

Chroniques

Volume 12, numéro 1, mars 1993

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1078207ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1078207ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce document

(1993). Chroniques. *Téoros*, 12(1), 56–60. <https://doi.org/10.7202/1078207ar>

CHRONIQUES

Un supplément par les étudiants-es et les diplômés-es du Module de gestion et intervention touristiques de l'UQAM

CHRONIQUE Événement

par Marie-Janou Lusignan

Journée mondiale du tourisme

C'est sur une toile de fond imprégnée de discours constitutionnels que s'est tenue au Complexe Desjardins et à l'Hôtel Méridien de Montréal, le 28 septembre 1992, la Journée mondiale du tourisme sous le thème «Le tourisme à l'ère des continents-régions: vers une responsabilité partagée État-entreprise». Cet événement a, par la même occasion, servi de tremplin au lancement officiel de l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique et de l'Association des techniciens et techniciennes en tourisme au Québec. Monsieur Claude Corbo, recteur de l'Université du Québec à Montréal (UQAM), a également profité de l'occasion pour faire connaître les réalisations et les projets de l'Université en matière de tourisme, et pour annoncer la reconnaissance officielle de l'UQAM, par l'Organisation mondiale du tourisme, comme centre international de formation et de recherche en tourisme (CIFORT).

Le conférencier invité fut monsieur Robert Hollier, directeur exécutif de la Commission européenne de tourisme. Monsieur Hollier faisait part, dans sa présentation, des difficultés qu'éprouve présentement l'industrie touristique mondiale et identifiait les facteurs probables à l'origine de cette période de crise. Dans un passé, encore pas si lointain, les différentes instances touristiques croyaient fermement à leurs rôles respectifs, exclusifs et sans interrelations. Aujourd'hui, il semble clair que tout un chacun doit collaborer et coopérer afin de réaliser une promotion adéquate, complète et solide d'une destination. «En Europe, la plupart des Offices nationaux sont devenus un partenariat organisé entre l'État, les régions et l'industrie: la promotion

est devenue un consensus tripartite. C'est le cas, par exemple, en France ou en Espagne, deux leaders mondiaux du tourisme réceptif», de dire monsieur Hollier. Il rajoute un peu plus loin: «Un peu plus de 50 % de la promotion de la France dans le monde est encore payée par l'État, mais l'industrie et les régions en assurent déjà près de la moitié. Dans le même esprit, la Maison de la France a créé 12 clubs pour des promotions thématiques auxquelles s'associent les stations, les hôtels, les regroupements qui le désirent».

Ce partenariat peut, selon monsieur Hollier, se concrétiser à trois différents niveaux: la publicité, les relations publiques (activités de presse, publications, expositions, etc.) et les contacts avec les professionnels, salons, bourses et foires touristiques, lettres d'informations périodiques, etc.). «Cette notion de partenariat, c'est sûrement l'avenir, mais c'est déjà le présent.»

L'industrie touristique mondiale est actuellement en grande mutation: les touristes sont de plus en plus exigeants bien qu'ils aient à leur disposition moins d'argent et moins de temps; les touristes exigent d'être amusés et divertis en plus d'être hébergés et nourris; la concurrence s'accroît continuellement et des efforts de plus en plus grands et originaux doivent être fournis afin de convaincre le client. Malgré tout, monsieur Hollier identifie deux tendances encourageantes dans le monde: la croissance de l'intérêt pour le tourisme urbain et l'augmentation des voyages effectués par la clientèle du troisième âge; ces derniers peuvent voyager en toutes saisons selon leurs choix.

À l'occasion de la Journée mondiale du tourisme, monsieur Enriquez Savignac, secrétaire-général de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), nous a fait parvenir, grâce aux communications par satellite, un message clair: «Le tourisme est un facteur de rencontres entre les peuples et de solidarité entre les sociétés... C'est pour nous le temps de faire savoir aux gouvernements que pour développer ces liens grâce au tourisme, ..., l'industrie et les professionnels, même si beaucoup sont provisoirement à court de ressources, sont prêts à y jouer leur rôle le moment venu».

Rappelons que «la Journée mondiale du tourisme est organisée chaque année sous les auspices de l'OMT dans le but de faire ressortir l'importance du tourisme en tant que

facteur de développement et d'intégration entre les peuples».

Colloque national sur l'écotourisme

Écotourisme. Ce nouveau terme vient de faire irruption dans le monde touristique québécois. Mais que veut exactement dire écotourisme? À quoi fait-il référence? L'écotourisme, tel que défini par monsieur Jocelyn Guimont, directeur général de l'Institut du plein-air québécois (IPAQ), est cette «forme de tourisme qui est développé et pratiqué de telle manière qu'il protège l'environnement naturel et humain à l'intérieur desquels il est conduit. C'est aussi le tourisme qui requiert l'environnement naturel comme fondement de sa réussite».

C'est en raison de la popularité croissante de cette nouvelle forme de tourisme et de ses nombreux enjeux, qu'a eu lieu les 4, 5 et 6 novembre 1992, à Pohénégamook, sous l'initiative de l'Association touristique du Bas-Saint-Laurent, de l'IPAQ et de Pohénégamook Santé plein-air, le premier Colloque national sur l'écotourisme. À cette occasion, trois principales thématiques ont été étudiées en détail: la situation actuelle, l'implantation et la gestion d'un produit écotouristique et l'offre du Québec comme une destination écotouristique concurrentielle.

«L'évolution rapide des préoccupations environnementales oblige l'industrie touristique québécoise à s'ajuster. Comment peut-on satisfaire la demande croissante des produits *nature* sans affecter la ressource et sans compromettre la survie de notre industrie?» s'interrogeait monsieur Bernard Moreau, président de l'Association touristique du Bas-Saint-Laurent dans son mot de bienvenue. Plusieurs réponses se trouvent dans les 21 conférences qui ont été présentées par des spécialistes et des professionnels de l'écotourisme; mais d'autres questions ont, bien entendu, fait surface.

Lors d'une conférence prononcée en avril 1992 dans le cadre du congrès de l'Association provinciale du patrimoine, le directeur général de l'IPAQ, monsieur Jocelyn Guimont, expliquait que «l'écotourisme est un phénomène trop important pour que les intervenants de l'industrie touristique et de l'environnement attendent bêtement que les touristes envahissent ce que nous avons de plus précieux sans avoir pris les moyens pour protéger la ressource et pour tirer bénéfice de ces éventuelles entrées de devises dans notre

économie». Le financement, la réglementation, le leadership (qui doit l'assumer?), les fonds destinés à la conservation des écosystèmes, la planification, la formation et l'encadrement des guides, le contrôle, etc., sont autant d'interrogations complexes et enlevantes auxquelles il faudra impérativement trouver des solutions définitives.

En bref...

Un nouveau système de classification. Un nouveau système de classification des établissements d'hébergement remplacera dorénavant le Programme de catégorisation et de classification des établissements hôteliers du Québec (fleurs de lys). Établi suite à des études menées à l'échelle nord-américaine, ce système de classification national, déjà en vigueur dans plusieurs provinces canadiennes, sera en opération au Québec en 1993. Ce programme vise quatre (4) catégories d'établissements: les hôtels/motels, les centres de villégiatures, les auberges/gîtes touristiques et les pourvoiries. L'évaluation des établissements, qui participeront sur une base volontaire, se réalisera grâce à un système de cote variant de 1 à 5.

Centrale de réservations touristiques. Une entente est survenue entre le ministère du Tourisme et la Centrale de réservations touristiques du Québec. Cette nouvelle entente assure ainsi le début des opérations de Réservation Québec. Ce nouveau système permettra de transférer des demandes de renseignements reçues au service de l'accueil du ministère du Tourisme en achat de prestations touristiques en permettant aux touristes réels et potentiels d'effectuer une réservation dans un établissement touristique du Québec. Mentionnons que Réservation Québec aura une forte incidence sur la création d'emplois

CHRONIQUE Événement

par Isabelle Mayer

L'avenir des aéroports de Montréal... le premier débat des matins du GIT

Le 19 novembre 1975, alors que l'on procédait à l'inauguration de l'Aéroport International de Montréal à Mirabel, tous les espoirs

de développement économique et touristique semblaient être permis. On nous promettait une reprise économique ainsi qu'une autoroute directe entre les deux aéroports de Montréal.

17 ans plus tard, Dorval et Mirabel n'ont toujours pas de liaison directe. Le nombre de passagers, passant de 7 millions en 1977 à 9 millions en 1990 pour les deux aéroports de Montréal, a presque doublé dans les aéroports de Vancouver et de Toronto (respectivement de 5,1 millions en 1977 à 9,5 millions en 1990, et de 11 millions en 1977 à tout près de 20 millions en 1990). Montréal se voit donc reléguée au troisième rang et ce, au profit du développement économique de ses deux rivales canadiennes.

Ce sujet a réuni près de 200 personnes pour un petit déjeuner débat, qui a eu lieu le 18 novembre 1992 au Palais des congrès de Montréal. S'insérant dans le cadre des Matins du GIT, ce débat fût organisé par le Module de gestion et intervention touristiques de l'Université du Québec à Montréal.

Les trois transporteurs invités ont clairement démontré l'urgence de pallier à cette situation menaçant de plus en plus le développement de la ville de Montréal et du Québec. Le thème de ce débat: pour le développement touristique du Québec, doit-on fermer Dorval ou Mirabel?

Voici donc un court résumé de la position préconisée par chacun des panelistes invités:

Monsieur Philippe Sureau, vice-président au marketing chez Air Transat, nous a tout d'abord proposé de répondre à trois questions fondamentales. La première portait sur l'importance de sonder les gens du West Island pour savoir s'ils sont prêts à faire face à toutes les nuisances qu'apportera un trafic aérien accru à Dorval? Deuxièmement, *qui va payer quoi* et combien coûtera cette relance aéroportuaire? Quelle est la valeur relative des terrains à Dorval comparé à ceux de Mirabel? Et finalement, doit-on traiter les transporteurs sur un pied d'égalité? Pour Air Transat, le fait de choisir entre Dorval ou Mirabel ne pose pas de problème majeur, dans la mesure où il peut toujours exercer ses fonctions de transporteur.

La position de Nationair, élaborée par monsieur Sam Char, directeur commercial des vols réguliers, était beaucoup plus précise: avec un centre technique basé à Mirabel, il est évident que Nationair favorisera le main-

tien de cet aéroport. Monsieur Char nous explique cependant que le trafic ira où est la demande et que l'on doit analyser notre position de façon économique. «La solution n'est pas d'éliminer l'un ou l'autre des aéroports.»

Il plaide plutôt pour la recherche de moyens efficaces qui permettront à Montréal de devenir une porte d'entrée pour le Canada et pour l'Amérique du Nord. Il ajoute également: «Si depuis 20 ans, on n'a pas réussi à s'ajuster, c'est une question de stratégie commerciale.»

Quant à madame Louise Robitaille, directrice des stratégies commerciales chez Air Canada, la possibilité de faire de Montréal une plaque tournante n'est certes pas à négliger. «En devenant une plaque tournante, Montréal permettra aux transporteurs de rentabiliser leurs vols, créant ainsi une opportunité de développement de nouvelles destinations et de nouvelles routes pour Air Canada et pour tout autre transporteur.»

Madame Robitaille soutient qu'il est extrêmement difficile de vendre Montréal à l'étranger car l'idée de transiger sur deux aéroports rebute les usagers potentiels. Montréal n'est, à l'heure actuelle, qu'un point de destination. Elle nous a parlé également des aspects qui attirent le touriste dans une région donnée, soit: le site, l'infrastructure d'accueil et l'accès; «Montréal a le site. Le problème se situe plutôt au niveau de l'accès aérien.»

Il faut agir rapidement. Arrêter l'hémorragie et saisir l'opportunité de développer Montréal en plaque tournante et en destination touristique accrue. Sinon, nous continuerons à voir les plaques tournantes se déplacer soit vers l'ouest, soit vers le sud.

À la suite de ces trois exposés, quelques questions en provenance de la salle furent soulevées. L'une d'entre elles, portant sur la possibilité toujours présente de relier les deux aéroports par un TGV ou par toute autre liaison directe, fût traitée de «science-fiction» et de «rêve» par l'un des panelistes. En effet, pour des raisons d'ordre géographique et démographique, le concept de liaison directe entre les deux aéroports est tout à fait impensable.

Soulevée par un membre du Groupe Réaction (regroupement d'employés à l'entretien des avions basés à Dorval), l'instabilité politique ne fait que nuire au traitement de ce

dossier. Selon lui, le dossier a suffisamment traîné et le signal d'alarme est donné. Fait important, le manque de concertation, non seulement entre les intervenants du milieu touristique, mais également entre les différents paliers de gouvernements, constitue un frein au développement touristique du Québec.

Les trois transporteurs se sont entendus sur un point: il faut trouver, dans les plus brefs délais, une solution à ce problème d'accès aérien. Solution qui permettra à Montréal de se positionner au sein des grandes destinations internationales.

CHRONIQUE Profession

par Marie-Janou Lusignan

Monsieur Louis St-Jean

Délégué commercial-service aux membres
Office des congrès et du tourisme du Grand
Montréal (OCTGM)

C'est au retour d'une riche expérience de travail en Suisse pendant près d'un an et d'un long périple de sept mois à travers l'Europe de l'Est, de l'Ouest et en Turquie, que monsieur Louis Saint-Jean, ce grand amoureux des voyages, s'inscrit, par amour évidemment, telle une dévotion, au baccalauréat en Gestion et intervention touristiques à l'Université du Québec à Montréal. Au cours de ses études, l'attrait des horizons lointains l'obligea, en quelque sorte, à interrompre momentanément son baccalauréat, afin de parcourir et de découvrir les mystères de l'Asie du Sud-Est pendant six mois.

Depuis que Louis Saint-Jean a terminé son baccalauréat en gestion et intervention touristiques en 1991, il est à l'emploi de l'Office des congrès et du tourisme du Grand Montréal (OCTGM).

L'Office des congrès et du tourisme du Grand Montréal

L'OCTGM, organisme sans but lucratif, est l'un des cinq plus vieux Offices de congrès et de tourisme en Amérique du Nord. Son existence remonte à 1919. Les principaux mandats de l'Office des congrès et du tourisme du Grand Montréal se situent à deux

niveaux: la promotion de Montréal et l'accueil touristique, tant pour la clientèle affaires et congrès que pour la clientèle des voyages d'agrément. L'OCTGM est l'interlocuteur privilégié en matière de tourisme, auprès des différentes instances politiques, soit le ministère du Tourisme, la Ville de Montréal, la Communauté urbaine de Montréal (CUM) et la Chambre de commerce de Montréal.

L'OCTGM est divisé en six (6) départements: la direction des ventes; la direction des communications; la direction de l'administration et des finances; la direction des services aux membres; la direction de la recherche et du développement et la direction de l'accueil.

La direction des services aux membres

À titre de délégué commercial à la direction des services aux membres, monsieur Louis Saint-Jean a plusieurs tâches et responsabilités. Il perçoit son rôle comme étant une «aide aux membres dans leurs efforts de commercialisation».

- 1) *Gestion des membres*: Monsieur Saint-Jean est d'abord et avant tout responsable du recrutement des membres de l'OCTGM, actuellement évalués à 500, ainsi que du renouvellement des adhésions. À cette fin, il doit préparer les documents de vente (décrivant l'ensemble des avantages, produits et services offerts à l'OCTGM) et accomplir la mise à jour continue de ces documents nécessaires à la sollicitation des membres. Il doit également veiller à la coordination entre les besoins des membres et les différents départements pouvant offrir les services désirés. Aussi, il participe activement au développement de nouveaux services offerts aux membres (taux préférentiels, documents promotionnels, services spécifiques aux congrès, adhésions au plan d'assurance collective de l'OCTGM, etc.).
- 2) *Développement de nouveaux partenariats*: D'une part, monsieur Louis Saint-Jean est responsable du volet culturel à l'Office des congrès et du tourisme du Grand Montréal. Il doit entretenir des relations privilégiées avec le ministère des Affaires culturelles du Québec (MAC) ainsi qu'avec la Commission d'initiative et du développement de la culture (CIDEC), qui ont pour mandat, comme à l'OCTGM, de promouvoir la culture. Ils travaillent

donc tous pour des intérêts communs. Le développement de ce nouveau partenariat conduit Louis Saint-Jean, dans ses différentes activités, à révéler, promouvoir et à faire valoir la vie culturelle et artistique de Montréal. D'autre part, monsieur Saint-Jean est aussi mandaté pour travailler en étroite collaboration avec les fédérations sportives québécoises et canadiennes. À cette fin, il doit trouver les moyens d'aider ces fédérations à organiser à Montréal des événements sportifs majeurs qui, comme l'ont constaté plusieurs études, attirent un très grand nombre de touristes et procurent une large couverture médiatique à la ville hôte.

- 3) *Production de documents promotionnels*: Louis Saint-Jean coopère également avec la direction des communications afin de produire les différents documents promotionnels de l'Office des congrès et du tourisme du Grand Montréal. À titre d'exemple: les livrets de coupons-escompte, le guide des événements, le guide des restaurants, les encarts publicitaires, etc. Cette collaboration peut se faire au niveau de la négociation des prix, de la vente d'espaces publicitaires ou au niveau de la conception et du développement du produit.

En conclusion, il est facile d'affirmer que monsieur Louis Saint-Jean se sent très à l'aise dans sa fonction de délégué commercial à la direction des services aux membres et apprécie grandement les défis qui lui sont présentés. Qui aurait pu dire, il y a quelques années, que son emploi ne le conduirait pas à explorer le monde, mais plutôt à inciter le monde à nous explorer?

Entrevue réalisée le 7 janvier 1993

CHRONIQUE Bibliographie

par Guylaine Surprenant

NOUVELLES PUBLICATIONS

Ces nouvelles publications sont disponibles au :

- Centre d'études du tourisme : (514) 967-8516 (CET)
- Centre de documentation du ministère du Tourisme du Québec à Québec : (418) 643-5090 (MTQ)

à Montréal : (514) 873-7977 (MTM)

- Centre de référence et de documentation touristique de Tourisme Canada à Ottawa : (613) 954-3943 (CRDT)

AFFAIRES EXTÉRIEURES ET COMMERCE EXTÉRIEUR CANADA, **Le marché des touristes japonais**, 1991, 133 p. (CET)

ASSEMBLÉE DES PREMIÈRES NATIONS, ASSOCIATION DES MUSÉES CANADIENS, **Museum**, Groupe de travail sur les musées et les premières nations, Ottawa, 1992, 20 p. (CET)

BERGERON, André, **Le guide des 52 week-ends au Québec '93**, Éditions de l'Homme, Montréal, 1992, 468 p. (CET)

BOIVIN, R. et R. COMEAU, **Montréal, l'oasis du Nord**, Éditions Autrement, Série Mond. H.S. no 62, Paris, 1992, 198 p. (CET)

CAZES, Georges, **Tourisme et tiers-monde. Un bilan controversé**, Éditions L'Harmattan, Paris, 1992, 208 p. (CET)

CLAPROOD, Josée, **Étude sur la clientèle étudiante du Parc Olympique**, 1992, 46 p. + annexes. (CET)

CLUZEAU, Patrick et Rémy TREMBLAY, **Les voyages des touristes québécois au Québec en 1990**, ministère du Tourisme, Direction de la recherche, 1992, 247 p. (MTQ)

COMMONWEALTH DEPARTMENT OF TOURISM, **Tourism Australia's Passport to Growth: A National Tourism Strategy**, Commonwealth of Australia, 1992, 85 p. (CET)

CONSEIL DE LA CONSERVATION ET DE L'ENVIRONNEMENT, **Les éléments d'une stratégie québécoise en vue du développement durable. Avis sur le loisir et le tourisme**, Québec, Conseil de la conservation et de l'environnement, 1990, 46 p. (CET)

CONSEIL DE LA CONSERVATION ET DE L'ENVIRONNEMENT, **Avis sur les espaces naturels**, Québec, Conseil de la conservation et de l'environnement, 1990, 39 p. (CET)

CONSEIL DE LA CONSERVATION ET DE L'ENVIRONNEMENT, **Avis sur le milieu urbain**, Québec, Conseil de la conservation et de l'environnement, 1990, 76 p. (CET)

CRUISE INDUSTRY NEWS, **Cruise Industry News - Annual 1992**, 304 p. (CRDT)

CSIPAK, Jacques, **L'impact de la structure des canaux de distribution et du niveau d'implication des consommateurs sur la perception de la qualité des services: une analyse empirique**, thèse présentée comme exigence partielle du doctorat en administration, UQAM, 1991, 368 p. (CET)

DEMERS, Jacques, **Paysages et environnement touristique**, Institut nord-américain de recherche en tourisme Inc., Bernières, 1992, 228 p. (CET)

DEMONE, R.S., **Contributing to a Stronger Economy - Report of the Tourism Sector Consultations and Prosperity**, May 1992, 22 p.

DÉPARTEMENT DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT, **Analyse de la situation touristique du Vieux-Montréal. Approche produit/client**, OCTGM, août 1992, 43 p. (CET)

DUFOUR, Christian, **Bilan du suivi des recommandations de la politique à part... égale: document de réflexion**, Direction de la planification, de l'évaluation et de la recherche, Office des personnes handicapées du Québec, 1992, 1 vol. (MTQ)

ÉCOLE DES HAUTES ÉTUDES COMMERCIALES, **Tourism in Quebec: Positive Perceptions. Low «Purchase Rates»**, 1991, 21 p. (CRDT)

ERNST AND YOUNG, **Responding to Cross Border Shopping - A Study of the Competitiveness of Distribution Channels in Canada**, March 1992. (CRDT)

EUROPEAN CENTRE FOR DEVELOPMENT OF VOCATIONAL TRAINING, **Vocational Training in the Tourist Industry**, CEDEFDP, Berlin, 1991, 146 p. (CET)

FRÉCHETTE, P., VILLENEUVE, P., BOISVERT, M. et G. LEBLANC, **Les retombées économiques des jeux olympiques d'hiver de Québec 2002**, Centre de recherche en aménagement et en développement (CRAD), octobre 1992, 47 p. (CET)

GARDON, Anne, **Parc olympique de Montréal**, Messageries de presse Benjamin, 1992, 48 p.

HÉBERT, Gilles, **La mesure du tourisme et le problème de la double comptabilisation du tourisme d'affaires**, Université de Sherbrooke, 1991, 376 p. (CET)

IMC CONSULTING GROUP INC., **Alberta Snowmobiling Inventory and Development Study**, Alberta Snowmobile Association, 1989. (CET)

INDUSTRIE, SCIENCES ET TECHNOLOGIE CANADA, **Plan d'activité visant le marché américain des voyages d'agrément 1992-1995**, 1992, 23 p. + annexes. (CET)

INSTITUT CANADIEN DE RECHERCHE SUR LE TOURISME, **Tendances des salaires et avantages sociaux de l'industrie du tourisme et de l'accueil**, Ottawa, Conference Board du Canada, 1992, 3 p. (MTM)

INTAIR TRANSIT, **Guide international du voyage**, Éditions Intair Transit, 1992, 425 p. (CET)

JOURNAL LE SOLEIL, **Le Québec par étapes**, Association canadienne des automobilistes du Québec, 1992, 20 p. (MTQ)

KÉROUL, **Plan de développement 1991-1994**, juin 1991, 50 p. (CET)

MICHAUD, Jean-Luc, **Tourisme: chance pour l'économie, risque pour les sociétés**, Presses universitaires de France, 1992, 306 p. (MTM)

MINISTÈRE DES APPROVISIONNEMENTS ET SERVICES CANADA, **Groupe d'étude national des données sur le tourisme: rapport définitif**, Ottawa, 1989, 43 p. (MTM)

MINISTÈRE DU TOURISME, **Accueil et information touristique: bilan et perspectives**, Québec: La direction, 1988, 29 p. (MTQ)

MINISTÈRE DU TOURISME, **Destination Québec: vacances d'hiver**, Montréal, Direction générale du marketing, 1989. (MTM)

MINISTÈRE DU TOURISME, **Plan marketing**, Québec, le Ministère, 1989. (MTQ)

MINISTRE DE L'ENVIRONNEMENT, **L'état de l'environnement au Canada**, 1991. (CRDT)

MUSÉE DU SÉMINAIRE DE SHERBROOKE, **Le Québec au naturel: 27 régions à découvrir**, Québec, Les publications du Québec, 1992, 195 p. (MTQ)

OCTGM, **L'état du tourisme à Montréal. Bilan de l'année 1991**, 1992, 54 p. (CET)

ORGANISATION DE L'AVIATION CIVILE INTERNATIONALE, **Politique et éléments indicatifs sur la réglementation du transport aérien international**, deuxième édition, 1992, 109 p. (CET)

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Harmonisation interrégionale des critères de classification hôtelière sur la base des normes de classification adoptées par les commissions régionales**, Madrid, 1989, 23 p. (CET)

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Mesures recommandées pour la sécurité du tourisme**, Sofia, 1985. (CET)

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Pour un tourisme accessible aux handicapés dans les années 1990**, Madrid, 1991, 12 p. (CET)

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Santé et voyages à l'étranger**, Madrid, 1991, 12 p. (CET)

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Stations touristiques intégrées: synthèse**, Madrid, 1991, 22 p. (CET)

PATA, **Japan Market Intelligence**, August 1991, 33 p. (CRDT)

REDEKOP, David, **Faiblesse des voyages d'affaires. Hausse des voyages d'agrément**, Ottawa: Conference Board du Canada, 1992, 9 p. (MTM)

SOCIETY OF INCENTIVE TRAVEL EXECUTIVES, **The Incentive Travel Case Study Book**, New York, The Society, 1990, 146 p. (MTM)

TOURISME CANADA, **Enquête sur le secteur du tourisme culturel**, 1992, 65 p. (CET)

TOURISME CANADA, **Globe '92 - Instruments of Change for Sustainability: An Agenda for Business and the Environment**, March 1992, 75 p. (CET, CRDT)

TOURISME CANADA, **Le marché canadien des voyages à l'étranger, concordance produit-marché. Sommaire**, 1992, 18 p. (CET, CRDT)

TOURISME CANADA, **Plan commercial du marché touristique japonais 1992/1995**, mai 1992, 24 p. (CRDT)

U.S. TRAVEL DATA CENTER, **Impact of Travel and State Economies 1990**, Washington, 1992, 61 p. (CET)

VÉLO-QUÉBEC, **Conférence économique sur l'industrie et le tourisme à bicyclette: tendances, clientèles, produits**, Montréal, avril 1991, 125 p. + annexes. (CET)

■ **ÉVÉNEMENTS LOCAUX**

Salon Vacances et Loisirs d'été
Palais des congrès de Montréal
26 au 28 mars 1993
Info.: (514) 527-9221

Gala national des Grands Prix du Tourisme
Capitole de Québec
7 mai 1993
Info.: (514) 873-3364

Colloque Tourisme et culture : une alliance d'avenir ?
6 et 7 mai 1993
Info.: (418) 643-2158, poste 284

Colloque Téoros, Congrès de l'ACFAS à Rimouski, Québec
19 mai 1993
Info.: Montréal (514) 398-4304; Rimouski (418) 724-1636

■ **ÉVÉNEMENTS NATIONAUX**

VII Canadian Congress on Leisure Research
Winnipeg, Manitoba
13 au 15 mai 1993
Info.: (204) 474-9747

■ **ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX**

Third Conference on International Travel Medicine
Organisé par le ICA
Paris, France
25 au 29 avril 1993
Info.: (33-1) 47.61.99.11

International Conference, «Vietnam: Opportunities for Tourism and Hotel-Industry Development»
Organisé par l'Université d'Angers, France et l'Université du Nébraska, États-Unis
Da Nang, Vietnam
2 au 4 mai 1993
Info.: (1-702) 597-4458

AACI Pacific Regional Conference
Organisé par Airports Association Council International
Noumea, Nouvelle-Calédonie
2 au 6 mai 1993
Info.: (41-22) 798-4141

Congrès international de l'International Forum of Travel and Tourism Advocates (IFTTA)
Honolulu, États-Unis
9 au 15 mai 1993
Info.: (1-415) 673-3333

First International Conference on Investment and Financing in the Tourism Industry
Organisé par le ministère du Tourisme d'Israël
Jérusalem, Israël
16 au 21 mai 1993
Info.: (972-2) 23.73.11

International Travel and Tourism Research Association (ITTRA)
24e conférence annuelle
Whisler, Colombie-Britannique
13 au 16 juin 1993
Info.: Bureau de l'Association du Colorado (303) 940-6557

International Conference on Establishing Surveys
Organisé par Statistiques Canada
Buffalo, États-Unis
27 au 30 juin 1993
Info.: (1-613) 951-9185

■ **FOIRES/EXPOSITIONS/SALONS**

Salon Mondial du Tourisme et des Voyages
Paris, France
10 au 15 mars 1993
Info.: (33-1) 49.38.15.15

TUR93 - Swedish International Travel and Tourism Trade Fair
Goteborg, Suède
25 au 28 mars 1993
Info.: (46.31) 10.91.10

AIME - Australian International Meetings Expo
Melbourne, Australie
30 au 31 mars 1993
Info.: (1) 45.79.80.44

PATA - Pacific Asia Travel Association Travel Mart
New Delhi, Indes
13 au 17 avril 1993
Info.: (415) 986-4646

Tour Expo '93 (World Travel Show)
Osaka, Japon
22 au 25 avril 1993
Info.: 81 (6) 612-1042

HOFEX '93 Trade Exhibition
Hong-Kong
4 au 7 mai 1993
Info.: (44-071) 586-1951 (Londres)

Intertour '93 - 7th Annual International Travel Industry Exposition of Asia
Hong-Kong
3 au 5 juin 1993
Info.: (852) 527-2601