a lieu au Nord de la communauté draine une bonne partie de la main d'œuvre locale. Plusieurs préféreraient donc aller travailler sur ce chantier car les emplois y sont beaucoup plus payants que ceux reliés au tourisme. La diversité des emplois disponibles est loin de constituer un mal en soi, cependant elle fait en sorte que le tourisme ethnoculturel a du mal à se développer, car les gens préfèrent travailler dans d'autres secteurs d'activités.

Certaines entraves économiques émaneraient plus spécifiquement de la situation du tourisme à Mashteuiatsh. Ainsi, selon ce qui ressort des entrevues, trois grandes contraintes proviendraient directement du développement touristique de la communauté, soit le manque de publicité, le manque d'infrastructures d'accueil et le manque de pôles d'attraction.

Certains soulignent en effet que la communauté de même que ces différents attraits ne sont pas très visibles dans les guides touristiques. Ceci vient peut-être du peu d'enthousiasme que démontrent les instances touristiques régionales envers Mashteuiatsh, comme le mentionnait plus tôt un informateur. Quoi qu'il en soit, certains sont d'avis que la communauté ne met pas assez d'emphase sur la promotion de ses attraits touristiques à l'extérieur de la communauté et de la région.

La communauté connaît également des lacunes au niveau des infrastructures d'accueil. En fait comme le souligne plusieurs informateurs : «Il manque peut-être quelque chose, peut-être plus au niveau de l'hébergement» (Femme 2, Mashteuiatsh, 2004). En effet, mis à part les deux campings et quelques gîtes, Mashteuiatsh ne compte pas de véritables infrastructures de logement pour accueillir les touristes de passage³⁹. Comme le mentionne cette informatrice, la situation profite grandement aux hôtels et aux auberges des communautés voisines :

Après ça, peut-être qu'au niveau économique, il y a certaines personnes qui en profitent, mais je ne penserais pas que ce soit... Ça va peut-être être plus dans les alentours, parce qu'on n'a pas d'infrastructures d'accueil. Comme on n'a pas de structures d'accueil, le touriste il ne loge pas ici. Il commence à en avoir un petit peu, mais pas beaucoup. Si le touriste loge ailleurs, mange ailleurs, au niveau des retombées économiques, c'est peut-être plus dans l'environnement immédiat de la communauté que ça se passe. C'est pas nécessairement ici (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

On explique également que la communauté manque de pôles d'attraction. En effet, mis à part le musée, le centre d'interprétation de la traite des fourrures et les boutiques d'artisanat, rien d'autres n'attire les visiteurs dans la communauté. La durée du passage des touristes s'en trouve donc limitée. C'est ce que déplore cet informateur :

C'est pas le contact qui manque. Le contact il y en a un, mais il ne dure pas assez longtemps. C'est un tourisme de passage chez nous. Le visiteur va venir au musée, il va visiter le centre d'interprétation des fourrures, pis là, ça ne lui tentera peut-être pu d'aller au Tipi, parce que ça va durer une heure, une heure et demie. Là il va aller dans les boutiques. Il va rester là une heure gros maximum, pis il n'ira pas dans toutes les boutiques. Il va n'en visiter qu'une ou deux. Après ça, s'il a faim, il va aller au restaurant du Pétro-Canada. Après ça, il va faire quoi ? Il va s'en aller. Il y a le zoo à St-Félicien, il y a Val-Jalbert. Le client il ne fait que passer. Il y a au-dessus de 240 000 visiteurs qui passent par la communauté à chaque année. Il y en a combien qui couchent dans la communauté ? Il n'y en a presque pas. Tu sais quand t'a déjà une demi-journée de fait, pis qu'il te reste une demie journée à occuper. T'es pas intéressé à aller louer un gîte ou à coucher sur la communauté, parce qu'il va y avoir une demie journée ou t'aura rien à faire, fait que tu vas t'en aller. C'est ça la clientèle qu'on a à aller chercher (Homme 6, Mashteuiatsh, 2006).

Bref, rien ne permet de retenir les visiteurs plus longtemps. Ces derniers, ne font que passer ce qui limite leurs dépenses dans la communauté. Une informatrice explique à cet effet qu'il ne sert

à rien de développer des infrastructures d'accueil s'il n'y a rien pour occuper les touristes dans la communauté :

C'est ça, t'as l'aspect de la restauration à développer, t'as l'aspect de l'hébergement mais suite à ça, ça te prend des activités pis des services, des attrait. Tu fais quoi autour de ça pour essayer d'attirer les gens pis d'avoir une rétention. C'est bien beau de les attirer ici, mais quand ils ont fait une demi-journée, quand t'as fait une demi-journée à Mashteuiatsh tu fais quoi là ? T'as ben beau de te planter devant la promenade, mais bon... Comme c'est là, t'arrives pis tu t'en vas, mais il faut autre chose à faire ! (Femme2, Mashteuiatsh, 2004).

Quelques éléments moins spécifiques à Mashteuiatsh, mais relatifs au tourisme en général sont aussi mentionnés par les informateurs. Ainsi plusieurs font valoir que l'industrie touristique est grandement dépendante des effets de modes. Comme le mentionne un informateur :

En plus, il y a des modes qui passent avec les années. Ce qui était intéressant dans les années 70, ce n'est plus ce qui intéresse le monde aujourd'hui. Je parlais tantôt de la chasse et de la pêche, t'avais énormément de touristes de ce genre là. Aujourd'hui ça a changé. Tu vas allez dans les pourvoiries, il n'y a plus personne qui guide. Les gens ne veulent plus de guides ils veulent tous faire ça eux-mêmes. C'est des modes qui évoluent (Homme 1 Mashteuiatsh, 2004).

Les gens de Mashteuiatsh doivent donc savoir s'adapter à ces différents changements pour pouvoir continuer à attirer des visiteurs. Cependant, il se peut que le renouvellement des activités ne suffise pas à séduire les touristes. Ainsi, il est fort possible que l'engouement que suscitent les cultures autochtones finisse par s'essouffler. D'autres éléments extérieurs à la communauté peuvent également venir affecter l'achalandage touristique. Ainsi, le nombre de voyages organisés passant par la communauté a passablement diminué suite aux événements du 11 septembre 2001. De plus, certains informateurs mentionnent que la force du dollar canadien par rapport aux devises étrangères pourrait aussi avoir contribué à la baisse du nombre de touristes.

4.3.2 Entraves administratives

Certains informateurs ont aussi soulevé quelques éléments d'ordre politique ou administratif qui nuisent à l'essor et au bon développement du tourisme dans la communauté. Comme à Odanak, on critique essentiellement le manque d'organisation et de vision à long terme dont font parfois preuve les décideurs. C'est un peu ce qu'explique cette informatrice :

Je pense que par rapport à ça, le problème qu'on a dans la communauté, c'est qu'on n'a pas développé de vision. Tu sais, on fait des choses, mais on les fait un peu à l'aveuglette. On les fait parce qu'on est rendu là. On n'a pas de vision par rapport à ce qu'on fait (Femme 3, Mashteuiatsh, 2004).

³⁹ On pourrait aussi parler des services de restauration. La communauté compte deux casse-croûtes, mais elle n'a pas de véritables restaurants.

Comme l'explique un autre informateur, ce manque de vision et d'organisation est peut-être à l'origine des déboires qu'a connus le projet de l'Ashuapmushuan Assi :

À date, leur projet est sur la glace depuis un an ou deux. Ils ont investi 1 200 000 \$ là-dedans. Ça marche pas, ils ont six contracteurs, pis ils ont dû recevoir une trentaine de clients gros maximum. Ils ne font pas de publicité rien. Ils ne vendent pas le produit. Ça a été mal géré. Ça a changé de chef à chaque fois. Ça a changé de directeur à chaque fois, fait que le projet a tombé à l'eau. Avec ce 1 200 000 là, ça aurait pas été long que mon projet aurait démarré ! (Homme 6, Mashteuiatsh, 2004).

La réalisation de projets d'envergure comme celui de l'Ashuapmushuan Assi demande que l'on y investisse temps et énergie, pendant plusieurs mois, voire plusieurs années. Ceci ne peut se faire sans organisation et encore moins sans vision à long terme. Cependant, l'attention des décideurs est trop souvent centrée sur l'immédiat et sur l'actuel, sans laisser de place à cette fameuse vision à long terme. Ceci vient malheureusement affecter le développement touristique de la communauté, car plusieurs projets dépendent de l'assentiment du Conseil de bande pour prendre leur essor.

Dans la même veine, certains expliquent que la lourdeur administrative et l'ambiguïté des rôles des organismes vient parfois ralentir, pour ne pas dire entraver le processus décisionnel, ce qui affecte invariablement le déroulement et l'essor des activités touristiques dans la communauté :

Juste pour faire une parenthèse, c'est qu'il y a des institutions dans la communauté qui détiennent la connaissance culturelle. C'est des leaders, mais nous autres aussi [la SDEI] on a été identifiés comme des leaders. On est des leaders du secteur touristique, mais si j'ai pas de culture, je n'ai pas de tourisme. Là on est comme deux qui ont été identifiés pour la même chose, mais pas par le même terme. Nous autres on est identifié tourisme, pis le musée, c'est la culture. Sauf que moi le tourisme, c'est lié à la culture. On a pas le choix de marcher ensemble, mais c'est pas évident. Même nous autres, chez nous, il faut s'approprier, il faut s'approprier ensemble. [...] Donc là, je fais un lien avec ce que j'ai dit tantôt par rapport au musée. Comme j'ai dit tantôt, quand il n'y a pas de leader d'identifié, ça ne lève pas. C'est tout le monde, pis c'est personne en même temps, donc c'est pas évident, on sait pas c'est qui qui dirige. Là, on identifie un leader, donc on pense que ça va être correct. Sauf que là, c'est pas facile encore, parce que là il y en a deux leaders, c'est encore une équipe, c'est encore un ensemble là, c'est encore tout le monde pis personne en même temps (Homme 4, Mashteuiatsh, 2004).

4.3.3 Entraves socioculturelles

Les gens de Mashteuiatsh ont identifié plusieurs contraintes économiques et administratives lors des entrevues. Cependant ce sont les entraves socioculturelles qui ont été le plus souvent soulevées. Comme leur qualificatif l'indique, les entraves socioculturelles renferment tout ce qui touche la population, la culture et la société. Il s'agit donc d'une catégorie très large, qui englobe des éléments aussi variés que le manque de connaissance sur la culture traditionnelle, l'emprunt de la culture ilnue par les non autochtones, ou le manque d'interactions dans les visites

touristiques. Afin de mieux présenter ces entraves, je les ai divisées en trois sous-catégories. Dans un premier temps, je présenterai les entraves socioculturelles concernant la population de Mashteuiatsh en général. Par la suite, il sera question des éléments se rapportant plus spécifiquement aux attraits ou à l'industrie touristique. Finalement, il sera question des éléments extérieurs à la communauté.

Un certain nombre d'entraves socioculturelles identifiées par les répondants se rapportent à la population de la communauté. Un bon nombre d'informateurs soulignent à cet effet que les *Pekuakamiulnuatsh* manquent souvent de connaissances dans certains domaines liés au tourisme. Selon certains, l'une des lacunes les plus importantes concerne la connaissance de la culture traditionnelle inue. On fait en effet valoir que les savoirs traditionnels relatifs à la vie en territoire, ou encore à l'artisanat se transmettent de moins en moins aux jeunes générations. Comme l'explique ce répondant, ceci est principalement dû au fait que la culture traditionnelle cadre de moins en moins avec la réalité des gens de Mashteuiatsh :

On le voit chez les jeunes, ils sont moins intéressés. Avant, ça s'enseignait de père en fils, ou de mère en fille parce qu'on en avait besoin continuellement. Maintenant on n'en a plus besoin dans la vie courante, donc ça se transmet moins (Homme 1 Mashteuiatsh, 2004).

La langue inue est elle aussi en perte de vitesse. On estime en effet qu'entre 20 et 25 % de la population de la communauté la parle. La perte graduelle de la langue, ainsi que la méconnaissance de la culture, de l'histoire et des traditions font en sorte qu'il devient difficile de développer un tourisme basé sur la présentation de ces éléments. Comme l'explique cette informatrice, certaines personnes en viennent alors à présenter une culture folklorisée ou encore à arborer des éléments qui viennent d'autres groupes amérindiens :

Il y a aussi beaucoup de gens qui ne connaissent pas la culture dans la communauté et qui affichent une culture plus folklorique. [...] Des fois ils y en a qui se demandent comment ça se fait que ça n'appartient pas aux Inus des attrapeurs de rêve. On leur explique que ça n'appartient pas aux Inus. Eux ils trouvent ça beau, ils veulent en faire quand même. Nous, on ne veut pas en vendre dans la boutique (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Quelques informateurs expliquent également que la population manque de connaissances au niveau de la mise en place d'entreprises. Il devient donc difficile, pour ceux qui ont des idées, de les mettre en pratique, car ils ne connaissent pas nécessairement la marche à suivre pour y parvenir. De plus, ceux qui réussissent à démarrer des projets ne savent pas toujours comment les administrer. Comme l'explique l'informateur suivant, les gens n'ont bien souvent qu'une vague idée de la marche à suivre pour opérer une entreprise :

Une entreprise, ça fonctionne de telle façon. Il faut être administrateur, il faut être gestionnaire, faut prendre des décisions. Il y a des règles qui sont dans l'arène, que les gens

ne connaissent pas vraiment. Souvent, ça été une des fautes qu'on a commis dans le passé, c'est qu'on partait une entreprise en pensant qu'on allait prospérer. Le problème, c'est que sur le terrain, la personne était peut-être le meilleur guide, mais au niveau de l'administration, il y avait peut-être des lacunes, au niveau de la gestion, il y avait peut-être des lacunes. Il y avait des choses qui faisaient en sorte qu'ils ne pouvaient pas fonctionner (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004).

Si la population de Mashteuiatsh manque de connaissances relatives à la mise en place et à la gestion d'entreprises, elle connaît également quelques lacunes au niveau du fonctionnement de l'industrie touristique. En fait, plusieurs expliquent qu'une entreprise œuvrant dans le milieu du tourisme se doit de respecter certains standards pour répondre aux besoins des visiteurs. Les normes à respecter ainsi que les différentes règles de conduite à adopter vis-à-vis les touristes ne sont pas toujours connues de ceux qui se lancent en affaire. Comme l'explique cet homme, certains connaissent parfois des difficultés lorsqu'ils reçoivent des visiteurs :

Il y a beaucoup d'éléments. Il y a des normes à respecter. Quand tu reçois des touristes, il y a des normes à respecter même au Québec. Par exemple, il faut que tout le monde ait sa petite barre de savon. Il y a des normes comme ça qu'il faut connaître et qu'il faut respecter. Il y a un paquet de facteurs qui font que ce n'est pas évident. C'est faisable, mais ce n'est pas évident (Homme 1, Mashteuiatsh, 2004).

D'autres expliquent aussi qu'une entreprise touristique doit savoir se renouveler, non seulement pour améliorer le fameux standard de qualité dont il vient d'être question, mais aussi pour faire en sorte que les touristes gardent un intérêt envers l'endroit. Comme l'explique cet informateur, trop d'entrepreneurs de la communauté n'ont pas su réinvestir leurs profits pour améliorer leur produit :

Ça, ça tout le temps été des grosses lacunes dans tout ce qui c'est ouvert à Pointe-Bleue. Il y a beaucoup de gens qui ont essayé d'amener des gens en territoire pis c'était broche à foin. Le gars ouvre ça compagnie, pis il fait ça tout l'été. Il fait 50 000 \$ de chiffre d'affaire dans son premier été, il fait ben de l'argent. Au lieu de prendre ses profit pis de les réinvestir pour faire un produit qui a du bon sens, ben il brûle tous ses profits. L'année d'après il doit repartir à zéro. Les clients reviennent encore, mais son produit ne s'est pas amélioré, il n'a pas changé rien. Le produit n'est pas de qualité, c'est encore broche à foin. Au lieu d'investir ses profits pour faire quelque chose de qualité, il préférerait les boire. Ça c'est arrivé une couple de fois (Homme 6, Mashteuiatsh, 2004).

Bien souvent, les gens désirant démarrer une entreprise touristique doivent apprendre à connaître les rouages de l'industrie par eux-mêmes. Les différentes erreurs commises en cours de route peuvent alors s'avérer coûteuses monétairement, ce qui signifiera souvent la fin du projet. Le dur apprentissage peut aussi être très rude pour le moral des entrepreneurs. Comme le dit si bien une informatrice : «Apprendre sur le tas c'est difficile. Quand tu brises toute ton énergie là-dessus ben ça donne une impression de découragement» (Femme 4, Mashteuiatsh, 2004). Ainsi, le

manque de connaissances pousse souvent des gens qui ont pourtant de bonnes idées à baisser les bras. Le développement du tourisme s'en voit alors passablement affecté.

Certains sont aussi d'avis que la population est généralement méfiante face au développement, ce qui finit par freiner quelque peu le développement touristique dans la communauté. Comme on l'a vu au chapitre 2, les Inlus ont bien plus souvent vécu les contrecoups du développement qu'ils en ont réellement bénéficié. Certains en conservent donc un goût amer, comme le mentionne cet homme :

Par le passé, les gens ont vécu de mauvaises expériences avec la compagnie de la Baie d'Hudson ou d'autres commerçants, donc ils sont toujours un peu méfiants, ils ont peur de se faire exploiter. Le développement dans la région ici c'est fait un peu sans que les Indiens y soient mêlés, que ce soit la coupe forestière, l'exploitation agricole, *et cetera*. Donc les gens ont un peu une réticence. Ils ont l'impression de se faire avoir à quelque part (Homme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Une certaine partie de la population ne voit donc pas le développement touristique d'un très bon œil, car elle a peur de se faire flouer. À cette crainte vient peut-être aussi s'ajouter un certain sentiment d'indifférence, voire de rejet face à l'esprit d'entreprise. Ainsi, comme l'explique le même informateur :

Le tourisme, c'est une business. Ça c'est un autre aspect qui nuit un peu, c'est que les Montagnais ne sont pas des gens qui sont tournés vers le côté commercial ou le côté business. C'est des descendants de nomades. Quand t'es nomade, tu n'amasses pas de biens, tu es nomade. Même que c'est vu comme étant quelque chose de mauvais que de vouloir amasser des biens. C'est le contraire du capitalisme. Il faut que tu répondes à tes besoins point final. Tu ne peux pas en avoir plus. C'est sûr qu'avec les années, avec les contacts et avec les mariages inter-raciaux, ça change et ça évolue, mais il y a toujours un fond. C'est latent un peu (Homme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Ainsi, les valeurs traditionnelles des *Pekuakamiulnuatsh* allant quelque peu à l'encontre des valeurs commerciales, certains sont réticents face à l'idée de démarrer un projet touristique. On explique en parallèle que la population de la communauté a été habituée à être prise en charge par le Conseil de bande au cours des années. Plusieurs pensent donc que cette sorte de dépendance face aux institutions vient elle aussi limiter l'esprit d'initiative chez les gens de la communauté. Ainsi, comme l'explique cette informatrice, bien que plusieurs personnes soient intéressées par le développement touristique, bien peu seront tentées d'entreprendre des actions réelles :

Les gens ici, ils ont été habitués pendant un certain nombre d'année à ce que le Conseil gère tout. Quand tu veux développer quelque chose, il faut que tu te fies sur tes propres ressources. Il faut que toi, tu puisses mettre en œuvre une action. Je ne dis pas qu'on n'a pas des gens d'action ici, on en a, mais sincèrement, ils ne sont pas nombreux. Les gens s'attendent à ce que tout se fasse par l'institutionnel. Le niveau de dépendance est tellement élevé. Il atteint un niveau tellement élevé, que les gens s'attendent à ce que ce soit les institutions qui fassent les choses à leurs places et non eux. Moi j'aurais envie de te dire,

quand tu nous demandes s'il y a un intérêt, moi je te dirais qu'il y en a peut-être un intérêt, mais il est latent, parce que les gens s'attendent à ce que ce soit la SDEI qui fasse, le musée qui fasse, le Conseil qui fasse, mais pas eux autres (Femme 3, Mashteuiatsh, 2004).

Un autre élément venant limiter l'essor du tourisme est le manque de relève. En effet, certains répondants ont expliqué que les jeunes de la communauté ne semblent pas intéressés par le secteur touristique. Il y en a bien un certain nombre qui y travaille de façon saisonnière, la plupart du temps pour payer leurs études. Cependant, bien peu sont intéressés à y faire carrière. Ainsi, très peu de projets émanent des jeunes, qui composent pourtant la majeure partie de la population de la communauté. Ceci n'est vraiment pas de bon augure pour la continuité des activités touristiques. D'autant plus que les quelques entreprises déjà existantes connaîtront probablement le même problème. Comme le mentionne un répondant :

Oui, il y a un manque de relève, c'est clair qu'il y a un manque de relève. Moi j'ai un promoteur qui a 65 ans. Ça va faire un an qu'on le rencontre, pis ça va faire un an qu'il n'a pas de relève. S'il n'a pas de relève, ça va être une institution qu'on va perdre dans la communauté. Tu y penses-tu toi le problème ? Qui va poursuivre les activités ? (Homme 4, Mashteuiatsh, 2004).

La communauté risque donc de se retrouver devant un sérieux problème, car il se peut que dans un avenir pas si lointain, la population ne puisse plus s'occuper elle-même de ses institutions touristiques. Comme l'explique le même homme, les *Pekuakamiulnuatsh* devront peut-être choisir de confier cette tâche à des gens de l'extérieur, ce qui risque de soulever tout un questionnement :

Veux veux pas, faut que j'engage des gens de la communauté. Je ne veux pas engager des gens de l'extérieur. La première question que les gens me posent, la première question que les touristes te posent c'est: «es-tu autochtone ?». C'est la première question qu'ils te posent. Si tu n'es pas autochtone, ils sont déçus. Ils veulent parler avec des gens de la communauté, ça c'est clair. C'est la première chose qu'ils veulent. Ils ont payé pour ça, ils ont fait des démarches pour ça. Ils sont venus ici pour ça (Homme 4, Mashteuiatsh, 2004).

La venue de non autochtones dans l'industrie touristique de Mashteuiatsh serait sans doute perçue de façon négative par les touristes. Cependant, un tel changement se ferait aussi au détriment de la communauté elle-même. Elle perdrait en effet un certain contrôle sur son développement touristique, mais aussi et surtout sur la présentation de son image.

Pour certains, le manque de relève s'explique peut-être par le fait que les activités touristiques en général et l'artisanat en particulier n'ont pas toujours une très bonne image dans la communauté. Comme le dit une artisane en parlant de son métier : «C'est vrai que c'est pas valorisé pantoute» (Femme 4, Mashteuiatsh, 2004). Cette dévalorisation du métier d'artisan vient sans doute du fait qu'il n'est pas des plus rémunérateurs. Souhaitant le meilleur sort possible pour leurs enfants, les

parents les encouragent alors à se diriger vers d'autres emplois plus payants. Les jeunes sont peut-être aussi rebutés par l'effort exigeant et la grande dextérité que nécessite ce travail. C'est ce que pense cet informateur :

Les jeunes sont de moins en moins intéressés à apprendre ça. Ils trouvent que c'est de l'ouvrage et que ça ne donne rien. C'est du travail. Faire des mocassins, ça ne prend pas deux heures ! Il faut préparer la peau d'original, il faut la tanner, il faut la découper. C'est des journées et des journées de travail. Il faut coudre tranquillement, ça prend de la dextérité. C'est juste à force d'en faire que tu fais des beaux mocassins. Les jeunes ne sont pas vraiment intéressés à l'apprendre (Homme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Il est vrai que le métier d'artisan est assez demandant et que le salaire qui revient en retour n'est pas toujours à la hauteur du travail accompli. Certains soulignent par ailleurs que l'artisanat traditionnel devient de plus en plus difficile à pratiquer étant donné la rareté grandissante au niveau de la matière première. On fait en effet valoir que les activités traditionnelles que sont la chasse, la pêche et le piégeage sont de moins en moins pratiquées. Par conséquent, les matériaux issus de ses activités, comme le cuir, les tendons, les plumes, les andouillers ou la fourrure sont de moins en moins accessibles pour les artisans qui cherchent à confectionner des produits «authentiques». Quelques ressources parviennent tout de même dans la communauté, mais leur prix devient parfois exorbitant. Comme l'explique cet artisan, il devient donc tentant de se diriger vers des matériaux moins conventionnels : «J pense que c'est pour ça aussi peut être qu'on est rendus là, avec du métal pis du plastique, parce que la matière première est pas évidente à aller chercher» (Femme 4, Mashteuiatsh, 2004).

Dans un autre ordre d'idée, certains expliquent que les problèmes sociaux que vivent diverses personnes dans la communauté peuvent aussi nuire à l'essor du tourisme. En fait, il peut parfois arriver que des alcooliques accostent des touristes pour leur demander de l'argent. Comme plusieurs le font remarquer, on retrouve aussi ce genre de situation ailleurs que dans les communautés autochtones. Seulement, certains touristes resteront souvent avec cette image en tête, trouvant là une confirmation de certaines idées préconçues. C'est un peu ce qu'explique cet informateur :

Ça donne une mauvaise image. Parce que des fois, dans la nature humaine, les gens sont porté à mettre tout les œufs dans le même panier. Nous autres on donne une bonne image, pis euh... Ça prend juste une mauvaise expérience pour tout détruire. [...] Je pense qu'on retrouve ces problèmes là même chez les Québécois. Mais vu qu'on considère les nations autochtones comme une petite minorité, on dirait que ça a beaucoup plus de répercussions (Homme 3, Mashteuiatsh, 2004).

Un peu dans la même veine, on mentionne que le manque de fierté que vivent certains membres de la communauté peut lui aussi contribuer à freiner le développement du tourisme:

Ça été une problématique, les gens n'étaient pas fiers. Ils n'étaient pas intéressés à dire «viens voir ce que c'est chez nous», parce qu'ils n'étaient pas fiers de ce qu'ils étaient. À la base, s'en est une problématique. Ça change tranquillement, mais les gens ne sont pas enclins aussi facilement à recevoir des gens, pis à parler de ce qu'ils sont. Tu sais, ce n'est pas encore un acquis ça là (Femme 3, Mashteuiatsh, 2004).

Par ailleurs, un certain nombre d'entraves socioculturelles concerne plus spécifiquement l'industrie touristique en soi. Les commentaires des informateurs à cet effet font particulièrement mention des attraits touristiques de la communauté. Certains font entre autres valoir que la plupart des activités offertes aux touristes n'offrent pas assez de contacts entre les visiteurs et les gens de la communauté. On fait ici référence au tourisme de masse et à tous ces voyages organisés qui passent rapidement dans la communauté. Ces groupes ont généralement des horaires extrêmement serrés, ce qui fait en sorte que leurs visites sont très structurées et trop souvent écourtées. Comme l'explique une femme de la communauté : «Tu sais dans les autobus organisés, tout est programmé: on va au zoo, on va à Mashteuiatsh, on va à Val-Jalbert, pis on a tant de minutes pour chaque place ». Une autre informatrice poursuit en expliquant que :

Vous savez quand on rencontre des gens pis qu'on se sent pressé dans le temps, on est pressé également. On doit condenser tout ce qu'on a à dire et on doit dire les choses les plus importantes. C'est là que la préparation est primordiale, parce que je dis quoi si je n'ai pas le temps ? La visite du musée peut prendre une heure une heure et quart, mais parfois des gens viennent nous voir et nous dire : «on est en retard et il nous reste 35 minutes». On se demande par où commencer (Femme 5, Mashteuiatsh, 2004).

Une telle ambiance ne permet pas aux guides de parler en détail de la culture ilnue, ni de la faire connaître à sa juste valeur. Elle permet encore moins aux touristes de poser les questions qu'ils ont en tête. En fait, ce genre de visites rapides vient fortement limiter l'échange entre les cultures que devrait normalement favoriser le tourisme.

En parallèle, d'autres soutiennent que les activités touristiques pratiquées dans la communauté sont trop statiques, ne suscitant pas assez l'interaction entre les visiteurs et les gens de la communauté :

Moi je trouve que c'est ça le problème à Pointe-Bleue, c'est qu'il n'y a pas d'activités participatives. Les gens ne participent pas à rien. Ils viennent visiter. La première place où ils vont s'orienter, ça va être au musée ou au centre d'interprétation de la fourrure, ou au site reconstitué là euh... Le Tipi. On arrive là, on regarde la culture, pis c'est dans une vitrine. Tu sais c'est...T'es au musée, tu regardes les objets, pis c'est dans une vitrine, avec un texte au-dessus qui raconte un peu la culture, mais ça reste quelque chose que tu regardes. Quand tu

sors de là, ce qui reste à voir dans la communauté, c'est les boutiques d'artisanat. Fait que là, tu rentres dans une boutique, c'est encore dans une vitrine. Tu peux acheter l'objet, mais l'objet il provient d'une vitrine à la base. Moi, j'appelais ça du tourisme de vitrine, et j'étais tanné de ça. J'ai travaillé longtemps au musée, pis je me suis tanné de faire ce tourisme là (Homme 6, Mashteuiatsh, 2004).

Ainsi, pour certains, la visite des différents attraits touristiques de la communauté n'est pas assez vivante et devient parfois ennuyeuse.

Certains parlent aussi des artisans et des boutiques qui produisent et vendent des objets plus ou moins «authentiques». Ainsi, on en revient encore au problème de la transmission d'une image plus ou moins véridique de la culture et de la réalité ilnue. Comme je l'ai mentionné plus tôt, ceci vient parfois d'une méconnaissance de la culture. Cependant, comme le font remarquer quelques informateurs, des individus le font tout à fait consciemment, car ceci leur permet d'augmenter leurs profits. En effet, en donnant aux touristes ce qu'ils s'attendent à voir, ces gens s'attirent une plus grande part du marché et effectuent plus de ventes. Comme le mentionne un informateur l'appât du gain cause certains problèmes :

C'est parce que le monde veut vendre et faire de l'argent. Si on va dans certaines boutiques d'artisanat, c'est incroyable. Ils ne connaissent rien de ce qu'ils vendent, et souvent, ce qu'ils vendent ça ne vient même pas de chez nous (Homme 6, Mashteuiatsh, 2004).

Un peu dans la même veine, certains expliquent que le discours sur la culture est parfois différent, voire divergent chez les gens qui accueillent les touristes. Ainsi, les visiteurs auront parfois l'occasion d'entendre différentes conceptions de la culture ilnue en se promenant d'un endroit à l'autre. C'est du moins ce qu'explique cette informatrice :

Je me rappelle à un moment donné y'a de l'information qui était véhiculée d'une manière, puis t'allais à un autre endroit pis c'était véhiculée d'une seconde manière. C'était pas concordant (Femme 2, Mashteuiatsh, 2004).

Certains trouvent donc difficile de développer un tourisme ethnoculturel lorsque les différents pôles touristiques ne véhiculent pas la même information au sujet de la culture ilnue.

Une autre entrave socioculturelle émanant de l'industrie touristique vient du fait que la population n'est pas vraiment impliquée ou consultée lorsqu'il s'agit de mettre en place ou de renouveler les attraits touristiques. J'ai déjà décrit cette situation un peu plus tôt lorsque j'ai parlé des retombées négative du tourisme dans la communauté. Je pense en fait qu'il s'agit autant d'un impact négatif que d'une entrave. En fait, en n'impliquant pas la population, on lui retire une part de contrôle sur le développement touristique, ce qui, comme je l'ai déjà dit au chapitre précédent, va à l'encontre du concept de tourisme durable. Mais ce qui est peut-être encore plus insidieux, c'est qu'on finit ainsi par la désintéresser de ce fameux développement. C'est ce que déplore cette répondante :

Habituellement, ils sont consultés quand le projet est déjà pondu. C'est ça qui est de valeur, c'est que la population ne participe pas nécessairement au développement. Quand tu participes à un développement, tu as à exprimer ton opinion. Que tu sois pour ou que tu sois contre, tu as à l'exprimer à un moment donné. Quand t'as pas l'occasion de l'exprimer... [...] À un moment donné, ça fait que les gens se disent que ça donne rien de s'intéresser à ce qui se passe, qu'on ne les consulte pas (Femme 1 Mashteuiatsh, 2004).

En bout de ligne, on court le risque de faire en sorte que les gens de la communauté ne se reconnaissent plus du tout dans les infrastructures touristiques existantes, a un point tel qu'ils finissent par les considérer comme des institutions étrangères à leurs valeurs, ou pire à leur culture⁴⁰. Qu'advierait-il alors du tourisme ethnoculturel, si les porteurs de la culture qu'il dépeint ne s'identifiaient plus à lui ?

Certaines entraves socioculturelles affectant le développement touristique proviennent également de l'extérieur de la communauté. En fait, il s'agit souvent d'éléments sur lesquels les Inus n'ont que très peu d'emprise.

Selon plusieurs informateurs l'une des principales entraves vient de l'image des autochtones qui est véhiculée au Québec et au Canada. En effet, comme on l'a vu au chapitre précédent, la population en général semble avoir une perception négative des autochtones en général et des Amérindiens en particuliers. On les voit souvent comme des profiteurs, des alcooliques, des criminels, ou encore comme des gens qui n'aiment pas les non autochtones, car ce sont généralement les images que nous présentent les différents médias. Cette mauvaise réputation a vraisemblablement un lien avec le faible intérêt que manifestent les touristes québécois envers la communauté. C'est du moins ce qu'allègue ce répondant :

Après ça, il y a la méfiance et les préjugés de la part de la clientèle québécoise face aux communautés autochtones.

Q : Ça arrive souvent ça ?

Ben moi, je te dirais qu'à toutes les années, il y des touristes qui nous appellent, ils sont dans un bureau touristique de la région, à St-Félicien, à Chambord, peu importe. Ils appellent nos préposés, et ils demandent si c'est possible de venir visiter la communauté, s'ils peuvent venir (Homme 4, Mashteuiatsh, 2004).

Ainsi, certains touristes québécois ont peur de visiter les communautés amérindiennes, croyant qu'ils n'y seront pas bien accueillis.

Certains informateurs mentionnent également que les Européens ont eux aussi une vision erronée de la réalité amérindienne. Ces derniers se forgent bien souvent une image à partir de ce qu'ils ont

⁴⁰ On pourrait ici faire un lien avec le manque de fierté envers les institutions dont j'ai parlé plus tôt.

pu voir dans les films. Un informateur explique cependant que le gouvernement canadien se sert consciemment de cette image folklorisée pour attirer des visiteurs au pays :

Ben c'est sûr qu'ils ont une idée qui part des films un peu. C'est les Indiens à plumes avec des habits en cuir, pis qui vivent dans des tipis. D'ailleurs, c'est un peu l'image qui est véhiculée par le Canada lui-même, les camps en bois rond, pis tout ça. Il y a un de mes amis qui est allé à quelque part en Europe. Je me souviens plus où, mais il avait vu la cassette promotionnelle du Canada. Ils vendaient ça en Europe. Tu voyais un Indien sortir d'une tente en écorce, habillé en pagne. Il descendait chercher l'eau dans une rivière, pis il rentrait dans sa tente. Ils disaient que c'était ça le Canada. C'était ça les Amérindiens au Canada. Ça te donne une idée. Déjà là, le client il s'en vient avec une attente précise et souvent il est déçu. D'autres fois, il est content, parce qu'il voit que notre condition est pas si pire que ça ! (Homme 6, Mashteuiatsh, 2004).

Une telle perception n'empêche pas les touristes européens de venir visiter Mashteuiatsh, bien au contraire. Elle fait cependant en sorte que plusieurs d'entre eux arrivent dans la communauté avec l'idée de retrouver cette image quelque peu passéiste, voire tout à fait erronée. La plupart des intervenants touristiques en profiteront pour remettre les pendules à l'heure et leur faire connaître la réalité inue. Cependant, certains marchands saisiront l'occasion pour leurs vendre les produits plus ou moins authentiques qu'ils recherchent tant. C'est donc une sorte de cercle vicieux. Ainsi, les touristes européens arrivent dans la communauté avec une image folklorisée des Amérindiens, en bonne partie parce que c'est ce que les agences de voyages et le gouvernement canadien leur vendent. En retour, certains commerçants de la communauté entrent dans le jeu et vendent à ces visiteurs des objets cadrant avec cette vision folklorisée, dans le simple but d'augmenter leurs ventes. En procédant de la sorte, ils contribuent cependant à confirmer la perception passéiste et erronée des Européens. Bref, l'image véhiculée en Europe alimente le marché de l'exotisme dans la communauté, qui lui à son tour contribue à «authentifier» les perceptions irréalistes des touristes.

A tout ceci viennent parfois s'ajouter les non autochtones qui empruntent l'image et la culture «amérindienne ». Comme je l'ai expliqué un peu plus tôt, cette pratique cause certains problèmes au niveau de la concurrence entre les entreprises touristiques autochtones et non autochtones. Certains informateurs expliquent cependant que cette pratique entraîne beaucoup plus qu'une simple concurrence. Ainsi, plusieurs déplorent le fait que les non autochtones qui agissent de cette façon contribuent bien souvent à véhiculer des stéréotypes. Comme l'explique cet informateur :

C'est des individus, c'est des gens qui se disent autochtones. Là on part sur un grand débat. Je me dis qu'il faut faire attention, parce qu'on a des stéréotypes, pis il y en a qui les alimentent beaucoup, pis qui aiment bien ça les alimenter pour leurs besoins personnels (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004).

La plupart des informateurs rencontrés critiquent fortement cette pratique. On explique en fait qu'en procédant ainsi, les non autochtones s'approprient quelque chose qui ne leur appartient pas. On leur reproche également de ne pas s'informer correctement. Ainsi, plusieurs essaient de reproduire des choses sans utiliser les matériaux ou les techniques appropriées. Certains artisans ilnus se disent d'ailleurs choqués de voir que l'on ne respecte pas des savoirs qu'ils ont mis des années à bâtir et à se transmettre. En fait, comme le dit cette artisane, c'est un peu comme un manque de respect que ces gens portent à la culture ilnue :

Ouais, fait que j'me dis en même temps c'est un respect. C'est le respect vers ton mentor que t'as eu avant. Parce que comme ma tante qui faisait de la broderie avec ma mère, ben ma tante c'était la première de la famille, donc elle était plus âgée que ma mère et ma mère elle nous l'a transmis...Tu sais c'est la transmission qui est comme ça. Donc nous autres on a comme un respect de ce que l'autre avait appris. Oui on peut changer, modifier, mais on sait que quand même on a le respect de savoir que c'est parti de là. Parce que comme je te parlais tantôt du canot d'écorce, n'importe qui peut en faire de l'écorce. Mais là mets moi des broches, mets moi des...Tu sais c'est comme blesser aussi, blesser d'une certaine manière notre image et notre façon de faire. C'est comme s'ils disaient " pour qui ils se prennent les Indiens, on est capables de le faire nous autres aussi", en mieux ou ben en pire... (Femme 4 Mashteuiatsh, 2004).

Comme on peut le voir, plusieurs informateurs s'interrogent fortement sur la question de l'emprunt de l'image et de la culture ilnue ou «amérindienne» par les non autochtones. Cette pratique contribue d'une part à véhiculer des stéréotypes, ce qui en irrite plus d'un. Elle constitue également une sorte de vol, car ceux qui en usent s'approprient une image qui ne leur appartient pas.

4.3.4 Entraves géographiques

Un certain nombre d'éléments relatifs à la situation géographique de la communauté ou du territoire des *Pekuakamiulnuatsh* vient aussi gêner le développement du tourisme. Une entrave non négligeable est celle du climat de la région. En effet, la saison hivernale y est particulièrement froide, ce qui fait en sorte que les activités touristiques ont essentiellement lieu entre les mois de mai et septembre. Le déroulement des activités touristiques ne se fait donc qu'à l'intérieur d'une seule saison, plutôt que durant l'année entière.

L'éloignement de la communauté vient lui aussi contraindre le développement touristique. En effet, l'endroit n'est pas situé à proximité des grands centres urbains que sont Montréal et Québec, ce qui le défavorise quelque peu par rapport à d'autres communautés amérindiennes comme Kahnawake ou Wendake. Mashteuiatsh a tout de même l'avantage d'être situé au cœur d'un circuit touristique important, soit le pourtour du Lac St-Jean. En fait, la communauté est située tout juste entre les deux attraits régionaux majeurs que sont le village fantôme de Val-

Jalbert et le zoo sauvage de St-Félicien. Elle peut ainsi profiter de cet achalandage pour aller chercher une certaine part de clientèle. La situation est différente en ce qui concerne le tourisme en territoire. En effet, les endroits fréquentés pour ce genre d'activités sont un peu plus éloignés du circuit touristique traditionnel. Comme nous l'avons vu plus tôt, cet éloignement est la source de plusieurs dépenses pour les entrepreneurs qui désirent développer ce créneau.

Certains mentionnent finalement que la situation géographique du musée nuit quelque peu à son achalandage. En effet, comme le font remarquer les informatrices suivantes, l'institution n'est pas située sur la rue principale de la communauté, ce qui la rend parfois difficile à trouver pour les visiteurs :

Je regarde le musée actuellement, on se pose beaucoup de question sur notre place dans la communauté et notre place pour les touristes. On est difficile à trouver, on est localisé dans un endroit qui n'est pas évident, sur la côte. Tous les jours on a des gens qui nous disent qu'ils ont eu de la misère à nous trouver (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Je ne suis pas certaine que les gens vont au musée. Il faut que tu montes la côte, et on a peut-être pas une situation géographique qui est bien pour le musée (Femme 5, Mashteuiatsh, 2004).

4.4 Les pistes de solution

Comme on vient de le voir, les répondants rencontrés ont identifié plusieurs contraintes entravant le développement du tourisme durable dans la communauté. En retour, ils n'ont pas manqué d'apporter certaines suggestions, qui, selon eux, permettraient d'améliorer les choses. Comme pour Odanak, j'ai décidé de présenter ces différentes pistes de solution, car, au risque de me répéter, qui de mieux placés pour identifier les points à améliorer dans le domaine touristique que ceux qui y œuvrent ?

Encore une fois, les suggestions d'améliorations ont été regroupées en deux catégories afin de mieux les présenter. Je commencerai donc par identifier les solutions qui concernent la mise en place d'infrastructures dans la communauté, après quoi je décrirai celles qui concernent plus particulièrement l'offre du produit touristique. Cependant, avant de procéder, je présenterai quelques améliorations qui ont déjà été portées. Je montrerai donc comment certaines actions ont permis de régler ou encore d'atténuer certaines entraves ou retombées négatives.

4.4.1 Les améliorations déjà portées

Selon divers répondants, certaines améliorations ont déjà été mises en place pour limiter les retombées négatives du tourisme ou encore pour pallier aux contraintes que nous venons de décrire. Ces améliorations peuvent être regroupées en trois catégories, soit les améliorations d'ordre économique, les améliorations d'ordre administratif et les améliorations d'ordre socioculturel.

Sur le plan économique, certains parlent de la mise en place du Carrefour d'accueil ilnu. L'arrivée de cette nouvelle infrastructure a permis de créer un point d'accueil pour les touristes, une sorte de porte d'entrée qui permet de mieux les diriger vers les différents attraits de la communauté. On fournit ainsi une certaine publicité aux différentes entreprises touristiques de l'endroit. Comme en fait foi cet informateur, ceci lui permet d'aller chercher une nouvelle clientèle :

Ce qu'on fait cette année, c'est qu'on met aussi des pamphlets à Mashteuiatsh au centre d'informations touristiques, pis les gens nous appellent directement de là-bas. Ils nous demandent si on a de la place et pis ils viennent nous voir (Homme 5, Mashteuiatsh, 2004).

Certains expliquent aussi que l'arrivée de la véloroute des bleuets a amené un plus grand achalandage touristique dans la communauté. En effet, cette piste cyclable régionale traverse l'agglomération depuis le début des années 2000, ce qui a contribué à donner une plus grande visibilité à l'endroit. Bien entendu, ce ne sont pas tous les cyclistes qui s'arrêtent à Mashteuiatsh. Cependant, une certaine proportion y fait halte pour prendre le temps de visiter la communauté et ses attraits.

Dans un autre ordre d'idée, des informateurs mentionnent que le Conseil de bande a décidé d'ouvrir la voie au partenariat avec l'extérieur en entamant des discussions avec les autorités responsables de l'exploitation du village fantôme de Val-Jalbert :

Nous, on a quand même ouvert des discussions avec des gens de Val-Jalbert. Veux veux pas, c'est quand même un site touristique intéressant. Il y a peut-être des affaires qu'on pourrait marier entre ici pis eux autres, que ce soit au niveau de l'artisanat, de la culture, des chants, de la danse. N'importe quoi qu'on pourrait faire qui ferait en sorte qu'on ramasserait une partie de leurs touristes. Mais on veut pas tout faire nous-mêmes, fait que c'est de pousser le monde à le faire. Là on essaie d'en parler au musée, on en parle avec des gens d'artisanat. Ça c'est le côté entrepreneurship qui doit se développer encore plus. C'est sur ce bout là qu'on a encore du chemin à faire (Homme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Ainsi, on veut davantage miser sur les initiatives privées que sur des actions prises par le Conseil de bande. La communauté s'est d'ailleurs dotée de moyens pour parvenir à augmenter le nombre d'entreprises touristiques dans la communauté en créant la SDEI, soit la Société de

développement économique Innu. Cet organisme, indépendant du Conseil de Bande a pour but de favoriser le développement et les initiatives économiques dans la communauté.

Les gens de la SDEI ont identifié le tourisme comme l'un des principaux secteurs à développer dans la communauté. Ils ont donc élaboré une structure pour venir en aide aux entrepreneurs qui désirent développer des projets touristiques. Ainsi, les gens de la SDEI accompagnent les différents promoteurs de projet dans leur démarche de démarrage d'entreprise. Comme l'explique un informateur :

Là dessus, on a mis en place une procédure d'accompagnement de promoteur. Cinq belles étapes qui sont inscrites. On voit la réalisation du plan d'affaire, la recherche du financement, la réalisation du projet, ensuite on fait un suivi du dossier. Il y a quelque chose qui est mis en place, mais ce que je te dirais, c'est qu'on est à peaufiner cette démarche là et ce que je te dirais aussi, c'est qu'il faut faire attention, parce qu'il ne faut pas faire peur au monde avec ça. Ce n'est pas des techniques avec lesquelles les gens sont toujours à l'aise (Homme 4, Mashteuiatsh, 2004).

La SDEI agit donc comme une sorte de guide-accompagnateur, pour les éventuels entrepreneurs. Ainsi, elle leur fait connaître et comprendre les rouages de la mise en place et de l'opération d'une entreprise.

La création de la SDEI permet également de pallier à certaines entraves d'ordre administratif. En effet, en confiant le volet du développement économique à un organisme indépendant du Conseil de bande, on contribue à diminuer la lourdeur administrative qui pèse souvent sur le processus de développement d'entreprise ou de projet. De plus, on s'assure d'une meilleure continuité dans le suivi et l'évolution des projets car, malgré les éventuels changements qui peuvent survenir au Conseil de bande, la SDEI continue ses activités⁴¹.

Certains changements sont aussi survenus sur le plan socioculturel. Plusieurs parlent à cet effet de différents facteurs qui viennent de plus en plus régler le problème du manque d'authenticité dont peuvent parfois faire preuve les attractions touristiques de la communauté. Comme le font remarquer certains informateurs, les touristes recherchent de plus en plus l'authenticité. Les gens qui œuvrent dans le domaine touristique se sont donc, eux aussi, mis à suivre cette vague. En fait, quoi de plus normal pour des gens qui cherchent à vendre leurs produits que de s'adapter aux

⁴¹Dans plusieurs communautés innues du Québec, le Conseil de bande est élu pour une période de deux ans. Ceci signifie souvent que le chef et les conseillers sont remplacés sur une base bisannuelle. Il devient alors difficile de développer des projets à long terme, car le nouveau Conseil fait souvent table rase de ce qui avait été décidé par la précédente administration. À Mashteuiatsh, la situation est un peu différente, car le Conseil de bande est élu pour une période de quatre ans. Quoi qu'il en soit, on a voulu éviter que des problèmes similaires ne se produisent au niveau du développement économique. Voilà donc pourquoi on a créé une organisation indépendante pour s'occuper de ce secteur. Ainsi, même si le Conseil est remplacé, les gens de la SDEI demeureront en poste et continueront leurs activités. Cette autonomie fait également en sorte que l'organisation n'est pas affectée ou encore paralysée lors des élections, ce qui est loin d'être négligeable.

désirs de leur clientèle. Cependant, certains informateurs pensent que les causes de cette tendance dépassent la simple question des profits. Ils expliquent en fait que le regard de plus en plus avisé des touristes contribuerait à créer une prise de conscience chez les différents intervenants touristiques :

Au début, c'était facile, parce qu'on copiait un peu ce qu'on voyait et ça allait. Ça marchait, on le vendait. De plus en plus, on a un tourisme qui est différent. Moi je pense que les touristes actuellement sont plus axés sur le tourisme culturel. Avant, c'était plus un tourisme de curieux. On voulait voir ce qui se passe dans les communautés, mais maintenant, ce n'est plus du tout le même type. C'est des touristes qui questionnent. Ils questionnent sur l'histoire et tu sens que les gens d'ici se questionnent aussi de plus en plus sur l'histoire. Ça a un mouvement, qui des fois, je pense, raffermi l'identité culturelle (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

En parallèle, plusieurs tentent de valoriser davantage l'artisanat traditionnel et «authentique» dans la communauté. Le musée, qui dispose d'une boutique d'artisanat, essaie de faire sa part pour rehausser l'intérêt pour ce type de production. Ainsi, comme l'explique une répondante :

Tu vois, nous ici à la boutique du musée, notre politique c'est d'acheter seulement de l'authentique. Quand les artistes viennent présenter leurs produits, on regarde ce qu'ils nous offrent. Des fois on ne les prend pas, parce que ce n'est pas authentique, parce que ça n'appartient pas aux Ilnus (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

La tendance «authenticité» se propage peu à peu dans toute la communauté. De fait, de plus en plus de gens œuvrant dans le domaine touristique commencent à y adhérer. Une informatrice explique d'ailleurs que : « les gens sont de plus en plus sensibilisés. S'il y en a qui vont vers la facilité, ne serait-ce que le regard des autres va rétablir la situation» (Femme 5, Mashteuiatsh, 2004). Ainsi, selon ce commentaire, une sorte de pression sociale se serait mise en place dans le milieu du tourisme à Mashteuiatsh, faisant en sorte que ceux qui basculent dans l'exotisme et la folklorisation sont plutôt mal vus par leurs pairs.

Dans la même ligne que la valorisation de l'«authenticité», certaines institutions locales travaillent aussi à la transmission de la culture et des connaissances traditionnelles. Comme on l'a vu au premier chapitre, des programmes scolaires sont mis en place pour favoriser la transmission de ces savoirs chez les jeunes. Le musée met lui aussi l'épaule à la roue par le biais de ses expositions et de son centre de documentation, mais aussi en développant des ateliers pour intéresser et informer les jeunes. On espère ainsi pallier au manque de connaissances culturelles et traditionnelles que j'ai décrit un peu plus tôt.

On a également décidé de pallier au manque de connaissances relatives à l'industrie touristique en envoyant quelques jeunes de la communauté suivre une formation en tourisme. Ceux-ci ont ainsi pu acquérir un certain savoir relatif à l'industrie et à ses rouages. On espère d'ailleurs que ces jeunes prendront un jour la relève pour continuer le développement touristique dans la communauté.

Certains parlent aussi de changements qui sont survenus au niveau de l'achalandage touristique pour expliquer certaines améliorations d'ordre socioculturel. On mentionne en effet que les groupes volumineux qui passent rapidement dans la communauté via les voyages organisés sont de moins en moins nombreux depuis quelques temps. En effet, suite aux événements du 11 septembre 2001, les visiteurs étrangers, qui composent la principale clientèle de ce type d'excursions, sont moins présents dans le paysage touristique. En revanche, on a constaté une hausse du nombre de familles et de petits groupes venant visiter la communauté par leurs propres moyens. Ce changement de «clientèle» a eu deux incidences positives à Mashteuiatsh. Tout d'abord, la baisse du nombre de voyages organisés s'est traduite par une diminution relativement importante du nombre d'autobus circulant dans la communauté. C'est ce qu'allègue cette répondante :

Ben là, je dirais depuis deux ans, il n'y a plus d'autobus. Depuis deux ou trois ans, depuis les événements du 11 septembre, les autobus, il n'y en a plus. C'est un peu le problème qui s'est réglé par lui-même. On retrouve plus de touristes en individuel, en petits groupes de familles. Cet été des autobus au musée, je pense qu'on en a eu une (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Ainsi, tous les désagréments causés par ces gros engins, comme le bruit et les odeurs de diesel auraient passablement diminué. De plus, la hausse du nombre de touristes individuels a eu pour effet de favoriser un plus grand contact et de meilleurs échanges entre les visiteurs et les gens de la communauté. En fait, les visiteurs peuvent maintenant prendre le temps de demeurer un peu plus longuement dans la communauté. Comme le mentionne une informatrice, ils peuvent alors en profiter pour discuter avec les Inus et leur poser des questions :

Ils font une démarche pour venir ici. Tu sais dans les autobus organisées, tout est programmé: on va au zoo, on va à Mashteuiatsh, on va à Val-Jalbert, pis on a tant de minutes pour chaque place. Au lieu de ça, les gens arrivent ici pis ils prennent leur temps. Ils demandent comment on a d'expositions, comment de temps ça prend par exposition. Quand ils entrent, ils savent qu'ils en ont pour une heure et demie. Ça c'est le minimum, ils peuvent rester plus longtemps s'ils veulent. Ils questionnent plus, ils veulent s'informer. Ils questionnent beaucoup, ils parlent aux guides. C'est complètement différents des groupes qu'on guidait avant. Avant on guidait 20-25 personnes. Le guide parlait et présentait toute l'exposition. Maintenant, les gens prennent le temps de lire. Après ils viennent poser des questions (Femme 1 Mashteuiatsh, 2004).

Ainsi, les visites sont beaucoup moins rapides et structurées, ce qui laisse dire à certains qu'elles ont gagné en qualité.

4.4.2 La mise en place d'infrastructures

Selon ce qui ressort du discours des gens de Mashteuiatsh, l'amélioration de la situation du tourisme dans la communauté passe en grande partie par la mise en place de certaines infrastructures. Il s'agit essentiellement de mesures qui permettraient de structurer d'avantage les activités touristiques. Celles-ci peuvent être regroupées en trois grandes catégories, soit les infrastructures économiques, les infrastructures administratives et les infrastructures socioculturelles.

4.4.2.1 Les infrastructures économiques

Du côté économique, plusieurs répondants suggèrent de développer des partenariats entre les entreprises touristiques de la communauté et celles de l'extérieur. Mashteuiatsh pourrait alors s'intégrer davantage dans les circuits touristiques régionaux, ce qui lui donnerait une plus grande visibilité. En effet, en travaillant de concert, les entreprises touristiques de la communauté et celles de la région deviendraient complémentaires. Les unes feraient la promotion des autres et vice versa, ce qui ferait probablement connaître la communauté aux milliers de touristes qui traversent la région sans savoir qu'une communauté autochtone est prête à les accueillir. Ainsi, selon plusieurs, le partenariat avec les entreprises de l'extérieur se traduirait sans-doutes par un plus grand achalandage touristique dans la communauté. De plus, certains informateurs pensent qu'en s'associant avec des promoteurs de l'extérieur, les gens de la communauté pourraient profiter d'une bonne expertise en termes de démarrage et de gestion d'entreprise. On pallierait ainsi au problème du manque de connaissances du monde des affaires qui nuit souvent à l'essor des entreprises touristiques de la communauté. Ainsi, Inlus et non autochtones seraient partenaires d'une même entreprise, chacun fournissant les outils nécessaires au bon fonctionnement du projet, c'est-à-dire le savoir culturel pour les premiers et la connaissance de l'industrie pour les autres.

Certains informateurs proposent aussi de mettre plus d'emphase sur la promotion de la communauté à l'extérieur. Ils font en fait valoir qu'une plus grande visibilité se traduira probablement par un plus grand achalandage touristique. On doit cependant mettre la main à la pâte pour améliorer les choses. Ainsi, comme le fait remarquer un informateur :

On ne peut pas s'asseoir sur nos lauriers en se disant qu'on est la seule communauté autochtone au Lac-St-Jean et que tout le monde va venir nous voir. Si t'es pas présent à l'extérieur, ben tu ne sera pas premier. Moi je maintiens cette vision là. Présentement, ce qui est bien avec le tourisme, c'est qu'il y a des temps morts. Il faut profiter des temps morts pour faire de la promotion, donc aller à l'extérieur, aller dans les expositions, aller dans les foires. Être présent, je pense que c'est important (Homme 2 Mashteuiatsh, 2004).

La saisonnalité des activités touristiques ne doit donc pas nécessairement être vue comme une entrave, car, comme vient de le suggérer cet informateur, les temps morts peuvent être utilisés pour aller faire la promotion des différents attraits de la communauté.

Certains suggèrent de mettre l'emphase sur la promotion auprès de la clientèle européenne, puisqu'elle est abondante et qu'elle éprouve déjà un intérêt pour les cultures autochtones. Par ailleurs, d'autres proposent aussi d'essayer d'attirer davantage de touristes québécois. On le fait cependant pour des raisons beaucoup plus sociales qu'économiques, car on se dit que leur présence permet un rapprochement entre la culture ilnue et la culture québécoise.

La publicité est donc un élément important dont il ne faut pas passer outre. Cependant, elle n'est pas nécessairement à la portée de toutes les bourses, comme le souligne un informateur :

C'est sûr que c'est pas les entrepreneurs qui peuvent faire ça. C'est un outil communautaire qui pourrait le faire. La SDEI pourrait le faire avec la participation des différents intervenants touristiques (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004).

Un peu dans la même veine, certains suggèrent de mettre en place des programmes pour donner un coup de pouce financier aux nouveaux entrepreneurs. Comme l'explique cet informateur, il ne s'agit pas de réinventer la roue, mais plutôt de développer des programmes spécifiques à la communauté de Mashteuiatsh :

Ça serait comme des programmes gouvernementaux qui peuvent exister, un peu comme tourisme Québec en a déjà. Nous, on en ferait des plus particuliers pour nos gens. On aurait des programmes pour aider ceux qui se partent en entreprise, pour qu'ils aient de la formation du côté de leur entreprise et du côté touristique. Tu peux avoir aussi des programmes de soutien pour la publicité, pour le marketing. Tu peux avoir du financement avec des taux d'intérêt plus bas. Tu peux jouer dans ces plates-bandes là. Ça aide plus là, ça aide les gens à développer leur idée (Homme 1, Mashteuiatsh, 2004).

En fait, on en revient souvent à la même idée : le développement touristique doit passer par les initiatives privées et non par le Conseil de bande. On cherche ainsi à donner une plus grande autonomie au gens de la communauté. Comme le dit un informateur :

Enfin, c'est l'autonomie qu'on cherche à travers ça. Il ne faut pas développer des programmes pour que des gens deviennent dépendants. Au contraire, il faut qu'on puisse les aider à cheminer (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004).

Par ailleurs, certains répondants recommandent de mettre en place un plus grand nombre d'infrastructures d'accueil. On pense ici à l'hébergement et à la restauration, deux secteurs qui, comme on l'a vu plus tôt, sont plus ou moins présents dans la communauté. On suggère également de développer de nouvelles attractions touristiques, pour compléter celles qui sont déjà en place. En fait, on croit que la création de nouvelles infrastructures d'accueil permettrait de garder les touristes dans la communauté pour une plus longue période. On sait en effet que des visites plus longues se traduisent généralement par des dépenses plus importantes pour les touristes. Ainsi, en retenant les visiteurs plus longtemps dans la communauté, on s'assure d'un plus grand apport d'argent dans l'économie locale. On peut aussi ajouter qu'un plus long séjour dans la communauté permet également aux voyageurs d'établir un plus grand contact avec les Inus. Un peu comme c'est déjà le cas avec le tourisme en territoire, les visiteurs auraient alors l'occasion de converser avec leurs hôtes, de leur poser des questions et ainsi d'avoir une meilleure vision de leur réalité.

Enfin, certains informateurs proposent d'informer davantage les touristes sur le temps et l'effort nécessaires pour produire de l'artisanat. On veut ainsi faire en sorte que le travail des artisans soit reconnu à sa juste valeur pour que ceux-ci obtiennent un salaire équivalent à leur labeur. C'est un peu ce qu'explique cette informatrice :

Il faut qu'on respecte ce qu'on vient de faire. Il faut qu'on se reconnaisse un talent et une compétence dans ça. Ça a une valeur monétaire. La personne qui va acheter, elle va peut-être dire que c'est cher, mais une paire de mocassin, il n'y en a pas deux pareilles. Si t'en veux pas, prends en pas. Ça a une valeur monétaire, mais en même temps c'est plus que ça. Faut que je dise ce que ça m'a pris. Il y a l'inspiration qu'il faut aller chercher aussi. Les filles faisaient des recherches des fois, pour aller voir des broderies, elles retournaient voir de vieilles photos. C'est du temps ça. C'était pour aller chercher l'authenticité, parce qu'on ne met pas n'importe quoi sur le marché. Alors, il faut aussi se respecter dans ça (Femme 5, Mashteuiatsh, 2004).

4.4.2.2 Les infrastructures administratives

Quelques informateurs proposent de mettre en place certaines mesures administratives dans le but d'améliorer le développement du tourisme ethnoculturel de leur communauté. Certains croient en fait que l'industrie devrait être un peu plus encadrée par les autorités locales. La communauté pourrait en effet établir des balises pour orienter le développement du tourisme sur son territoire. On pourrait alors s'assurer que l'industrie ne prenne pas une tournure déplaisante pour la population. On propose d'ailleurs d'adopter une réglementation concernant le développement du

tourisme en territoire. On veut ainsi éviter que l'environnement ne soit affecté par un développement trop important ou trop étendu. Comme l'explique une femme de la communauté :

Ça me fait penser que nous ici, il va falloir qu'on établisse une structure et des balises pour faire le tourisme. Je vais te donner rien qu'un exemple. Au niveau environnemental, c'en est un exemple. Au niveau de l'environnement, il n'y a rien de fait. Par rapport au tourisme, on parle de développement, mais il y a des éléments qu'il faut regarder par rapport à ça. Quand tu t'en va en territoire par exemple. Nous on dit que c'est important pour nous le territoire, mais si on ne met pas en pratique des actions concrètes pour faire attention au territoire, ben là on a un problème. Pour arriver à ça, il faut se structurer et établir un cadre. Il faut aussi fonctionner sur des principes. Ça on est pas encore rendu là. On est pas encore rendu là (Femme 3, Mashteuatsh, 2004).

On spécifie cependant que la population doit être consultée pour établir ces balises. En fait, certains sont d'avis que les habitants de Mashteuatsh devraient pouvoir se prononcer sur le type de développement touristique présent et futur de la communauté :

On disait que si jamais il y avait un développement assez important qui se ferait dans ce sens là et qu'on ait énormément de monde qui viennent, il va falloir consulter les gens. Il va falloir leur demander s'ils sont d'accord, parce qu'il y a des conséquences à ça. Il va falloir trouver ce qu'on appelle des mesures d'atténuation, pour respecter des gens dans leur chez-soi, dans leur milieu. Il va falloir travailler ça (Femme 5, Mashteuatsh, 2004).

En fait, certains informateurs pensent que les autorités doivent adopter une vision précise du tourisme qu'ils veulent développer. Ceci demande cependant de planifier le développement à long terme, plutôt que de réagir dans l'immédiat comme c'est trop souvent le cas. On doit donc penser et planifier les choses à l'avance en se donnant une marche à suivre. Comme le dit si bien cet informateur, c'est la seule façon d'en arriver à un tourisme durable : « En tous cas, tout ça pour dire que si on veut arriver au tourisme durable, si on veut faire des choses intéressantes, il va falloir ici comme communauté, se forger une vision » (Homme 4, Mashteuatsh 2004).

On suggère par ailleurs de développer des sceaux d'authenticité qui garantiraient l'intégrité culturelle des produits vendus par les commerçants et les artisans. Certains informateurs pensent en fait qu'en encadrant de la sorte la vente d'artisanat, on viendrait freiner les élans de ceux qui vendent des objets qui se rapprochent plus des fantasmes des touristes que de la culture ilnue :

On doit avoir, et je pense qu'on commence à avoir ce fameux sceau d'authenticité qui est nécessaire, qui donne une sécurité aux visiteurs qui vont faire affaire avec des entreprises ou des services qui sont ici. Il faut avoir une garde sur ça tout le temps. C'est important qu'on n'entache pas notre image avec des stéréotypes, ce serait bien malheureux (Homme 2, Mashteuatsh, 2004).

En développant ce genre d'appellations contrôlées, on empêcherait également les promoteurs non autochtones d'utiliser l'image amérindienne à leur profit. En fait, rien ne les empêcherait d'opérer leurs entreprises et d'accueillir des clients, cependant ils ne pourraient obtenir l'accréditation

certifiant qu'il s'agit d'une entreprise amérindienne diffusant un contenu culturel authentique. Les touristes pourraient alors faire un choix plus éclairé en choisissant leurs destinations, ce qui donnerait très certainement un avantage aux entreprises touristiques autochtones bénéficiant de l'accréditation.

Certains proposent finalement de rendre les collections du musée plus accessibles à la population. La plupart des objets qui s'y trouvent proviennent des familles de Mashteuiatsh. Ce sont donc les gens de la communauté qui ont permis au musée de se bâtir une collection. Par conséquent, ceux-ci sont souvent surpris, pour ne pas dire offusqués, d'apprendre qu'ils ne peuvent voir les objets qu'ils ont eux-mêmes fournis. Plusieurs aimeraient donc pouvoir accéder plus facilement aux objets qu'ils ont prêtés pour les montrer à leurs enfants ou à leurs petits enfants. On pourrait ainsi faire un pas de plus pour améliorer la transmission de la culture aux jeunes générations. La direction du musée semblait d'ailleurs très ouverte à cette proposition lors de mon passage en 2004. Ainsi, comme l'explique une responsable :

La muséologie ça évolue, pis nous on essaie, en tout cas moi depuis que je suis là, j'essaie de faire évoluer ça dans le sens ou quand quelqu'un de la communauté viens nous porter un objet qui a appartenu à ses grands-parents, pis qui est un objet ben important pour ça famille, il ne vient pas me le porter pour qu'on le cache. Il veut le voir. Donc là, il faut trouver un moyen pour que les gens puissent venir au musée et voir l'objet. C'est pas un effort épouvantable de sortir un objet pour que la personne puisse le voir, le montrer à ses enfants, transmettre les connaissances qu'elle a de cet outil là (Femme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Bref, ce que les informateurs proposent c'est de mettre en place certaines règles pour éviter que le développement touristique ne devienne plus important que la population elle-même. On veut également s'assurer que l'image ilnue ne soit pas dénaturée ou encore reprise au profit de promoteurs de l'extérieur. En contrepartie, on aimerait bien que certaines règles soient assouplies pour permettre à la population de profiter pleinement du potentiel culturel qu'offre le musée.

4.4.2.3 Les infrastructures culturelles

Sur le plan socioculturel, plusieurs proposent de pallier au manque de connaissances en axant davantage sur la formation des personnes impliquées dans le secteur touristique. Ainsi, il faudrait donner davantage d'informations aux guides ou à toutes les autres personnes qui interagissent avec les touristes. Comme l'explique un informateur, il faut savoir entretenir l'intérêt de la personne qu'on reçoit, en lui parlant de ce qui l'a fait venir à Mashteuiatsh, c'est-à-dire la culture ilnue :

Ça prend une connaissance du territoire, une connaissance de la culture, une connaissance de l'histoire aussi. Ça prend quelque chose à raconter à tes clients, sinon t'es mal pris. Si t'as rien

à dire, si tu descends une rivière et que tu passes la journée à faire du canot sans dire un mot, ils vont trouver ça long (Homme 6, Mashteuiatsh, 2004).

Il faut tout de même s'assurer que l'information donnée aux touristes soit véridique, et non pas improvisée. On doit donc former les gens œuvrant dans le domaine touristiques pour s'assurer qu'ils connaissent bien l'histoire et la culture des *Pekuakamiulnuatsh*. À cet effet, plusieurs pensent qu'il faudrait peut-être mettre plus d'emphasis sur la transmission de la culture chez les jeunes générations. On sait très bien qu'on ne peut développer un tourisme basé sur la présentation de la culture, sans que celle-ci ne soit vivante. On propose donc d'emboîter le pas et de favoriser la transmission des savoirs avant que les aînées ne puissent plus le faire. C'est ce qu'explique cette informatrice en parlant d'une aînée de la communauté :

Je trouverais ça important qu'elle transmette son art. J'aimerais ça organiser des ateliers où elle pourrait transmettre son art. En même temps, ça pourrait se faire en langue inlue, parce que ça nous aiderait à conserver notre langue, parce que ça fait partie de notre identité culturelle. C'est important qu'on maintienne ça. On n'a pas encore vraiment commencé à faire ça, mais c'est quelque chose qu'on pourrait faire (Femme 1 Mashteuiatsh, 2004).

Certains pensent que l'on devrait également former les guides pour leur donner plus de connaissances sur des sujets plus contemporains, comme les revendications territoriales. Une informatrice m'expliquait d'ailleurs que ce sujet suscite de plus en plus de questions chez les visiteurs⁴². Il faut donc bien préparer les guides, car comme elle le fait remarquer : «Tu vois c'est des questions qu'on s'attend pas à se faire poser. Habituellement les questions sont beaucoup plus axées sur l'histoire, la culture» (Femme 1 Mashteuiatsh, 2004).

D'autres soulignent également qu'il faudrait axer davantage sur la formation concernant le démarrage et l'administration d'une entreprise. Pour l'instant, ce genre de connaissances s'acquiert souvent en cours de route. Ainsi, dans bien des cas, les artisans, les commerçants ou les promoteurs qui démarrent un projet dépensent beaucoup d'énergie pour comprendre comment fonctionne les rouages d'un commerce. Les erreurs qu'ils font sont souvent très coûteuse, et parfois même fatale. Plusieurs aimeraient donc qu'on mette sur pied des ateliers de formation pour aider les entrepreneurs. Une informatrice suggère à cet effet d'implanter un programme de mentorat ou les nouveaux entrepreneurs pourraient être supervisés par ceux qui ont plus d'expérience :

Ben pourquoi pas installer un genre de chose comme un mentorat. De dire «ben écoutes tu vas te jumeler avec telle personne dans la même communauté qui connaît la situation d'ici» pis tu dis «ben écoutes une fois de temps en temps vous allez avoir des rencontres» ou sinon ceux de la relève rencontrent ceux qui sont déjà là aussi. J'ai des questions à vous poser pis

⁴² Ceci vient peut-être du fait que les touristes québécois étaient un peu plus nombreux à venir visiter la communauté dans les dernières années.

répondez-moi ou répondez-moi pas mais en tous cas dites-moi quelque chose. Peut-être que ce serait ce genre de choses là qu'on devrait développer. D'où encore que ça part de notre culture qui est comme ça, t'sais on est toujours avec le mentor d'avant, fait que je me dis pourquoi pas penser à ce genre de choses là ? (Femme 4 Mashteuiatsh, 2004).

La même informatrice propose également d'organiser des séminaires ou des rencontres entre entrepreneurs et commerçants où ceux-ci pourraient discuter des problèmes qu'ils rencontrent et bénéficier de l'expérience des autres. Comme elle l'explique : «Pourquoi ne pas donner des formations, des ateliers ? Ça serait donné par des gens de la communauté qui sont dans le secteur depuis longtemps pis qui aimeraient partager ça ?» (Femme 4, Mashteuiatsh, 2004).

Certains croient également que les entrepreneurs doivent avoir une plus grande formation concernant les standards de l'industrie touristique. En effet, on ne peut s'improviser guide touristique, car comme on l'a vu plus tôt, il ne suffit pas d'avoir une bonne connaissance de la culture ou du territoire. Il faut aussi savoir respecter certains standards pour répondre aux besoins des visiteurs. La citation suivante abonde dans le même sens :

Je me suis aperçu aussi qu'on ne fait pas n'importe quoi avec le touriste. Il faut lui amener un produit qui fait son affaire. Il faut que tu sois à l'écoute. Il faut que t'ais le tour d'être intéressant, il faut que tu discutes des choses qui l'intéressent. Tu ne t'improvises pas agent touristique comme ça sur le tas. Ça n'arrive pas comme ça. Donc ça prend un côté formation, c'est évident. [...] T'as beaucoup d'Européens qui viennent ici. L'Européen c'est un autre genre de touriste. Le touriste allemand, il n'est pas comme le touriste français, il n'est pas comme le touriste italien non-plus. Ils ont des goûts différents, donc il faut que tu t'adaptes. C'est pour ça qu'on parle de formation. Il faudrait mettre en place des formations de base ou des formations d'appoint. Il faudrait avoir une espèce d'agence qui va suivre ça, pour se mettre à jour. Il faut vraiment être sûrs de notre formation, de notre adaptation (Homme 1, Mashteuiatsh, 2004).

Les gens œuvrant dans l'industrie touristique doivent donc connaître ces fameux standards pour pouvoir développer un produit de qualité. L'acquisition de cette connaissance passe invariablement par la formation.

En somme, on soutient que le développement d'un tourisme durable ne peut se faire sans l'acquisition de certaines connaissances. On propose d'une part de favoriser la transmission du savoir relatif à la culture, aux traditions, et à l'histoire des *Pekuakamiulnuatsh*. D'autre part, on suggère également d'accorder une plus grande importance à la formation de la main d'œuvre touristique de la communauté en axant sur la gestion d'entreprise et plus particulièrement sur les différentes particularités de l'industrie touristique. Les propos de l'informatrice suivant résument assez bien la situation :

Il va falloir trouver une façon de revaloriser notre savoir faire, notre savoir ancestral par le biais des personnes ressources qu'on a dans notre communauté. En même temps, il va falloir

aller chercher le savoir académique, le savoir de nos voisins pour comprendre comment la mécanique se fait au niveau touristique (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004).

Par ailleurs, certains informateurs croient que d'autres changements d'ordre socioculturel contribueraient également à améliorer la situation. Selon certains, il faudrait impliquer davantage la population et faire en sorte qu'elle ait envie de participer au développement touristique de la communauté. En fait, comme l'explique cet informateur, il faut que la population soit au courant de ce qui se passe et qu'elle se sente impliquée pour qu'un projet puisse prendre son plein essor :

Dans le développement économique, ce qui est important, c'est pas d'arriver avec des gros projets et des gros budgets. Ce qui est important, c'est que le monde te suive. Peu importe ce que tu fais, il faut que le monde sache où tu t'en vas. Si le monde ne te suis pas, t'as ben beau être en avant, ça marchera pas (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004).

Certains pensent en fait qu'il faudrait amener la population à être plus enthousiaste face au développement touristique. On croit qu'en agissant ainsi, on amènerait peut-être plus de personnes à s'y intéresser. Comme le mentionne une informatrice, on assisterait probablement à une plus grande mobilisation. Ainsi, on verrait peut-être plus d'initiatives émanant de la population :

Oui, changer cette mentalité là et dire que ce n'est pas juste au Conseil d'établir des orientations, nous autres aussi à l'intérieur de la communauté on peut faire des choses. Voilà (Femme 3, Mashteuiatsh, 2004).

Bref, l'amélioration de la situation touristique de la communauté passerait invariablement par la formation et l'acquisition de connaissances. Elle nécessiterait également un changement dans la vision que la population a du tourisme et du développement économique en général. Ainsi, il faudrait créer plus d'enthousiasme envers le développement touristique, ce qui insufflerait probablement un plus grand esprit d'initiative.

4.4.3 L'offre du produit

Plusieurs informateurs ont également soulevé un certain nombre d'améliorations qui concernent plus spécifiquement le type de produit offert aux touristes. Un bon nombre suggère de laisser davantage de place au contact et à l'interaction entre visiteurs et visités. On espère ainsi rendre les séjours des visiteurs plus intéressants, plus interactifs.

Moi si je vais en France, je vais tripper si un gars m'invite à souper chez lui. Il faut avoir un contact. C'est pour ça que je te dis qu'il faut faire des activités participatives au lieu d'avoir quelque chose qui n'est que contemplatif, ou tu ne fais que regarder la culture. Si tu y participes c'est ben mieux (Homme 6, Mashteuiatsh, 2004).

On veut également créer une véritable opportunité de rencontre entre les Ilnus et les gens de l'extérieur. On veut ainsi délaissier le tourisme de masse et les groupes de voyageurs qui passent trop rapidement pour favoriser la venue de visiteurs intéressés qui demeureront plus longtemps dans la communauté et qui prendront le temps de converser avec leurs hôtes.

Ça devra être un tourisme ciblé et non un tourisme de masse qui va venir rapidement et repartir en peur sur un autre site. Non, ça va nous prendre des gens ciblés, où on va prendre le temps de leur expliquer et de les informer sur qui on est. On va avoir des échanges de personne à personne. C'est vraiment une approche plus personnalisée de personne à personne (Homme 4, Mashteuiatsh, 2004).

En fait, plusieurs informateurs semblent s'entendre sur le fait que la communauté ne doit pas développer un tourisme de masse. On craint en fait que le tourisme ne deviennent alors qu'une simple industrie qui fournit des services plutôt qu'un lieu d'échange et qu'un outil de promotion et de diffusion culturelle. Comme l'explique un informateur en parlant du tourisme de masse : « Le danger, c'est que tu perds ton signe d'authenticité et que tu deviens plus fournisseur de services » (Homme 2, Mashteuiatsh, 2004). Une autre informatrice abonde dans le même sens en faisant valoir que le tourisme de masse tend souvent vers la commercialisation et la dénaturation de la culture.

Si on met tout ça ensemble, ce qui est destiné aux touristes, je ne suis pas sûre que ça...Ça va peut-être développer une espèce de Village Huron comme il y avait il y a dix ans. J'aimerais pas ça du tout.

Q : Ça deviendrait trop commercial ?

Oui

Q : Il y aurait un risque de perdre la culture à ce moment là ?

Oui. On perdrait la fierté que les gens ont maintenant d'exprimer leur culture, de la véhiculer, d'en parler, de la transmettre. On le ferait pour les touristes, on ne le ferait plus pour nous autres, alors que la première chose qu'il faut faire, c'est de la faire pour nous autres, pour nos enfants, pis pour nos petits enfants. C'est essentiel (Femme 1 Mashteuiatsh, 2004).

Dans la même veine, la même informatrice poursuit en expliquant qu'on ne doit pas développer le tourisme ethnoculturel en ne se souciant que des retombées économiques. Il faut également tenir compte des aspects sociaux et culturels, car autrement on risque de commettre des erreurs.

Q : Vous ne pensez pas qu'on doive développer davantage pour que les avantages économiques soient plus forts ?

Non, pas en utilisant le tourisme, parce que j'ai peur qu'on fasse fausse route, qu'on détruise des choses qui sont importantes dans la communauté. Moi je verrais mal qu'on fasse du développement touristique pour l'aspect économique. Il faut vraiment que ce soit toujours la population qui en profite (Idem).

Ainsi, en accordant une grande importance à l'aspect économique du tourisme, on risque bien plus de nuire à la population que de contribuer à son bien-être.

La majorité des informateurs rencontrés s'entendent en fait pour dire que l'élément à prioriser doit être l'authenticité. Certains suggèrent à cet effet d'engager davantage les gens qui vivent réellement la culture ilnue au sein du personnel des différents attraits touristiques. Dans la même veine, d'autres proposent plus spécifiquement d'intégrer le discours des aînés dans les différentes activités proposées aux touristes. On veut ainsi que les visiteurs soient réellement en contact avec des porteurs de cultures. Ceci amènerait sans doute plus de dynamisme, mais permettrait également une meilleure présentation de la culture ilnue.

Ainsi, on estime que la culture traditionnelle de même que la réalité contemporaine ilnue doivent être mises à l'avant plan. Il ne faut donc pas céder aux désirs, ou aux fantasmes des touristes en leur présentant des choses qui ne cadrent pas avec l'héritage culturel ilnu, même si ce serait probablement très rémunérateur de le faire. On croit en fait que la présentation de l'authenticité amène un gage de qualité au produit touristique offert. Comme le mentionne une informatrice :

On s'est donné comme mot que si on est authentique dans le message qu'on donne, les gens vivent une expérience d'authenticité et c'est très enrichissant pour eux. Dans ce sens là, ils sont comme satisfaits et comblés et ils vont continuer à faire leurs recherches et ils vont continuer à vouloir savoir, à aller chercher de l'information, que ce soit chez nous ou ailleurs. Il y a comme une ouverture, une éclosion qui se fait là, puis moi je suis très fière de ça. Je suis fière de susciter cette curiosité là (Femme 5, Mashteuiatsh, 2004).

Comme elle le dit si bien, l'authenticité est enrichissante pour les visiteurs. Elle leur permet de mieux comprendre l'histoire et la réalité des Ilnus, ce qui, comme nous l'avons déjà mentionné, constitue peut-être le plus grand bénéfice que peut apporter le tourisme. À l'inverse, présenter une image stéréotypée, n'améliore en rien la situation. Certes, cette dernière stratégie peut s'avérer intéressante si l'on ne la considère que d'un point de vue économique. Elle devient cependant inadmissible si l'on cherche à profiter du tourisme pour contribuer au développement culturel et social de la communauté.

Ceci étant dit, certains soutiennent qu'il faut tout de même chercher à s'adapter aux touristes, car, ne l'oublions pas, le tourisme demeure une industrie où la concurrence est féroce. On ne parle pas ici de modifier drastiquement le produit offert pour le rendre concordant à l'imaginaire des visiteurs, car comme on vient tout juste de le mentionner, cette stratégie ne cadre pas avec l'idée que les informateurs se font du tourisme durable. On propose plutôt d'adapter le produit pour qu'il corresponde davantage au standard du tourisme de niveau international. Il peut s'agir d'améliorer le service à la clientèle de l'entreprise ou encore de pousser davantage la formation

des guides sur certains sujets qui sont plus populaires auprès des touristes. Il faut donc que les entrepreneurs touristiques soient à l'écoute des besoins des visiteurs, sans quoi ils risquent de voir le nombre de visiteurs diminuer d'année en année. Ceci semble être encore plus vrai lorsqu'il s'agit de tourisme en territoire. L'informateur suivant en donne un très bon exemple :

Tu ne peux pas faire manger n'importe quoi à tes clients. Les gens ne sont pas souvent conscients de ça. Ils pensent qu'en faisant manger des sandwiches au paris pâté ou des hot-dogs ça va être correct. Tu fais faire une activité physique intense [du canotage] à des gens qui en temps normal ne font pas d'activité du tout, en tout cas pas de cette intensité là. Donc, il faut que tu connaisses l'alimentation pour pouvoir leur donner l'alimentation qui est adéquate. Il faut leur donner le bon nombre de protéines pour qu'ils puissent continuer, qu'ils ne soient pas à moitié morts rendus au milieu du voyage. C'est ben important. Si tu fais pas de la bonne nourriture pis que le client n'aime pas ça.... La plupart du temps en forêt, comme je l'ai vécu, si t'aimes pas ce que tu manges, t'as pas envie de rester longtemps, surtout quand t'es pas habitué. Nous autres [les Ilnus], on mange pas dans le bois pendant deux jours, c'est correct, on va tripper pareil. Si t'arrives avec quelqu'un qui n'est pas habitué à la forêt, et aux moustiques, et que tu lui fais manger de la «scrap» en plus, il a envie de s'en aller (Homme 6, Mashteuiatsh, 2004).

Ainsi, de petits détails qui paraissent parfois anodins aux yeux des intervenants touristiques peuvent avoir une grande importance pour les visiteurs. Tenir compte de ces différents éléments peut donc éviter beaucoup de désagréments et ainsi avoir une grande influence sur le niveau de satisfaction de la clientèle.

Dans un autre ordre d'idée, certains proposent de profiter des différents attraits naturels de la région pour attirer les visiteurs. On suggère entre autres de développer des activités ou des attraits qui seraient liés au Lac St-Jean. Après tout, la communauté n'a-t-elle pas l'un des plus beaux points de vue sur ce plan d'eau ? D'autres estiment également qu'il faudrait développer davantage le tourisme en territoire. Comme nous l'avons déjà mentionné, ce type de tourisme permet un meilleur contact entre le visiteur et le visité. Il amène donc les touristes à en apprendre beaucoup plus sur la culture ilnue qu'ils n'auraient pu le faire en visitant le musée. Comme le mentionne un informateur :

Dans la communauté ici, ça répond à la masse. La masse, elle va venir voir c'est quoi la culture ilnue, elle vient chercher un peu d'information. Il y en a d'autres, qui sont rendus plus loin. Tu sais, le tourisme international, des gens qui sont un peu plus éduqués, informés. Eux autres, c'est le territoire qui les intéresse, c'est l'expérience qu'ils veulent vivre. Gordon [un entrepreneur qui propose des forfaits de tourisme en territoire], c'est ce qu'il fait depuis 15 ans. Il y a des gens qui font des détours pour venir le voir. Ils sont à Québec, pis ils font un aller-retour pour venir voir Gordon. Ce qu'il montre, c'est la vie familiale en territoire, l'authenticité, c'est l'éducation. Ça, c'est des activités qu'on voit comme étant nécessaires. Quand je parle de tourisme ethnoculturel, moi c'est en territoire que je vois ça (Homme 4, Mashteuiatsh, 2004).

Le tourisme en territoire pourrait donc devenir un nouveau créneau pour le tourisme ethnoculturel à Mashteuiatsh. Sans remplacer les attraits déjà existants dans la communauté, il apporterait au

contraire une opportunité de pousser un peu plus loin l'expérience de contact avec la culture ilnue. On précise cependant que l'on devra bien définir la teneur de chaque attrait touristique, de façon à ce que chaque touriste puisse aller vers les attraits qui l'intéressent vraiment. C'est ce qu'exprime cet informateur en parlant du tourisme en territoire :

Moi je pense que ça prend une clientèle cible, dans le sens que ça prend une clientèle qui veut apprendre. T'as un autre type de clients qui eux veulent vivre des services. Si cette démarcation là est pas connu par la personne, ben ça à un impact sur la publicité qui est la plus néfaste, c'est à dire le bouche à oreille. Si la personne voulait avoir des services, mais elle va dans une entreprise ou elle doit participer et devenir élève, c'est sûr qu'elle peut avoir une expérience qu'elle n'appréciera pas (Homme 2, Mashteuiahtsh, 2004).

On ajoute également qu'il ne faudrait pas centrer le futur développement touristique que sur la présentation des attraits naturels. Certes, ils doivent être intégrés, mais on doit aussi trouver un moyen de les lier à la culture ilnue. C'est ce que soutient cette informatrice :

C'est sûr qu'on a une communauté qui a une culture extraordinaire à mettre en valeur, à transmettre. On a un beau lac en avant aussi. Ça, ça peut être quelque chose, un élément majeur, au niveau d'un moteur touristique à développer. Par contre, il faut que les deux se fassent en harmonie. Il ne faut pas qu'on développe juste le lac, et d'un autre côté qu'on développe la culture ilnue. Il faut vraiment qu'on aille avec un concept qui va permettre d'associer le mode de vie traditionnel avec le lac. Ça, moi je pense que c'est les deux éléments qui peuvent nous permettre de faire du tourisme durable ici (Femme 1 Mashteuiahtsh, 2004).

Le développement touristique doit donc être diversifié et profiter de tous les attraits qui sont présents, qu'ils soient culturels ou naturels. Plusieurs informateurs semblent se rejoindre sur cette idée, affirmant qu'une industrie touristique basée sur des attraits diversifiés se rapproche beaucoup plus du tourisme durable, qu'une industrie basée sur un ou deux attraits majeurs.

Dans la même veine, d'autres expliquent également que le développement touristique de la communauté doit tenter d'étendre ses activités durant toute l'année. C'est précisément ce qu'allègue cet informateur :

Il y a le côté hivernal qu'il faudrait développer, parce que le tourisme actuellement il est beaucoup plus durant l'été. Il y en a un peu durant l'automne, l'hiver pas beaucoup. Si on veut avoir une industrie touristique qui est durable, il faut être capable d'en vivre. Si on veut être capable d'en vivre, il faut en faire pendant les 4 saisons. On s'en sort pas. On ne vit pas que la moitié de l'année. Il faut vivre toute l'année. Il faut avoir des produits qui se diversifient avec les saisons et qui s'adaptent aux saisons. Il faut réussir à s'adapter, à faire un tourisme d'été et un tourisme d'hiver (Homme 1, Mashteuiahtsh, 2004).

Certains font d'ailleurs valoir que c'est principalement durant la saison hivernale que se déroulait jadis la vie en territoire. Il faudrait donc mettre en place des séjours en territoire qui permettraient aux visiteurs de vivre l'expérience d'un campement d'hiver. Un informateur explique d'ailleurs

que c'est l'une des avenues qui doivent être développées au cours des prochaines années pour amener encore plus d'authenticité au produit offert :

Ben quand on parle d'authenticité, quand on parle du vrai là, moi c'est l'hiver. C'est l'hiver que c'est le plus actif en territoire. C'est pas juste l'été. Si je peux développer... Non, pas si. Je veux développer l'hiver. C'est clair, faut marcher sur la neige (Homme 4, Mashteuiatsh, 2004).

4.5 En somme

Pour synthétiser le discours des informateurs de Mashteuiatshon pourrait d'abord dire qu'ils perçoivent le tourisme comme un élément important du développement de leur communauté. Comme à Odanak, on souligne l'importance économique de cette industrie, mais on mentionne également les possibilités qu'elle offre sur le plan social et culturel. Ainsi, plusieurs parlent de la rencontre, du partage et de l'échange qui permettent aux Ilnus de faire connaître leur culture traditionnelle, mais aussi leur réalité contemporaine aux visiteurs. On parle également de la renommée qu'acquiert la communauté grâce au tourisme et qui contribue dans une certaine mesure à développer un sentiment de fierté et d'appartenance au sein de la population. Plusieurs font aussi valoir que le tourisme a favorisé la conservation et la transmission de certains éléments de la culture traditionnelle ilnue, notamment au niveau de l'artisanat et des connaissances relatives au territoire. On mentionne également que le tourisme peut avoir des retombées politiques, permettant notamment aux Ilnus d'occuper leur territoire et d'expliquer aux visiteurs la nature de leurs revendications.

Par ailleurs, les informateurs abordent également différentes retombées négatives du développement touristique. Ainsi, on explique que le tourisme rapporte bien plus aux gros marchands qu'aux artisans. Il y aurait donc une sorte d'iniquité dans le partage des revenus retirés du tourisme. Comme c'est le cas à Odanak, certains ont aussi l'impression de ne pas être impliqués dans la mise en place des attraits touristiques. Ils ont parfois l'impression que le développement se fait sans leur accord et peuvent alors le percevoir comme une sorte d'empiètement sur leur environnement. Quelques-uns signalent également que des citoyens de la communauté vivant à proximité du musée se sentent parfois envahis par les visiteurs.

Les informateurs mettent aussi en lumière différentes entraves qui viennent limiter l'essor du tourisme durable dans la communauté. Comme à Odanak, on pointe du doigt le manque de formation et de connaissances qui affectent souvent les différents intervenants touristiques. Ceux-

ci peuvent donc rencontrer certaines lacunes que ce soit au niveau de la gestion d'entreprises ou encore des connaissances traditionnelles. Plusieurs informateurs parlent également du manque de relève qui prévaut au niveau de l'artisanat et de l'industrie touristique en général. Certains soulignent aussi le manque de contacts et d'interactions entre visiteurs et visités qui rend parfois les activités touristiques ennuyeuses. On parle également de contraintes économiques, comme les difficultés liées au financement, la compétition - en particulier celle des promoteurs non autochtones - et le manque d'infrastructures d'accueil. On identifie de plus quelques entraves administratives, comme le manque d'organisation et l'ambiguïté des rôles des différents organismes liés au développement touristique. Quelques-uns abordent finalement une entrave qui peut être qualifiée de géographique, soit la saisonnalité des activités touristiques liées aux rigueurs du climat hivernal.

En contrepartie, plusieurs pistes de solution ont été proposées pour améliorer la situation. À l'instar des informateurs d'Odanak, on propose de mettre en place un plus grand nombre d'infrastructures d'accueil, comme des restaurants et des hôtels, dans le but de retenir les touristes pour une plus longue période. On propose aussi de développer des réseaux ou encore de travailler en partenariat avec des entrepreneurs ou des intervenants de l'extérieur. Plusieurs suggèrent également de faciliter le financement des jeunes entrepreneurs et d'améliorer la formation des différents intervenants du milieu touristique. On niveau culturel on propose notamment de développer des moyens pour favoriser la transmission de l'héritage culturel ilnu. On recommande également de développer une accréditation ou encore un sceau d'authenticité autochtone, qui permettrait aux différentes entreprises touristiques amérindiennes de se démarquer des entreprises détenues par des non autochtones. On propose aussi de diversifier les attraits et les activités touristiques en mettant en valeurs les attraits naturels et en développant davantage le tourisme en territoire. Certains suggèrent par ailleurs d'offrir plus d'opportunités de contacts et d'interactions entre les visiteurs et les gens de la communauté, notamment en intégrant davantage les aînés et les «porteurs de culture». On précise finalement que le développement touristique devrait toujours se faire en impliquant autant que possible la population de la communauté et en respectant l'intégrité de la culture ilnue.

CONCLUSION

À la lumière de ce qui ressort du discours des informateurs rencontrés, il m'est encore difficile de dire si le tourisme ethnoculturel dans sa forme actuelle peut vraiment être considéré comme un tourisme durable. Comme on l'a vu, le tourisme peut apporter un certain nombre de bienfaits et ainsi contribuer au développement social et culturel des communautés. Cependant, comme plusieurs informateurs l'ont aussi fait remarquer, les choses peuvent parfois tourner autrement et comporter certains effets négatifs, comme la commercialisation de la culture, ou encore l'envahissement causé par les touristes peu respectueux.

En comparant la situation d'Odanak à celle de Mashteuiatsh, on s'aperçoit que les retombées identifiées dans l'une ou l'autre des communautés sont souvent semblables. Il en est également de même pour les différentes entraves limitant leur développement touristique ainsi que pour les pistes de solutions suggérées pour améliorer la situation. Cette similarité découle probablement du fait que les deux endroits comportent sensiblement le même type d'infrastructures touristiques. Elle vient peut-être aussi un peu du fait que les communautés autochtones du Québec connaissent souvent les mêmes difficultés de développement.

Quoi qu'il en soit, lorsqu'on analyse ces deux cas, on constate que certains éléments de leur développement touristique les rapprochent des définitions du tourisme durable qui ont été exposées au début de ce texte. On se rappellera que pour Hiernaux-Nicolas (1999 : 52) un tourisme durable se doit de tenir compte de quatre aspects, soit la viabilité économique, le respect de la culture locale, la mise en valeur des attraits locaux et finalement, le respect des leaders traditionnels.

En ce qui concerne la viabilité économique, on constate que les différentes entreprises et institutions touristiques d'Odanak et de Mashteuiatsh semblent bien se tirer d'affaire. En fait, elles sont, pour la plupart, en opération depuis un bon nombre d'années, générant des profits et créant un nombre appréciable d'emplois.

Au niveau de la viabilité culturelle, on remarque que les entreprises et les institutions des deux communautés délaissent de plus en plus le tourisme de masse pour se concentrer sur la présentation la plus authentique possible de la culture abénaquise et ilnue. Comme on l'a vu, cette tendance n'est pas partagée par tous. Seulement, le courant semble prendre de plus en plus d'ampleur. Par ailleurs, on remarque également que les attraits touristiques d'Odanak et de Mashteuiatsh font plus de place à l'interaction et l'échange entre le visiteur et le visité. Cette

tendance est présente dans les deux communautés, mais elle semble encore plus forte à Mashteuiatsh, où l'on met de plus en plus d'emphasis sur le tourisme en territoire, une forme de tourisme qui, comme on l'a vu, permet un plus grand dialogue entre les touristes et les hôtes. Bref, on ne fait pas que mettre en valeur la culture locale, on permet aussi la rencontre et l'échange entre différents groupes culturels.

La mise en valeur des attraits locaux, qui est préconisée par Hiernaux-Nicolas, mais aussi par Zeppel (1998 :73), est quant à elle indéniable. Bien entendu, les communautés d'Odanak et de Mashteuiatsh mettent en valeur leur culture, leur histoire et leur patrimoine, car elles ont fortement basé leur développement touristique sur le tourisme ethno-culturel. De plus en plus, elles tendent également à mettre en valeur les attraits naturels de leur région. Ainsi, à Mashteuiatsh, on exploite la proximité du Lac St-Jean en mettant en valeur le point de vue unique que l'endroit offre sur le plan d'eau. On profite également de la beauté des paysages de la forêt boréale pour promouvoir le tourisme en territoire. À Odanak, on cherche de plus en plus à mettre en valeur la rivière St-François, qui borde la communauté. On aimerait y implanter des promenades en canot pour les touristes, ou encore développer des activités dans les îles qui se trouvent à proximité. Par ailleurs, le musée offre des visites guidées dans un boisé de la réserve pour faire découvrir les différentes plantes médicinales utilisées par les Abénakis. On constate donc que les attraits locaux et régionaux sont de plus en plus intégrés dans le développement touristique d'Odanak et de Mashteuiatsh.

En ce qui concerne le quatrième point de la définition de Hiernaux-Nicolas, soit celui de la viabilité politique, on ne perçoit pas de tensions ou de problèmes majeurs entre les leaders traditionnels et les entreprises ou les institutions touristiques. Certes quelques dissensions surviennent parfois au niveau des orientations prises par certaines entreprises ou encore par les institutions muséales. Cependant, dans l'ensemble, le développement touristique des communautés ne semble pas soulever de critiques importantes chez les aînés.

Le point central des définitions du tourisme durable données par Hiernaux-Nicolas et Zeppel est cependant celui du contrôle des populations hôtes sur leur développement touristique (Hiernaux-Nicolas, 1999 : 52 ; Zeppel, 1998 : 73). Contrairement à d'autres communautés autochtones ailleurs dans le monde (Butler & Hinch, 1996), Odanak et Mashteuiatsh ne se font pas imposer un développement touristique provenant de l'extérieur. Bien au contraire, elles se bâtissent et se développent des institutions et des entreprises qui sont bien à elles. Elles peuvent donc leur

donner les orientations qu'elles veulent et ainsi prendre véritablement en charge ce secteur d'activité.

Contrôler le développement touristique permet également de tirer un plus grand avantage de ses retombées. Ainsi, les revenus retirés par les entreprises et les institutions touristiques ne profitent pas à des gens de l'extérieur mais biens aux Abénakis et aux Ilnus mêmes. Il y a donc une «prise en charge» des retombées économique par les communautés, ce qui est essentiel au développement d'un tourisme durable. Par ailleurs, lorsque l'on se penche sur le côté culturel et social du tourisme, on s'aperçoit que la répartition des retombées est encore plus étendue à travers la population. En fait, comme on l'a constaté au cours de ce texte, le tourisme amène les hôtes et les visiteurs à se rencontrer dans un cadre d'échange et de partage, ce qui permet un certain rapprochement entre les cultures. Ceci profite à la population visitée, qui fait découvrir sa culture et sa réalité à l'extérieur, mais également aux visiteurs, qui s'ouvrent sur un autre peuple. On a également vu que le tourisme a permis de conserver et de transmettre certains traits culturels à travers les générations. Ceci profite encore une fois à l'ensemble de la population hôte, et plus particulièrement aux jeunes générations qui peuvent découvrir divers aspects de leur culture traditionnelle. Il ne faudrait pas non-plus oublier les effets positifs que le tourisme peut avoir sur la fréquentation du territoire, ainsi que sur la promotion des revendications politiques des groupes visités. Des retombées qui, encore une fois, profitent à l'ensemble des populations concernées. Bref, s'il y a une certaine appropriation des retombées économiques par une partie de la population ilnue et abénakise, la redistribution est encore plus évidente en ce qui concerne les retombées culturelles, sociales et politiques.

La situation des communautés d'Odanak et de Mashteuiatsh n'est certes pas parfaite, mais elle permet néanmoins un certain nombre d'opportunités intéressantes au niveau du développement économique et socioculturel. Il n'en tient donc qu'à elles d'en tirer avantage. Après tout, les différentes retombées qu'entraîne le tourisme ne découlent-elles pas en bonne partie des stratégies de développement qui sont mises en place par ceux qui en ont le contrôle ?

BIBLIOGRAPHIE

BASILE, Suzy.

1998. *Le tourisme dans un contexte de prise en charge : deux cas autochtones : Manawan (Canada) et Iqaluit (Groenland)*. Ste-Foy. Mémoire de maîtrise en anthropologie, Université Laval.

BLANCHET, Alain. & Anne GOTMAN.

1992. *L'enquête et ses méthodes : l'entretien*. Nathan. Paris.

BUTLER, Richard.

1998. «Sustainable tourism: looking backwards in order to progress» in Michael C.HALL & Alan A LEW : *Sustainable Tourism A Geographical Perspective*. New York. Longman. 25-34.

BRASSARD, Denis

- 1983 *Recherche sur l'occupation et l'utilisation du territoire : La Romaine*. Village Huron, Conseil Attikamek-Montagnais.

BUTLER, Richard & Tom HINCH.

- 1996 «Indigenous tourism: a common ground for discussion». In Richard BUTLER & Tom HINCH : *Tourism and Indigenous People*. Londres. International Thompson Business Press.

CATER, Erlet.

- 1994a «Introduction». in Erlet CATER et Gwen LOWMAN : *Ecotourism, A Sustainable Option*. Royal Geographical Society. Londres. 3-17.
- 1994b «Ecotourism in the third World - Problems and Prospects for Sustainability». In Erlet CATER et Gwen LOWMAN : *Ecotourism, A Sustainable Option*. Royal Geographical Society. Londres.69-86.

CHAREST, Paul

- 1999 «Le développement durable et les Innu». Notes personnelles de l'auteur.
- 2001 «Développement, environnement et équité sociale». Conférence présentée lors du colloque sur l'environnement de Mamuitun 8 novembre 2001. Département d'anthropologie et GÉTIC. Université Laval.
- 2003 «Qui a peur des Innus ? Réflexions sur les débats au sujet du projet d'entente de principe entre les Innus de Mashteuiatsh, Essipit, Betsiamites et Nutashkuan et les gouvernements du Québec et du Canada». *Anthropologie et Sociétés*, XXVII (2) : 185-206.

CHAREST, Paul & Daniel CLÉMENT

- 1997 «Les Montagnais ou Innus à l'approche du XXI^e siècle». *Recherches Amérindiennes au Québec*. XXVII (1) : 3-6.

CHARLAND, Thomas-Marie

1964 *Histoire des Abénakis d'Odanak (1675-1937)*. Les Éditions du Lévrier. Montréal.

CHARRON, Denise et René BOUDREAULT

1994a *Mingan : Ekuanitshit*. Institut culturel et éducatif montagnais. Wendake.

1994b *Natashquan, là où on chasse l'ours*. Institut culturel et éducatif montagnais. Wendake.

COMMISSION MONDIALE SUR LE DÉVELOPPEMENT ET L'ENVIRONNEMENT.

1988 *Notre avenir à tous*. Montréal. Édition du fleuve.

COMTOIS, Robert

1983 *Recherche sur l'occupation et l'utilisation du territoire : Mingan*. Village Huron, Conseil Attikamek-Montagnais.

CRANDALL, Louise

1994 «The Social Impact of Tourism on Developing Regions and its Measurement». *Travel, Tourism and Hospitality Research : A Handbook for Managers and Researchers*. New York. John Wiley and Sons. 413-423.

CRESWELL, John H

1994 *Research Design. Qualitative and Quantitative Approches*. Sage Publications. Londres.

CRICK, Malcolm

1989 «Representation of International Tourism in the Social Sciences : Sun, Sex, Sights Savings, and Servility». *Annual Review of Anthropology*. 18 : 307-344.

DAGENAIS, Jacques

1998 «Le tourisme ethno-culturel chez les autochtones». *Téoros*. 17 (2) : 45.

DAY, Gordon

1981 *The Identity of the Saint Francis Indians*. Mercury Series, Canadian Ethnology Service Paper, 71, National Museum of Man. Ottawa.

DELISLE, Marie-Andrée

1998 «Offre et demande : un pont à consolider». *Téoros*. 17 (2) : 5-12.

DENZIN, Norman & Yvonna S. LINCOLN

1998 *Strategies of Qualitative Inquiry*. Sage Publications. London.

DESCHÊNES, Jean-Guy & Richard DOMINIQUE

1985 *Cultures et Sociétés Autochtones du Québec. Bibliographie critique*. Institut Québécois de recherche sur la culture. Québec

DESLAURIERS, Jean-Pierre

1991 *La recherche qualitative. Guide pratique*. McGraw Hill. Montréal.

DOMINIQUE, Richard

1983 *Recherche sur l'occupation et l'utilisation du territoire : Natashquan*. Village Huron, Conseil Attikamek-Montagnais.

FRENETTE, Pierre & Dorothé PICARD

2002 *Pessamiulnuat utipatshimunnau mak utililnu-aitunuau : Histoire et culture innues de Betsiamites*. Les Presses du Nord. Tadoussac.

GÉLINAS, Claude

2003 «La Mauricie des Abénaquis au XIX^e siècle». *Recherches Amérindiennes au Québec*. XXXIII (2) : 44-56.

GILL, Lucie

2003 «La Nation abénaquise et la Question territoriale». *Recherches Amérindiennes au Québec*. XXXIII (2) : 71-74.

GILL, Pierre

1987 *Les Montagnais premiers habitants du Saguenay Lac St-Jean*. Mishinikan.

GRABURN, N.H.H. & R.S. MOORE

1994 «Anthropological Research on Tourism». *Travel, Tourism and Hospitality Research : A Handbook for Managers and Researchers*. New York. John Wiley and Sons. 233-241.

HÉBERT, Patrick

2001 *Le tourisme et le développement durable chez les Innuat de Mashteuiatsh*. Rapport de recherche (Formation pratique). Ste-Foy. Université Laval.

HIERNAUX-NICOLAS, Daniel

1999 «Tourisme, développement viable et communautés locales : un mariage de raison» Christiane GAGNON. *Tourisme viable et Parcs nationaux : quel avenir pour les communautés locales ?* Chicoutimi. Université du Québec à Chicoutimi : 40 -62.

IANKOVA, Katia

2007 *Le tourisme autochtone en milieu urbain. Le cas de Wendake, une communauté amérindienne au Québec*. Montréal. Thèse de doctorat en études urbaines, Université de Montréal.

JAMIESON, Walter & Adela GALLOWAY-COSIJN

1998 «Toward Sustainable Cultural Tourism Planning and Development Training Programs for Aboriginal Communities». *Téoros*. 17 (2) : 20-25.

JOHNSTON, Barbara R

1992 «Anthropology's role in stimulating responsible tourism». *Practicing Anthropology*. 14 (2) : 35-36.

LAPERRIÈRE, A.

- 1997 «Les critères de scientificité des sciences sociales». POUPART et al.: *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Gaétan Morin éditeurs. Boucherville.

LEPAGE, Pierre

- 2002 *Mythes et réalités sur les peuples autochtones*. Commission des droits de la personne et des droits de la jeunesse. Québec.

MICHAUD, Jean

- 2001 «Anthropologie, tourisme et société locales au fil des textes». *Anthropologie et sociétés*. 25. 2 : 15-34.

NASH, Alice

- 2002 «Odanak, durant les années 1920, un prisme reflétant l'histoire des Abénaquis». *Recherches Amérindiennes au Québec*. XXXII (2) : 17-33.

NASH, Alice & Réjean O'BOMSAWIN

- 2003 «Théophile Panadis (1889-1966), un guide Abénaquis». *Recherches Amérindiennes au Québec*. XXXIII (2) : 75-92

NASH, Dennison

- 1989 «Tourism as a Form of Imperialism». In *Hosts and Guests : The Anthropology of Tourism*. Philadelphie. University of Pennsylvania : 37-52.

NOËL, Christiane (Avec la collaboration de Marie-Diane SIMÉON)

- 1997 *La culture traditionnelle des Montagnais de Mashteuiatsh*. Septentrion. Sillery.

NOËL, Michel

- 1996 *Amérindiens et Inuits. Guide culturel et touristique du Québec*. Éditions du Trécaré. Saint-Laurent.

NOËL, Michel. & Lucie K. MORISSETTE

- 1998 «Le tourisme autochtone en plein essor». *Téoros*. 17 (2) : 3-4.

NUNEZ, T. & J. LETT

- 1989 «Touristic Studies in Anthropological Perspective». *Hosts and Guests : The Anthropology of Tourism*. Philadelphie. University of Pennsylvania. 265-279.

PAILLÉ, P.

- 1996 «De l'analyse qualitative en général et de l'analyse de thématique en particulier». *Revue d'association pour la recherche qualitative*. 15. 179-194.

PELLETIER, Gaby

- 1982 *Abenaki Basketry*. Mercury Series, Canadian Ethnology Service Paper, 85, National Museum of Man. Ottawa.

PICARD, Michel

2001 «Bali, vingt ans de recherches» *Anthropologie et sociétés*. 25. 2 : 109-127.

PICARD, Michel & Jean MICHAUD

2001 «Tourisme et société locale» *Anthropologie et sociétés*. 25. 2 : 5-14.

POUPART, Jean

1997 «L'entretien de type qualitatif : considérations épistémologiques, théoriques et méthodologiques». in Jean POUPART et Al.: *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Gaétan Morin éditeurs. Boucherville.

PROSSER, Robert

1994 «Societal Change and the Growth of Alternative Tourism». in Erlet Cater et Gwen LOWMAN : *Ecotourism, A Sustainable Option*. Royal Geographical Society. Londres.19-37.

RICHARD, Jean-François

2002 *La gestion de la faune par les Autochtones : l'exemple de l'autogestion du saumon atlantique chez les Innus d'Ekuanitshit-Mingan*. Québec. Mémoire de maîtrise enanthropologie (maîtrise), Université Laval.

SACHEL, Alain & Paul CHAREST

1990 *La Moyenne Côte-Nord, deux communautés : une route. Étude d'impacts sur l'utilisation du territoire et des ressources dans le cadre de la prolongation de la route 138 entre Havre-Saint-Pierre et la rivière Pashashibou*. Village Huron, Conseil Attikamek-Montagnais.

SAVOIE, Sylvie

2003 «Les Abénaquis au Québec : des grands espaces aux luttes actuelles». *Recherches Amérindiennes au Québec*. XXXIII (2) : 3-5

SÉGUIN, Louise

1998 «Le tourisme autochtone : un produit d'avenir !». *Téoros*.17 (2) : 13-16.

SMITH, Valene L.

1989 «Introduction» In *Hosts and guests, the anthropology of tourism*. (2^e édition). University of Pennsylvania Press.Philadelphie. 341 pages.

SIMPSON, Danièle

1993 *Wôbanaki, la terre de l'aurore : les Abénaquis du Québec (les Premières nations)*. Gouvernement du Québec, Ministère de l'éducation et Musée de la civilisation. Québec.

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ILNUE

2001 *Planification stratégique*. Mashteuiatsh.

VAN DER MAREN, Jean-Marie

1995 *Méthodes de recherche pour l'éducation*. Presses de l'Université de Montréal. Montréal.

VAN DER PUT, W. W.

1960 *Preliminary report of ethno-historic study at the Indian Reservation of Pointe-Bleue, P.Q. during the summer of 1960*. Under the auspices of the National Museum of Canada. McGill University. Montréal.

ZEPPEL, Heather

1998 «Land and Culture : Sustainable Tourism and Indigenous Peoples». Michael C. HALL & Alan A. LEW : *Sustainable Tourism a Geographical Perspective*. New York. Longman. 60-74.

Médiagraphie

Conseil de bande de Mashteuiatsh <http://www.mashteuiatsh.ca>

Conseil de la Nation Waban-Aki <http://www.abenakis.ca>

Google Earth <http://earth.google.com/intl/fr/>

Indiana Marketing <http://www.indianamarketing.com>

Ministère des Affaires Indiennes et du Nord Canada <http://www.ainc-inac.gc.ca>

Statistiques Canada <http://www.statcan.ca>

ANNEXE 1 Formulaire de Consentement

Formulaire de consentement

Le tourisme durable dans les communautés autochtones du Québec : les cas de Mashteuiatsh et d'Odanak

Entente quant à la participation à une recherche sur le tourisme durable dans les communautés autochtones du Québec Je soussigné(e) _____ consens librement à participer à la recherche intitulée : «Le tourisme durable dans les communautés autochtones du Québec : les cas de Mashteuiatsh et d'Odanak».

La nature et les procédés de la recherche se définissent comme suit :

1. La recherche a pour but d'étudier les perceptions du tourisme ethno-culturel et du tourisme durable qu'ont différents membres des communautés de Mashteuiatsh et d'Odanak.
2. L'étude prend la forme d'une entrevue durant environ une heure.
3. L'entrevue comprend les éléments suivants :
 - éléments d'information diverse sur les répondants(es) et sur leur milieu;
 - éléments d'information sur les perceptions des effets économiques, environnementaux, politiques, sociaux et culturels du tourisme ethno-culturel.
 - éléments d'informations sur les perceptions des répondants face au tourisme durable (perception du tourisme durable, relation entre le tourisme ethno-culturel et le tourisme durable).
4. Chaque participant(e) pourra se retirer de cette recherche en tout temps, sans avoir à fournir de raison ni à subir de préjudice quelconque
5. Il n'y a aucun risque lié à la participation à la recherche, d'autant plus que la confidentialité des réponses est assurée.
6. En ce qui concerne l'anonymat des participant(es) et le caractère confidentiel des renseignements fournis, les mesures suivantes sont prévues :
 - les noms des participants(es) ne paraîtront sur aucun rapport;
 - un code sera utilisé sur les divers documents de la recherche. Seuls (es) les chercheurs(ses) auront accès à la liste des noms et des codes;
 - si les renseignements obtenus dans cette recherche sont soumis à des analyses ultérieures, seul le code apparaîtra sur les divers documents;
 - en aucun cas, les résultats individuels des participants(es) ne seront communiqués à qui que ce soit.
7. Un Mémoire de Maîtrise faisant état des résultats de la recherche sera déposé au département d'anthropologie (Faculté des sciences sociales) de l'Université Laval.

8. Un court résumé parviendra aux répondants(es) faisant la démarche.

Cette recherche est faite sous la direction de :

M. Paul Charest professeur au département d'anthropologie de l'Université Laval (656-2131 poste 5248)

Toute plainte ou critique pourra être adressée au Bureau de l'ombudsman de l'Université Laval :

Pavillon Alphonse-Desjardins, Bureau 3320
Renseignements - Secrétariat : 656-3081
Télécopieur : 656-3846
Courriel : ombuds@ombuds.ulaval.ca

Lu et signé le _____, à _____.

_____.		_____.
Signature du (de la) participant (e)		Signature du témoin

No d'approbation du comité : _____

ANNEXE 2

Schéma d'entrevue

Schéma d'entrevue

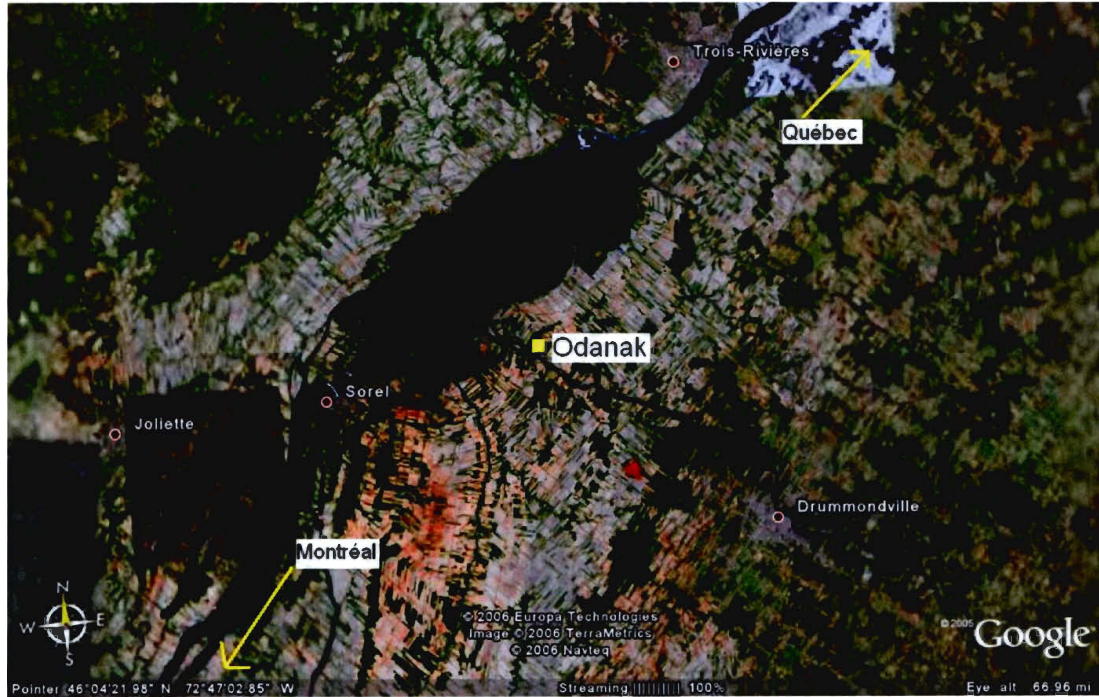
- Informations sur les répondants et leur milieu
 - Occupation/fonction
 - Nombre d'années passées dans le domaine du tourisme

- Place du tourisme ethno-culturel dans la communauté
 - Importance
 - Qui en profite ?
 - Associations d'artisans/artistes ou d'entrepreneurs

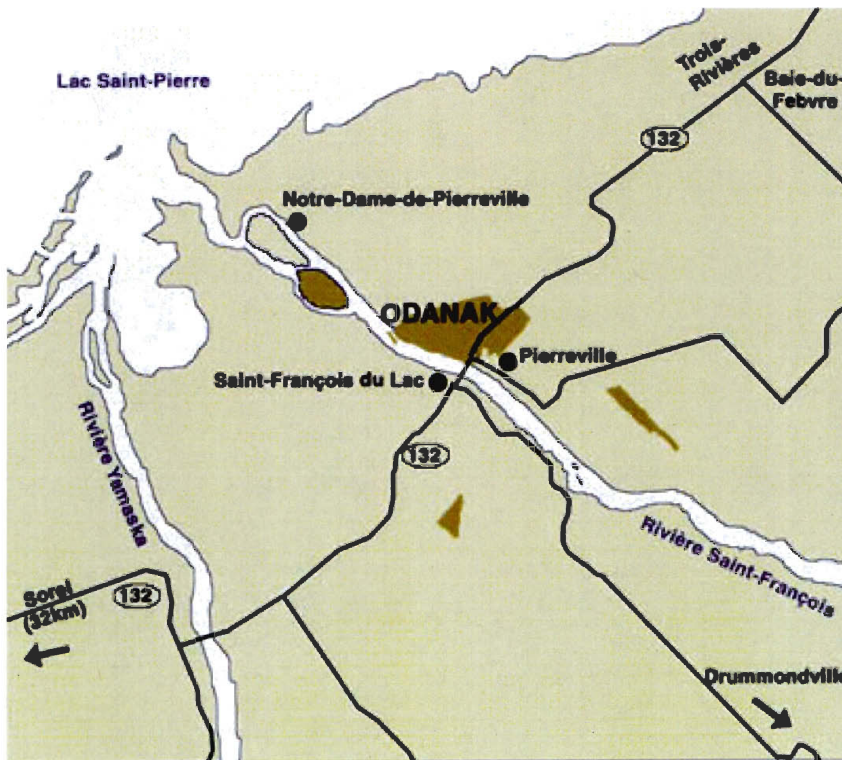
- Impacts et retombées du tourisme ethno-culturel
 - économiques
 - environnementales
 - sociales
 - culturelles
 - politiques

- Tourisme durable
 - Pensez-vous que le tourisme ethno-culturel pratiquée à Mashteuiatsh/Odanak peut être considéré comme un tourisme durable (profitable pour la communauté) ?

ANNEXE 4 Localisation de la communauté d'Odanak



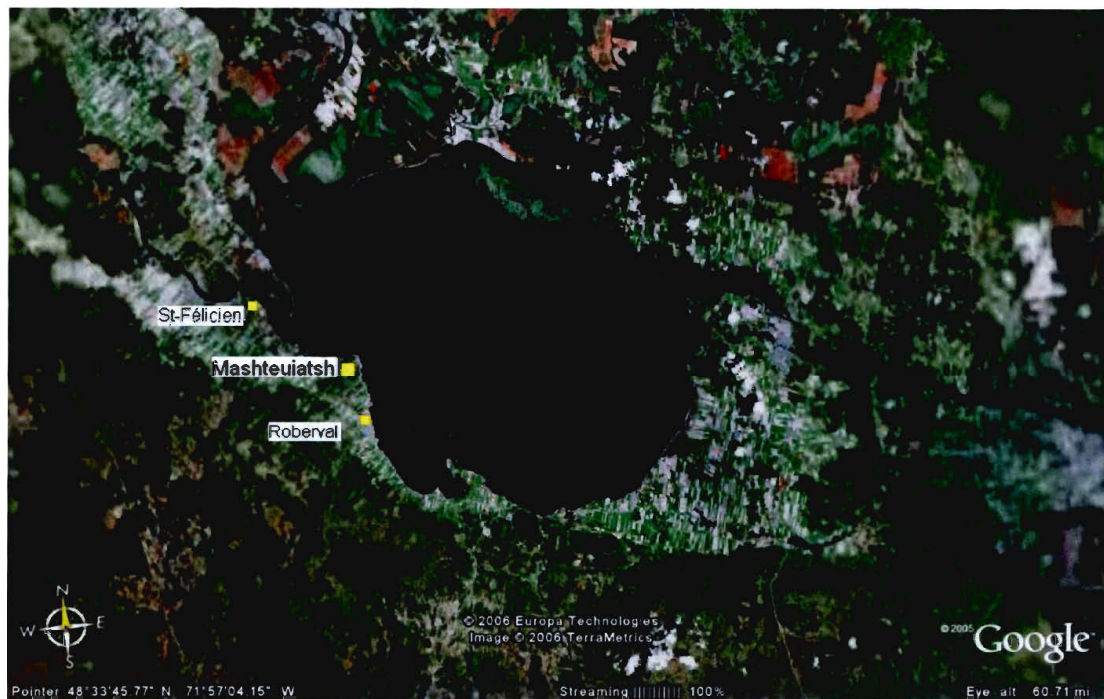
Source : Google Earth, 2006



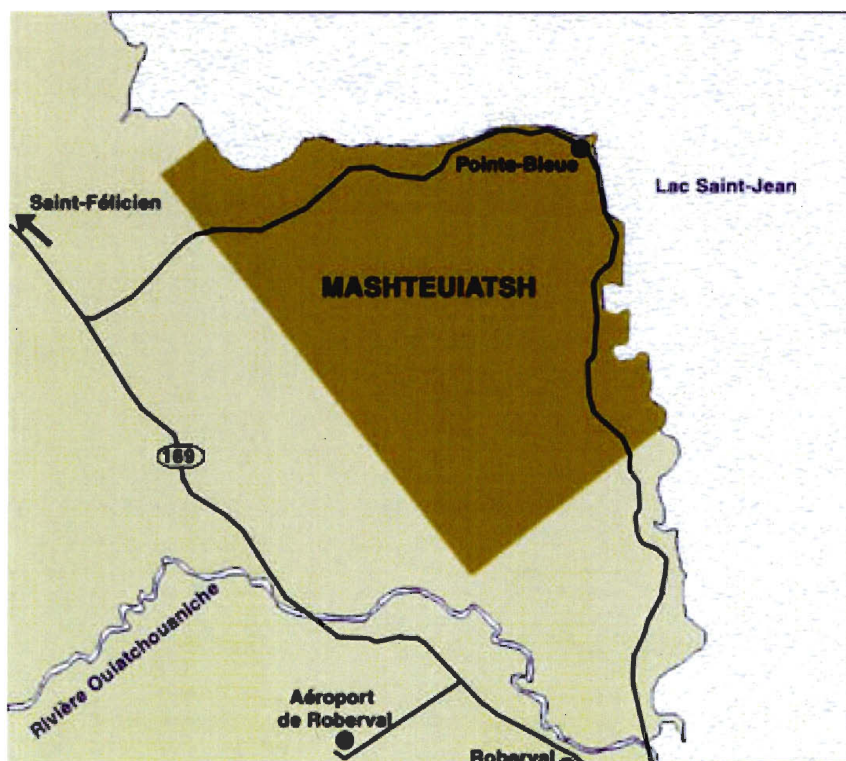
Source : Ministère des affaires indiennes et du Nord Canada, 2008

ANNEXE 5

Localisation de la communauté de Mashteuiatsh



Source : Google Earth, 2006



Source : Ministère des affaires indiennes et du Nord Canada, 2008