



Mémoire

Présenté

Dans le cadre de la

Commission consultative sur la culture

Mashtouiatsh, le 21 février 2003

Table des matières

Introduction

1. La Société de Développement Économique Ilnu de Mashteuiatsh
 - 1.1 La création de la SDEI
 - 1.2 Priorités de développement
 - 1.3 Le développement touristique

2. La politique culturelle des Pekuakamiulnuatsh
 - 2.1 Définition d'un tourisme culturel

Conclusion

Mémoire sur la politique d'affirmation culturelle des Pekuakamiulnuatsh

*Mettons notre héritage en valeur!
Uelutshitatau Tshitilniunnu!*

Introduction

Dans le cadre de la consultation publique de la Commission consultative sur la culture, la Société de Développement Économique Innu (SDEI) de Mashteuiatsh accueille avec enthousiasme la démarche du Conseil des Montagnais du Lac-St-Jean visant à élaborer une politique d'affirmation culturelle des Pekuakamiulnuatsh.

En ce sens, nous acceptons l'invitation de la Commission à soumettre un mémoire lors des audiences en tant qu'organisme local de développement. Notre participation à cette consultation publique vise l'objectif suivant :

- Démontrer que le développement économique à Mashteuiatsh, par des projets touristiques et la mise en valeur de l'art innu est complémentaire aux efforts déployés par les Pekuakamiulnuatsh dans la sauvegarde, le développement, la promotion et la transmission de la culture à Mashteuiatsh comme en territoire.

1. La Société de Développement Économique Innu de Mashteuiatsh

1.1 La création de la SDEI

Le Conseil des Montagnais du Lac St-Jean a identifié, en mai 2000, les forces et faiblesses de son organisation politique et administrative afin d'actualiser son plan stratégique.

| FORCES | FAIBLESSES |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Population jeune;• Volonté d'être un peuple autonome;• Sauvegarde de l'identité culturelle et linguistique sur le Nitassinan;• Synergie pour le changement. | <ul style="list-style-type: none">• Dépendance étatique et systémique des individus;• Détresse sociale, physique et mentale;• Contrainte légale au développement ; (Loi sur les Indiens)• Faible taux d'emplois;• Faible progression de l'éveil de la fierté. |

Cet exercice de réflexion a permis de faire ressortir six grandes orientations stratégiques : la structure gouvernementale, la négociation globale, le développement économique, la réalité sociale, la culture et l'environnement. Ces résultats ont permis d'établir les priorités d'actions du Conseil des Montagnais du Lac St-Jean.

La détermination et la volonté du milieu des affaires, combinées à un dessein politique orienté vers un gouvernement autonome, amènent le Conseil des Montagnais du Lac Saint-Jean à reconnaître l'association des gens d'affaires à mettre en place une structure de développement économique indépendante de son entité administrative à l'automne de la même année.

En décembre 2000, la Société de Développement Économique Innu (SDEI) est officiellement créée et son implantation est prise en charge par un conseil d'administration constitué de cinq (5) représentants du milieu des affaires et de deux (2) représentants membres élus du Conseil de bande. Depuis septembre 2002, les règlements généraux ont été amendés par l'assemblée générale des entrepreneurs, pour tenir compte de la nouvelle structure politique, et seulement un représentant élu est membre d'office au conseil d'administration.

La Société de Développement Économique Innu devient donc l'entité reconnue responsable du développement économique de la communauté de Mashteuiatsh, ayant comme mission de supporter et promouvoir les activités à caractères économiques de son territoire afin de contribuer à l'autonomie et à l'accroissement du patrimoine collectif et le mieux-être de la population.

En février 2001, c'est à partir d'un mandat précis, déterminé en concertation lors de la première assemblée générale, que la SDEI a procédé à l'élaboration de son plan stratégique, afin de se doter d'un outil permettant de cibler ses actions dans une perspective de réussite collective. L'exercice a débuté par une consultation de la population pour faire le portrait de la situation social, culturel, économique et démographique de la communauté. Les participants à la consultation ont aussi fait connaître leurs attentes, leurs problématiques et la contribution qu'ils comptaient apporter au développement économique de Mashteuiatsh. En ce sens, la population a eu l'occasion de s'exprimer sur ces points et ainsi influencer la détermination des créneaux prioritaires.

1.2 Priorités de développement

Par la suite, promoteurs, intervenants et acteurs socio-économique du milieu ont établi en consensus le choix des axes et des créneaux de développement prioritaires ainsi que les infrastructures nécessaires au succès de l'implantation du plan stratégique. Comme vous le savez, l'exercice a conduit à un consensus du milieu pour définir le créneau du tourisme comme priorité de premier niveau.

Pour bien comprendre les raisons qui ont fait en sorte qu'un consensus soit établi sur le créneau du tourisme, il faut savoir que d'autres grands axes ont été identifiés et que pour chacun d'eux, une cotation a été donnée. Cette cotation devait tenir compte des critères suivants :

- Générateur d'emplois
Doit donner de l'emploi à notre main d'œuvre locale en tenant compte de leurs expériences et compétence; expertise culturelle présente et main-d'œuvre disponible.
- Générateur de richesse
Levier économique à potentiel élevé en raison de la forte demande pour les produits et services touristiques à caractères autochtones et ce pour le tourisme culturel.
- Formation et éducation disponible
Expertise culturelle disponible pour la transmission (référence : Répertoire des compétences culturelles)
- Respect de l'environnement
Corrélation entre éco-tourisme et développement durable très étroite.
- Diffusion de la culture montagnaise
Spécificité des Pekuakamiulnuatsh recherché par le touriste et possibilité de mise en valeur.
- Promoteurs de projets
Plusieurs intervenants touristiques sont implantés depuis longtemps dans le milieu et plusieurs autres envisagent des créations d'entreprises dans le domaine.
- Rentabilité financière
Accessible avec l'augmentation de l'achalandage et une structure de développement adéquate pour répondre à la demande sans cesse grandissante.

1.3 Le développement touristique

Afin de déterminer les bonnes actions dans la planification et la structure à mettre en place pour le développement touristique, l'équipe de la SDEI a procédé à l'analyse approfondie des problématiques particulières au développement touristique de la communauté. Onze (11) problématiques en sont ressortis et nous vous les présentons dans le tableau qui suit avec les solutions à court terme permettant d'en réduire les effets.

Pour une meilleure compréhension de ces problématiques, nous y avons ajouté les raisons (causes) qui ont créé l'émergence de ces situations problématiques, et les conséquences qu'elles ont eues sur le développement touristique et économique de la communauté de Mashteuiatsh.

Cette analyse a d'ailleurs fait l'objet d'un consensus présenté, discuté et confirmé lors de la tenue du premier colloque sur le tourisme organisé par la SDEI le 4 décembre 2002. Une cinquantaine d'intervenants touristiques et promoteurs de Mashteuiatsh y ont participé.

| | | |
|---|--|--|
| Problématique #1 : <i>Méconnaissance de la situation géographique de la communauté de Mashteuiatsh par le tourisme</i> | | |
| Causes : Absence d'infrastructure d'accueil permanente Absence de signalisation et d'affichage adéquat | Conséquences : Ignorance et isolement de la communauté par rapport à la région Potentiel touristique régional non optimisé avec absence de retombée et de richesse Marginalité dans l'offre touristique Désorientation du visiteur La communauté n'est pas considérée comme une destination touristique | Solutions : Interceptor : Conserver nos affiches à Saint-Prime; Afficher à Roberval; Afficher dans la communauté; Développer une image de marque / message unique. |
| Problématique #2 : <i>Précarité de l'information reliée à l'accueil et à l'orientation des touristes et visiteurs dans la communauté.</i> | | |
| Causes : Pas de mandataire officiel, personne n'a été désigné pour assumer l'imputabilité du message et de l'information Absence d'infrastructure d'accueil permanente Le tourisme n'a jamais été considéré comme une ressource pouvant créer de la richesse La population accorde un statut d'indifférence et de tolérance face aux touristes | Conséquences : Désorientation du visiteur Plusieurs messagers souvent mal renseignés; Absence d'uniformité dans le message Beaucoup de gens donnent peu d'information et peu de gens donne toute l'information - Conseil des Montagnais - Développement économique - Musée amérindien - Bureau d'information touristique - Campings - Gîtes | Solutions : Maintenir notre leadership comme mettre d'œuvre du développement touristique (SDEI); Assurer un message unique et uniforme Clientèles : Affaires Touristique Membres de la communauté |

| | | |
|--|--|---|
| <p>Problématique #3 : <i>Opérations du bureau d'information touristique (BIT) en été seulement par rapport à une clientèle présente douze mois</i></p> | | |
| <p>Causes : Tendance à s'adapter aux programmes au lieu d'adapter les programmes aux besoins Absence d'infrastructure d'accueil permanente Marginalité de l'importance du secteur touristique dans la communauté Aucune approche-client et aucun souci de la satisfaction de la clientèle</p> | <p>Conséquences : Potentiel touristique régional non optimisé avec absence de retombée et de richesse La communauté n'est pas considérée comme une destination touristique Incapacité à faire connaître nos produits touristiques au-delà de l'été Incapacité à utiliser le secteur touristique comme levier économique de la communauté</p> | <p>Solutions : Poursuivre les activités du BIT à la SDEI Mise en place d'un service d'information et de réservation : - Numéro sans frais</p> |
| <p>Problématique #4 : <i>Une communauté à l'image de toutes les municipalités environnantes, sans cachet dans son architecture (une culture riche mais non-visible)</i></p> | | |
| <p>Causes : Aucune signature propre à notre nation Aucune intégration de la spécificité culturelle dans les plans d'urbanisme Aucun incitatif d'intégration des produits artistiques et culturels à l'architecture</p> | <p>Conséquences : Aucun site à potentiel historique et artistique de mis en valeur Communauté anonyme Aucune identité culturelle apparente</p> | <p>Solutions : Construction du Carrefour d'Accueil Innu Favoriser la mise en place d'un programme d'intégration des arts à l'architecture locale.</p> |
| <p>Problématique #5 : <i>Sentiment d'appartenance peu développer envers nos lieux de fierté et d'identité à la nation</i></p> | | |
| <p>Causes : Infantilisme chronique perpétué par la tutelle du gouvernement fédéral Détresse sociale et dépendance au système</p> | <p>Conséquences : Détérioration et vandalisme sur le site communautaire et les lieux publiques Incapacité de prendre en main des projets de développement d'entreprise et de les mener jusqu'au bout (manque de formation et d'encouragement en ce sens, aucun modèle de référence). Perte du goût de réussir comme entrepreneur prospère. Incapacité de voir le développement autrement sans qu'il ne soit pris en charge par le système (absence de vision stratégique du développement économique). Encourage le maintien d'une mentalité de perdant plutôt que de gagnant.</p> | <p>Solutions : Mobiliser la communauté Supporter nos institutions culturelles dans le milieu (le musée amérindien) et augmenter le sentiment d'appartenance envers nos lieux de fierté et d'identité à la nation</p> |

| | | |
|---|---|---|
| Problématique #6 : <i>Absence d'un point de rencontre (base de déploiement pour les activités intra-territoriale)</i> | | |
| Causes : Précarité de l'offre touristique en territoire Absence d'infrastructure d'accueil permanente dans la communauté | Conséquences : Désorientation du visiteur Ne permet pas d'avoir une vitrine pouvant présenter la richesse de la culture des Inuitsh. | Solutions : Point central d'accueil (CAI) Présenter les activités dans la communauté S'associer à des partenaires Patrimoine / Culture et Territoire et autres Mettre en contexte le visiteur avant de lui faire vivre une expérience en territoire. |
| Problématique #7 : <i>Développement touristique basé sur les programmes de création d'emploi plutôt que sur les besoins et la demande de la clientèle</i> | | |
| Causes : Le développement touristique n'était pas identifié comme une priorité Pas de ressources humaines spécifiques attirées au développement touristique Pas de stratégie d'intervention Manque de ressources financières Absence d'approche client Dépendance chronique des programmes comme enjeux stratégiques pour définir les priorités de développement | Conséquences : Incapacité à arrimer un programme en fonction des besoins de la clientèle → La communauté n'est pas considérée comme une destination touristique. → Incapacité d'intégrer le client et la capacité de satisfaire à ses besoins comme moyens privilégiés pour asseoir le développement économique. → Les priorités de développement mettent l'emphase sur la présence ou l'absence d'un programme dans le système alors qu'il doit être là pour supporter l'entrepreneurship dans la communauté. | Solutions : Travailler à faire changer les programmes en fonction des créneaux ayant été identifiés comme priorités : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tourisme ▪ Art ▪ Culture Assurer une communication auprès des services : Éducatifs, Emploi, Patrimoine, Culture et Territoire et Travaux Publics. |
| Problématique #8 : <i>Méfiance et préjugé de la clientèle Intra-Québec face aux communautés autochtones</i> | | |
| Causes : Contexte politique (négociation globale et territoriale des peuples autochtones) Messages galvaudés et improvisés Désinformation par les médias | Conséquences : Double effort dans la mise en marché du produit touristique autochtones Difficulté à présenter le produit autochtone dans sa spécificité et son authenticité sans démystifier l'image négative | Solutions : Élaborer et mettre en place un plan de communication afin de contrer la désinformation des médias |

| | | |
|---|--|--|
| Problématique #9 : <i>Exploitation du thème et de la culture Ilnu par les allochtones</i> | | |
| Causes : La communauté a toujours été passive face au développement extérieur Attitude d'attente chronique La population accorde un statut d'indifférence et de tolérance | Conséquences : Faible niveau d'entrepreneurship et de leadership au niveau du tourisme autochtone Aucun positionnement régional Difficulté à présenter le produit autochtone dans sa spécificité et son authenticité Absence de leadership dans le développement du produit touristique dans la communauté. | Solutions : Élaborer et mettre en œuvre un plan marketing Responsabiliser les intervenants / la population Valider le message Offrir un service de qualité Ex : Expérience au CCBB |
| Problématique #10 <i>Confusion entre l'impact économique des villégiateurs (résidents d'été) versus la clientèle touristique de passage</i> | | |
| Causes : Marginalité de l'importance du secteur touristique dans la communauté Le tourisme n'a jamais été considéré comme une ressource pouvant créer de la richesse | Conséquences : La communauté n'est pas considérée comme une destination touristique Limite les espaces et endroits d'hébergement pour le touriste) Les produits touristiques développés ne tiennent pas compte des attentes et besoins des clientèles qui doivent être réellement ciblés. | Solutions : Développer une offre qui saura répondre à leurs besoins; Ex. vendeurs chez Tabac ADL Promotion d'utiliser le local (achat) : Clientèles : Affaires Touristiques, etc. |
| Problématique #11 <i>Offre touristique locale et régionale improvisée et disparate en raison de l'absence de concertation et de complémentarité dans la mise en marché</i> | | |
| Causes : Mise en marché individuelle très coûteuse donc souvent effectuée de bouche à oreille Méconnaissance du marketing par les intervenants touristiques Manque d'encadrement auprès des promoteurs, laissés à eux-mêmes Structure régionale peu accessible et peu adapté au besoin des promoteurs Représentation passive aux instances régionales | Conséquences : Incapacité à faire connaître nos produits touristiques Incapacité à utiliser le secteur touristique comme levier économique de la communauté Aucun positionnement régional Absence de leadership dans le développement du produit touristique dans la communauté. | Solutions : Développer des forfaits locaux; Faciliter le développement d'alliance stratégique; Savoir vendre la communauté; Mettre en place un comité touristique |

2. La politique culturelle des Pekuakamiulnuatsh

2.1 Définition d'un tourisme culturel

Il existe, actuellement, autant de définition qu'il y a d'auteurs qui se sont prononcés sur le sujet. Le ministère de la culture et des communications en concertation avec les intervenants culturels ce sont entendus sur une définition sommaire du tourisme culturel¹ :

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

Quant à la Société de Développement Économique Innu, nous nous sommes également efforcés à définir le concept d'un tourisme dit culturel :

« c'est une expérience multi - sensorielle et éducative, de courte durée, illustrant un mode de vie traditionnel et contemporain par l'entremise des valeurs propres à la nation et reflété dans un échange, un contact, un humour, un rythme et un message authentique. »

Jusqu'à maintenant et pour les années à venir, le développement touristique de Mashteuiatsh a été et doit être basé sur la spécificité culturelle du mode de vie traditionnel et contemporain des Pekuakamiulnuatsh. Le visiteur est à la recherche d'une communauté à l'image des Pekuakamiulnuatsh. Cette image doit se refléter par l'entremise d'infrastructures ayant le souci d'intégrer des produits artistiques et culturels à son environnement. Elle doit également avoir un point de rencontre central permettant d'informer et d'orienter l'offre touristique global de la communauté et en territoire.

Plus particulièrement, le visiteur désire expérimenter des activités ethno-culturelles propres à notre peuple, à son histoire et à l'évolution de son mode de vie et à ses manifestations artistiques qui nous définisse et nous distingue comme première nation. Enfin, l'offre touristique doit offrir une gamme d'activités diversifiées représentant la spécificité culturelle des Pekuakamiulnuatsh.

À ce titre, c'est un devoir individuel et collectif de conserver et de diffuser l'authenticité d'un message unique. Nos produits et attraits touristiques seront d'autant plus authentique du fait qu'une politique d'affirmation culturelle viendra encadrer leur démarche.

C'est pourquoi, il importe de prendre en compte l'importance de créer, au sein de la communauté, des moyens permettant d'accroître le sentiment de fierté et d'appartenance à la nation Innu. Les actions concrètes à mettre en place permettront de dynamiser et de rendre plus vivant le développement et la créativité culturelle.

¹ Ministère de la culture et des communication, Colloque : Une affaire de créativité, Montréal les 12 et 13 novembre, 1998, première partie, le tourisme culturel : Actualités et perspectives, page 1.

Cette image de marque, qui nous caractérise, doit transparaître dans nos gestes et nos actions au quotidien, que l'on soit promoteurs touristiques ou pas. Il s'agit de vivre sans gêne, c'est-à-dire garder en mémoire, valoriser, affirmer, appliquer et promouvoir les éléments de notre spécificité culturelle en assurant l'authenticité².

Si nos attraits culturels se limite à la reconstitution des événements passés, le créneau du tourisme est appelé à être éphémère. Par contre, si nous misons sur le renforcement de notre identité culturelle, d'hier à aujourd'hui, nous serons appelés à assurer son avenir. Les porteurs de la culture des Pekuakamiulnuatsh pourront alors gagner leur vie dignement dans des emplois qu'ils aiment et dans lesquels ils sont bien et valorisés.

² Par définition, nous entendons par authenticité un caractère unique spécifiquement relié à la culture Innu. L'authenticité du message sera assuré par les institutions culturelles et les ressources de la communauté détenant l'ensemble de ce savoir et savoir – faire.

3. Conclusion

En effet, la Société de Développement Économique Innu, a depuis sa création consulté la population et les acteurs du développement économique locaux que constitue nos entrepreneurs et nos travailleurs afin de faire les bons choix et surtout les bonnes actions visant à contribuer à l'autonomie et à l'accroissement du patrimoine collectif et le mieux-être de la population. Entre autres, nous avons favoriser la mobilisation et la concertation des intervenants du milieu autour d'un thème rassembleur « Prends le portage! » afin de se responsabiliser sur la nécessité de s'affirmer comme peuple et que tous empruntes le portage de façon à faire de la communauté de Mashteuiatsh une destination authentique. Et ainsi, assurer le rayonnement de notre héritage culturel à travers une communauté, une région, un territoire, une province, un pays, un monde . . . le monde des Pekuakamiulnuatsh.

Mettons notre héritage culturelle en valeur! Uelutshitatau Tshitilniunnu!
Voilà une invitation que la SDEI accepte avec enthousiasme.