

Chroniques

Volume 12, numéro 3, octobre 1993

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1077941ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1077941ar>

[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(3), 50–56. <https://doi.org/10.7202/1077941ar>

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

La nouvelle Europe économique et ses enjeux touristiques : position de l'économiste français Yves Tinard

Invité par l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal, monsieur Yves Tinard, professeur à l'École Supérieure de Commerce à Paris - l'une des trois plus grandes écoles de gestion de la capitale française - a présenté une conférence, le 30 septembre dernier, sur le thème de *La nouvelle Europe économique et les conséquences sur le tourisme*. La Chaire de tourisme de l'UQAM, présidée par monsieur Michel Archambault, débutait de cette façon une nouvelle série de séminaires publics, faisant ainsi suite à ses nombreuses activités de formation et de recherche.

«La construction européenne relève-t-elle de la réalité ou de l'imaginaire?». C'est en ces termes polémiques que monsieur Yves Tinard a débuté sa conférence.

La construction européenne

Avant toute chose, il importe d'abord de s'attarder et de comprendre le processus d'unification de l'Europe. Selon monsieur Tinard, la construction européenne renvoie à trois principales étapes, qui sont tout à fait distinctes de l'approche nord-américaine.

Première étape : 1er janvier 1993, date à laquelle la traité de Maastricht est entré en vigueur;

Deuxième étape : 1er janvier 1993 au 1er janvier 1999, étape préalable qui introduit

la notion de l'Écu, monnaie unique européenne;

Troisième étape : 1er janvier 1999, date de création et de mise en circulation de l'Écu, situation à laquelle monsieur Tinard, et plusieurs autres économistes européens, ne croient pas.

Le marché unique et les conséquences sur le tourisme

Ce nouveau marché unique a de nombreuses répercussions et occasionnera des modifications importantes au sein de l'industrie touristique européenne.

1- Le marché unique entraîne une *abolition complète des barrières douanières* et par conséquent, institue la *libre circulation des personnes, des biens et des capitaux*. Cette situation change peu de choses pour les pays puissants, tels que l'Allemagne, qui a toujours eu comme système la liberté de circulation des capitaux, tant sur le plan touristique que de l'entreprise. Cependant, elle affecte les pays à monnaie faible, comme l'Espagne, l'Italie et la France, qui ont toujours été régulés par un système de contrôle des changes pour défendre leur monnaie. Ainsi donc, les pays de l'Europe des Douze sont affectés par cette nouvelle ouverture, suivant la puissance de leur régime économique.

2- Dorénavant, chaque ressortissant de l'Europe des Douze pourra *dépenser la somme qu'il désire, sans restrictions*. Cela n'était pas le cas auparavant dans certains pays comme l'Italie et l'Espagne, qui émettaient des restrictions quant aux dépenses à l'étranger. Par conséquent, certains pays craignent aujourd'hui pour la dévaluation de leur monnaie.

3- Les ressortissants de l'Europe des Douze ont une totale liberté d'*acheter des résidences secondaires à l'étranger, sans aucune limitation*. Auparavant, certains pays comme la France, émettaient des restrictions quant aux montants d'argent dépensés pour l'achat d'une résidence secondaire outre-frontière. Cette nouvelle situation affectera assurément la balance des capitaux.

4- Chaque ressortissant de l'Europe des Douze peut *acheter comme il le veut, où il le veut, des billets d'avion et des circuits touristiques*. Cela occasionne vraisemblablement des problèmes pour la France qui a une politique de prix très élevés.

5- Le marché unique induit le principe de la *déréglementation aérienne*, secteur traditionnellement très légiféré (fréquence de la liaison, type d'appareil et prix). Par conséquent, les barrières sont levées sur le contrôle de l'offre de sièges et les prix. Voyant mal des compagnies étrangères opérer sur leur propre marché, certains pays à grand marché domestique, comme la France, ont accepté le principe du «cabotage consécutif», au moins jusqu'au 1er avril 1997. En termes concrets, cela signifie que dès qu'un transporteur prolonge sa propre ligne nationale, on admet le principe de concurrence jusqu'à 50 % des sièges. Prenons, par exemple, la compagnie espagnole Iberia; si elle dessert deux villes espagnoles, on admet qu'elle puisse desservir Paris à concurrence de 50 % de ses sièges avec une totale liberté sur les prix.

Malgré les ajustements qui ont été apportés à cette nouvelle déréglementation, afin de réduire le plus possible les effets «dommageables», des répercussions se sont inévitablement fait ressentir au niveau des tarifs aériens, qui ont considérablement diminués; certaines compagnies aériennes ont fait chuter leurs prix, entre les capitales européennes, de 50 % à 60 %! Toujours est-il qu'à partir du 1er avril 1997, il n'y aura plus aucune restriction. Ceci implique concrètement que, par exemple, le transporteur British Airways pourra parfaitement concurrencer le monopole d'Air Inter sur l'axe le plus fréquenté d'Europe, soit la ligne Paris-Nice, avec une complète autonomie quant à l'offre des sièges et les prix. Toutes les compagnies aériennes européennes pourront assumer n'importe quelles lignes intérieures au sein de l'Europe des Douze. Il est à prévoir que certaines compagnies risquent fort de souffrir de cette déréglementation qui, cependant, profitera à coup sûr au consommateur.

6- Avec le marché unique, *un pays ne peut plus s'opposer, au nom de l'indépendance nationale, à ce qu'une société étrangère prenne le contrôle d'une société dans son pays.* Un pays comme l'Allemagne se voit donc attribuer beaucoup de pouvoir au détriment de pays à monnaie plus faible. Certaines entreprises, comme le Club Méditerranée et le Groupe Accord (France), deviennent ainsi très vulnérables. Toutefois, en France, les intérêts étrangers devront faire face à beaucoup de résistance afin de pouvoir prendre le contrôle des sociétés françaises. Leur principal obstacle est la Caisse de Dépôt et de Consignation (CDC), organisme très puissant qui est souvent venu à la rescousse d'entreprises touristiques ayant de graves problèmes financiers. La CDC gère l'ensemble des caisses d'épargne en France et dispose de plus de 400 milliards de dollars de ressources. Ainsi, ayant déjà sauvé de la faillite plusieurs entreprises touristiques, la CDC ne restera sûrement pas indifférente à une prise de contrôle étrangère. Face à cette situation, certains pays comme l'Allemagne et la Grande-Bretagne, ont demandé à plusieurs reprises que la France déstructure la Caisse de Dépôt et de Consignation, estimant que ce dernier est un organisme de blocage dans toutes les opérations de prise de contrôle dans le secteur du tourisme.

7- Le marché unique amène une *normalisation des conditions d'exercice d'une profession au sein de l'Europe des Douze.*

8- Le marché unique amène une *normalisation des produits.* Par exemple, la France est encore le seul pays en Europe à ne pas avoir d'hôtels 5 étoiles. Il y aura donc une normalisation du système de classification.

Le marché unique européen : une puissance touristique face à ses concurrents?

«L'Europe des Douze, dans le domaine touristique, fait-il vraiment un contrepoids face au bloc asiatique et au bloc nord-américain?». Sur ce point, monsieur Tinard est catégorique: non.

Trois exemples démontrent l'absence de contrepoids européen en matière touristique.

- a) Ligne Paris/New York: des négociations bilatérales doivent être entamées. Selon le principe de l'Europe des Douze, le pouvoir de négociation devrait être différé à une Commission qui parlerait au nom des Douze. Ce n'est cependant pas le cas, puisque chaque pays a revendiqué qu'un accord bilatéral soit conclu entre les pays concernés.
- b) Système de réservation: il n'y a pas de système de réservation unique pour l'Europe. Il existe actuellement trois systèmes de réservation partagés entre les compagnies aériennes: deux européens et un américain. Cette situation est navrante puisqu'elle démontre leur incapacité à avoir un système unique européen et en plus, des alliances existent entre un groupe européen et les Américains au détriment de l'autre partie européenne.
- c) Accord de libre-accès: les Pays-Bas ont conclu avec les États-Unis un accord de «libre accès», ce qui signifie que les deux pays ont une liberté totale sur les offres de sièges et les prix. KLM assurent ainsi sa viabilité.

Ainsi, plus souvent qu'autrement, les préoccupations nationales l'emportent sur les problématiques européennes. Alors comment l'Europe des Douze peut-elle donc faire un contrepoids face aux blocs nord-américains et asiatiques?

Création de la monnaie unique européenne

L'Europe se situe actuellement dans la phase préalable menant à la création et la mise en application, le 1er janvier 1999, de la monnaie unique européenne. Afin de pouvoir adhérer à l'Écu, le traité de Maastricht exige le respect de cinq critères:

- 1) Taux d'inflation: les trois pays dont le taux d'inflation est le plus faible sont choisis. La moyenne de leur taux d'inflation, auquel on additionne 1,5, donne la limite maximale tolérable.

- 2) Déficit budgétaire: le déficit doit représenter au maximum 3 % du PIB.
- 3) Endettement: le taux d'endettement doit équivaloir au maximum à 60 % du PIB.
- 4) Taux d'intérêt à long terme: les trois pays dont le taux d'inflation est le plus faible sont choisis. La moyenne de leur taux d'intérêt à long terme est calculé. Deux points sont ajoutés au résultat et cela détermine le taux d'intérêt à long terme maximal tolérable.
- 5) Système monétaire européen (SME): ce système assure une stabilité monétaire. Pour qu'un pays puisse y adhérer, il doit rester pendant au moins deux ans au sein de SME sans changement de parité.

À la lumière des plus récentes études effectuées en Europe, il semble que presque la totalité des pays ne répondent pas à l'un ou l'autre, ou à l'ensemble de ces critères. Alors pourquoi le traité de Maastricht?

Il est clair cependant que de cette nouvelle union économique et monétaire découle beaucoup de bouleversements d'ordre économiques au sein des pays concernés. Le taux de faillite est très élevé en France et les licenciements sont massifs, ce qui, inévitablement, touche les entreprises touristiques. «Nous avons la récession que nous méritons» de dire monsieur Tinard.

Pour conclure, monsieur Yves Tinard affirme que ce traité n'est qu'une «illusion au niveau de l'imaginaire de la construction européenne, c'est-à-dire des reliefs favorables de ce contrepouvoir supposé face à deux autres blocs, qui est d'une part le bloc asiatique et d'autre part le bloc nord-américain».

L'Accord de l'ALENA ne serait-il pas, lui aussi, que chimère?

Notes sur l'auteur de la conférence

Monsieur Yves Tinard, économiste de formation, a publié de nombreux articles et volumes dans le domaine de l'économie et du tourisme, plus particulièrement au sujet de la déréglementation du transport aérien et de la qualité des services dans les entreprises. Il a publié récemment aux éditions McGraw-Hill (1992) **Le tourisme, écono-**

mie et management. Tel que décrit par l'éditeur, «Ce livre a pour objectif de constituer le premier ouvrage de base complet sur le tourisme tout en éclairant les problèmes spécifiques qui y sont liés. Pour ce faire, l'auteur s'est attaché à décrire successivement: les grands concepts de ce domaine; le poids du secteur touristique, tant au niveau national qu'international; l'ensemble des acteurs concernés, des structures institutionnelles aux tours-opérateurs, agences de voyages, transporteurs, hôteliers, etc.; les relations qui existent entre ces différents intervenants; les difficultés rencontrées par chacun d'eux. Afin de concrétiser ces développements, l'auteur a réuni, sous forme d'interviews ou d'exposés, de nombreuses contributions de professionnels issus d'horizons divers.»

CHRONIQUE

Profession

par Isabelle Mainville

Madame Dominique Montplaisir, B.A.A., gestion et intervention touristiques, UQAM, 1987
Directrice
Le Musée Village de Séraphin et Au Pays des Merveilles

La chronique profession profite du sujet du présent numéro de *Téoros*, soit les parcs à thèmes, pour vous informer sur la carrière d'une diplômée en gestion et intervention touristiques de l'UQAM, madame Dominique Montplaisir, actuellement directrice et propriétaire à 50 % du Musée Village de Séraphin et du Pays des Merveilles.

Formation académique

Après avoir débuté ses études à l'École des Hautes Études Commerciales (HEC), madame Montplaisir s'est vite tournée vers le baccalauréat en gestion et intervention touristiques, ce dernier étant plus près, selon elle, du vrai marché de l'entreprise touristique. Cette formation était d'autant plus pertinente puisqu'elle savait déjà, avant même de commencer ses études, que quel qu'un devait prendre la relève au Musée

Village de Séraphin et Au Pays des Merveilles, l'entreprise de ses parents.

Le Musée Village de Séraphin

Le Musée Village de Séraphin assume bien sa mission de conservation du patrimoine et de l'histoire des Laurentides. En fait, il est le seul musée dans les Laurentides qui touche la période de la colonisation de cette région, marquée par l'arrivée du curé Labelle. Dès son ouverture en 1967, alors qu'*Un homme et son péché* de Claude-Henri Grignon était à la télévision et à la radio, le site a remporté un grand succès. Au début, le volet Séraphin était très fort, mais les propriétaires ont vite réalisé qu'ils avaient une très belle collection d'antiquités, s'associant davantage au concept de musée qui, par le fait même, pouvait convenir à plusieurs catégories de clientèles. Ce n'est pas uniquement Séraphin que l'on va voir, mais toute une richesse culturelle des Laurentides.

Au Pays des Merveilles

Quant Au Pays des Merveilles, c'est un pays fantaisiste, un immense terrain de jeux pour les enfants de 2 à 12 ans. Madame Montplaisir affectionne particulièrement le Pays des Merveilles. La joie qui se lit sur le visage des enfants épuisés la rend heureuse. Son but serait d'en faire un parc d'amusement reconnu à travers la province. C'est sur la bonne voie. Étant ouvert depuis 1983, le Village s'est vraiment redécouvert une nouvelle vie depuis deux ans, et ce, grâce à elle. Ce n'est pas étonnant puisqu'elle travaille vraiment corps et âme, comme vous pourrez le constater par vous-même, dans l'élaboration de ses tâches et responsabilités.

Tâches et responsabilités

La direction est occupée par les trois membres de la famille: la mère et le père de madame Montplaisir, et elle-même. La mère s'occupe particulièrement du volet ressources humaines au Musée Village de Séraphin et de la surveillance sur le site. Son père est responsable du volet organisation architecture et des urgences. Quant à Dominique, son domaine est le marketing, la comptabilité et la gestion du personnel au Pays des Merveilles. Vous allez voir que c'est vraiment une femme à tout faire.



Elle a d'abord tenté de nous faire comprendre qu'être directrice dans une entreprise familiale, dans une PME, ce n'est pas être directrice dans une grosse compagnie. Par exemple, si une employée ne se présente pas le matin, malgré qu'elle soit la directrice, madame Montplaisir la remplacera pour la journée s'il le faut, quelque soit le poste à combler. De toute façon, elle les a déjà tous occupés.

Comme dans toute entreprise, en tant que directrice, elle est en charge de tout le volet administration générale et comptabilité. De plus, c'est elle qui s'occupe du marketing, soit de l'achat d'espace publicitaire et tout ce qui s'y rattache. Normalement, il y a une secrétaire pour le courrier et toute la bureautique, mais elle est dans une PME, donc elle est également sur l'ordinateur de 6h00 à 8h00 le matin. Dès 8h00, elle se retrouve sur le terrain avec les hommes d'entretien pour les diriger dans leurs opérations.

Puis, quand les portes ouvrent à 10h00, elle prend en charge le volet accueil; elle est à la réception et elle reçoit la clientèle. S'il le faut, elle fera un peu d'animation déguisée en Alice au Pays des Merveilles. Aussi, elle se promène au travers les clients et elle s'assure qu'ils sont contents, qu'ils sont bien reçus et qu'ils savent où ils s'en vont. L'observation et le contrôle lui permettent ainsi de tâter le pouls de la clientèle et de voir s'il n'y aurait pas de modifications à apporter dans l'avenir. Ceci l'aide à élaborer des activités pour l'année suivante.

Un poste de direction, une question d'expérience, de formation ou de qualités requises

Pour madame Montplaisir, détenir un poste de direction c'est une question de tempérament. Il y a des gens qui dirigent et d'autres qui se font diriger. Il y a des gens qui sont d'excellents employés et qui le resteront toujours parce qu'ils ne veulent pas nécessairement avoir des responsabilités. Pour sa part, elle a définitivement un tempérament d'employeur.

Pour détenir un poste de direction comme celui-là, à peine un an après la sortie de l'université, c'est malheureux mais, selon elle, il faut vraiment avoir des parents derrière soi. Normalement, il faut prendre quelques années d'apprentissage chez un employeur, et si l'entreprise fonctionne bien, c'est très positif. Car de toute façon, notre vie professionnelle est à son plein régime entre 30 et 40 ans. Donc, jusqu'à 30 ans, tu apprends beaucoup et à cet âge tu décides si tu te lances, si tu veux devenir ton propre employeur. «Il s'agit de trouver le bon créneau, les bonnes personnes et les bonnes connections au bon moment» nous dit-elle. L'important, c'est d'être réaliste. «Une petite PME qui va te coûter quelques milliers de dollars et qui, en bout de ligne, va bien te faire vivre et faire vivre d'autres personnes; cela peut t'apporter beaucoup de gratitude d'être à ton compte, d'être propriétaire chez toi.»

Le baccalauréat en GIT...

Elle est consciente que l'approche théorique et à la fois pratique du baccalauréat en GIT lui a permis d'acquérir un apprentissage plus rapide et de faire ainsi un grand saut par rapport à d'autres personnes qui fonctionnent plus par essai et erreur. De plus, avec l'avantage d'être déjà dans le milieu via l'entreprise familiale, elle pouvait à tout moment appliquer ses connaissances à une entreprise réelle. Par exemple, elle avait fait un sondage sur la satisfaction de sa clientèle qui se disait très satisfaite à 99 %.

Depuis l'âge de 14 ans, elle travaille à cet endroit. Son expérience, la formation reçue de son père et ses études universitaires lui ont permis d'optimiser ses capacités. C'est en intégrant ses nouvelles fonctions qu'elle a vraiment pu apprécier son baccalauréat puisqu'elle pouvait mettre en application les notions acquises. Pour madame

Montplaisir, l'éducation c'est toujours bon et nos connaissances nous permettent d'avancer plus rapidement sur le marché du travail et d'être plus compétitifs. D'ailleurs, elle a des conseils à donner à ce sujet aux futurs diplômés.

Appréciez vos années d'étude et si c'est possible, par la suite, gardez-vous toujours une période de temps pour retourner à l'école, ne serait-ce qu'un cours par semaine. De plus, ça bouge tellement le monde des affaires, prenez le temps de lire le journal de temps en temps et d'être à l'affût de ce qui se passe ailleurs.

L'industrie touristique

L'industrie touristique est très difficile. D'autant plus que gérer un parc à thèmes de ce genre, c'est aussi difficile que d'être cultivateur puisque la température influence énormément l'affluence. Difficile, d'autant plus que l'entreprise dont il est question est à but lucratif, contrairement aux autres qui sont à but non lucratif et par le fait même, reçoivent des subventions souvent très considérables. Donc, si via le gouvernement la concurrence est déloyale, que peuvent-ils faire de plus?

Les projets futurs


Madame Montplaisir est présentement en train de mener à terme un plan de 5 ans, duquel il reste 3 ans à mettre en place. Pour en connaître la saveur, nous devons toutefois nous tenir au courant. Souvenons-nous de l'arrivée du «Château de la riche héritière»; il avait totalement relancé le Musée Village de Séraphin, et les autres ajouts ne passeront certes pas inaperçus, autant au musée qu'au Pays des Merveilles. Toutefois, il faut bien comprendre qu'il est impossible de rajouter des maisons qui n'étaient pas dans le programme. Ce sera probablement fait avec le temps et dans ce cas là, ils ajouteront des maisons dont la valeur patrimoniale est reconnue. Elles sont toutefois difficiles à obtenir sans subventions. Même si l'arrivée du village d'Emilie a fait diminuer la part des autres parcs, madame Montplaisir est convaincue qu'il y a encore de la place pour un autre parc de ce genre dans les Laurentides, puisque la moitié de sa clientèle visite le village Séraphin, le Pays des Merveilles et le village du Père Noël dans la même journée.

Quoiqu'il en soit, avec tout le dynamisme, l'enthousiasme et la franchise de madame Montplaisir, il n'y a aucun doute que nous entendrons parler d'elle! D'ailleurs, si dans un parc d'amusement vous voyez quelqu'un en train d'observer le fonctionnement d'une machine, dites-lui bonjour, c'est sûrement madame Dominique Montplaisir s'ouvrant au monde, aux changements et aux améliorations.

CHRONIQUE Publication

par Isabelle Mayer

Publiée aux Presses universitaires de France, la collection «Que sais-je» nous propose deux volumes portant sur les *parcs à thèmes*. Ils sont tous deux l'oeuvre d'un même auteur, monsieur Robert Lanquar, dont la contribution en matière de publications dites «touristiques» n'est plus à démontrer.

 Lanquar, Robert, **Les parcs de loisirs**, Presses universitaires de France, Que sais-je, 1ère édition, février 1991.

Le premier volume, publié en février 1991, examine le phénomène des *parcs de loisirs*. Les rapides changements qui bouleversent le secteur touristique engendrent des difficultés dans l'étude de la demande de produits touristiques, tels que les parcs de loisirs. C'est pourquoi monsieur Lanquar propose une analyse en cinq chapitres, soit:

- le concept de parc de loisirs;
- les parcs de loisirs dans le monde;
- le développement des parcs de loisirs;
- l'accueil, l'animation et les attractions;
- la gestion et le marketing des parcs de loisirs.

Le concept de parc de loisirs englobe des notions de fête (dont les origines rappellent les fêtes religieuses et les fêtes foraines du moyen âge), de spectacle et de jeux (jeux de hasard, de compétition, de «faire semblant» et de vertige). Quand on parle de «parc», on pense aux parcs de Versailles, aux parcs zoologiques et naturels ou aux parcs d'attractions. Mais il ne faudrait surtout pas oublier les cirques, qui représentent un des principaux fondements

des parcs de loisirs actuels. On retrouve en France divers équipements de loisirs tels que les bases de loisirs et de plein air, les golfs et les écomusées. Afin de classer les divers types de parcs à thèmes, l'auteur nous parle de générations, où l'on retrouve Disneyland (le premier «parc à thème» moderne) en troisième génération et l'«Universal Studios» en quatrième génération.

Il existe dans le monde, plusieurs milliers de parcs de loisirs. On a même créé, en 1920, une association internationale des parcs de loisirs et d'attractions (IAAPA) qui représentait au début des années 1980 près de 2000 parcs d'attractions, fabricants d'équipements et autres types de membres, dans une quarantaine de pays. Les États-Unis est le pays qui regroupe le plus grand nombre de parcs de loisirs. On en compte environ 1200, en plus d'une multitude de parcs locaux dont la superficie varie entre 5 et 50 hectares. Le système Walt Disney est sans contredit le parfait exemple d'un parc à thème, qui s'impose non seulement en Amérique mais également en Europe, avec EuroDisney. Plusieurs pays d'Europe ont leurs parcs de loisirs: l'Allemagne, la Belgique, l'Espagne, la France, l'Italie, les Pays-Bas et la Suisse. Monsieur Lanquar se penche plus particulièrement sur la situation des parcs de loisirs en France.

Qu'en est-il du développement des parcs de loisirs? Dans l'étude des marchés cibles des parcs de loisirs, l'on doit premièrement considérer la notion d'excursionniste, puisque la quasi totalité des parcs de loisirs (Disney mis à part) se visitent en moins d'une journée. La demande pour ce genre d'attraction vient surtout d'une clientèle de type familial. La création d'un parc de loisirs consiste en une opération de grande envergure et nécessite des études de viabilité et de faisabilité, des montages financiers (recherche de partenaires), un plan directeur, une stratégie d'aménagement, une gestion de projets à long terme et des appels d'offres et contrats. Il faut également considérer les impacts économiques et écologiques d'un tel projet.

Au chapitre IV, l'auteur nous parle d'un élément que je considère comme étant la clé de la réussite en tourisme: l'accueil. «L'accueil n'est pas seulement une attitude. C'est le premier moyen de promotion avec des éléments concrets et tangibles et des éléments plus abstraits, plus psychologiques». Le succès d'un parc de

loisirs est autant lié à sa réputation sur l'accueil qu'aux équipements mis à disposition des visiteurs. L'animation, concept intégral des parcs de loisirs, implique trois processus conjoints: dévoilement, mise en relation et créativité. Cette animation devient, dans la plupart des cas, une animation spectacle. Certains parcs ont développé un créneau particulier. Celui des repas avec animation et mises en scène prestigieuses (telles que des reconstitutions historiques du moyen âge). Dans ce même chapitre, on nous présente les familles d'attractions (telles que les tours, les manèges, les radeaux ou autres engins flottants, etc.), ainsi que les méthodes de lancement et les fabricants d'attractions.

En dernier lieu, monsieur Lanquar aborde l'aspect de gestion et de marketing des parcs de loisirs. La culture d'entreprise, la qualité et l'éthique sont des éléments à considérer dans la gestion d'une entreprise de ce genre. En ce qui concerne les emplois, on parle aujourd'hui d'une meilleure formation préalable, comparativement à la formation «sur le tas» des années passées. On aborde également les aspects de gestion de la sécurité, de restauration et de commercialisation dans les parcs de loisirs.

Malgré certains problèmes, tels que des files d'attente souvent trop longues, des investissements gigantesques, une rentabilité incertaine et une concurrence féroce, l'avenir des parcs de loisirs semble prometteur. «Dans l'étrange silence du monde qui nous entoure, les bruits de la fête foraine et la quête angoissée d'émotions fortes et de rêves conviviaux ramènent aux parcs de loisirs.»

□ Lanquar, Robert, **L'empire Disney**, Presses universitaires de France, Que sais-je, 1ère édition, novembre 1992.

Le deuxième volume, entièrement consacré à l'Empire Disney, se révèle être un excellent exemple en matière de parc à thème. Mais la légende Disney représente bien plus que ses parcs d'attractions de Floride et de Californie. *The Walt Disney Company*, fondée par cet homme aux ambitions démesurées que fut Walter Elias Disney, détient à son actif des dizaines, voire même des centaines de films d'animation et de dessins animés. Elle a produit des comédies telles que **Le clochard de Beverly Hills** et **Trois hommes et un bébé**. Elle possède des magasins où l'on

retrouve des centaines d'articles promotionnels de *La Company*. Et il y a bien sûr ses parcs à thèmes: Disneyland, Disney World, Tokyo Disneyland et le tout nouveau Euro Disneyland.

En première partie, l'auteur nous présente l'Homme derrière la légende. Son enfance, ses débuts en 1920 lorsqu'il fonde la *Laugh-O-Grams* avec son frère Roy et Ub Iwerks, qui demeureront associés aux ambitions de Walt durant de longues années, l'arrivée de *Mickey Mouse* et du *Disney Brothers Studio*... Ce premier chapitre nous raconte comment monsieur Disney en est arrivé à réaliser son plus grand rêve: construire un parc à thème basé et dédié aux Idéaux, Rêves et Réalités qui ont créé l'Amérique. «Disneyland sera plein de réussites, des joies et des espoirs du monde dans lequel nous vivons.» Tout juste avant de léguer son empire à son frère Roy, il nous laisse la maquette de son dernier rêve, *Epcot, une cité du futur où la violence et les conflits n'existent pas, une utopie à base de gentillesse*. Il mourra le 15 décembre 1966, dans une chambre du Burbank Hospital.

En deuxième partie, on parle de l'évolution de la *Company*, après le règne de Walt Disney. Durant presque vingt ans, *Walt Disney Productions* va vivre de ses acquis au fil de conflits et intrigues diverses. L'équipe de dirigeants est remaniée à maintes reprises jusqu'à l'arrivée du nouveau prince, Michael Eisner.

En 1982, Card Walker procédera à l'inauguration d'*Epcot*. Mais la *Company* ne connaît plus les heures de gloire de l'époque Walt Disney. La nouvelle filiale cinématographique, *Touchstone*, n'arrivera pas à faire remonter les actions. Le 22 septembre 1984, Michael Eisner fait son entrée dans le *Royaume magique de Disney*. Le leadership d'Eisner viendra marquer la société à trois degrés: la *synergie* (partenaires commerciaux pour chaque nouveau personnage créé, utilisation des parcs pour des films publicitaires et des spectacles), l'*activisme Disney* (c'est l'ère Disney, on pense Disney, on s'habille Disney. La *Company* recrute plus de 30 scénaristes qui produiront des films à succès incontestables tels que **Good Morning Vietnam** et *la planification à long terme* (Michael Eisner fera de Disney un grand groupe de dimension internationale avec une vision à long terme et une stratégie pour le futur).

Nous retrouvons également dans cette partie des notions propres à la *Company* telles que sa culture et ses valeurs, sa structure (*The Walt Disney Company, Les Studios Disney*, les produits de consommation, la *Disney Development Company* et la toute dernière née, la *Hollywood Records*).

Au chapitre trois, monsieur Lanquar nous présente les *Parcs Disney*. Le *Disneyland* de Californie, ouvert le 17 juillet 1955, compte près de 50 attractions. Il servira de modèle aux autres parcs Disney. Les parcs de la Floride représentent les plus vastes propriétés de la *Company*. *Disney World* ouvrira ses portes le 25 octobre 1971 et connaîtra une première année d'exploitation incroyable : plus de 10 millions de visiteurs. «Walt Disney-Floride est devenu le plus grand complexe touristique du monde. Il comporte non seulement trois grands parcs à thème (*Magic Kingdom, Epcot* et *Disney MGM Studios*), mais aussi deux parcs aquatiques, un centre de divertissement nocturne, plusieurs restaurants, un complexe de trois golfs de 72 trous, des centres d'équitation, de tennis, etc.».

Tokyo Disneyland, a accueilli, depuis son ouverture le 15 avril 1983, plus de 100 millions de personnes. Le complexe s'étend sur 82,6 hectares et son coût se serait élevé à 1,4 milliard de dollars.

Finalement, l'auteur consacre un chapitre entier à l'étude du projet *Euro Disneyland*. Il traite des conditions de développement, de la négociation sur les enjeux, des enchères et de l'accord entre la France et la *Company*. Certaines personnalités françaises parleront d'un Tchernobyl culturel et la *Company* devra revoir ses projets de développement en fonction de certaines restrictions culturelles. La Convention pour la création et l'exploitation d'*Euro Disneyland* France, signée le 24 mars 1987, viendra confirmer la mise en oeuvre du projet. Monsieur Lanquar nous présente les différentes clauses de cette convention. Il aborde également les aspects de réalisation du projet. La préparation du site, le montage financier, la recherche de participants ainsi que la gestion ultérieure de ce site. Malgré des années de préparation et d'efforts démesurés, *Euro Disneyland* ne connaîtra pas le succès de ses cousins américains. Le 12 avril 1992, le jour d'ouverture, on accueille 50 000 visiteurs seulement. En septembre 1992, la fréquentation du parc n'atteint pas 80 % des prévisions.

Malgré l'échec d'*Euro Disney*, la *Company* demeure leader en matière de parcs de loisirs, avec 30 % du marché. L'on se demande alors qui pourrait concurrencer Disney? La société demeurera-t-elle fidèle à ce type de loisirs qui ne représente en fait que l'imaginaire et la fiction? «C'est le spectacle lui-même qui est mis en spectacle, ce que nous venons de visiter n'existe pas; nous n'y découvrons que le souvenir de nos rêves.» Une seule chose demeure: Michael Eisner doit rester aux commandes de l'*Empire Disney* jusqu'après l'an 2000. Cet homme incarne toutes les représentations, il est le visage du nouveau Disney. Walter Elias Disney a pensé Disney, Eisner l'a élevé.

CHRONIQUE Bibliographie par Guylaine Surprenant

NOUVELLES PUBLICATIONS

Ces nouvelles publications sont disponibles au :

- Centre d'études du tourisme : (514) 987-8516 (CET)
- Centre de documentation du ministère du Tourisme du Québec à Québec : (418) 643-5090 (MTQ)

Le Centre de documentation à Montréal n'existe plus.

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

BACHMANN, K., *Salary and Benefits Survey Accommodation and Food Service Industry*, Canadian Tourism Research Institute, 1992 (CRDT).

BOUCHARD, Gabriel et Patrick CLUZEAU, *Le tourisme au Québec en 1991: une réalité économique importante*, Québec, ministère du Tourisme, 1993, 66 p. (MTQ).

BOUCHARD, Lucie, *Le développement touristique régional, son organisation et sa planification: le cas du Québec et associations touristiques régionales*, Québec, Université Laval, 1993, 120 p. (CET).

BRACKENBURY, Martin, *The Evolution of Tour Operating*, Montréal, Organisation mondiale du tourisme, 1993, 16 p. (CET).

BRODEUR, Claudette, *La station mont Tremblant*, Montréal, Chaire de tourisme, École des sciences de la gestion, UQAM, 1993, 33 p. (CET) (MTQ).

CAZELAIS, Normand, *Étrangers d'ici et d'ailleurs: un tourisme à visage humain. Chronique. Tome I*, Montréal, XYZ Éditeur, 1993, 204 p. (CET).

COMITÉ DES NORMES ET DE L'ACCREDITATION DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE (CNAIT), *Guide de plein air: normes professionnelles nationales: tronc commun de compétences*, Québec, ministère du Tourisme, 1993, 69 p. (MTQ).

COMMUNICATION STRATÉGIE ADMINISTRATION, *Station touristique Magog-Orford: étude économique de l'activité touristique dans la ré-*

gion Magog-Orford 1992, S.L., Communication Stratégie Administration, 1993, 25 p. (CET).

CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DES NATIONS UNIES, *Draft Recommendations on Tourism Statistics: Report of the World Tourism Organisation*, Nations Unies, Statistical Commission, 1992, 32 p. (CET).

CORPORATION DU CENTRE D'INTERPRÉTATION DE L'INDUSTRIE DE SHAWINIGAN INC., *Résumé des données relatives au projet du Parc de l'Industrie de Shawinigan*, Shawinigan, La Corporation, 1993, 15 p. (MTQ).

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION, *Cruise Industry: An Overview*, 1993 (CRDT).

CZECHOWSKI, Nicole (Éd.), *Dimanche*, Paris, Éditions du Seuil, 1989, 204 p. (CET).

DITTMER, P.R. et G.G. GRIFFIN, *Dimensions of the Hospitality Industry*, 1993 (CRDT).

L'ÉCART-TYPE, *Le marché américain des voyages d'agrément: les circuits touristiques*, S.L.: L'Écart-Type, 1993, 47 p. (CET) (CRDT).

L'ÉCART-TYPE, *Le marché américain des voyages d'agrément: les voyages combinant les affaires et l'agrément*, S.L.: L'Écart-Type, 1993, 28 p. (CET) (CRDT).

L'ÉCART-TYPE, *Le marché américain des voyages d'agrément: les voyages de plein air*, S.L.: L'Écart-Type, 1993, 35 p. (CET) (CRDT).

L'ÉCART-TYPE, *Le marché américain des voyages d'agrément: les voyages fait en automobile*, S.L.: L'Écart-Type, 1993, 35 p. (CET) (CRDT).

ENVIRONNEMENT CANADA, *Service des parcs, Rapport statistique 1992: région du Québec, parcs nationaux, lieux historiques nationaux, canaux historiques nationaux*, Ottawa, Service des parcs, 1993, 108 p. (CET).

ÉQUIPE ESPACES-INFO, *Festivals: créations, tourisme et image*, Paris, Éditions touristiques européennes, 1993, 143 p. (CET).

ÉQUIPE ESPACES-INFO, *Immobilier de loisirs*, Paris, Éditions touristiques européennes, 1993, 159 p. (Cahiers Espaces, 32) (CET).

ÉQUIPE ESPACES-INFO, *Tourisme d'aventure*, Paris, Éditions touristiques européennes, 1992, 127 p. (Cahiers Espaces, 29) (CET).

ÉQUIPE ESPACES-INFO, *Tourisme religieux*, Paris, Éditions touristiques européennes, 1993, 176 p. (Cahiers Espaces, 30) (CET).

FLORIDA TOURISM, *Final Report and Recommendations*, 1991 (CRDT).

FORSTER, Kerr, *Accommodation Supply Demand Analysis by Major Urban Centers in Canada*, 1993 (CRDT).

FORSTER, Kerr, *Revenue and Expenses Within the Canadian Accommodation Industry*, 1993 (CRDT).

GAMACHO, Franke, *Accepting the Challenge of Mutual Opportunity: The Role of Hospitality and Lodging Technology in World Tourism*, Montréal, Organisation mondiale du tourisme, 1993, 15 p. (CET).

HUARD, Héliène et Stéphane PIPON, *Saute-Moutons: contre vents et marées*, Montréal, Chaire de tourisme de l'Université du Québec à Montréal, 1992, 7 p. (CET).

HYDRO-QUÉBEC, *Les chemins de l'environnement: le programme de mise en valeur de l'environnement à Hydro-Québec*, Québec, Hydro-Québec, 1993, 28 p. (CET).

HYDRO-QUÉBEC, *Les routes de l'énergie: guide de visite des installations d'Hydro-Québec*, Québec, Hydro-Québec, 1993, 28 p. (CET).

IATA, *World Air Transport Statistics*, 1993 (CRDT).

INDUSTRIE, SCIENCES ET TECHNOLOGIE CANADA, *Marché américain des voyages d'agrément: plan opérationnel 1993-1994 = United States Pleasure Travel Market: 1993-1994 Operation Plan*, Ottawa, Le Ministère, 1993, 19 p., 16 p. (CET).

INTERNATIONAL WORKING GROUP, *Indicators for Sustainable Management of Tourism*, Environment Committee World Tourism Organization (CRDT).

L'AGENDA TOURISTIQUE par Guylaine Surprenant

■ ÉVÉNEMENTS LOCAUX

5e Conférence sur les perspectives touristiques du Québec
Organisée par l'OCTGM et l'Institut canadien de recherche sur le tourisme (ICRT) (à confirmer)
Février 1994
Info.: (514) 844-5400

■ ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX

Envirotour - Vienna '93
Organisé par l'International Society for Environment Protection (ISEP)
Vienne - Autriche
6-8 décembre 1993
Info.: (43-1) 715.28.28

6th PATA Adventure Travel & Ecotourism Conference
Organisé par Pacific Asia Travel Association
LaHore, Pakistan
15-17 janvier 1994
Info.: (1-415) 398-4295

CMT - International Exhibition for Caravaning-Motoring - Tourism
Stuttgart
Organisé par Messe Stuttgart International
Allemagne
22-30 janvier 1994
Info.: (49-711) 25.80.0

PATA/TTC/Tourism Canada
Tourism Marketing and Technology Conference
Organisé par Pacific Asia Travel Association
Vancouver, B.-C. (Canada)
22-24 février 1994
Info.: (1-415) 398-4295

■ FOIRES/EXPOSITIONS/SALONS

FTTUR Feria Internacional de Turismo
Madrid, Espagne
26-30 janvier 1994
Info.: (34-1) 722.50.00

BIT - Milan
Milan, Italie
23-27 février 1994
Info.: (39-2) 76.00.73.27

ITB 1994 - International Tourism Exchange
Berlin, Allemagne
5-10 mars 1994
Info.: (49-30) 30.38.0

19e Salon mondial du tourisme et des voyages (SMTV)
Paris, France
16-21 mars 1994
Info.: (33-1) 49.38.15.15

JENNER, Paul et Christine SMITH, **The Tourism and the Environment**, Londres, The Economist Intelligence Unit, 1992, 178 p. (CET).

KÉROUL, **Accessibility of Tourism - Related Services Persons with Restricted Physical Ability**, 1992 (CRDT).

KULSER, J.A., **Ecotourism and Resource Conservation**, 1991 (CRDT).

LANGLOIS, Michel G., **Les enjeux mondiaux du marketing touristique: les défis du XXI^e siècle**, Montréal, Université du Québec à Montréal, 1993, 29 p. (CET).

LE CONFERENCE BOARD DU CANADA, **Est-ce que les touristes aînés sont à l'abri de la récession?**, Ottawa, Le Conference Board du Canada, 1993, 6 p. (MTO).

LE CONFERENCE BOARD DU CANADA, **Le déficit touristique s'engagera sur une pente descendante**, Ottawa, Le Conference Board du Canada, 1993, 13 p. (MTO).

LORD CULTURAL RESOURCES PLANNING AND MANAGEMENT, **Cultural Tourism Handbook**, 1993 (CRDT).

LUNEAU, Jacques, **Stratégie de mise en marché touristique du Québec 1993-1996**, Québec, ministère du Tourisme, Direction de la planification et de la recherche, 1993, 91 p. (MTO).

MARSHALL MACKLIN MANAGNAN LIMITED, **Les spectacles sportifs au Canada: d'un point de vue touristique**, Ottawa, Industrie, Sciences et Technologie Canada, 1993 (CET).

MINISTÈRE DE L'ÉNERGIE ET DES RESSOURCES, **Dictionnaire des entités géographiques du gouvernement du Québec**, Service de la cartographie, Québec, Le Service, 1992, 1 vol. (MTO).

MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE, DU COMMERCE ET DE LA TECHNOLOGIE, **Navires d'excursions**, Québec, 1990, 1 vol. (MTO).

MINISTÈRE DES AFFAIRES INDIENNES ET DU NORD CANADIEN, **L'accord entre les Inuits de la région du Nunavut et sa majesté la Reine, du chef du Canada**, Ottawa, Le Ministère, 1993, 298 p.

MINISTÈRE DES AFFAIRES INTERNATIONALES, **Le Québec et l'accord de libre-échange nord-**

américain, Montréal, Le Ministère, 1993, 96 p. (CET).

MINISTÈRE DES TRANSPORTS, MINISTÈRE DU TOURISME, **La politique de signalisation touristique**, Québec, Les Ministères, 1992, 24 p. (CET).

MINISTÈRE DU TOURISME, **Le tourisme au Québec en 1991: une réalité économique importante**, Québec, ministère du Tourisme, 1993, 66 p. (CET).

MINISTÈRE DU TRAVAIL, DE L'EMPLOI ET DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE, **Convention collective nationale: tourisme social et familial**, Paris, Journal officiel, 1991, 93 p. (CET).

MORAN, Marilyn et Gordon GISLASON, **Tourism-Related Employment in Canada**, Ottawa, Tourisme Canada, 1992, 111 p. (CET).

MORGAN, C.M. et O.J. LEVEY, **Segmenting the Nature Market**, 1993 (CRDT).

OCDE, **Politique du tourisme et tourisme international dans les pays membres de l'OCDE**, Comité du tourisme, 1993 (CRDT).

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Tourism Statistics: Draft Recommendations on Tourism Statistics**, 1992 (CRDT).

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Tourism Trends Worldwide and in the Americas 1980-1992**, Madrid, OMT, 1993, 39 p. (CET).

OUVRY-VIAL, Brigitte et René LOUIS (Éds), **Les vacances**, Paris, Éditions du Seuil, 1990, 217 p. (CET).

PACI, Enzo, **Les tendances et défis du tourisme international**, Montréal, OMT, 1993, 25 p. (CET).

PATA, **Proceedings Use of Information and Tourism Research Data for Business Decision Making**, 1993 (CRDT).

RIVARD, Alain et Joël STE-MARIE, **Projet d'études international: Ile du Pacifique = International Study Project: Pacific Islands**, Montréal, Éditions Téoros, 1993, 52 p. (CET).

SAGE GROUP, **Évaluation et perspectives de développement des programmes et des vacances éducatifs au Canada destinés aux aînés**, Ottawa, Tourisme Canada, 1993 (CRDT).

SÉCOR, **Étude du comportement et de l'attitude des différents segments de clientèle touristiques**

à Montréal: 1 à 4 trimestres 1992. Sommaire des résultats, Montréal, UQAM, 1992, vol. 1-2-3-4 (CET).

SERVICE CANADIEN DES PARCS, ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche, **Le parc marin du Saguenay. Carrefour de vie, source d'échanges et de richesses. Proposition de mise en valeur**, Ottawa, ministère des Approvisionnements et Services Canada, 1993, 47 p. (CET).

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU SAINT-LAURENT, **Colloque international fleuves et planète. Actes du colloque**, Montréal, Éditions Téoros, UQAM, 1993, 52 p. (CET).

STARK, Dean, **Computer Reservation Systems - A User's Perspective**, Montréal, OMT, 1993, 13 p. (CET).

TÉOROS, **Colloque national sur l'écotourisme: actes du colloque**, Montréal, Éditions Téoros, 1993, 58 p. (CET).

THOMAS PUBLISHING, **Official Tour Directory**, 1993 (CRDT).

TIAC, **Code d'éthique et directives générales sur le développement touristique durable**, 1992 (CRDT).

TOURISME CANADA, **Prévisions du tourisme international: précis**, Ottawa, Tourisme Canada, 1992, 8 p. (MTO).

TUSS, Robert G., **Tour Packing: Simple Steps to Success**, Victoria, Ministry of Tourism, Recreation and Culture, 1987, 47 p. (CET).

U.S. TRAVEL DATA CENTER, **Tourism's Top Twenty: Fast Facts on Travel and Tourism**, 1992 (CRDT).

USTTA, **Canadian Travel to the United States**, 1993 (CRDT).

VILLE DE MONTRÉAL, **Montréal, ville d'affaires: plan de développement économique de la ville de Montréal**, Montréal, Ville de Montréal, 1993, 37 p. (CET).

WEILER, B. et C.M. HALL, **Special Interest Tourism**, 1992 (CRDT).

