

Chroniques

Volume 11, numéro 2, juillet 1992

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1078094ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1078094ar>

[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

(1992). Chroniques. *Téoros*, 11(2), 45–50. <https://doi.org/10.7202/1078094ar>

CHRONIQUES

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

CHRONIQUE Événement

par Charles Bélanger

LES GRANDS PRIX DU TOURISME QUÉBÉCOIS 1992

Les lauréats du nouveau CRU

C'est le 8 mai dernier, lors du Gala des Grands Prix du Tourisme Québécois, qui en était à sa septième édition, que l'on procédait à la remise des trophées aux lauréats nationaux, afin de signifier leur excellence dans les divers champs d'activités touristiques. À l'exception de la catégorie mise en marché où les finalistes furent désignés par ACTA-Québec, l'Association des agents de voyages, ceux des neuf autres catégories furent sélectionnés parmi les 133 lauréats couronnés dans chacune des régions touristiques du Québec.

Le prix le plus prestigieux, celui de l'excellence touristique a été décerné au Quartier Petit Champlain sis au cœur du Vieux-Québec. Ce prix fut accordé en raison de l'originalité et de l'innovation dont a fait preuve l'Association des commerçants et des artisans du Quartier Petit Champlain, tant dans l'aménagement de leurs boutiques que dans la qualité des produits et des services qu'ils y offrent.

Le prix de l'accueil touristique a été attribué à l'Hôtel Delta de Sherbrooke qui, de par son service et son accueil de haut standard ainsi que par la qualité de sa structure hôtelière, projette une image internationale propice à la promotion de l'Estrie et à la multiplication du nombre de congrès dans la région. Les deux autres finalistes pour cette catégorie étaient le centre de thalassothérapie Aqua-Mer de Carleton en Gaspésie et l'hôtel Loews Le Concorde de Québec.



Pavillon de l'Amitié au Jardin de Chine du Jardin Botanique. (Médiathèque du Jardin Botanique de Montréal)

Pour ce qui est du prix du développement touristique, il fut décerné à un intervenant qui oeuvre dans un secteur du tourisme en forte expansion, soit celui du marché des croisières. Ce sont les Croisières Navimex qui se sont mérités ce prix pour avoir relancé la grande tradition des croisières dans le fjord du Saguenay et dont les retombées sont importantes pour la région du Saguenay.

Le prix de l'événement touristique que se disputait cette année Le concours de châteaux de sable 1991, tenu à Havre-Aubert aux Îles-de-la-Madeleine; l'Omnium de golf du Québec, tenu à Victoriaville dans la région du Cœur-du-Québec et le dixième Championnat mondial de la montgolfière, tenu dans le cadre du Festival de montgolfières du Haut-Richelieu 1991, fut remporté par ce dernier en raison de l'envergure de cette manifestation qui donne à la Montérégie un prestige dépassant les frontières du Québec.

C'est aux Voyages Nordest que le prix de l'innovation touristique est revenu cette année. Cette entreprise de la région de Lanaudière s'est distingué en amenant sa clientèle, majoritairement européenne, à découvrir l'hiver et de vieilles traditions du Québec en lui offrant un forfait unique composé d'une expédition d'une semaine en traîneau à chiens, assorti d'un séjour à Québec et à Montréal. On se souviendra que l'an dernier, ce prix était allé à la Société de l'Île Notre-Dame pour la création de ce qu'on allait désormais appeler la «plage Doré».

Le prix de la promotion touristique est allé à la Société zoologique de Saint-Félicien qui, pour mieux s'annoncer, a ajouté cette année la télévision au nombre de ses outils de promotion, en plus d'organiser des journées thématiques spéciales, un programme d'animation scolaire et les coulisses du zoo, une activité permettant aux visiteurs de se familiariser avec les soins quotidiens requis par les animaux.

Le premier prix de l'entreprise publique, car il s'agissait d'une nouvelle catégorie, fut décerné au Jardin botanique de Montréal qui inaugurait en juin 1991 son Jardin de Chine, le plus grand à l'extérieur du continent asiatique. Au cours de cette même année, on dénombrait quelques 1 300 000 visiteurs dont plus de la moitié étaient des touristes. Peut-on parier que l'an prochain se sera le Biodôme qui remportera ce prix? À moins que le cafouillage administratif ne vienne tout gâcher. Histoire à suivre...

C'est l'Auberge Le Florès, de Grand-Mère, dans la région touristique du Cœur-du-Québec qui se méritait le prix de la petite entreprise touristique. De simple restaurant au début des années 1980, l'Auberge est devenue une hôtellerie comprenant 19 chambres, une salle à manger, une salle de conférence et même une station thermale.

Une autre auberge, cette fois-ci de Beaufort, s'est distinguée pour le prix de la gastronomie. Il s'agit de La Carmarine dont la répu-

tation repose sur une équipe compétente, une cuisine inspirée, des produits d'une fraîcheur impeccable, un service sympathique et une ambiance détendue dans le décor d'une maison centenaire.

Enfin, c'est au Groupe Voyages Québec, qu'est revenu le prix de la mise en marché du produit touristique québécois. Cette entreprise, qui est composée d'une agence de voyages à clientèle majoritairement européenne et d'un grossiste en voyages destiné aux Québécois préretraités et retraités, développe et met en marché des produits exclusifs, typiquement québécois et adaptés à ses clientèles.

Les mentions spéciales

En plus des lauréats pour chacune des catégories officielles, il y a eu deux mentions spéciales. La première est une mention spéciale du jury des Grands Prix du tourisme québécois qui fut décernée à l'Association canadienne des pâtes et papiers qui organise chaque hiver, depuis 1983, sa réunion annuelle et l'exposition industrielle qui s'y rattache au Palais des congrès de Montréal. Cette année, l'événement a engendré des retombées de l'ordre de 44 millions de dollars et procuré 22 000 nuitées aux hôteliers montréalais dans la période la moins achalandée de l'année.

La deuxième mention spéciale fut cette fois-ci décernée par Kéroul à l'hôtel Holiday Inn Montréal centre-ville. Cette mention spéciale, accordée pour la deuxième année par Kéroul dans le cadre des Grands Prix du tourisme québécois, cherche à souligner les efforts visant à mettre le tourisme à la portée des personnes à capacité physique restreinte et à améliorer ainsi leur qualité de vie. Le Holiday Inn Montréal centre-ville s'est distingué par le fait qu'il soit totalement accessible aux personnes à capacité physique restreinte et qu'il ait plusieurs adaptations spéciales qui y ont été aménagées. On y compte ainsi 18 chambres complètement adaptées alors que les 217 autres sont toutes accessibles.

Le Gala: une formule à revoir

Nous ne pourrions terminer cette chronique sans dire un mot sur le Gala en tant que tel, qui fut fortement critiqué cette année. Les critiques formulées portaient principalement sur l'organisation de la soirée qui, de l'avis de plusieurs, ressemble à une grande séance d'enregistrement pour la télévision où les invités jouent le rôle de figurants, plutôt qu'à

une vraie fête pour les intervenants touristiques du Québec. La compatibilité entre un *show* télévisé et un Gala où tout le monde s'amuse bien et se divertit ne semble pas évidente dans le cas du Gala des Grands Prix du tourisme. Il faut donc souhaiter que les nombreuses critiques contribuent de façon positive à améliorer la formule du Gala du Tourisme afin que les intérêts commerciaux et ceux de l'ensemble des invités à cette fête annuelle soient tous comblés.

PREMIER COLLOQUE NATIONAL SUR LE TOURISME DE CIRCUITS

Les 23 et 24 avril dernier, près de 200 participants se sont réunis pour assister au premier Colloque national sur le tourisme de circuits qui se tenait à Saint-Georges de Beauce. Organisé par l'Association touristique régionale Chaudière-Appalaches, ce colloque s'est avéré selon les organisateurs et les participants un véritable succès: «... il a permis de dégager des visions concrètes et concertées sur les actions à entreprendre pour favoriser la contribution de cette forme de tourisme au développement touristique du Québec». De plus, est-il nécessaire de rappeler l'importance de cette forme de tourisme qu'est le circuit touristique considéré par Tourisme Québec comme le deuxième en importance après les visites de grandes villes.

Lors de ce colloque, une dizaine de communications traitant du tourisme de circuits sous tous ses angles furent données par des intervenants et professionnels issus des divers champs d'activités en tourisme. Voici un résumé des principaux thèmes qui furent abordés.

Le circuit touristique fut d'abord présenté dans sa dimension conceptuelle par Marc Laplante, professeur en tourisme à l'UQAM. L'accent a été mis sur le fait que le circuit touristique doit être situé dans l'expérience touristique globale si on veut en faire une bonne compréhension. Expérience touristique organisée, le circuit touristique peut être analysé en tant que production culturelle et sa création peut s'inspirer des arts d'interprétation.

Parler de circuits touristiques, c'est aussi soulever toute la question de la collaboration et des mesures de coordination entre les régions par lesquelles passent les divers circuits touristiques. Parler d'*interrégionalisme* touristique devient dès lors inévitable. C'est précisément ce thème qu'a développé Réjean

Beaudoin, directeur général de l'ATRAQ, qui définit l'interrégionalisme touristique comme «une approche modulaire impliquant deux ou plusieurs régions qui unissent leurs efforts afin de développer et promouvoir un ou des produits».

Les circuits périurbains. Voilà une expression qu'on n'entend pas très souvent mais qui, pour Claude Pinault et Pierre Labrie, respectivement vice-président aux communications du CAA Québec et directeur général du tourisme et des congrès de la Communauté urbaine de Québec, signifie «une opportunité de prolongation de la durée de séjour des visiteurs étrangers et de mise en valeur du patrimoine historique, culturel et naturel de la région de Québec». C'est ce qu'ils ont démontré dans leur exposé et entendent prouver encore davantage dans la mise sur pied d'un projet pilote qui devrait voir le jour d'ici un an ou deux. C'est à suivre...

Normand Hall, consultant et professeur en techniques de tourisme au Collège Mérici, a développé le thème, c'est le cas de le dire, des circuits thématiques. Trois grandes questions furent posées dans le cadre de sa présentation:

1. Où en sommes-nous avec les circuits thématiques au Québec?
2. Le produit des circuits thématiques est-il à point?
3. Quelle approche prendre pour l'avenir?

Les éléments attractifs d'un circuit touristique ont fait l'objet de la présentation de Louis Jolin, directeur général du Centre d'études du tourisme et professeur en tourisme à l'UQAM. Après avoir défini ce qu'on entend exactement par *attraction*, le conférencier s'est interrogé sur le *pour qui* et le *pour quoi* d'un élément attractif ainsi que sur les conditions au choix des attraits ou des attractions d'un circuit; le tout pour terminer sur la notion de circuit en tant qu'élément attractif.

Deux communications ont également été présentées par des responsables de Tourisme Québec et Tourisme Canada. La première, faite par Michel Carpentier, directeur général du marketing au ministère du Tourisme du Québec, portait sur la stratégie du Ministère relative au tourisme de circuits. La seconde, qui traitait des tendances du marché américain et de la stratégie de commercialisation de Tourisme Canada, a été faite par Antoine Samuelli, directeur général du tourisme chez ce même organisme.

Enfin, trois intervenants ont traité des circuits touristiques au niveau de créneaux bien spécifiques. Dans un premier temps, Alain Winter, directeur général de Campwagon Location et professeur en techniques de tourisme au Collège Mérici, a parlé des véhicules récréatifs et de ce que représente le circuit en motorisé. Puis, Jacques Guay, directeur général de l'Association des propriétaires d'autobus du Québec, a abordé tout le secteur des circuits de groupe en présentant l'historique du circuit de groupe en autocar, la situation et les problèmes qui se posent actuellement et les défis pour l'avenir. Enfin, c'est la situation du marché européen des circuits touristiques au Québec qui fut présentée par Claude Guerette, directeur des programmes de groupe au Groupe Voyages Québec.

Voilà donc un bref aperçu des conférences prononcées dans le cadre de ce premier colloque sur le tourisme de circuits, conférences qui seront publiées dans un prochain numéro de la collection *Colloques et congrès* produit par Téoros.

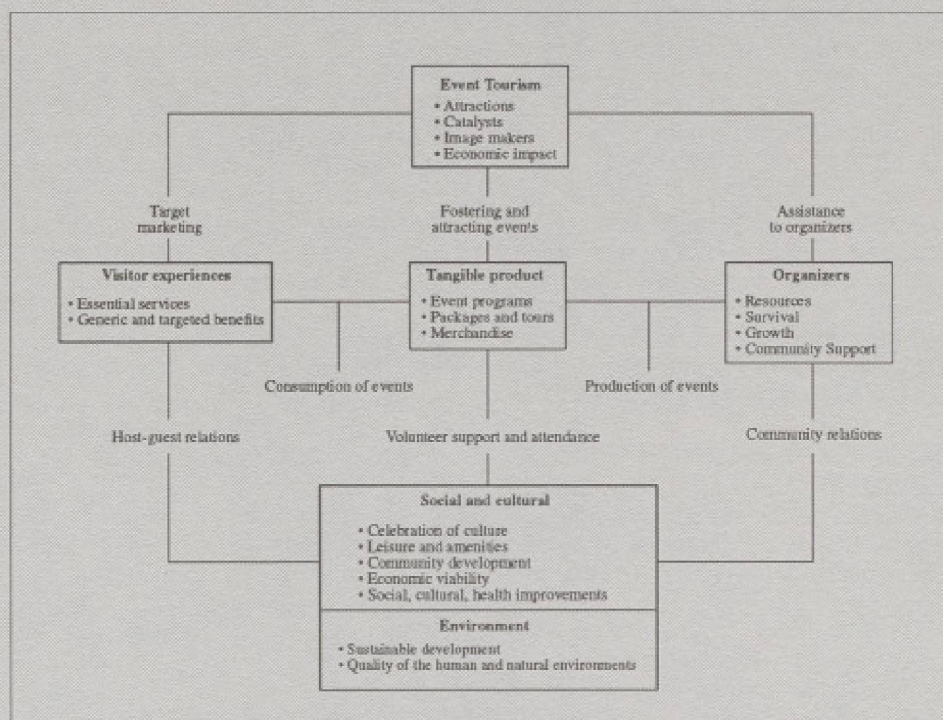
CHRONIQUE Publication

par Jalal Alwidadi

GETZ, Donald, *Festivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, 1991, 374 p.

Festivals et événements spéciaux contribuent d'une manière significative à forger l'image d'un pays et constituent, à l'instar du tourisme conventionnel, un vecteur important de développement. Mais au-delà de tout opportunisme économique, l'association du tourisme à ce type de manifestations débouche sur une forme de loisirs dont l'essor spectaculaire mérite que l'on s'y attarde.

L'ouvrage de D. GETZ aborde la question de façon pragmatique et nous livre en 10 chapitres un ensemble homogène d'informations dont le caractère multidisciplinaire permet de cerner rapidement la complexité des relations entre le tourisme, d'une part, et les festivals ou événements spéciaux par ailleurs.



Source : GETZ, Donald, *Festivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, 1991, Figure 2.1 : Perspectives on festivals and special events, p. 41.

L'essentiel du premier chapitre se résume à un inventaire des rôles des festivals dans le développement d'une destination touristique :

- En tant qu'attractions, ces manifestations, qu'elles soient d'envergure régionale ou internationale, élargissent le bassin géographique de la demande, étalent les saisons traditionnelles et fidélisent les visiteurs.
- Leur rôle de catalyseur s'illustre souvent par l'abondance des projets de développement, le réaménagement du paysage urbain et par la multiplication des infrastructures.
- Enfin, aux côtés d'un tourisme de masse de moins en moins apprécié par les populations hôtes, les festivals et événements spéciaux offrent une voie alternative plus respectueuse de l'environnement socio-culturel de ces communautés.

La communication de masse, la multiplicité des médias et la standardisation, phénomènes propres au monde d'aujourd'hui, ont quelque peu dilué la signification des termes *festivals*, *événements* ou *événements spéciaux*. Le modèle proposé dans le chapitre deux y remédie à l'aide d'un schéma conceptuel où sont esquissées les différentes perspectives

et points de vue de chacun des partenaires concernés : les organisateurs, les visiteurs et les hôtes. Le modèle suggéré a surtout l'avantage de mettre en évidence les interrelations entre ses composantes majeures et permet, de ce fait, une meilleure visualisation de la synergie des forces en présence nécessaire à la réalisation de l'événement touristique. Une typologie des problèmes et une réflexion concise sur les coûts sociaux occasionnés par ces fêtes publiques complètent ce chapitre.

L'état de la recherche dans ce nouveau champ d'investigation n'est pas très avancé et les études sur le comportement des festivaliers en sont encore à leur balbutiement. Toutefois, le chapitre trois nous offre une synthèse des travaux et des différents essais publiés à ce jour. Les indicateurs de tendance sont à la hausse en ce qui concerne le nombre, la taille et la diversification des festivals allant des événements sportifs aux manifestations artistiques sans oublier les expositions à caractère historique. Les facteurs qui soutiennent cette évolution et qui resteront déterminants dans le futur sont : l'étirement du temps de loisirs, le mode de vie urbain, le morcellement des vacances, le baby-boom, le vieillissement des populations et surtout l'influence des médias.

Après avoir cité, dans le chapitre quatre, quelques réalisations initiées par quatre pays anglo-saxons (Canada, USA, Australie et Nouvelle-Zélande), l'auteur introduit la notion de *plan d'action marketing pour une destination*.

Le modèle technique présenté dans le chapitre suivant s'articule autour de deux volets, stratégie et marketing, et met en avant les différentes procédures adaptées au produit touristique festivalier. Il met également l'accent sur les méthodes de commercialisation et d'évaluation les mieux appropriées.

En concluant sur les perspectives d'avenir prometteuses du tourisme d'événement, D. GETZ invite les chercheurs, professionnels et autres intervenants à oeuvrer de concert pour optimiser les actions et les décisions stratégiques.

À cet égard, *Festivals, Special Events and Tourism* s'annonce comme un ouvrage de référence que nous nous devons de recommander.

OMT, Séminaire sur les nouvelles formes de demande et les nouveaux produits, Nicosie, Chypre, mai 1991, 153 p.

Dans le but de faciliter l'échange d'expériences touristiques entre pays et opérateurs privés, l'Organisation mondiale du tourisme a entrepris de diffuser les actes du séminaire sur les nouvelles formes de demande et les nouveaux produits touristiques. Cette brochure dresse un large éventail de la richesse actuelle et de la diversité du tourisme. Une tâche rendue compliquée par le fleurissement, à travers le monde occidental et l'Europe en particulier, d'une variété de produits telle qu'il est difficile de distinguer des frontières franches entre les différentes catégories. La nature du tourisme est ainsi changeante et se traduit par un besoin constant d'innovation.

Dans un premier temps, le séminaire s'est intéressé aux flux quantitatifs du tourisme; leur analyse montre des tendances toujours à la hausse malgré une conjoncture internationale perturbée par les modifications perpétuelles des environnements monétaire, politique et social. Phénomène vulnérable, s'il est besoin de le rappeler, le tourisme réussit cependant à résister aux récessions économiques aux tensions internationales et autres.

La seconde partie du document se préoccupe exclusivement des aspects qualitatifs. Si les puissances touristiques traditionnelles (France, Espagne, Italie et Portugal) ont bâti une industrie touristique performante depuis longtemps, il n'en demeure pas moins que ces pays ont dû adapter leur offre à une demande de moins en moins monolithique. En effet, les 14 interventions de la réunion de Chypre dégagent six segments majeurs:

- 1- Le *tourisme vert* ou écotourisme; initié par des vacanciers sensibles à un environnement menacé en permanence par les désastres écologiques, la pollution et l'urbanisation sauvage.
- 2- Le *tourisme bleu* ou le tourisme nautique; la navigation de plaisance s'aventure au-delà du littoral et développe de nouveaux circuits en intégrant de plus en plus de marinas et de petits ports.
- 3- Le tourisme culturel; au-delà du traditionnel spectacle folklorique ou de la spécialité gastronomique locale, le touriste d'aujourd'hui désire rencontrer et surtout comprendre les valeurs, le style de vie, la langue, la littérature, la musique et l'artisanat du pays d'accueil. Il faut lui expliquer et lui interpréter ces réalités complexes.
- 4- Le tourisme rural; ce dernier a donné naissance à une gamme de formules allant de l'hébergement à la ferme aux gîtes d'étapes, en passant par les séjours dans les gros villages agricoles.
- 5- Sports, nature et tourisme de santé; l'aspiration à une meilleure forme physique et la promotion du culte du *mieux-vivre* ont développé le goût pour les activités récréatives de nature sportive (méditation, yoga, thalasso, etc.).
- 6- Animation, *happenings* et tourisme d'événement; offrir des attractions ponctuelles au visiteur enrichit et valorise davantage son séjour.

L'industrie touristique doit répondre à chacun de ces segments de clientèle avec des produits appropriés. L'OMT a retenu pour son séminaire des modèles d'intervention intéressants comme, par exemple, les initiatives yougoslave (tourisme nautique et écotourisme insulaire), irlandaise (tourisme rural) et française (animation historique, la bataille de Waterloo).

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) à Montréal: (514) 873-7977 (MTM)
- Centre de référence et de documentation touristique de Tourisme Canada à Ottawa: (613) 954-3943 (CRDT)

ASHWORTH, G.J., VOOOGD, H., *Selling the City: Market Approaches in Public Sector Urban Planning*. Belhaven Press, London, U.K., 1990, 177 p. (MTM) (MTQ).

ASHWORTH, G.J., *The Tourist - Historic City*, 1991, 283 p. (CRDT).

ASSOCIATION DES RESTAURATEURS DU QUÉBEC, *Guide des législatures en restauration*, 1989, 77 p. (CET).

ASSOCIATION TOURISTIQUE AU SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN, *1er Colloque national sur le tourisme hivernal: actes du colloque*, Chicoutimi, 1992, 54 p. (MTM) (MTQ).

BERNEMAN, Corinne, FABIEN, Louis, NOEL, Stéphane, *Le Québec vu par les Québécois: la perception du Québec comme destination voyage*, Montréal, École des Hautes Études Commerciales, 1991, 24 p. (MTM) (MTQ) (CET).

BLANK, U., *The Community Tourism Industry Imperative*, 1989, 200 p. (CRDT).

BUTTERWORTH, Heinemann, *Managing Tourism*, Oxford, U.K., 1991, 344 p. (MTM) (MTQ).

COLTMAN, Michael M., *Tourism Marketing*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1989, 320 p. (CET).

COMMISSION PERMANENTE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, *Montréal, une ville à découvrir. La promotion de Montréal comme destination touristique concurrentielle*, Montréal, 1992, 220 p. (CET).

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION, *The Cruise Industry: An Overview*, January, 1992, 34 p. (CRDT).

DE KADT, E., *Making the Alternative Sustainable: Lessons from Development for Tourism*, January 1990, 39 p. (CRDT).

GAUTHIER, Sylvain (CROP Inc.), *Habitudes de fréquentation des Montréalais en matière d'activités à caractère socio-culturel et de loisirs*, 3ème édition, Société du Vieux-Port de Montréal, 1991, 46 p. (CET).

GIGUERE, Denise, *Tourisme et interculturelisme: du folklore à une image interculturelle de marque du produit touristique*, Université du Québec à Montréal, 1989, 16 p. (MTM) (MTQ).

GOBEILLE, Denis, *La gestion de la santé et de la sécurité du travail dans le secteur de la restauration au Québec*, Association des restaurateurs du Québec, 1989, 21 p. (CET).

HALSTED, *Special Interest Tourism*, Belhaven Press, Toronto, 1992, 214 p. (MTM) (MTQ).

HYDRO-QUÉBEC, *Les routes de l'énergie: guide de visite des installations d'Hydro-Québec 1991*,

L'AGENDA TOURISTIQUE par Charles Bélanger

■ ÉVÉNEMENTS LOCAUX

Journée mondiale du tourisme
Hôtel Méridien,
Lundi, 28 septembre 1992
Thème: Le tourisme à l'ère des continents régions :
vers une responsabilité partagée État-entreprises
Conférencier: Dr. Robert Hollier, Directeur exécutif de la Commission
Européenne de Tourisme
INFO.: (514) 283-8823

Quatrième bourse touristique Bienvenue Québec,
Centre des congrès de Québec, Québec
13 au 15 octobre 1992
Thème: Foire touristique qui vise à faire connaître les produits, services et attractions
touristiques du Québec aux organisateurs bénévoles et professionnels de voyages en
groupe
INFO.: (418) 522-7131

12ème Congrès annuel d'Acta-Québec, Hôtel Chanteclerc, St-Adèle
16 au 18 octobre 1992
Thème: Congrès '92 pour tous (ouvert aux non-membres)
INFO.: (514) 874-3715

43ème Congrès annuel de l'Association des hôteliers de la province de Québec
Hôtel Le Georgesville, St-Georges-de-Beauce
18 au 20 octobre 1992
INFO.: (514) 282-5135

Salon international tourisme/voyage (Acta-Québec)
Place Bonaventure, Montréal
29 octobre au 1er novembre 1992
Thème: Agences, fournisseurs, ministères et organismes reliés à l'industrie
touristique
INFO.: (514) 527-9221

Colloque national sur l'écotourisme
Organisé par l'Association touristique du Bas-Saint-Laurent en collaboration avec
Pohénégamook Santé Plein-Air et IPAQ
Pohénégamook Santé Plein-Air, Pohénégamook
3 au 6 novembre 1992
INFO.: (514) 867-1550

■ ÉVÉNEMENTS NATIONAUX

TTRA Canada Annual Conference
Régina, Saskatchewan
4 au 6 octobre 1992
Thème: Community and Cultural Tourism
INFO.: (306) 787-9556

Conférence annuelle de l'Institut canadien de recherche en tourisme
Meadowvale, Mississauga
25 et 26 novembre 1992
Thème: 25 novembre: Perspectives touristiques 1993
26 novembre: Tendances dans le marketing en tourisme
INFO.: (613) 526-3280

■ ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX

42ème Congrès annuel de l'Association internationale des experts scientifiques
du tourisme (AIEST)
Paris, France
23 au 29 août 1992
Thème: Liberté de voyager en l'an 2000: les droits et les devoirs des touristes
INFO.: 071-30-25-30

European Association of Social Anthropology (EASA)
Conférence annuelle
Prague, Tchécoslovaquie
28 au 31 août 1992
Thème: European reactions to the tourist gaze
INFO.: (20) 525-2262

2ème Colloque de la série de rencontres pan-européennes consacrées au thème
«Tourisme et environnement»
Organisé par le Centre Naturopa du Conseil de l'Europe et les autorités
roumaines
Bucarest, Roumanie
15 au 18 septembre 1992

1992 World Congress on Adventure Travel and Eco-Tourism
Organisé par Adventure Travel Society
Whistler, Canada
20 au 23 septembre 1992

American Society of Travel Agents (ASTA): 62nd World Travel Conference
Le Caire, Égypte
20 au 26 septembre 1992
INFO.: (703) 739-2782

11º Congreso Panamericano de Escuelas de Hoteleria y Turismo
Buenos Aires, Argentina, 24 au 29 septembre 1992
Info: 524-2652 (Mexico)

Congrès international pour les professionnels du tourisme (CIPTUR '92)
Organisé par le Centre de recherches et de documentation touristiques pour
l'Amérique latine et la Caraïbe, l'AMFORT et l'INTUR
La Havane, Cuba, 27 septembre au 2 octobre 1992
Thème: Développement professionnel et innovation technologique dans le
domaine du tourisme
INFO.: 32-2217

(Suite à la page suivante)

Vice-présidence communications et relations pu-
bliques, Montréal, 1991, 28 p. (MTM) (CET).
IATA, **International Traffic Forecast 1991-1995**,
September, 123 p. (CRDT).
INDUSTRIE, SCIENCES ET TECHNOLOGIES,
**Compétitivité de l'industrie: une perspective
sectorielle**, 1991, 194 p. (MTM) (MTQ) (CRDT).
INSTITUT CANADIEN DE RECHERCHE SUR LE TOU-
RISME, **Conférence sur les perspectives du
Québec 1992**, 30 janvier 1992, n.p. (CRDT).
INSTITUT NATIONAL DE RECHERCHE SUR LES
TRANSPORTS ET LEUR SÉCURITÉ, **Tourisme et
transport: analyse bibliographique**, octobre
1991, 97 p. (CRDT).
JODOIN, Georges, **Tourisme d'aventure: rapport
d'enquête auprès des producteurs de tourisme
d'aventure 1991**, ministère du Tourisme, Direc-
tion de la recherche, 1992, 50 p. (MTM) (MTQ)
(CET).
JOLIN, Louis, **Le transport interurbain des per-
sonnes handicapées au Québec et au Canada. État
de la situation et recommandations**, Kérour,
mars 1992, 34 p. (CET).

LALIBERTÉ, Suzanne, **Évaluation du programme de
classification de l'hébergement au Québec**,
École nationale d'administration publique, Québec,
1992, 130 p. (MTQ).
LEADING NATIONAL ADVERTISERS INC., **Trends in
Travel and Tourism Advertising. Expenditures
in United States Measured Media, 1986-1990**,
Special report for Ogilvy and Mather Based on
Data, New York, September 1991 (CET).
LE GROUPE MALLETTE, **Taxes sur les produits et
services**, Association des restaurateurs du
Québec, 1991, 35 p.
LOUBIER, Yvan, **Évaluation des retombées écono-
miques - Projet de revitalisation du Vieux-Port
de Montréal**, 1992, 14 p. (CET).
MAINGUY, Claire, **Les aînés consomment... et com-
ment!**, Office de la protection du consommateur,
synthèse de lectures, avril 1990, 71 p. (CET).
MAJEAU, Pierre, **Accessibilité des services touris-
tiques aux personnes à capacité physique res-
treinte. État de la situation au Canada**, Kérour,
mars 1992, 48 p. (CET).

MARCOTTE, PASCAL, **Étude des comportements de
voyage des étudiants universitaires**, UQAM,
1991, 201 p. (CET).
MÉTHOT, Caroline, **L'image touristique du Québec à
travers les brochures du ministère du Tou-
risme**, Université de Montréal, Montréal, 1990,
100 p. (MTM).
MINISTÈRE DU LOISIR, DE LA CHASSE ET DE LA
PÊCHE, **La politique québécoise pour le ski
alpin 1990-1994**, Québec, 1990, 47 p. (MTQ).
MINISTÈRE DU TOURISME, **Entente auxiliaire Ca-
nada-Québec sur le développement touristique
au Québec 1992-1997**, Québec, 1992, 37 p. (MTM)
(MTQ).
MINISTÈRE DU TOURISME, Direction de l'accueil et
des renseignements touristiques, **La politique de
signalisation du produit touristique québécois:
critères d'admissibilité**, 1991, 21 p. (MTM) (MTQ).
OFFICE DE PLANIFICATION ET DE DÉVELOPPEMENT
DU QUÉBEC, **Profil statistique des régions du
Québec, 2ème édition**, 1991, 171 p. (CET).

L'AGENDA TOURISTIQUE (suite) par Charles Bélanger

Séminaire sur le tourisme et l'environnement pour les pays de la Mer baltique
Organisé par l'Organisation mondiale du tourisme
Tallin, Estonie
30 septembre au 2 octobre
INFO.: 34-1-571-0628

International Hotel Association (IHA): Forum on Professional Training
Bangkok, Thaïlande
8 au 11 octobre 1992
INFO.: 47-00-84-57

Fourth International Conference on Tourist Health
Organisée par Turkish Tourist Health Society
Antalya, Turquie
15 au 18 octobre 1992
INFO.: (904) 310-98-08

International Forum on Tourism to the Year 2000: Prospects and Challenges
Organisé par l'Organisation mondiale du tourisme
Acapulco, Mexique
22 et 23 octobre 1992
INFO.: 34-1-571-06-28

International Conference of Association of Corporate Travel Executives
Budapest, Hongrie
25 au 29 octobre 1992
INFO.: 36-1-175-10-00

Symposium sur l'écotourisme
Organisé par l'Association du tourisme de l'Afrique (ATA)
Dakar, Sénégal
8 au 13 novembre 1992
INFO.: (212) 725-8253
Enviro-tourism: Strategies for Reducing the Environmental Impact of Tourism
Organisé par l'International Society for Environmental Protection
Vienne, Autriche
10 au 12 novembre 1992
INFO.: (431) 715-2828

Quality of Life and Travel/Tourism Marketing
Organisé par College of Hotel Administration, University of Nevada
Washington, D.C., États-Unis
19 au 22 novembre 1992
INFO.: (702) 739-3930

XXVIIIème Assemblée générale de l'Association
mondiale des agences de voyages
Puerto Vallarta, Mexique
29 novembre au 4 décembre 1992
INFO.: (022) 731-47-60

■ FOIRES/EXPOSITIONS/SALONS

The Travel Trade Show
Moscou
9 au 15 septembre 1992

TOP RESA:
Marché international des professionnels du tourisme et des voyages
Deauville
24 au 27 septembre 1992

World Travel Market
Londres
17 au 20 novembre 1992

Brussels Travel Fair (BTF)
Bruxelles
24 au 26 novembre 1992

Atelier Canada
Paris
26 et 27 novembre 1992

OFFICE DES CONGRES ET DU TOURISME DU GRAND
MONTREAL, **Énoncé politique et plan d'action
1993-1995 de l'Office des congrès et du tou-
risme du Grand Montréal: «Le Montréal tou-
ristique, un projet collectif»**, Montréal, 1992, 80
p. (CET).

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Com-
pendium de statistiques du tourisme 1986-
1990**, 12ème édition, Madrid, 1992, 197 p. (CET).

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Guidelines for the Transfer of New Techno-
logies in the Field of Tourism**, 1988, 56 p. (CET).

ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, **Sémi-
naire sur les nouvelles formes de demandes et
les nouveaux produits**, Chypre, mai 1991, 153 p.
(CET).

PANNELL KERR FOSTER, **GST and the Hospitality
Industry - A PKF Perspective**, March 15, 1990,
89 p. (CRDT).

PANNELL KERR FOSTER, **Trends in the Hotel Industry**,
International Edition, 1991, 100 p. (CET).

SAINE, Jean, **Comment relancer un restaurant en
1991?**, Association des restaurateurs du Québec,
1991, 35 p. (CET).

SINCLAIR, M. Thea, **The Tourism Industry: An In-
ternational Analysis**, 1991, 195 p. (CRDT).

SMITH, Stephen L.J., **Programme de recherche sur
l'offre de produits et services touristiques**,
septembre 1991, 44 p. (CRDT).

SOCIÉTÉ CANADIENNE DES PNEUS MICHELIN LTÉE,
**Guide de tourisme Michelin, Le Québec, 1ère
édition**, 1992, 284 p. (CET).

SOCIÉTÉ DE PROMOTION EDEN GREEN, **Guide des
golfs touristiques du Québec**, 1992, 46 p. (CET).

SOCIÉTÉ IMMOBILIÈRE DU PATRIMOINE ARCHITEC-
TURAL DE MONTRÉAL (SIMPA), **Le développe-
ment touristique du Vieux-Montréal**, 1992, 19
p. (CET).

SODEM, **L'impact économique du monde fédéré du
loisir et du sport au Québec**, Regroupement Loisir
Québec, 1990, 66 p. + annexes (CET).

TOURISME CANADA, **Accord de coopération touris-
tique entre le gouvernement du Canada et le
gouvernement des États-Unis**, Canada, 1990,
21 p. (CRDT).

TOURISME CANADA, **Enquête sur les secteurs du
tourisme culturel**, novembre 1991, 65 p. (CRDT).

TOURISME CANADA, **Étude de cas des ressources
humaines dans l'industrie touristique**, n.p.
(CRDT).

TOURISME CANADA, **Prévision du tourisme interna-
tional, précis**, janvier 1992, 9 p. (CET).

TOURISME CANADA, **Tourism Benefits to Canada From
a More Liberalized Air Services Agreement
Between Canada and the United States**, n.p.
(CRDT).

UNITED NATION CENTRE ON TRANSNATIONAL COR-
PORATIONS, **Negotiating International Hotel
Claim Management Agreements. A Primer for
Hotel Owners in Developing Countries**, UNTC

Advisory Studies, serie B, no 5, United Nations,
New York, 1990, 60 p. (CET).

US SENATE COMMITTEE ON COMMERCE, SCIENCE
AND TRANSPORTATION, **S.680. The Tourism
Policy and Export Promotion Act of 1991**, July
1991, 126 p. (CRDT).

VILLE DE MONTRÉAL, **Études des incidences écono-
miques et sociales du pôle «Parc olympique-
Jardin botanique» sur le quartier Maisonneuve:
rapport final**, Montréal, 1991, 114 p. (MTM).

WALLINGFORD, **The Tourism Industry: An Interna-
tional Analysis**, Cab International, 1991, 244 p.
(MTM).

WITT, Stephen, **Modeling and Forecasting Demand
in Tourism**, 1991, 195 p. (CRDT) (CET).

WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL, **Travel and
Tourism. The World's Largest Industry**, 1992,
24 p. (CRDT).

ZINS, BEAUCHESNE ET ASSOCIÉS, **Étude sur le dé-
veloppement et la commercialisation du pro-
duit touristique motoneige**, résumé, MTO, n.d.,
22 p. (CET).