Document généré le 14 juil. 2025 07:12

Téoros
Revue de recherche en tourisme

Chroniques

Volume 13, numéro 2, été 1994

URI : https://id.erudit.org/iderudit/1077765ar
DOI : https://doi.org/10.7202/1077765ar

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

(1994). Chroniques. *Téoros*, *13*(2), 48–54. https://doi.org/10.7202/1077765ar

Tous droits réservés © Université du Québec à Montréal, 1994

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

CHRONIQUES

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

CHRONIQUE Profession

par Marie-Janou Lusignan

Monsieur Jacques Grysole, associé
Monsieur Paul Fritz-Németh, consultant
Firme Legault, Grysole & Associés, Inc.

Téoros profite de ce numéro sur le tourisme dans les pays en voie de développement pour présenter les fonctions de deux professionnels oeuvrant dans le domaine de la consultation internationale. Il s'agit de messieurs Jacques Grysole et Paul Fritz-Németh, de la firme Legault, Grysole & Associés, Inc.

Quelques mots sur la firme

La firme Legault, Grysole & Associés, Inc. a été fondée en 1982 par Yvon Legault et Jacques Grysole. Ce bureau conseil en gestion est spécialisé en marketing stratégique et en planification commerciale. Plus précisément, les services offerts s'appliquent à la production de *plans et de stratégies de marketing*, la réalisation de *recherches commerciales*, l'évaluation de la *performance commerciale* des entreprises, la conception et l'implantation de *réseaux de distribution* et l'élaboration de *stratégies de service à la clientèle*.

L'entreprise est composée d'une équipe permanente (associés, consultants, recherchistes, etc.), secondée, selon les exigences et les mandats, par des collaborateurs externes (ingénieurs, avocats, fiscalistes, etc.) et des correspondants étrangers.

Legault, Grysole & Associés, Inc. applique son expertise marketing dans plusieurs secteurs industriels, notamment dans le domaine des biens de consommation courante, les produits alimentaires, les systèmes de transport et de distribution, les services, les technologies de l'information et le tourisme.

Des réalisations majeures

Depuis sa fondation, la firme Legault, Grysole & Associés, Inc. a obtenu de nombreux mandats au Québec et ailleurs dans le monde. Maintes réalisations ont été accomplies dans le domaine touristique. À titre d'exemple :

Au niveau national

- Production d'une étude de viabilité d'un centre de ski héliporté dans les Chic-Chocs, en Gaspésie: détermination des composantes du projet et élaboration d'un plan marketing pour l'Est du Canada et des États-Unis;
- Élaboration d'une politique d'accueil des visiteurs au nouvel aéroport de Mirabel;
- Réalisation d'une étude de préfaisabilité pour un centre quatre-saisons au Mont Sainte-Anne;
- Création du concept de porte d'entrée «Bonjour Montréal» pour développer le trafic de passagers à l'aéroport de Mirabel, etc.

Au niveau international

- Conception et mise en place d'un service de recherche et de planification marketing pour le plus important grossiste d'Algérie: développement de projets de recherche commerciale et formation de l'équipe responsable de leur réalisation;
- Analyse et évaluation des opérations de l'Entreprise Nationale Algérienne du Tourisme (ONAT), plus particulièrement du développement de ses produits et de sa mise en marché, dans la perspective d'accroître le tourisme nord-américain;
- Pour le compte du bureau de tourisme de Trinidad et Tobago, étude du marché américain et canadien des nouvelles tendances du tourisme et élaboration d'une stratégie de marketing basée sur des attractions et activités spécifiques dans le but de relancer Trinidad et Tobago comme destination touristique majeure;
- Pour le Secrétariat du Commonwealth, évaluation du marché nord-américain et développement d'une stratégie commerciale pour le tourisme haut-de-gamme vers les neuf pays du Sud de l'Afrique;
- Évaluation des produits touristiques du Pakistan pour le Pakistan Tourism Development Corporation, etc.

Dans le domaine touristique international, les activités de la firme se concentrent donc essentiellement sur le continent africain et les Antilles. Habituellement, leurs mandats proviennent d'organisations internationales.

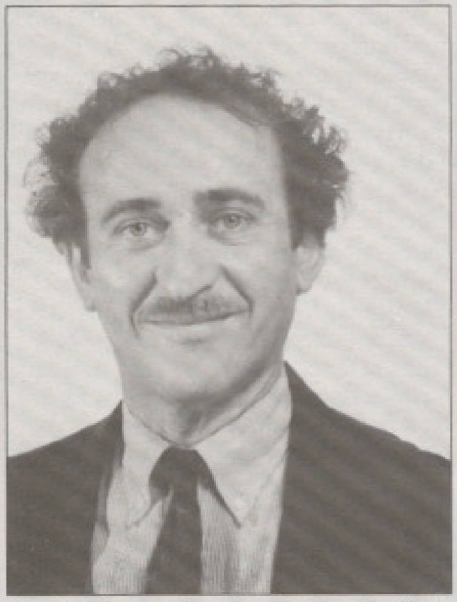
De façon générale, pour obtenir des contrats, les consultants doivent eux-mêmes effectuer les démarches auprès des partenaires privilégiés qui octroient et subventionnent les projets. Ils font donc valoir leur expertise auprès d'organisations internationales actives dans le domaine du tourisme, telles que l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), les banques régionales, etc., et entretiennent des contacts réguliers avec les attachés commerciaux canadiens à l'étranger et les intervenants touristiques.

Les interventions et leurs implications

Dans le secteur touristique, la firme Legault, Grysole & Associés, Inc. intervient essentiellement au niveau du développement commercial d'une région ou de l'ensemble d'un pays, ce qui correspond généralement à l'élaboration d'une stratégie gouvernementale en matière de tourisme.

Lorsqu'ils obtiennent un mandat pour réaliser une étude de marketing, leurs responsabilités se résument généralement à cinq phases: le diagnostic de la situation, le «travail de terrain» pour la cueillette d'informations, l'analyse, les discussions avec le client et finalement, les recommandations. La durée du mandat est généralement limitée, soit d'environ six mois. Une fois le plan d'action présenté et approuvé, les consultants se retirent du projet. C'est au client ensuite de prendre ses propres décisions et d'appliquer ou non la stratégie.

Souvent, avant même d'entamer leur mandat, les consultants sont conscients que les pays n'appliqueront pas leur stratégie de marketing touristique. Néanmoins, même si leurs études ne sont pas considérées, ils estiment que leurs interventions ont des répercussions positives: en participant au plan stratégique, les intervenants du pays apprennent comment réaliser ce genre d'étude, ils ont l'occasion d'établir des con-



Monsieur Jacques Grysole est diplômé de l'École des Hautes Études Commerciales de Montréal (B.A.A. 1972, M.B.A. 1976). À titre d'associé du groupe Legault, Grysole & Associés, Inc., il dirige des projets d'études et contribue au développement de nouvelles approches au niveau de l'évaluation de la performance et de la satisfaction de la clientèle. Il est spécialisé en marketing d'affaires et dans l'élaboration de stratégies commerciales.

tacts à l'échelle internationale, de se familiariser avec les particularités et les exigences de cette industrie. C'est ainsi que tranquillement, le tourisme devient une ressource qui se développe dans ces pays et que des compétences deviennent disponibles. Ce sont des conséquences indirectes mais combien profitables.

Des difficultés qu'il faut savoir apprivoiser

Dans le domaine de la consultation touristique dans les pays en voie de développement, les principaux problèmes rencontrés sont souvent similaires à ceux existants dans plusieurs pays occidentaux. L'obstacle le plus important est l'absence de volonté gouvernementale pour le développement touristique. En Afrique, par exemple, le tourisme représente rarement une composante majeure du développement d'un pays. Cette industrie ne constituant pas une priorité nationale, les budgets pour mettre en application les recommandations sont conséquemment inexistants et le financement pour développer le tourisme dans les pays en voie de développement est extrêmement difficile à obtenir. De plus, l'industrie touristique de ces pays manque généralement d'organisation et d'outils pour développer le tourisme. Leur capacité d'appliquer les recommandations émises dans le cadre de plans stratégiques est donc considérablement réduite.

D'autre part, les consultants doivent faire face à des systèmes politiques qui sont aux antipodes de ceux rencontrés dans les pays industrialisés. Les changements politiques fréquents, les nouvelles nominations, les coups d'états, les remaniements ministériels, etc., sont tous des facteurs qui affectent considérablement leur travail. Par exemple, dans le cas de l'Algérie, les consultants ont dû être rapatriés d'urgence en raison des attentats terroristes perpétrés contre les étrangers.

Aussi, les dirigeants des organisations ont beaucoup plus d'influence que ceux des pays industrialisés. Le pouvoir étant concentré au niveau d'une seule personne, l'information est moins diffusée, les responsabilités sont moins bien réparties dans l'organisation, etc. Si la tête dirigeante abandonne ses fonctions, l'organisation s'écroule automatiquement et tous les projets sont abandonnés puisque plus personne n'a l'autorité de prendre des décisions. Il faut donc recommencer à nouveau à chaque fois que le responsable principal est remplacé.

Il est donc très difficile de développer le tourisme dans un contexte d'instabilité politique où tout est imprévisible. Par conséquent, il est pratiquement impossible de convaincre un grossiste d'investir dans la promotion d'une destination touristique en Afrique.

Les exigences du métier

Patience et compréhension sont les deux plus grandes qualités requises pour travailler dans le domaine de la consultation dans les pays en voie de développement. D'abord, les choses n'avancent pas au rythme auquel nous sommes habitués. Les communications (téléphone, télécopieur, etc.), par exemple, sont extrêmement complexes, tant au niveau technique qu'au niveau social. En plus des difficultés d'obtenir les lignes téléphoniques, les correspondants répondent rarement immédiatement, soit parce qu'ils n'ont pas le temps ou parce qu'ils ne sentent pas l'urgence de fournir une réponse.

Les consultants doivent aussi être très sensibles aux différences culturelles. Avant toute chose, il est primordial de prendre conscience des différents facteurs qui influencent les comportements et les mentalités des habitants de ces pays: formation, éducation, environnement, habitation, services sociaux, conditions de salubrités et d'hygiène, etc. Comme pour tous les échanges avec les pays étrangers, il faut savoir regarder, écouter, comprendre et surtout, respecter leur culture.

CHRONIQUE Événement

par Marie-Janou Lusignan

Les Grands prix du tourisme québécois

Depuis 1984, les Grands prix du tourisme québécois rendent hommage aux intervenants qui ont contribué de façon remarquable et exceptionnelle au positionnement du Québec à titre de destination touristique.

Cette année, les Grands prix ont été décernés lors d'un gala tenu au Palais de congrès de Hull, le 6 mai dernier. Les lauréats nationaux sont :

- **Auberge La Calèche** (Laurentides)
  Prix de l'accueil et du service à la clientèle;
- **Tremblant** (Laurentides)
  Prix du développement touristique - Hydro-Québec;
- **Musée canadien des civilisations** (Outaouais)
  Prix de l'entreprise publique;
- **Festival international de jazz de Montréal** (Montréal)
  Prix de l'événement touristique - Québecor;
- **Médiévales de Québec** (Québec)
  Prix de l'innovation touristique - Bombardier - Sea-Doo/Ski-Doo;
- **Descentes sur le Saint-Laurent** (Montréal)
  Prix de la petite entreprise touristique - Brador;
- **Bienvenue Québec** (Québec)
  Prix de la promotion touristique - Société des casinos du Québec;
- **Nouvelles Frontières Canada** (Montréal) - Prix de la mise en marché du produit touristique québécois - Inter-Canadien;

- **Auberge Hatley** (Estrie)
  Prix québécois de la gastronomie - Société des alcools du Québec;
- **Monsieur Philippe Borel**, directeur général du **Château Frontenac** (Québec)
  Prix de l'excellence touristique.

Kéroul a également profité de l'événement pour remettre une mention spéciale à la **Société Journey's End** qui a effectué les aménagements nécessaires afin de rendre ses infrastructures accessibles et accueillantes aux personnes à capacité physique restreinte. De plus, l'Association des hôteliers de la province de Québec a déclaré «Hôtelier de l'année 1993» monsieur **Jean-Yves Milot**, propriétaire de **l'Hôtellerie Le Dauphin** à Drummondville.

Le centre de documentation touristique de l'UQAM prend de nouveau son envol

L'Université du Québec à Montréal et l'Association des agents de voyages du Québec (ACTA-Québec) ont signé, en décembre dernier, un protocole d'entente concernant la gestion du centre de documentation touristique. Pendant les trois prochaines années, ACTA-Québec assurera donc la gestion du centre qui est toujours situé au pavillon Sainte-Catherine Ouest, à Montréal.

Carrière dans les organisations internationales

En avril dernier, le Groupe d'étude, de recherche et de formation internationales (GERFI) et la Société du centre de conférences internationales de Montréal (SCCIM) organisaient un colloque sur *La carrière dans les organisations internationales* au Centre de commerce mondial de Montréal.

Le GERFI, qui célèbre cette année son 10e anniversaire, tenait à souligner le rôle grandissant du Canada et du Québec dans les organisations internationales à caractère public et privé. Le colloque visait à faire le point sur les possibilités de carrière et de consultation dans les organisations internationales ainsi que sur les retombées et les incidences au Canada et au Québec.

À cette occasion, plusieurs conférenciers-spécialistes, représentant des organisations telles que l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI), l'Association internationale du transport aérien (IATA), l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO), l'Agence canadienne pour le développement international (ACDI), l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE), etc., ont été invités afin de présenter leur expertise et de discuter des différentes problématiques rattachées aux carrières dans le domaine international.

À l'occasion du colloque, monsieur Louis Sabourin, directeur du Groupe d'étude, de recherche et de formation internationales à l'École nationale d'administration publique, a publié un guide consacré à la recherche d'un emploi dans les organisations internationales. Il est possible de se procurer ce guide en s'adressant à la SCCIM ou au GERFI.

CHRONIQUE Publication

par Isabelle Mayer

BÉLANGER, Charles-Étienne, **L'État marocain et sa politique touristique: le rôle des déterminants externes et internes (1960-1990)**, mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en science politique, Université du Québec à Montréal, février 1994, 245 pages.

Ayant un fort intérêt pour les dimensions internationales du tourisme, Charles Bélanger, diplômé en gestion et intervention touristiques, a complété ses études par une maîtrise en science politique. Son sujet de mémoire porte sur la politique touristique marocaine. En voici une brève présentation.

Moins d'une décennie après avoir retrouvé son indépendance, l'État marocain s'engage, à partir de 1965, sur la voie du libéralisme économique. Cette orientation vient non seulement remplacer la stratégie de libération économique mais aussi les priorités qui en découlent dans les plans nationaux. Le plan triennal 1965-1967 consacrera le tourisme comme deuxième priorité nationale, juste après l'agriculture. Les facteurs explicatifs de ce choix sont à la fois exogènes et endogènes. La Banque Mondiale, par exemple, aura un effet important sur le développement du tourisme au Maroc, grâce à des prêts accordés à l'État marocain qui les utilisera pour mettre en place une importante infrastructure. Le rôle des multinationales du tourisme et le mouvement de l'économie mondiale influenceront aussi le développement du tourisme au Maroc. Toutefois, les facteurs exogènes ne suffisent pas à expliquer le cours concret de la politique touristique. Celle-ci doit être saisie à partir d'une prise en compte de la scène domestique, particulièrement des rapports entre l'État marocain et la société civile.

Ce problème - l'articulation des dimensions nationales et internationales de la politique touristique marocaine - est au centre des préoccupations de l'auteur qui pose la question centrale suivante: *Quel est le poids relatif des facteurs exogènes et endogènes sur la politique touristique du Maroc et comment ont-ils respectivement influencé son orientation?*

Pour répondre à cette question, l'auteur a développé une matrice dans laquelle ont peut situer l'action des facteurs exogènes en fonction de leur poids relatif. Cette matrice présente quatre types de situations: la première est celle où le poids des facteurs endogènes et exogènes est élevé de part et d'autre et relativement égal. Les situations de type 2 et 3 présentent tour à tour une prédominance des facteurs endogènes et une prédominance des facteurs exogènes. Enfin, le quatrième type de situation, non apparu au cours de la période étudiée, est celle où l'on observe un poids relativement faible des deux types de facteurs. Monsieur Bélanger va démontrer quand et comment les trois premiers types de situations ont caractérisé l'évolution de la politique touristique du Maroc.

Dans le chapitre premier, l'auteur dresse d'abord un portrait de la politique touristique du Maroc. Il parlera de son contexte historique, de sa situation à travers les plans de développement économique et social, pour terminer avec un bilan des réalisations et carences de cette politique.

Pour le deuxième chapitre, qui avait pour objectif de démontrer la convergence d'intérêts - entre l'État marocain, la Banque Mondiale et les investisseurs étrangers - et l'influence relativement égale de ces facteurs endogènes et exogènes sur la poli-

tique touristique, l'auteur établit que: «Pour l'État marocain, le développement du tourisme répond à des impératifs d'ordre socio-économique et politique. [...] Pour le Groupe de la Banque Mondiale, le développement de l'industrie touristique s'inscrit dans sa stratégie visant à promouvoir un plus grand développement de l'économie mondiale via l'essor des investissements privés. [...] Enfin, pour les sociétés multinationales de l'hôtellerie, l'investissement ou les divers arrangements conclus avec des hôtels dans les pays en voie de développement visent d'abord et avant tout à accroître leur part de marché et à favoriser l'accumulation accélérée des capitaux.»

C'est au chapitre trois que l'auteur analyse la prédominance des déterminants endogènes. Le Maroc a connu deux tentatives de coups d'État en 1971 et 1972 qui le conduit vers l'élargissement de la base sociale du régime. L'auteur tente, dans ce chapitre, de répondre à la question suivante: Dans quelle mesure l'élargissement de la base sociale du régime touche-t-il au secteur touristique? Ce chapitre s'articule en deux points:

Le premier expose brièvement le contexte politique et socio-économique de la crise de légitimité du régime, alors que le deuxième présente les mesures mises de l'avant et leur impact sur la politique touristique.

Pour conclure ce troisième chapitre, Monsieur Bélanger affirme que «l'orientation nationaliste de la politique économique, facilitée par une conjoncture interne favorable, influence le cours de la politique touristique. Bien que le jeu des facteurs externes continue, les moyens consacrés au secteur du tourisme et la réalisation des objectifs visés sont davantage soumis au poids des facteurs endogènes. Cette situation sera toutefois de courte durée. L'économie marocaine, à partir de 1976-1977 subira les contrecoups des conjonctures externes qui la déstabiliseront et la plongeront dans une situation de crise. L'action des facteurs externes deviendra prépondérante. La politique touristique marocaine ne pourra qu'en être affectée.»

Le chapitre quatre traite de cette prédominance des déterminants exogènes. Le second choc pétrolier, la crise financière du Maroc et la crise économique mondiale auront un impact sur la politique touristique marocaine. Mais quel sera cet impact? C'est la question qui préoccupe l'auteur dans ce dernier chapitre.

Il nous rappelle entre autres que «l'État marocain s'est désengagé de plusieurs secteurs et a mis en place des mesures visant la privatisation des organismes publics dont certains sont très actifs dans le domaine touristique».

Monsieur Bélanger avait pour objectif de déterminer le poids relatif des déterminants externes et internes sur l'orientation de la politique touristique du Maroc. Dans sa conclusion générale, il rappelle les trois types de situations où l'influence de ces deux facteurs a varié :

- lors de la période de mise en place de la politique touristique, les facteurs exogènes et endogènes avaient une influence relativement égale;
- la prédominance des facteurs endogènes est ressortie au cours de la période comprise entre 1973 et 1977;
- et finalement, la situation où la politique en matière de tourisme est dominée par le poids des déterminants externes, débute à la fin des années 1970.

Pour l'ensemble de la période 1960-1990, le Maroc a toutefois davantage été soumis au poids des facteurs externes, bien que les déterminants internes aient influencé une part non négligeable de la politique touristique.

Enfin, l'auteur se demande en quoi son travail de recherche ouvre de nouveaux horizons pour l'analyse du tourisme dans les pays en voie de développement?: «Il pourrait être intéressant de développer un modèle plus raffiné et d'effectuer une analyse comparative des politiques touristiques de deux ou plusieurs pays. On serait alors en mesure de comparer l'évolution des politiques et de voir comment le poids relatif des facteurs externes et internes a influencé l'orientation de la politique touristique de ces pays. Il serait particulièrement intéressant d'analyser les effets de facteurs exogènes et de voir comment un même facteur, dans des pays comparables, peut entraîner des orientations différentes en matière de tourisme. Le champs de recherche pour élaborer une grille d'analyse des politiques touristiques applicable à plusieurs pays est donc encore loin d'avoir été exploré dans toutes ses dimensions.»

HARRISON, David, **Tourism & The Less Developed Countries**, Belhaven Press, London, 1992, 186 pages.

Monsieur David Harrison a regroupé différents auteurs pour nous présenter une analyse unique sur les coûts et les bénéfices du tourisme pour les nations du monde, qu'elles soient grandes ou petites. Plusieurs articles font référence aux impacts sur le plan social, tels que le défi des valeurs traditionnelles ainsi que l'évolution du rôle des Japonais dans le tourisme international. Voici donc un bref aperçu de quelques-uns des articles contenus dans ce recueil sur le tourisme et les pays en voie de développement.

Les deux premiers chapitres sont écrits par monsieur David Harrison. Le *chapitre 1* a pour titre: *International Tourism and The Less Developed Countries: The background.* L'auteur explique, en introduction, la notion de pays en développement, en référence à l'utilisation du terme «pays du Tiers-Monde». Ensuite, il démontre l'évolution du tourisme international, la relation entre la modernisation et le développement, l'effet du tourisme sur les populations et sur l'économie des pays en voie de développement. Au *chapitre 2*, monsieur Harrison traite de *l'impact du tourisme, plus particulièrement des touristes, sur les sociétés qui peuplent les pays en développement.* Les touristes émergeant des pays capitalistes et industrialisés, vont nécessairement troubler le rythme de vie des peuples du Tiers-Monde. Il analyse donc les effets positifs et négatifs qu'a cette masse d'étrangers sur les habitants de ces régions sous-développées.

Le *chapitre 3* est l'oeuvre de madame Linda K. Richter. Elle nous parle de *l'instabilité politique* et du *tourisme dans les pays du Tiers-Monde.*

Au *chapitre 4*, Thea Sinclair, Parvin Alizadeh et Elizabeth Atieno Adero Onunga nous proposent l'analyse d'un cas spécifique; celui du *Kenya.* Ce chapitre est axé sur *la structure du tourisme international ainsi que les relations entre les pays en développement et les firmes étrangères dans cette même structure.*

Monsieur C. Michael Hall, au *chapitre 5*, traite d'un sujet des plus controversés: *Sex Tourism in South-East Asia.* «Tourism-oriented prostitution has become an integral part of The economic base in

several regions of South-East Asia. Sex Tourism has resulted in people being regarded as commodities. [...] The sexual relationship between prostitute and client is a mirror image of The dependency of South-East Asian nations on The Developed world.»

Le *chapitre 6*, écrit par Vera Makie, a pour thème: *Japan and South-East Asia: The international division of labour and leisure.*

Madame Sylvia Chant et monsieur Derek R. Hall, respectivement aux *chapitres 7 et 8*, nous présentent deux cas: premièrement, celui du *tourisme en Amérique Latine: les perspectives du Mexique et du Costa Rica*; deuxièmement, *le développement du tourisme à Cuba.*

Au *chapitre 9*, monsieur Glenn Bowman traite des *politiques des tours guidés*, plus spécifiquement des *guides israéliens et palestiniens en Israël et dans les territoires occupés.*

Le *chapitre 10*, écrit par monsieur Malcolm Crick, a pour titre: *Life in The informal sector: street guides in Kandy, Sri Lanka.*

Finalement, monsieur Harrison revient, au *chapitre 11*, avec un cas bien représentatif: *Tradition, modernity and Tourism in Swaziland.*

Par l'analyse de plusieurs cas, ce recueil de textes offre à celui ou celle qui s'intéresse à cette problématique qu'est le tourisme dans les pays en développement, un excellent outil de référence et de réflexion sur l'avenir et les perspectives du tourisme dans ces pays du Tiers-Monde.

CHRONIQUE
Bibliographie

par Gina Carrière*

Voici un survol de la littérature spécialisée sur le thème du tourisme dans les pays en développement. La plupart des monographies et des articles spécialisés sont disponibles au Centre de documentation touristique (CDT) de l'UQAM à partir duquel la recherche a été effectuée. Les monographies présentent surtout des ouvrages généraux alors que les articles, recensés au cours des cinq dernières années à travers quelques périodiques, traitent davantage de questions liées à des régions spécifiques du monde. Une subdivision géographique permet de mieux les retracer. Loin d'être exhaustive, cette liste n'a que pour objectif d'offrir quelques points de repère. Bonne lecture!

Monographies

AGENCE DE COOPÉRATION CULTURELLE ET TECHNIQUE, **Tourisme et ressources locales dans les pays en développement**, Paris: Agence de coopération culturelle et technique, 1977, 98 p.

ASCHER, François, **Tourisme, sociétés transnationales et identités culturelles**, Paris: UNESCO, 1984, 106 p.

ASSOCIATION INTERNATIONALE D'EXPERTS SCIENTIFIQUES DU TOURISME, **Les pays en voie de développement face au tourisme**, Suisse: AIEST, 1962, 267 p.

BANQUE MONDIALE, **Tourisme: étude sectorielle**, Washington, D.C.: Banque Mondiale, 1972, 37 p.

BOUTHILLIER, Jean-Louis, COPANS, Jean et Michèle FIELOUX, **Le tourisme en Afrique de l'Ouest: panacée ou nouvelle traite**, Paris: François Maspero, 1978, 139 p.

CAZES, Georges, **Les nouvelles colonies de vacances?: le tourisme international à la conquête du Tiers-Monde. Tome premier**, Paris: Harmattan, 1989, 335 p. (Tourismes et sociétés).

CAZES, Georges, **Tourisme et Tiers-Monde: un bilan controversé: les nouvelles colonies de vacances. Tome 2**, Paris: Harmattan, 1992, 206 p. (Tourismes et sociétés).

CAZES, Georges, **Tourisme enclavé, tourisme intégré: le grand débat de l'aménagement touristique dans les pays en voie de développement**, Aix-en-Provence: Centre des Hautes Études Touristiques, 1984, 48 p. (Les cahiers du tourisme; C:59).

CENTRE ON TRANSNATIONAL CORPORATIONS, **Transnational Corporations in International Tourism**, New York: Nations Unies, 1982, 113 p.

Conférence régionale africaine sur le tourisme et le développement économique, Banjul: Nations Unies, Commission économique pour l'Afrique, 1978, 357 p.

Croissance des jeunes nations: dossier: Tourisme et Tiers-Monde, Paris: Males Herbes-Publications, 1984, 43 p.

DE KADT, Emanuel, **Tourisme, passeport pour le développement?: regards sur les effets culturels et sociaux du tourisme dans les pays en développement**, Paris: Économica, 1979, 345 p.

EDGELL, David L., **International Tourism Policy**, New York: Van Nostrand Reinhold, 1990, 204 p.

ENGLISH, Philip E., **La grande évasion?: un examen du tourisme Nord-Sud**, Ottawa: L'Institut Nord-Sud, 1986, 99 p.

ERBES, Robert, **Le tourisme international et l'économie des pays en voie de développement**, Paris: OCDE, 1973, 157 p.

ESH, Tina et Illith ROSENBLUM, **Tourism in Developing Countries - Trick or Treat? A Report from Gambia**, S.L.: The Scandinavian Institute of African Studies, 1975, 76 p.

HARRISON, David, **Tourism & The Less Developed Countries**, London: Belhaven Press, 1992, 186 p.

HAWKINS, Donald E. (ed.), **Social and Economic Impact of Tourism on Asian Pacific Region**, Tokyo: Asian Productivity Organization, 1982, 316 p.

HEYTENS, Jacques, **Les effets du tourisme dans les pays en voie de développement, implications économiques, financières et sociales**, Aix-en-Provence: Centre des Hautes Études Touristiques, 1978, 25 p. (Les cahiers du tourisme; C:26).

JAFARI, Jafar, **Role of Tourism on Socio-Economic Transformation of Developing Countries**, New York: Université Cornell, 1973, 262 p.

KRAUSE, Walter, JUD, Donald et Joseph HYMAN, **International Tourism and Latin American Development**, Austin (Texas): University of Texas, 1973, 74 p.

LAINÉ, Pierre, **Tourisme et développement des collectivités**, Paris: Économie et humanisme, 1981, 141 p.

LOZATO-GIOTART, Jean-Pierre, **Méditerranée et tourisme**, Paris: Masson, 1990, 216 p.

MASHA, Felix G.N. and Charles J. LIPTON, **Negotiating International Hotel Chain Management Agreements: A Primer for Hotel Owners in Developing Countries**, New York: United Nations, 1990, 60 p. (UNCTC Advisory Studies Series B; 5).

MEHOU-LOKO, Victor (éd.), **Le tourisme dans les pays en voie de développement: mythes, réalités et perspectives**, Talence (France): Agence de coopération culturelle et technique, 1976, 173 p.

MOULIN, Claude, **Le tourisme et ses effets sur les pays du Tiers-Monde**, Ottawa: Institut de développement international et de coopération, 1981, 24 p.

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Les répercussions du tourisme international sur le développement économique des pays en voie de développement**, Genève: Vioot, 1975, 219 p.

ORGANIZATION OF AMERICAN STATES, **The Optimum Size and Nature of New Hotel Development in the Caribbean**, Washington, D.C.: Organizations of American States, 1987, 2 vol.

Project Guide and Financing Directory: Investors' Forum for Hotel and Tourism Development in South America, Brésil: Brazil Ministry of Industry, Commerce and Tourism, 1993, pagination multiple.

RICHTER, Linda K., **Land Reform and Tourism Development: Policy-Making in the Philippines**, Massachusetts: Schenkman Publishing Company, 1982, 240 p.

RICHTER, Linda K., **The Politics of Tourism in Asia**, Honolulu: University of Hawaii Press, 1989, 236 p.

SECRETARIAT OF UNITED NATIONS, **Elements of Tourism Policy in Developing Countries**, New York: United Nations Publications, 1973, 60 p.

SHANKLAND COX PARTNERSHIP, **Tourism Supply in the Caribbean Region**, Washington: World Bank, 1974, 441 p.

SMITH, Valene L. (ed.), **Host and Guest: The Anthropology of Tourism**, Philadelphie: University of Pennsylvania Press, 1989, 341 p.

STIVALA, Francis, **Perspectives pour les pays en développement**, Madrid: Organisation mondiale du tourisme, 1991, 15 p.

THEUNS, Leo, **Third World Tourism Research 1950-1984: A Guide to Literature**, New York: Peter Lang, 1991, 282 p.

TURNER, Louis and John ASH, **The Golden Hordes - International Tourism and the Pleasure Periphery**, Londres: Constable 1975, 319 p.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT, **The Tourism Sector and Related Services in the Palestinian Territory Under Israeli Occupation**, S.L.: UNCTAD, 1991, 72 p.

VAN HOUTS, Didier, **Quality Tourism-Concept: Solving Dilemmas in Third World Countries (Tourisme qualitatif - Conception d'un développement touristique compatible à la fois avec les aspects économiques, sociaux et environnementaux)**, Suisse: Éditions AIEST, 1991, pp. 237-243 (publication de l'AIEST; 33).

VELLAS, François, **Économie et politique du tourisme international**, Paris: Économica, 1985, 305 p.

VERGNIOL, G., **La planification du tourisme dans les pays pauvres**, Aix-en-Provence: Centre des Hautes Études Touristiques, 1977, 64 p. (Les cahiers du tourisme; C:45).

ARTICLES SPÉCIALISÉS

Les pays en développement en général

BARETJE, René, *Tourisme international et Tiers-Monde: l'enjeu des devises*, **Téoros**, vol. 7, no 3, novembre 1988, pp. 10-14.

BRITTON, Stephen G., *The Political Economy of Tourism in the Third World*, **Annals of Tourism Research**, vol. 9, no 3, 1982, pp. 331-358.

CATER, Erlet, *Ecotourism in the Third World: Problems for Sustainable Tourism Development*, **Tourism Management**, vol. 14, no 2, April 1993, pp. 85-90.

CENTRE FOR TOURISM RESEARCH, *Tourism in the Developing Countries: Special Issue*, **Tourism Recreation Research**, vol. 15, no 1, 1990, 78 p.

D'AMORE, Louis J., *Sustainable Tourism Development in the Third World*, **World Travel and Tourism Review: Indicators, Trends and Forecasts**, vol. 1, 1991, pp. 170-172.

DAVID, David H. and James A. SIMMONS, *World Bank Experience with Tourism Projects*, **Tourism Management**, vol. 3, no 4, December 1982, pp. 212-217.

DEFERT, Pierre et Robert PICHOT, *Le tourisme, solution aux dettes du Tiers-Monde*, **Revue de tourisme**, no 2, 1988, pp. 2-5.
ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT, *Tourism and Developing Countries*, **Travel and Tourism Analyst**, no 6, 1989, pp. 76-87.
HERATY, Margaret J., *Tourism Transport - Implications for Developing Countries*, **Tourism Management**, vol. 10, no 4, December 1989, pp. 288-292.
JENKINS, C.L., *Tourism Policy Options in Developing Countries*, **World Travel and Tourism Review: Indicators, Trends and Forecasts**, vol. 1, 1991, pp. 204-205.
LANFANT, Marie-Françoise, *Le tourisme dans le processus d'internationalisation*, **RISS**, vol. 33, 1980, pp. 14-45.
LEA, John R., *Tourism Development Ethics in the Third World*, **Annals of Tourism Research**, vol. 20, no 4, 1993, pp. 701-715.
LELAULU, Lelei, *Un tourisme circonspect - c'est possible*, **Notre planète**, vol. 6, no 1, 1994, pp. 17-18.
MORUCCI, Bernard, *Analyse comparative de politiques touristiques dans les pays industrialisés et les pays en voie de développement*, **Téoros - Collection Colloques et congrès**, no 1, pp. 3-12.
OPPERMANN, Martin, *Tourism Space in Developing Countries*, **Annals of Tourism Research**, vol. 20, no 3, 1993, pp. 535-556.
SILVER, Ira, *Marketing Authenticity in Third World Countries*, **Annals of Tourism Research**, vol. 20, no 2, 1993, pp. 302-318.
SINGH, Tejvir, *The Development of Tourism in the Mountain Environment: The Problem of Sustainability*, **Tourism Recreation Research**, vol. 16, no 2, 1991, pp. 3-12.
THEUNS, Leo H. and Frank GO, *«Need Led» Priorities in Hospitality Education for the Third World*, **World Travel and Tourism Review: Indicators, Trends and Issues**, vol. 2, 1992, pp. 293-299.
Tourisme dans le Tiers-Monde, **Le journaliste du tourisme**, no 46, 1990, 62 p.

L'Afrique

ANKOMAH, Paul K. and John G. CROMPTON, *Unrealized Tourism Potential: The Case of Sub-Saharan Africa*, **Tourism Management**, vol. 11, no 1, March 1990, pp. 11-28.
BARBAZA, Yvette, *Le tourisme en Côte d'Ivoire: un choix politique et un impact limité*, dans **Tourismes, chance pour l'économie, risque pour les sociétés?**, 1992, pp. 151-197.
BARKE, Michael and Clive SOWDEN, *Tourism in the Indian Ocean: Problems and Prospects for Zanzibar*, **Revue de tourisme**, no 2, 1989, pp. 19-24.
BEJOT, Jean-Pierre, *Afrique tourisme*, **Marchés tropicaux**, 30 septembre 1988, pp. 2561-2606.
BERRIANE, Mohamed, *Holiday Migrations of Moroccan Nationals*, **Tourism Recreation Research**, vol. 14, no 2, 1989, pp. 23-26.
CURRY, Steve, *Tourism Development in Tanzania*, **Annals of Tourism Research**, vol. 17, no 1, 1990, pp. 133-149.
DIALLO, Youssoupha, *En Afrique, le transport aérien devrait incomber à des administrations autonomes de l'aviation civile*, **Journal OACI**, vol. 49, no 1, janvier-février 1994, pp. 22-24.
DIEKE, Peter U.C., *Tourism and Development Policy in the Gambia*, **Annals of Tourism Research**, vol. 20, no 3, 1993, pp. 423-449.
ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT, *Managing Tourism and the Environment - A Kenyan Case Study*, **Travel and Tourism Analyst**, no 2, 1991, pp. 78-87.
FERRARIO, Franco F., *False Starts and Misconceptions About Tourism Development: Eight Considerations from the Southern Most Part of Africa*, **Revue de tourisme**, no 1, 1988, pp. 23-29.
GANT, Robert and José SMITH, *Tourism and National Development Planning in Tunisia*, **Tourism Management**, vol. 13, no 3, September 1992, pp. 331-336.
HUBBARD, Diana, *The Hotel Industry in Sub-Saharan Africa and the Indian Ocean*, **Travel and Tourism Analyst**, no 6, 1989, pp. 19-39.
HUSBANDS, Winston, *Social Status and Perception of Tourism in Zambia*, **Annals of Tourism Research**, vol. 16, no 2, 1989, pp. 237-253.
LEAKY, Richard E., *Carrying Capacity: An Important Issue for Kenya's National Parks*, **WTO News**, no 7, September 1991, pp. 12-13.
MILMAN, Ady, REICHEL, Arie and Abraham PIZAM, *The Impact of Tourism on Ethnic Attitudes: The Israeli-Egyptian Case*, **Journal of Travel Research**, vol. 29, no 2, Fall 1990, pp. 45-49.
MURPHY, Gerard D., *Airlines of Sub-Saharan Africa*, **Travel and Tourism Analyst**, no 4, 1988, pp. 5-22.
SADKI, Maâti, *Processus opératoire de la démarche marketing appliquée au cas de la province d'Azilal située dans le Haut Atlas (Maroc)*, **Revue de tourisme**, no 1, 1994, pp. 37-39.
SMAOUI, Ahmed, *Le développement du tourisme en Tunisie et le rôle des organisateurs de voyages étrangers*, dans **Tourismes, chance pour l'économie, risque pour les sociétés?**, 1992, pp. 125-150.
SMEDING, Sjaak S.A., *Low Impact Eco-Tourism - Clarioncall or Reality? - The Challenge of Botswana*, **Revue de tourisme**, no 3, 1993, pp. 25-28.
TEYE, Victor B., *Bridging the North-South Divide Through Tourism. A Focus on Sub-Sahara Africa*, **Tourism Recreation Research**, vol. 16, no 2, 1991, pp. 13-21.
TEYE, Victor B., *Prospects for Regional Tourism Cooperation in Africa*, **Tourism Management**, vol. 9, no 3, September 1988, pp. 221-233.
WILSON, David, *Unique by a Thousand Miles: Seychelles Tourism Revisited*, **Annals of Tourism Research**, vol. 21, no 1, 1994, pp. 20-45.

L'Amérique latine

AJAMI, Riad A., *Strategies for Tourism Transnationals in Belize*, **Annals of Tourism Research**, vol. 15, no 4, 1988, pp. 517-530.
FLORE, Renato G., *Foreign Tourism and the Brazilian Balance of Payments: Timing the Possible Gains*, **WTO News**, no 7, September 1991, pp. 8-9.
LAARMAN, Jan G. and Richard R. PERDUE, *Tropical Science and Tourism: The Case of Ots in Costa Rica*, **Tourism Management**, vol. 10, no 1, March 1989, pp. 29-38.
MAILLARD, Patricio Fernandez, *Transporte Aéreo Y Turismo en America Latina*, **Viamericas**, no 4, décembre 1993, p. 3.
PHILLIPS, Jim, *Future Looks Bright for Tourism Development in South America*, **Viamericas**, no 4, December 1993, pp. 4-5.
RIEGERT, Tom, *Regional Tourism Policy Concerns: Latin America and the Caribbean*, **World Travel and Tourism Review: Indicators, Trends and Forecasts**, vol. 1, 1991, pp. 106-110.
RIZOTTO, Rodolfo Alberto, *South America Outbound*, **Travel and Tourism Analyst**, no 2, 1991, pp. 40-54.
SCHLUTER, Regina G., *Latin American Tourism Supply: Facing the Extra-Regional Market*, **Tourism Management**, vol. 12, no 3, September 1991, pp. 221-228.
SCHLUTER, Regina G., *Tourism and Development in Latin America*, **Annals of Tourism Research**, vol. 20, no 2, 1993, pp. 364-367.

L'Asie

BELL, Charles A., *Bali: How to Maintain a Fragile Resort*, **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly**, vol. 33, no 5, October 1992, pp. 28-31.
BROWN, Graham, *South Asia Tourism Development*, **Tourism Management**, vol. 9, no 3, September 1988, pp. 240-245.
COCKERELL, Nancy, *India's Hotel Sector and International Expansion*, **Travel and Tourism Analyst**, no 2, 1991, pp. 26-39.
COHEN, Erik, *Tourism and Aids in Thailand*, **Annals of Tourism Research**, vol. 15, no 4, 1988, pp. 467-486.
CUKIER-SNOW, Judith and Geoffrey WALL, *Tourism Employment: Perspectives from Bali*, **Tourism Management**, vol. 14, no 3, June 1993, pp. 195-201.
DEV, Chekitan J. and Samir KUCKREJA, *Tourism in India: Growth and Opportunity*, **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly**, vol. 30, no 2, August 1989, pp. 71-75.
KIM, Chol Yong and Michael D. OLSEN, *A Framework for the Identification of Political Environmental Issues Faced by Multinational Hotel Chains in Newly Industrialized Countries in Asia*, **International Journal of Hospitality Management**, vol. 12, no 2, 1993, pp. 163-174.
LAIRD, John, *Le Laos mise son avenir touristique sur la nature*, **Notre planète**, vol. 5, no 4, 1993, pp. 8-10.
MICHAUD, Jean, *A Social Anthropology of Tourism in Ladakh, India*, **Annals of Tourism Research**, vol. 18, no 4, 1991, pp. 605-621.
PAN MUNIN, Wanchai, *What's Happening to Thai Hospitality?*, **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly**, vol. 34, no 3, June 1993, pp. 60-65.
SAUNDERS, Heather A. and Leo M. RENAGHAN, *Southeast Asia: A New Model for Hotel Development*, **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, vol. 33, no 5, October 1992, pp. 16-23.
SCHANSMAN, Ronald O., *Indonesia 1991: Tourism to the Archipelago*, **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quaterly**, vol. 32, no 3, October 1991, pp. 84-91.
WILCO CHAN, Wai-Hung, *Managerial Roles of Hotel Pre-Opening Teams in Developing Countries such as China*, **International Journal of Hospitality Management**, vol. 12, no 2, May 1993, pp. 155-161.

Les Caraïbes

BELL, John, *Caribbean Tourism Realities*, **World Travel and Tourism Review: Indicators, Trends and Forecasts**, vol. 1, 1991, pp. 111-114.
BONN, Mark A. and Jane N. BOYD, *A Multivariate Analysis of Corporate Meeting Planner Perceptions of Caribbean Destinations*, **Journal of Travel and Tourism Marketing**, vol. 1, no 3, 1992, pp. 1-23.
CARIBBEAN TOURISM RESEARCH AND DEVELOPMENT CENTRE, *Caribbean Tourism - Economic Development*, **Tourism Management**, vol. 9, no 2, June 1988, pp. 155-161.
CURRY, Steve, *Economic Adjustment Policies and the Hotel Sector in Jamaica*, **Perspectives on Tourism Policy**, New York: Mansell Publishing, 1992, pp. 193-214.
ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT, *Hotels in the Caribbean*, **Travel and Tourism Analyst**, no 4, 1988, pp. 23-37.
ELISABETH, Hector et François VELLAS, *Le tourisme à la Martinique*, **Espaces**, no 119, décembre 1992 à février 1993, pp. 65-72.
HINCH, Thomas D., *Cuban Tourism Industry: Its Re-Emergence and Future*, **Tourism Management**, vol. 11, no 3, September 1990, pp. 214-226.
HOLDER, Jean S., *Pattern and Impact of Tourism on the Environment of the Caribbean*, **Tourism Management**, vol. 9, no 2, June 1988, pp. 119-127.
HOLDER, Jean S., *Tourism, the World and the Caribbean*, **Tourism Management**, vol. 12, no 4, December 1991, pp. 291-300.
PLANISEK, Sandra L., *Caribbean Basin Initiative Impact on Tourism*, **Annals of Tourism Research**, vol. 17, no 3, 1990, pp. 466-469.
POON, Auliana, *Innovation and the Future of Caribbean Tourism*, **Tourism Management**, vol. 9, no 3, September 1988, pp. 213-220.
TEYE, Victor B., *Land Transportation and Tourism in Bermuda*, **Tourism Management**, vol. 13, no 4, December 1992, pp. 395-405.
VANHOUTS, D., *A Comprehensive Approach of a Quality Tourism Product: The Bermuda Case*, **Revue de tourisme**, no 1, 1992, pp. 12-19.
WEAVER, David B., *Alternative to Mass Tourism in Dominica*, **Annals of Tourism Research**, vol. 18, no 3, 1991, pp. 414-432.
WILKINSON, Paul F., *Strategies for Tourism in Island Microstates*, **Annals of Tourism Research**, vol. 16, no 2, 1989, pp. 153-177.

* Madame Gina Carrière est technicienne en documentation au Centre de documentation touristique (CDT) de l'UQAM. Pour plus d'information: téléphone: (514) 987-8516; télécopieur: (514) 987-3571.

L'AGENDA TOURISTIQUE
par Guylaine Surprenant

ÉVÉNEMENTS LOCAUX

45e Congrès annuel de l'Association des hôteliers de la province de Québec
Montréal (Québec)
16-18 octobre 1994
Hôtel Holiday Inn Montréal centre-ville
Tél.: (514) 282-5135

Sixième bourse touristique Bienvenue Québec
Québec (Québec)
25-27 octobre 1994
Palais des congrès de Québec
Thème: foire touristique qui vise à faire connaître les produits, services et attractions touristiques du Québec aux organisateurs et professionnels de voyages en groupe.
Tél.: (418) 522-7131 Fax: (418) 522-6455

Salon international Tourisme Voyage (ACTA-Québec)
Montréal (Québec)
28-30 octobre 1994
Place Bonaventure
Thème: agences, fournisseurs, ministères et organismes reliés à l'industrie touristique
Tél.: (514) 987-8733 Fax: (514) 987-3571

Colloque syndical sur le tourisme
Montréal (Québec)
7-9 novembre 1994
Fédération du Commerce
Monsieur Jean Lortie
Tél.: (514) 598-2194
Réservé aux syndicats CSN dansl'industrie touristique et à quelques invités

Colloque sur l'écotourisme
Abitibi (Québec)
18-19 novembre 1994
CADC Papineau (Outaouais)
Monsieur Bernard Larouche
Tél.: (819) 427-8156 Fax: (819) 427-5552.

ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX

4th Pacific Asia Tourism
22-23 août 1994
Ms Low Poh GekReserach
Director of Research
Pacific Asia Travel Association
1, Montgomery St. Telesis Tower, suite 1000
San Francisco, California
94104, USA
Tél.: (415) 986-3458

IIPT 2nd Global Conference Building a Sustainable World Through Tourism
Montréal (Canada)
12-16 septembre 1994
International Institute for Peace Through Tourism (IIPT)
3860, rue de la Montagne
Montréal (Québec)
H3G 2A8, CANADA
Tél.: (514) 281-1822 Fax: (514) 848-1099

Second International Conference on Tourism on Senior Citizens
Cerromar Dorado (Puerto Rico)
25-29 septembre 1994
World Tourism Organization
Tél.: (34-1) 571-0628 Fax: (34-1) 571-3733

Incentive Travel Meeting Executives Show
Chicago (USA)
27-29 septembre 1994
Mr. Hall Erickson
Exhibit Manager
150, Burlington Avenue
Clarendon Hills
IL 60514 (USA)
Tél.: (708) 850-7779 Fax: (708) 850-7843

XXX WATA General Assembly
Calgary (Canada)
2-7 octobre 1994
World Association of Travel Agencies
37, Quai Wilson
Genève (Suisse)
Tél.: (41-22) 731-4760 Fax: (41-22) 732-8161

The World Youth and Student Travel Conference (WYSTC)
Vancouver, B.C. (Canada)
9-15 octobre 1994
WYSTC Secretariat
Bredgade 25 H
1260, Copenhague K (Denmark)
Tél.: (45) 33-93-96-20 Fax: (45) 33-93-56-46

The Fourth World Congress of Heritage Interpretation International
Barcelone (Espagne)
12-16 octobre 1994
Congress Secretariat
Via Jes Iberia
Aveda Diagonal 523
08029, Barcelona (Espagne)
Fax: (011) 343 4051 1390

IVe Congrès de la Confédération panaméricaine des écoles hôtelières et de tourisme
Montréal (Canada)
24-27 octobre 1994
Secrétariat permanent du IVe Congrès de la CONPETH
Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec
401, rue Rigaud
Montréal (Québec)
H2L 4P3, CANADA

Colloque international sur le loisir
Trois-Rivières, Québec (Canada)
3-4 novembre 1994
Département des sciences du loisir
Université du Québec à Trois-Rivières
C.P. 500
Trois-Rivières (Québec)
G9A 5H7
Tél.: (819) 376-5031 Fax: (819) 373-1988 info.: (415) 986-3458

FOIRES/SALONS/EXPOSITIONS

Travel-Trend
Frankfurt (Allemagne)
10-13 novembre 1994
Messe Frankfurt GMBH
Postfach 15 02 10
60062 Frankfurt am Main (Allemagne)
Tél.: (49-69) 75-75-68-87 Fax: (49-69) 75-75-66-12

World Travel Market (WTM)
London (U.-K.)
15-17 novembre 1994
Reed Exhibition Companies Ltd
Oriel House, 26 The Quadrant
Richmond, Surrey
TW9 1DI (U.-K.)
Tél.: (081) 948-9800 Fax: (081) 948-8879

International Hospitality Show - 2nd International Hotel, Restaurant, Catering, Club and Discotheque Exhibition
Bangkok (Thailand)
16-19 novembre 1994
Mr. Steven Seet
Bangkok Exhibition Services
62 Soi Areesamphan 11
Rama VI Road
Bangkok 10400 (Thailand)
Tél.: (2) 271-4801 Fax: (2) 271-3223