



LES LAURÉATS NATIONAUX 2001  
des Grands Prix du tourisme québécois



André Leclerc, personnalité touristique de l'année

**Tourisme Québec**  
*...vous informe!* ÉDITION SPÉCIALE

Québec   
Tourisme  
Québec

# Personna touristique

Prix de la personnalité touristique de l'année

André Leclerc, Kéroul

## Quand l'audace et la ténacité portent leurs fruits



À titre d'hôte du Colloque sur le tourisme adapté, qui a eu lieu à Montréal les 25 et 26 avril 2000, André Leclerc était fort content de recevoir les recommandations des participants, bien qu'elles allaient entraîner beaucoup de travail pour lui et l'équipe de Kéroul. En plénière, c'est Louis Jolin, de l'Université du Québec à Montréal, qui lui avait résumé les discussions.

Photo : Chantale Tremblay, Tourisme Québec

# lité

*« Aujourd'hui, on peut envoyer quelqu'un dans l'espace, mais il est encore difficile pour certains d'aller faire leurs courses au coin de la rue... » André Leclerc aime bien rappeler cette boutade bien connue mais combien révélatrice!*

Après plus de vingt ans consacrés à promouvoir le tourisme des personnes à capacité physique restreinte, André Leclerc reçoit des professionnels du tourisme québécois la reconnaissance qui lui est due. L'origine de sa vocation, si on peut s'exprimer ainsi, remonte à la fin des années 1970, alors qu'il décide d'entreprendre, à 25 ans, un voyage en auto-stop – et en fauteuil roulant – de Montréal à Chicoutimi. Ce voyage devait éventuellement lui permettre de concrétiser un projet plus ambitieux : le tour des États-Unis avec le même mode de transport. Comme on pouvait s'y attendre, l'entreprise prouve à André Leclerc qu'un voyage en fauteuil roulant n'est pas exempt de difficultés et qu'il reste encore beaucoup de progrès à accomplir avant de pouvoir tableer sur un développement à grande échelle du tourisme des personnes handicapées.

Notre courageux voyageur décide alors de se lancer dans le monde de l'industrie touristique. « Le tourisme, explique-t-il, est un très bon moyen d'intégration des personnes à capacité physique restreinte. C'est une force économique importante et un moyen d'apprentissage idéal de connaissances sur le monde dans un contexte de détente, qui touche les différents domaines de la vie courante : hébergement, restauration, transport, etc. »

Ce qui n'empêchait pas certains, à l'époque, de trouver que le tourisme n'était pas une priorité. « On ne partait pas de zéro, on partait en bas de zéro! » lance-t-il avec franchise. Vingt ans plus tard, on a parcouru beaucoup de chemin, mais il reste encore beaucoup de travail à faire. Les choses avancent lentement, mais elles avancent. « Dans le fond, c'est un choix de société, dit le directeur général et fondateur de Kéroul. Est-ce que collectivement on y croit? Est-ce que c'est important? Est-ce qu'on a le goût de faire changer les choses? » La dynamique sociale qui existait il y a 25 ans et qui prônait des valeurs humaines fidèles aux préoccupations de l'époque se heurte aujourd'hui à un fort courant d'individualisme qui ralentit l'avancement du dossier du tourisme des personnes handicapées en général.

André Leclerc reste un homme pragmatique. Les personnes à capacité physique restreinte représentent environ 15% de la population, et ce pourcentage risque de s'accroître avec le vieillissement de la population. Il s'agit donc d'un segment de marché non négligeable que l'industrie touristique devra tôt ou tard satisfaire.

André Leclerc souligne que l'organisme qu'il a fondé collabore maintenant avec près d'une trentaine de ministères du Québec et du Canada à la réalisation de projets conjoints reliés au développement du tourisme pour les personnes à capacité physique restreinte. « L'approche de Kéroul est bonne, son expertise est exportable. » Il attache beaucoup d'importance à la planification et se dit particulièrement fier du plan triennal de développement 2001-2004 de Kéroul.



André Leclerc désire partager son prix avec Lyne Ménard qui a épousé la même cause que lui, à Kéroul, il y a 17 ans. Il lui a d'ailleurs rendu hommage le soir du gala national où on lui a remis le Prix de la personnalité touristique 2001.  
Photo : Kéroul

## Plus vite

Ce qu'il aimerait par-dessus tout? Avoir plus de pouvoir pour être en mesure de faire avancer les choses plus vite. Pour lui, les personnes à mobilité réduite disposant d'une certaine notoriété, comme la lieutenant-gouverneure, M<sup>me</sup> Lise Thibault, peuvent s'avérer de bonnes ambassadrices pour Kéroul et d'excellents défenseurs des valeurs que cet organisme défend.

Ses proches disent de lui qu'il est tenace, audacieux. Lui se qualifie, non sans un sourire, de « tête de pioche » et de « bagarreur »! Comment ne pas être persévérant quand on croit que « tout est possible »? Mais André Leclerc n'est pas un homme qui aime parler de lui. Autant il est intarissable sur son métier et sur l'organisme qu'il dirige, autant il est discret quand il est question de lui-même. Alors, la meilleure façon de le rendre volubile, c'est de se tourner vers la photo de son fils et de sa fille et de lui poser quelques questions sur eux. Parler de ses enfants, n'est-ce pas aussi une autre façon de parler, un peu, de soi?

Hébergement - 150 chambres et plus

Lauréat Le Château Bromont

# La vie de château

*Trois ans après avoir remporté l'argent aux Grands Prix du tourisme du Québec pour la qualité de son service à la clientèle, le Château Bromont poursuit sa conquête de l'excellence en mettant au point un remarquable plan de développement des ressources humaines.*

Le Château Bromont s'est engagé à retenir les services de l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec pour former le personnel de la cuisine. Ce programme de perfectionnement, partiellement subventionné par Emploi Québec et en vigueur pendant les trois prochaines années, fait d'ailleurs l'objet d'une clause dans la convention collective de travail des salariés de l'hôtel.

L'établissement est un hôtel quatre étoiles situé au pied du mont Bromont et contigu à un magnifique parcours de golf, à 85 km de Montréal. S'adressant principalement à la clientèle d'affaires, il reçoit régulièrement des groupes de touristes européens, notamment italiens, japonais et espagnols. Les clients apprécient particulièrement le raffinement de sa table et la qualité de son centre de remise en forme.

Le directeur général, Paolo Di Pietrantonio, est évidemment très heureux du prix remporté par son établissement. « C'est génial ! confie-t-il avec un enthousiasme débordant. Ce prix vient renforcer la satisfaction du devoir accompli. » Il est tout spécialement fier d'avoir coiffé au poteau des concurrents de taille. Avec ses 152 chambres, le Château Bromont a selon lui la taille idéale. « Nous sommes près de notre clientèle, un peu à la façon d'une auberge, ce qui nous permet de la chouchouter ! »

Le service à la clientèle, c'est un personnel à l'écoute des besoins de ses hôtes et une somme de petites attentions, comme cet étonnant *menu d'oreillers* (une dizaine de modèles en duvet, en micro-fibre ou encore en écailles de sarrasin) mis à la disposition des dormeurs. C'est aussi une gamme variée et complète de forfaits qui comprennent aussi bien des séjours « en douceur » et romantiques que des programmes familiaux et des forfaits golf ou ski.

M. Di Pietrantonio, comptable de formation, constate avec bonheur que l'hôtel réussit à équilibrer de manière harmonieuse la satisfaction de ses clients, de ses nombreux partenaires touristiques locaux, de ses actionnaires et, bien sûr, des investisseurs institutionnels !

Des projets ? Le Château Bromont n'en manque pas. Le programme d'amélioration locative se poursuit avec un investissement de près d'un million de dollars dans la rénovation d'une centaine de chambres. Divers travaux d'importance viennent de se terminer : peinture des façades, réaménagement de l'entrée, réfection de la piscine extérieure, etc. M. Di Pietrantonio ne cache pas qu'il aimerait bien ajouter une cinquième étoile à l'enseigne de son hôtel. Gageons que rien ne résistera à sa fougue et à sa détermination !

90, rue Stanstead, Bromont



Service à la clientèle hors pair, raffinement de la table : le Château Bromont est un hôtel quatre étoiles reconnu.  
Photos : Le Château Bromont

Lauréat  
argent  
Holiday Inn Saguenay -  
Centre des congrès (Jonquière)

Lauréat  
bronze  
Hôtel Omni Mont-Royal  
(Montréal)

Hébergement – 50 à 149 chambres

Lauréat Or Le Château Bonne Entente

# Une expérience en soie

*Le Château Bonne Entente de Sainte-Foy a atteint la cinquantaine. S'il en franchissait aujourd'hui la façade grise, le colonel Jones ne reconnaîtrait pas son ancienne résidence d'été. Depuis trois ans, ce sont sept millions de dollars que les proprios Marcel Dutil et Pierre et Francis Pomerleau y ont investis. Il s'agit des plus importants travaux entrepris à l'Autre Château depuis que le groupe Pomerleau l'a acquis en 1986. «Je veux lui donner du lustre», explique son directeur général depuis 1994, Alain April.*

Pour le président de l'Association des hôteliers du Québec, diplômé de l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec et représentant d'une quatrième génération d'hôteliers, point de repos. Il n'y a que dans le dictionnaire que le succès vient avant le travail, lui disait son père. Alain April rentre de Las Vegas où il a assisté au Hospitality Design. Son inspiration, il la trouve dans les livres, Internet et les voyages. À son retour de la Californie, il y a deux ans, il a rénové la réception de l'hôtel: plus de comptoirs, mais plutôt des bureaux-secrétaires où clients et relationnistes-réceptionnistes sont assis et règlent les moindres petits détails. Tout à fait inusité!

Qui n'a pas visité le Château depuis quelques années le trouvera à la fine pointe du confort contemporain. On lui a ajouté 32 chambres aux «ambiances» variées où des douches multijets ont remplacé les sempiternels bains et où les matelas sont si épais qu'on n'en finit plus de s'y blottir. On a aménagé un centre de conditionnement physique comportant un bain tourbillon extérieur ouvert à l'année, doublé la capacité de la salle de bal et mis en exploitation l'Apéro-club du Colonel-Jones aux côtés du restaurant Le Pailleur. Même les 110 anciennes chambres et le centre de santé, l'un des plus grands au Québec, ne sont plus tout à fait les mêmes. Un concierge aux «clefs d'or» par-ci, un directeur de la restauration chevronné par-là: la qualité paie dans ce château urbain où l'affluence tient à la différence.

Les effets ne se sont pas fait attendre. Le Château Bonne Entente a déjà créé 20 nouveaux emplois à temps plein et vogue allègrement vers les 78% de taux d'occupation. Ici, deux marchés cibles: d'abord, les touristes d'affaires haut de gamme, qu'une équipe des ventes de six personnes recherche à Ottawa, à Toronto comme au Québec, et les touristes d'agrément, qu'on compte dénicher en Nouvelle-Angleterre et particulièrement à Boston. Que des amateurs de qualité.

Alain April ne s'arrête pas là. En clin d'œil à sa grand-mère qui lui répétait de soigner le personnel, il affecte plus que ce que la loi exige au développement de sa main-d'œuvre, la tient informée, s'est assuré que les nouveaux soient bien accueillis et intégrés à l'équipe et ne lésine pas sur les sessions de formation. Lors de notre passage, le personnel administratif pratiquait l'anglais, comme tous les vendredis. *Good morning*, entendait-on de toutes parts. Le taux de roulement a sensiblement chuté chez les employés au cours des dernières années.

Toujours à l'avant-garde, projeté au moins trois ans vers l'avenir, le jeune et célèbre directeur général du Château fait parfois frémir les actionnaires. «Les prochaines chambres, probablement les 25 dernières, sont déjà dessinées dans ma tête», nous a-t-il confié. Un conseil de pro pour vous? «Il faudra dorénavant mettre l'accent sur les salles de bain pour en faire des lieux de détente plutôt que des endroits utiles, après avoir rattrapé, bien sûr, le retard que nous avons côté restauration d'hôtel par rapport aux Américains.» Entre deux idées, Alain April veut refaire l'aménagement paysager de son château. Réinventer l'hôtellerie, c'est un boulot exigeant au pays des grands hôtels champêtres du Québec qui veulent mériter cinq étoiles et quatre diamants.

3400, chemin Sainte-Foy, Sainte-Foy



Le directeur général du Château Bonne Entente, Alain April, à la réception - unique à Québec - de son hôtel. Une réception où employé et visiteur s'assoient face à face pour régler les détails du séjour.

Lauréat  
argent  
Château Versailles  
(Montréal)

Lauréat  
bronze  
Hôtel Mont-Gabriel  
(Sainte-Adèle)

Hébergement - moins de 50 chambres  
(excluant les gîtes touristiques)  
Lauréat Or  
Centre de santé d'Eastman

# Du bien-être au mieux-être

*Depuis près de 25 ans, le Centre de santé d'Eastman – qui se fera connaître dès septembre sous le nom de Spa Eastman – joue le rôle de pionnier puis de chef de file dans le secteur de la remise en forme et du tourisme de santé. Sa présidente, Jocelyna Dubuc, est d'ailleurs l'actuelle présidente de l'Association des Relais Santé, qui groupe une douzaine d'établissements au Québec.*

Fier de sa notoriété et de son leadership, le Centre de santé d'Eastman a investi l'an dernier plus de 3 M\$ dans l'ajout d'un neuvième pavillon et la rénovation de nombreuses chambres. La capacité de l'établissement, qui occupe tout près d'une centaine d'employés, est maintenant de 45 chambres. Toutes les statistiques de fréquentation sont à la hausse : augmentation de 60 % des nuitées, augmentation des soins aux clients externes de 124 %, augmentation du chiffre d'affaires de 90 % !

Pour la présidente, M<sup>me</sup> Dubuc, la qualité des soins et des équipements, la cordialité de l'accueil, la compétence de son équipe et la beauté du site sont les principaux facteurs qui lui ont permis d'asseoir la réputation de son centre et de fidéliser sa clientèle. Beaucoup de ses nouveaux clients sont d'ailleurs dirigés vers le Centre par des habitués de la maison ! L'atmosphère est très conviviale, sans aucune prétention, mais le séjour est placé sous le signe du plus grand professionnalisme. « Après une semaine de soins, ajoute d'un ton amusé mais convaincu M<sup>me</sup> Dubuc, le client repart comme s'il avait l'impression d'avoir passé trois semaines avec nous ! »

« Le Grand Prix vient reconnaître les nombreuses années d'efforts que nous avons consacrés à positionner l'industrie du tourisme de santé au Québec », affirme avec fierté M<sup>me</sup> Dubuc. D'efforts et d'innovation, pourrait-on ajouter. Non content de veiller au bien-être physique de ses hôtes, le centre d'Eastman élabore une programmation d'ateliers, de conférences et d'animations unique en son genre, qui exerce une force d'attraction importante sur la clientèle.

M<sup>me</sup> Dubuc constate que les consommateurs québécois sont de mieux en mieux informés en matière de vacances santé et de plus en plus exigeants quant à la diversité des soins offerts. L'amélioration de ses infrastructures permet au Centre d'être mieux placé pour songer à accueillir la clientèle internationale, qui pourra ainsi découvrir le concept de la remise en forme à la québécoise et l'approche très personnalisée qu'il favorise. Les Relais Santé sont d'ailleurs reconnus par l'industrie comme maîtres d'œuvre du produit tourisme de santé. Un bel honneur, mais aussi de nouveaux défis pour M<sup>me</sup> Dubuc !

895, chemin des Diligences, Eastman



Jocelyna Dubuc et le neuvième pavillon, tout neuf, de son centre de santé.  
Photos : Centre de santé d'Eastman

Lauréat  
argent  
Hôtel Place d'Armes  
(Montréal)

Lauréat  
bronze  
Hôtel Dominion 1912  
(Québec)

Hébergement – gîte touristique  
Lauréat Les Gîtes Makadan

# Le magasin où l'on dort tranquille

*Là-bas, la vie est rythmée par le train, pas celui qui passe, celui qu'il faut refaire chaque jour parce que les vaches n'attendent pas. On se lève tôt et on se couche tard. On dit les Gîtes Makadan comme on dit les Grands Jardins de Normandin. On ne sait jamais, après tout : le pluriel pourrait servir en cas d'expansion, même si les proprios se retiennent d'évoquer d'autres travaux que ceux qu'ils ont consentis depuis 1996, date de l'ouverture. En attendant, c'est le nom Makadan qui a tout un sens : le M rappelle l'épouse et mère, Micheline, les trois lettres suivantes, les enfants Analie, Katy-Michèle et Alexia, le D et le A, l'époux et père, Daniel, tandis que le N évoque l'employée irremplaçable, la douce Nathalie.*

La maison est presque centenaire. Il s'agit du magasin général du rang où Daniel venait échanger ses bouteilles contre de l'argent ou des bonbons quand il était enfant, une sorte de carrefour où les aînés placotaient, bien placé entre la fromagerie, la forge, la boutique de vêtements et l'école. Cette place publique n'a pas perdu son rôle de lieu de rassemblement : on a reçu 1000 personnes en 2000 dans cette résidence de 18 pièces où cinq chambres ont été joliment aménagées par Micheline. Ce refuge chaleureux a déjà acquis ses lettres de noblesse : des prix d'excellence remis par la Fédération des Agricotours du Québec dans la catégorie Accueil en 1999 et dans la catégorie Réalisation en 2000 et le Grand Prix du tourisme régional en 2000, en plus du Grand Prix national.

Dès le démarrage en juin 1996, on a vite profité de l'achalandage drainé par les Grands Jardins. Depuis l'an dernier, c'est la Véloroute des Bleuets, passant à trois kilomètres de la maison, qui a transformé la clientèle et encore allongé la liste des réservations, la durée des séjours et la période de haute saison. Et la famille Villeneuve-Bergeron s'est adaptée encore... Menu santé, voiturage, massage sur demande, supports à vélo, matériel de réparation, remisage des vélos sous clé pour la nuit, rien n'est laissé au hasard pour servir les clients aux mollets endurcis. Quand l'endroit déborde, on consulte les gîtes des alentours. « On ne laisse pas repartir quelqu'un qui ne soit pas hébergé », affirme Micheline.

L'endroit constitue un *gîte à la ferme*<sup>MD</sup> et un *gîte du passant*<sup>MD</sup>, membre de la grande famille des Agricotours, et ce n'est pas le fruit du hasard. Daniel est producteur laitier et a aménagé une fermette où s'épanouissent 15 variétés d'animaux près du gîte. Lui et Micheline ajoutent sans cesse des améliorations à leur maison. Celle-ci comporte maintenant un salon-verrière à l'étage, une piscine, une longue galerie à l'arrière et un petit plan d'eau près de la balançoire. Tout l'endroit dispense un effet calmant, comme les racines de la valériane qui trône au jardin des plantes médicinales de Micheline.

Les petites attentions semblent être l'élément distinctif aux Gîtes Makadan. « Nous sommes souvent le premier contact des gens avec la région », fait remarquer judicieusement Daniel. Les proprios font la part belle aux produits régionaux, notamment le jambon à la bière, le fromage biologique de la Ferme des chutes de Saint-Félicien et le pain-miche de la boulangerie La Villa du pain à La Doré. Les suggestions de visites sont adaptées à l'heure du jour, au temps et aux goûts des visiteurs.

Aux cyclistes qui voyagent léger, on réserve une robe de chambre et un séchoir à cheveux. On gâte également la clientèle européenne, surtout française, qui passe souvent trois jours sur place. Et puis, histoire de mieux accueillir la clientèle américaine qui commence à se pointer à ce bout du lac Saint-Jean, toute la famille s'est mise sérieusement à l'anglais. Évidemment, plus question d'intimité avec la parenté pendant la haute saison. Mais l'affection transmise aux invités semble être rendue au centuple aux hôtes : lors de notre passage, le couple qui occupait la suite Makadan a offert des fleurs à la jeune Katy-Michèle qui ne se sentait pas bien...

1728, rue Saint-Cyrille, Normandin



Des visages familiers pour les visiteurs des Gîtes Makadan : les copropriétaires Micheline Villeneuve et Daniel Bergeron et leur employée de toujours, Nathalie.

Lauréat  
argent  
Au Giron de l'Isle  
(Saint-Jean, Île-d'Orléans)

Lauréat  
bronze  
Manoir Taschereau  
(Sainte-Marie, Beauce)

Hébergement – camping

Lauréat **OR** Camping Belle-Vue

# Un village sur quatre roues

*Quand il a visité pour la première fois le terrain de camping qui allait être le sien, Michel Gosselin en avait déjà vu une quarantaine d'autres. Il fut séduit par l'ordre qui y régnait et la vue sur le fleuve qu'il offrait, blotti là, au bas d'une côte de la route Marie-Victorin, à Sainte-Croix, dans le comté de Lotbinière. Dix ans plus tard, le Camping Belle-Vue est toujours bien ordonné, propre et la proximité du fleuve reste l'un de ses principaux atouts. Pourtant, il n'est plus le même.*

La recette est assez simple, paraît-il de prime abord. Les deux tiers du terrain de Camping Belle-Vue sont occupés par des campeurs saisonniers, ce qui procure le fonds de roulement nécessaire à la viabilité de l'entreprise, et l'autre tiers est loué aux campeurs de passage, qui financent notamment, sans le savoir, les améliorations sans cesse apportées aux installations et aux services.

N'empêche que Michel Gosselin est souvent appelé à dispenser des conseils à d'autres propriétaires, comme il le fera à l'automne 2001 quand il accueillera les congressistes québécois et canadiens de Camping Québec. Implantée en 2000, sa formule de location-essai et de location-achat de roulottes a permis de rallier de nouveaux adeptes du camping confortable. De 11 roulottes en 1999, on est passé à 20 en 2000, grâce à la collaboration de fournisseurs réputés. Cette formule seule a fourni 5 des 25 nouveaux clients saisonniers de l'entreprise en 2000. Combinée à l'ajout de nouveaux services et à l'amélioration des services existants, elle a permis d'augmenter le nombre de visiteurs, le nombre de nuitées de location de roulottes et le chiffre d'affaires.

Au Camping Belle-Vue, les familles ont la cote. « Les parents sont en vacances quand les enfants s'amuse », explique le président-directeur général de l'endroit. Les activités abondent dans l'agglomération aux rues bien droites qui a tout d'un village-vacances, tout animé qu'il est par des moniteurs pour les jeunes de 2 à 14 ans. On joue au croquet (professionnel, svp), au mini-golf, au volleyball, à la pétanque, au tennis, aux jeux vidéo sur écran géant ; on pratique le vélo, la marche, la natation ou... la trottinette. On s'exerce à la peinture, à la danse, à l'artisanat ou à l'aquaforme. On visite le « p'tit magasin général », le parc récréatif aquatique ou le comptoir-quincaillerie spécialisé. Bientôt, on pourra danser près d'un bar tropical, bien installé sur une terrasse avec vue sur le fleuve, en plus d'aller au cinéma gratuitement.

Certaines fins de semaine, le Camping Belle-Vue compte plus d'habitants que le village de Sainte-Croix où il est installé. Plus de service, toujours plus de service : cela résume les intentions de M. Gosselin pour les prochaines années. Et le développement des ressources humaines, et la satisfaction des besoins de la clientèle. Le maillage avec les fournisseurs de véhicules récréatifs et d'autres entreprises de la région est une autre clé du développement de ce terrain primé et reprimé depuis 1993. Après tout, il passe 100 000 personnes par an dans cet endroit pourtant paisible où les autos dérangent les fourmis...

Le Camping Belle-Vue a été reconnu maintes fois comme chef de file dans son secteur d'activité et son propriétaire a contribué au développement de cette industrie, notamment en prenant part à l'implantation d'un système de classification. Maintenant, il peut rayonner dans la région et dans tout le Québec. « J'espère créer un réseau de terrains de camping qui offriront des roulottes en location partout au Québec, afin de permettre aux familles québécoises et à la clientèle internationale de camper tout l'été en tout confort dans des endroits différents mais de bonne qualité », affirme Michel Gosselin. En attendant, celui-ci s'intéresse aux activités du conseil local de développement, de l'Office de tourisme de Lotbinière et du Conseil québécois des ressources humaines en tourisme...

6939, route Marie-Victorin, Sainte-Croix (Lotbinière)



Le pdg du Camping Belle-Vue, Michel Gosselin, devant quelques roulottes qu'il loue à des campeurs. En arrière-plan, le tout nouveau bâtiment abritant des terrasses et un bar tropical.

Lauréat  
Plage Lac-Saint-Joseph  
(Fossambault-sur-le-Lac,  
région de Québec)

Lauréat  
Camping Le Huard  
(Obaska, Abitibi-Témiscamingue)

Hébergement - pourvoirie

Lauréat La Réserve Beauchêne

# La pourvoirie au service de la conservation

«...et je vous invite à venir nous voir à la Réserve Beauchêne, la plus belle pourvoirie au nord des États-Unis!» concluait fièrement Jean-Guy Dubé, à la fin de son petit discours. Il venait de recevoir l'or au gala des Grands Prix du tourisme québécois, édition 2001.

Cette phrase, Jean-Guy la répète chaque fois que l'occasion se présente... tout simplement parce qu'il en est convaincu. Et avec raison! Le site de la Réserve Beauchêne est paradisiaque. Le silence qui y règne, accentué par le chant des oiseaux, est la première impression qui frappe le visiteur. Puis, on est séduit par le *club house*, surnommé «White House» parce que modelé sur les grandes villas du sud étatsunien (le bâtiment original, qui date de 1924, appartenait à un Américain du Kentucky). On vient d'y ajouter une cuisine ultramoderne, une salle à dîner et une salle de séjour qui fait face au magnifique lac Beauchêne entouré de ses collines verdoyantes. À l'étage, des chambres confortables ont été ajoutées. Le confort haut de gamme, on le trouve également dans chacun des huit «chalets» très luxueux qui s'échelonnent le long du lac, à gauche du bâtiment principal. Chaque unité est isolée des autres de quelque 500 mètres au cœur d'une magnifique forêt de pins et de feuillus. En bois naturel, à l'intérieur comme à l'extérieur, elles se mêlent intimement à la nature environnante. On y trouve foyer (certains en ont deux!), salon «rustique» des plus chaleureux, cuisine ultra-équipée, douche de céramique grande... comme une salle de bain, lit immense et chaîne stéréo... Côté lac, des terrasses équipées de tables, chaises, BBQ et protection anti-moustique permettent aux pêcheurs et aux chasseurs de relaxer pleinement après une journée d'activité.

«En tant que gérant, j'applique une maxime qu'un de mes amis pourvoyeurs m'a léguée il y a longtemps déjà: seul compte le bien-être de ton client. Il doit bien dormir, bien manger et faire une bonne pêche... dans cet ordre. Vois-tu, un client qui a bien mangé et qui s'est reposé dans un décor enchanteur sera moins déçu s'il ne rapporte pas le trophée qu'il convoite», conclut-il d'un clin d'œil.

Une pêche insatisfaisante est cependant bien improbable à la Réserve Beauchêne. Celle-ci fut l'une des premières, au milieu des années 1980, à adopter rigoureusement le principe du *catch & release*. Ça ne s'appelle pas la Réserve Beauchêne pour rien. Ses dirigeants veulent, à leur façon, en faire un lieu de conservation. En remettant à l'eau les belles pièces (on y pêche notamment de l'achigan à petite bouche, du doré, de la truite grise, de la mouchetée et de la «moulac», un croisement de ces deux dernières espèces), on assure la pérennité de la ressource. «Les pêcheurs ne peuvent garder que les poissons qu'ils peuvent manger sur place, en plus d'un trophée, si la prise répond à des normes précises, pour chaque espèce. Mais, très souvent, nos clients préféreront remettre à l'eau ces pièces exceptionnelles... pour les mêmes raisons de conservation.»

Vous avez dit haut de gamme? Cette entreprise est considérée comme un des fleurons des pourvoiries au Québec et l'on s'en sert comme produit d'appel sur les marchés étrangers. Il faut dire qu'au cours des dernières années, elle s'est classée deux fois parmi les dix plus belles pourvoiries de tout le Canada selon les critères du prestigieux magazine *Outdoor Canada*.

Témiscaming (Abitibi-Témiscamingue)

Lauréat  
Pourvoirie, Aventure  
Plein air Trudeau  
(Saint-Zénon, Lanaudière)

Lauréat  
La Pourvoirie du Lac-Holt  
(Région de Duplessis)



La «White House», pavillon d'accueil de la Réserve, juste en face du magnifique lac Beauchêne.

Restauration - développement de la restauration

Lauréat Café Henry Burger

# Une tradition de qualité et d'innovation!

*Depuis qu'Henry Burger a ouvert un restaurant au début des années 20 à Hull, bien de l'eau a coulé sous les ponts. Cette table réputée est devenue au fil des ans le rendez-vous incontournable des amateurs de fine cuisine de la région et un illustre voisin, le Musée canadien des civilisations, a déployé ses courbes devant sa pimpante terrasse.*

Loin de s'asseoir sur sa réputation, l'actuel propriétaire du Café Henry Burger, Robert C. Bourassa, choisit de s'engager dans l'aventure de la formule traiteur. Il mise gros, mais le succès est au rendez-vous. En assurant le service de restauration à bord du train à vapeur Hull-Wakefield («Gastronomie sur rail»), le Café Henry Burger se lance à l'assaut d'un marché prometteur tout en se gagnant les faveurs d'une nouvelle clientèle.

Devant un marché où la survie n'est jamais assurée, M. Bourassa reconnaît qu'il est important de savoir prendre des risques et de diversifier ses activités. Après l'obtention d'un contrat de cinq ans avec les exploitants du train, les propositions sont venues toutes seules. Les activités du service de traiteur se sont accrues de 600% après les quatre premiers mois de l'année et M. Bourassa prévoit une augmentation du chiffre d'affaires de 25% pour cette année. «Comme les gens ont de moins en moins le temps de manger le midi, nous nous orientons davantage vers la confection de plats cuisinés.»

«Nous ne sommes pas les meilleurs à tous les niveaux, affirme avec franchise le propriétaire, mais nous assurons une qualité constante et le client est toujours servi avec soin. La demande pour une cuisine de haut de gamme étant très limitée, nous ne cherchons pas à concurrencer les tables cinq étoiles. Notre clientèle se compose principalement de gens d'affaires et de professionnels venus surtout de l'industrie de la technologie de pointe, de l'administration publique et du corps diplomatique.»

Le Café est l'héritier d'une longue tradition, ce qui est de plus en plus rare dans un domaine où la concurrence est féroce, où les entrepreneurs ne maîtrisent pas toujours tous les aspects du métier et où il faut avoir les reins solides pour traverser les moments difficiles. M. Bourassa a retrouvé avec ces nouveaux projets l'enthousiasme de ses débuts. Mais ce qu'il continue par-dessus tout d'aimer dans son travail, c'est le sens de la continuité, de la tradition, et plus précisément l'esprit de famille qui règne dans son entreprise. «Vous savez, j'ai travaillé plusieurs années pour *La Belle Fermière*, qui a été aux mains des Bourassa pendant cinq générations... Mon maître d'hôtel est avec nous depuis vingt ans!»

Gageons qu'avec M. Bourassa aux commandes, le Café Henry Burger a encore de nombreuses et belles années devant lui...

69, rue Laurier, Hull



Le proprio du Café Henry Burger, Robert C. Bourassa, et l'ensemble de son personnel devant l'établissement.  
Photos : Café Henry Burger

Lauréat  
argent

Lauréat  
bronze

Auberge des 21  
(La Baie, Saguenay-Lac-Saint-Jean)

Auberge des Peupliers  
(La Malbaie, Charlevoix)

Restauration – gastronomie

Lauréat Or La Pinsonnière

# Tremblement de papilles

*Si le mot pinsonnière ne figure pas encore au dictionnaire, ce n'est sûrement qu'une question de temps. Récemment, en plus d'avoir reçu l'or aux Grands Prix nationaux du tourisme québécois dans la catégorie Gastronomie, le « grand hôtel miniature » de Cap-à-L'Aigle a reçu la confortable note de 26,75/30 dans l'édition 2001 du prestigieux guide américain Zagat, sa cuisine seule y méritant 29/30. La cave de La Pinsonnière raflait, pour sa part, pour une nouvelle fois le « Best of Award of Excellence » attribué par le magazine américain Wine Spectator.*

À la Pinsonnière, tout est préparé sur le moment. Le chef charlevoisien Jeannot Lavoie, avec Janine et Jean Authier depuis plus de 20 ans, est réputé pour être perfectionniste. Lors de notre passage, il testait auprès de sa clientèle sa *double côte de porclet farcie de ciel de Charlevoix au chutney de rhubarbe*, question de présenter le meilleur plat qui soit au concours de la Fédération des producteurs de porc du Québec. Sa nouvelle carte estivale venait d'être imprimée, fruit de longues recherches effectuées en synergie avec différents petits producteurs, qui ne sont quand même pas venues à bout de l'indétrônable *foie gras de canard poêlé aux poires caramélisées*.

En plus du menu à la carte, le chef propose maintenant une Tentation de cinq services, une Découverte de sept services, ainsi qu'une Table gourmande de quatre services, qui peut varier quotidiennement selon les arrivages et l'inspiration du moment. Adeptes des stages culinaires à l'étranger, Monsieur se targue maintenant de fabriquer son pain, lui qui cultivait déjà ses herbes fines et ses fleurs comestibles. « Sa cuisine peut être qualifiée de cuisine de tradition, gourmande et généreuse, aux saveurs renouvelées », résume Valérie Andrée Authier, fille unique qui n'est pas peu fière de succéder à ses parents à la tête de La Pinsonnière et qui a commencé à lui conférer une image plus jeune.

« Le confit d'oignons est né ici ; nous favorisons les légumes biologiques et les produits régionaux autant que possible », soutient Jean Authier, propriétaire de La Pinsonnière depuis 1978, qui goûte lui-même, chaque soir s'il le peut, la cuisine de son chef de toujours et... un vin de plus. Car l'ancien président de l'Association des hôteliers du Québec n'est pas peu fier de sa cave à vin, un espace d'environ 550 pieds carrés qui contient au moins 12 000 bouteilles et 600 différentes étiquettes, ce qui en fait « l'une des bonnes caves du Québec et même du Canada ». Des dégustations animées sont offertes sur demande à ceux qui veulent en payer le prix. Le proprio se montre toutefois peu bavard sur les *Petrus 1955* et autres raretés de sa cave, si ce n'est pour dire que « la meilleure bouteille qui existe, c'est encore celle qu'on est en train de déguster ». Il n'ajoutera que ceci : « Le nombre de bouteilles ou d'étiquettes différentes ne font pas une bonne cave pour autant : il faut posséder un choix de cépages le plus complet possible. »

Les premiers propriétaires ne reconnaîtraient pas leur résidence de campagne. « Jamais je n'aurais cru que ça deviendrait ce que c'est devenu », lance lui-même Jean Authier. Établissement haut de gamme dont la clientèle est plutôt jeune (d'origine internationale aux trois quarts), La Pinsonnière possède 26 chambres de grand confort, dont treize avec foyer, des salons, un bar, une terrasse, une piscine intérieure, un sauna, un mini-spa et un *court* de tennis.

L'agrandissement de la salle à manger aura à lui seul englouti plus de 600 000 \$. On peut y accueillir maintenant 140 personnes, la capacité se fixant toutefois à 90 convives pour le chef, son second français et le reste du personnel de cuisine. De nombreux tableaux d'artistes québécois renommés en agrémentent l'apparence, tout comme le piano à queue et les grandes fenêtres d'où l'on peut voir la rivière Malbaie se déverser dans le fleuve, bande foncée dans le vert du grand cours d'eau. Les tables sont maintenant plus grandes et plus espacées et le personnel, bien formé, discret, courtois et efficace, sait mettre en valeur la cuisine qui a mérité les quatre diamants depuis la création du programme du CAA. Pendant que nous y étions, le 22 mai 2001, la terre a tremblé dans Charlevoix et l'épicentre du séisme, d'une intensité de 3,6 sur l'échelle de Richter, était situé à une profondeur de 11 km sous le fleuve Saint-Laurent, en face de Cap-à-L'Aigle. Nous n'avons rien senti : c'est tout vous dire...

124, rue Saint-Raphaël, La Malbaie (secteur Cap-à-L'Aigle)

Lauréat  
argent  
Manoir des Érables  
(Montmagny,  
Chaudière-Appalaches)

Lauréat  
bronze  
La Marée haute  
(Havre-Aubert,  
Îles-de-la-Madeleine)



Un « grand hôtel miniature » où l'on sert une cuisine de tradition, gourmande et généreuse, aux saveurs renouvelées.

Photo: René Bouchard, La Pinsonnière

Attraction touristique - moins de 100 000 visiteurs

Musée de la mer de Pointe-au-Père

# Le musée-phare

*L'histoire maritime de l'est du Québec est riche.*

*Il n'est pas étonnant qu'elle ait un musée et qu'on n'ait pas fini d'en exploiter les secrets!*

*Symbole de ce passé, Pointe-au-Père était tout désigné pour accueillir le Musée de la mer.*

De 1859 à 1959, Pointe-au-Père, village marin du Bas-Saint-Laurent, était un poste de pilotage spécialisé en recherche sonore. Le haut phare qui y trône toujours, et dont on peut monter les 128 marches, date de 1909, mais on en construisit quatre au cours de ces cent ans. Le village comptait aussi un bureau de quarantaine et une station de télégraphie sans fil, dont on recréera probablement les deux tours de 30 m qui supportaient l'antenne. On trouve encore, sur le site du Musée de la mer, le hangar de la corne de brume, qui guidait les bateaux quand la visibilité ne leur permettait pas de repérer le phare, et la maison de l'ingénieur qui veillait à son bon fonctionnement. Celle-ci abrite maintenant les bureaux de la corporation qui gère le Musée de la mer.

Pointe-au-Père, c'est aussi le lieu, à 7 km du Musée, du naufrage du paquebot *Empress of Ireland*, dans la nuit du 29 mai 1914, alors qu'un charbonnier norvégien - le *Storstad* - fonça tout droit sur lui dans le brouillard. L'*Empress* venait de laisser à la station de pilotage le pilote qui le guidait depuis Québec. Achievé en moins de 15 minutes, le naufrage fit 1012 victimes et resta dans l'oubli pendant 50 ans. Fondé en 1980, le Musée de la mer possède la plus grande collection exposée - 330 objets - des souvenirs récupérés de l'épave de l'*Empress of Ireland* depuis 35 ans. Il a construit en 2000 un pavillon dédié à ce fait historique régional et nommé du nom du navire, où l'on peut avoir l'impression de revivre le naufrage, dans une salle de 80 places, grâce à un film en 3D intitulé «SOS Empress of Ireland». On y présente également une première exposition portant sur les autres «Empresses», paquebots du Canadien Pacifique. Le joyau de cette exposition? La maquette originale de l'*Empress of Ireland*, datant de 1905, fabriquée en Écosse et renommée *Montroyal*, du nom d'un autre paquebot du CP, après le naufrage.

Apaisant, le site est à quelques pas de canard du fleuve. Il a accueilli pas moins de 42 728 visiteurs, surtout des couples excursionnistes, pendant la saison touristique 2000. Ce record marque une augmentation de 51% par rapport à 1999. La clientèle internationale y a été évaluée à 10% de l'achalandage. Ce sont 50 000 visiteurs qu'on voudrait recevoir en 2001, alors qu'on aura ajouté des activités pour les enfants.

Le lendemain de notre passage, Serge Guay, le directeur du Musée, annonçait qu'on allait construire un nouveau bâtiment pour 2004, le *Storstad*, qui serait dédié à la Bataille du Saint-Laurent, un épisode tabou de la Seconde Guerre mondiale pendant lequel des sous-marins allemands ont fait incursion dans le golfe et torpillé plus de 20 navires canadiens, faisant plus de 200 victimes. Il compte assortir le pavillon d'un sous-marin canadien, assis sur une dalle et ouvert aux visites. M. Guay caresse aussi d'autres projets comme ceux de reconstruire le premier phare de Pointe-au-Père, qui s'y dressait de 1859 à 1966, et la station de télégraphie sans fil. Et trouver un petit navire qui pourrait transporter une caméra sous-marine téléguidée qui enverrait des images - notamment de l'épave - vers le musée ou vers les paquebots de passage dans la région. Si l'on en croit le directeur, on ne s'arrêtera pas là. L'histoire maritime du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie n'a pas livré tous ses trésors.

1034, rue du Phare, Pointe-au-Père



Vue aérienne partielle du Musée de la mer de Pointe-au-Père. En avant-plan, le nouveau pavillon *Empress of Ireland*.  
Photo : Musée de la mer de Pointe-au-Père

Lauréat  
Musée maritime du Québec  
(L'Islet-sur-Mer,  
Chaudière-Appalaches)

Lauréat  
La Corporation du village minier  
de Bourlamaque / La Cité de l'or  
(Val-d'Or, Abitibi-Témiscamingue)

Attraction touristique - 100 000 visiteurs et plus

Société du Vieux-Port de Montréal

# Un Vieux-Port bien de son temps

Après seulement un an d'existence, le Centre des sciences de Montréal - mieux connu jusqu'ici sous le nom de Centre iSci - permet à la Société du Vieux-Port de Montréal de remporter la palme dans la catégorie des grandes attractions touristiques. « Nous sommes heureux de faire maintenant partie de la grande famille récréotouristique du Québec » affirme avec une joie non contenue Claude Benoît, présidente et chef de la direction de la Société.

Le Centre des sciences, qui s'adresse prioritairement aux Montréalais et plus spécialement aux groupes scolaires et aux familles, se veut une fenêtre sur la science et la technologie d'aujourd'hui et de demain. En misant sur l'interactivité et la simulation, il permet au visiteur de se divertir tout en apprenant. C'est ce que M<sup>me</sup> Benoît appelle le « loisir intelligent » et qui constitue à ses yeux une valeur ajoutée que ne peut offrir aucun autre concurrent.

Le Centre a accueilli au cours de cette année plus de 700 000 visiteurs, ce qui le place au deuxième rang au Canada pour ce type de musée, tant d'après le critère de la fréquentation que des revenus. Et la question de la rentabilité est capitale pour un établissement qui s'autofinance à près de 75%. Le cofinancement permet de recueillir plus de 11 M\$ du secteur privé, ce qui est en soi très novateur. La présidente de la Société du Vieux-Port admet d'ailleurs que le grand prix rassurera les entreprises qui ont accepté d'investir dans le Centre et facilitera les prochaines campagnes de financement.

Selon M<sup>me</sup> Benoît, le Centre des sciences trouve dans le Vieux-Port un emplacement tout naturel. « Le port de Montréal représente, toutes proportions gardées, le *Silicone Valley* du 19<sup>e</sup> siècle, précise-t-elle. Le Centre s'inscrit donc dans une continuité historique de recherche et d'innovation industrielle et technique, ce qui est ni plus ni moins que sa raison d'être. »

Les semaines thématiques ont remporté dans les derniers mois un succès considérable, notamment l'opération *Robot folie*, qui a attiré 30 000 visiteurs. Parmi les thèmes et les activités de cette année: le retour des robots, l'alimentation, un débat sur les organismes génétiquement modifiés (OGM), des activités de Noël centrées sur les gadgets et les prototypes. L'an prochain verra l'apparition de nouveaux jeux scientifiques ainsi qu'une exposition sur le sommeil.

Le Vieux-Port est devenu au fil des ans une destination rituelle pour un nombre croissant de Montréalais, un lieu de loisir et de détente gratuit et facilement accessible pour les gens de toute condition sociale. Et pour M<sup>me</sup> Benoît, le Centre représente un espace convivial privilégié, qui donne la chance aux enfants et aux parents de jouer et d'apprendre ensemble, de vivre conjointement des expériences, de se constituer des souvenirs communs. « C'est cela qui nous fait grandir collectivement ! »

333, rue de la Commune Ouest, Montréal



Claude Benoît, présidente et chef de la direction de la Société du Vieux-Port de Montréal.  
Photo : Société du Vieux-Port de Montréal



Le Centre des sciences de Montréal  
Photo : © Benoît Chalifour

Lauréat  
argent  
Parc du Bic, SEPAQ  
(Le Bic, Bas-Saint-Laurent)

Lauréat  
bronze  
Parc Safari  
(Hemmingford, Montérégie)

Manifestation touristique -

Lauréat budget d'exploitation de moins de 1 M\$

Festival international de jardins (Jardins de Métis)

# Bulles de vert

*D'un côté, sur 17 hectares, plus de 3000 espèces et variétés de plantes indigènes et exotiques croissent dans un microclimat, sorties tout droit de la vision personnelle et du travail acharné et éclairé d'Elsie Reford, entretenus par le personnel actuel des Jardins de Métis qui en a fait le 14<sup>e</sup> site le plus fréquenté au Québec. De l'autre, des îlots-laboratoires où des concepteurs réputés du monde entier créent des jardins éphémères aux thématiques originales. Voilà que les Jardins de Métis, haut lieu de l'horticulture québécoise, deviennent le rendez-vous de l'art des jardins contemporains en Amérique du Nord. On est dérangé, troublé ou enchanté, mais jamais indifférent.*

« Le Festival international de jardins a introduit un dialogue sur le site entre la tradition et l'innovation », commente le directeur du festival, Denis Lemieux. « Pour cette première édition, les concepteurs se sont inspirés des jardins historiques pour imaginer les leurs. » Comme son aieule, Alexander Reford recherche l'innovation. Dans les rêves les plus verts du directeur de la corporation des Amis des Jardins de Métis (qui a acquis le site du gouvernement du Québec en 1995), l'endroit devient un centre international de pratique, de recherche, de diffusion et de formation consacré à l'art des jardins et un conservatoire des plantes menacées et vulnérables du Saint-Laurent. Sur le terrain, sa rencontre avec le titulaire de la Chaire en paysage et environnement de l'Université de Montréal, Philippe Poullaouec-Gonidec, a déjà donné naissance à une école d'été en 1998. Depuis ce temps, des étudiants créent chaque été des jardins miniatures à l'aide de matériaux tirés du milieu gaspésien, qu'on expose après un concours.

C'est également de cette rencontre qu'est né le Festival international de jardins. La première édition s'est tenue avec succès du 21 juin au 9 octobre 2000. Plus d'une cinquantaine de médias écrits et électroniques l'ont visitée, dont une vingtaine venaient de l'étranger. Elle a permis à 17 concepteurs de jardins du Québec, de l'Ontario, de la Colombie-Britannique, des États-Unis et de la Grande-Bretagne de renouveler l'art qui les passionne. Un nombre record de 127 000 visiteurs sont venus examiner leurs œuvres, accroissant ainsi l'achalandage du site de plus de 40%. « La manifestation a donné lieu à des collaborations inespérées auparavant, partout dans le monde, avec des salons de design notamment », témoigne l'historien et arrière-petit-fils de l'avant-gardiste Elsie, Alexander Reford, qui établit également des partenariats avec l'industrie touristique régionale. « Dans ces jardins faits autant de bois, de métal, d'eau et d'autres matériaux que de plantes, on peut marcher, toucher, jouer », explique Diane Fortin, agente de développement qui, comme tout le personnel des Jardins, est enthousiasmée par le brouhaha qui anime maintenant le site. « À une clientèle plutôt âgée et féminine, nous avons vu s'ajouter des jeunes venus de partout dans le monde, comme ceux qui s'intéressent au design, à l'architecture appliquée, à la photo ou à l'art contemporain en général », commente-t-elle.

La deuxième édition, étalée du 23 juin au 30 septembre 2001, met en vedette la France. Elle sera une véritable manifestation culturelle où symposium, conférences, concerts, salon du livre de jardins, dégustations champêtres et ateliers ajouteront des sons et des goûts aux couleurs. On pourra y revoir le jardin des Québécoises Patricia Lussier et Anna Radice, intitulé « Not in my Backyard », et admirer huit nouveaux jardins, dont trois de grands concepteurs français.

200, route 132, Grand-Métis



Innovation - L'un des jardins les plus appréciés de l'édition 2000 du Festival international de jardins, *Not in my Backyard*. C'est l'œuvre de L'espace DRAR (Patricia Lussier et Anna Radice). Photo : Les Jardins de Métis



Tradition - Le pavot bleu (*meconopsis betonicifolia*), introduit aux Jardins de Métis par sa fondatrice, Elsie Reford, est devenu l'emblème des jardins historiques. Photo : Louise Tanguay

Lauréat  
Festival de l'Halloween de  
Sainte-Anne-des-Plaines  
(Laurentides)

Lauréat  
Divers/Cité Montréal  
bronze

Manifestation touristique -  
budget d'exploitation de 1 M\$ et plus  
Lauréat Or  
Mosaïcultures internationales de Montréal 2000

# Le jardin des magiciens

*Les Mosaïcultures internationales de Montréal ont remporté leur pari et se sont imposées avec force sur la scène culturelle montréalaise – et internationale – dès leur première année d'existence. Il s'agissait en outre d'une première mondiale puisque aucune manifestation de ce genre n'avait jusqu'ici été mise sur pied.*

Pendant les cent jours de Mosaïcultures internationales de Montréal 2000, plus de 730 000 visiteurs se sont rendus dans le Vieux-Port de Montréal pour y admirer les surprenantes compositions végétales créées par des maîtres horticulteurs venus de partout sur la planète. La manifestation a bénéficié d'une couverture médiatique internationale et les organisateurs ont recueilli 20 000 commentaires favorables des visiteurs.

Ce succès inespéré est le fruit d'un travail colossal réalisé en à peine neuf mois par l'équipe de Lise Cormier, chef du Service des parcs de la Ville de Montréal et vice-présidente exécutive des Mosaïcultures, et Céline Hervieux-Payette, sénatrice et présidente d'honneur du conseil d'administration.

Pour M<sup>me</sup> Cormier, instigatrice de l'événement, cette manifestation avait pour buts de souligner l'importance de l'art des jardins à l'aube du troisième millénaire, de faire découvrir d'autres formes de fleurissement des villes et d'illustrer la diversité et la richesse culturelle de la planète.

Comme le souligne M<sup>me</sup> Hervieux-Payette, la nouveauté de l'événement aurait pu être préjudiciable à la recherche de partenaires financiers. Mais la détermination et l'enthousiasme des organisatrices a porté ses fruits puisqu'on a réussi à constituer un budget de 12 M\$.

L'intérêt d'une exposition d'objets vivants, malgré les nombreuses difficultés qu'elle représente (dont les aléas du climat), est que l'évolution saisonnière de la végétation permet au visiteur de revenir au cours de l'été et de découvrir chaque fois une nouvelle facette des œuvres et des aménagements floraux. La directrice reconnaît que le regain du jardinage comme activité de loisir populaire n'est pas étranger à la faveur qu'ont obtenue les Mosaïcultures auprès du public. Elle ajoute qu'outre l'effet d'entraînement qui s'est fait sentir dans l'industrie horticole, l'événement a permis un transfert de connaissances des équipes étrangères aux horticulteurs locaux.

« Avec la présence de l'eau et de la musique, nous cherchons à créer sur le site une ambiance unique, une expérience globale » affirme M<sup>me</sup> Cormier, en précisant que, parmi les activités thématiques hebdomadaires, une semaine est consacrée aux rencontres de peintres et de musiciens. Fait non négligeable, la venue des Mosaïcultures dans ce secteur du Vieux-Port a permis de mettre en valeur un espace industriel inexploité. « Le passage du train créait même de l'animation, avec les enfants qui saluaient de la main le conducteur! » note avec amusement la présidente d'honneur.

Lieu de créativité, d'échange et d'enchantement, les Mosaïcultures sont également un espace de rencontre entre l'art et l'horticulture. Que d'atouts pour une même manifestation!

Édifice du Port de Montréal, aile 2, local 3.010, Cité-du-Havre, Montréal

Lauréat  
Festival d'été de Québec  
argent

Lauréat  
Les Grands Feux du Casino de Hull  
(Outaouais)  
bronze

L'Envol des colverts : réalisée en 2000, cette oeuvre sera encore exposée cette année. Lise Cormier, vice-présidente exécutive, et Céline Hervieux-Payette, présidente d'honneur du conseil d'administration, des Mosaïcultures.  
Photos : Mosaïcultures internationales de Montréal

Tourisme de plein air et d'aventure -  
moins de 10 000 visiteurs  
Lauréat Or  
Académie de golf Tremblant

# Un coup de départ... fulgurant!

*Unique en son genre au Québec, la toute nouvelle Académie de golf Tremblant réussit une percée importante auprès des golfeurs québécois et canadiens, et ce, dès sa première année d'existence.*

Adjacente au superbe parcours Le Géant, l'Académie de golf (ne pas confondre avec une école) vient compléter l'offre en activités golfiques de la station touristique Tremblant. Plus de 2,5 M\$ ont été investis dans des équipements et des services parfaitement adaptés aux besoins croissants de la clientèle.

Les concepteurs de l'Académie se sont inspirés du modèle de Stratton au Vermont, le fleuron du groupe Raven, récemment intégré à la galaxie Intrawest et expert reconnu des services à la clientèle golf. Neil Champagne, directeur des opérations golf de la station, précise que Stratton est un des hauts lieux de la formation des golfeurs en Amérique du Nord. L'Académie n'accepte donc que 60 élèves par jour, ce qui veut dire que chaque instructeur ne prend en charge que cinq personnes au maximum.

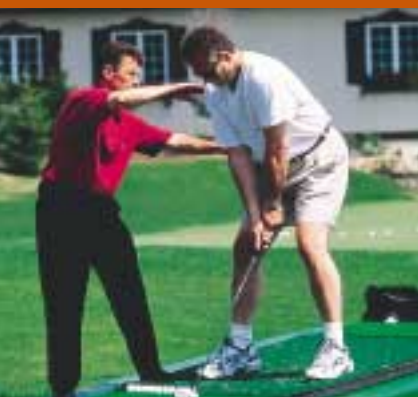
L'Académie a ouvert ses portes le 5 mai 2000 et a reçu des golfeurs jusqu'au mois d'octobre. La formation est assurée en tout temps, qu'il pleuve ou même qu'il neige, comme c'était le cas la veille de notre visite, le 31 mai ! On dispose en effet d'abris fixes ou mobiles qui permettent aux élèves de s'exercer sans souffrir des intempéries.

Pour son directeur, Pierre Brisebois, l'Académie mise beaucoup sur la qualité de son enseignement et sur une approche personnalisée. Pour mieux répondre aux besoins et aux attentes de leurs clients, les professionnels se basent ainsi sur un questionnaire rempli par l'élève et, naturellement, sur sa performance « sur le terrain » ; ils évaluent également très tôt son style général d'apprentissage et son rythme d'assimilation des connaissances.

M. Brisebois reconnaît qu'il est difficile de faire œuvre de pionnier. Son but est bien sûr de « s'implanter », d'accroître graduellement la notoriété de l'Académie. Mais son objectif à long terme est de « développer une culture de l'apprentissage et de l'enseignement du golf », qui n'existe pour ainsi dire pas au Québec, où ce sport est cependant très populaire.

Ce que le directeur apprécie par-dessus tout dans ses nouvelles fonctions, c'est le dynamisme du personnel, tant de la station que de l'Académie, qui forme une véritable équipe. C'est aussi la beauté du lieu, l'aspect fonctionnel du site, mais surtout l'expertise et la polyvalence de ses professionnels. « On demande souvent à l'élève de s'adapter au professeur, alors qu'ici c'est le contraire » souligne-t-il avec fierté. Sur le mur de son bureau, une photo souvenir de la visite de Lise Thibault, lieutenant-gouverneure du Québec, témoigne de la qualité de l'accueil et de l'accessibilité de la formation aux personnes à mobilité réduite. N'est-ce pas un excellent moyen pour l'Académie d'acquiescer ses lettres de noblesse ?

3005, chemin Principal, Mont-Tremblant



Vue d'ensemble de l'Académie, alors que des élèves pratiquent leur coup d'approche.  
Pierre Brisebois, directeur de l'Académie, donnant une leçon.  
Photos : Académie de golf Tremblant

Lauréat  
argent  
La Traversée de Charlevoix  
(Saint-Urbain)

Lauréat  
bronze  
Ferme 5 Étoiles  
(Sacré-Cœur, Manicouagan)

Tourisme de plein air et d'aventure -  
**Lauréat Or** et plus  
10 000 visiteurs et plus  
Parc de la rivière des Mille-Îles

# L'écotourisme en concertation

*S'évader de Montréal vers le nord par l'autoroute 15 et son incessante circulation. Se retrouver sur le boulevard Sainte-Rose, à Sainte-Rose-de-Laval, après avoir emprunté la sortie 16. À peine un kilomètre à l'est sur cette route elle aussi achalandée, on aperçoit, à gauche, la belle affiche du Parc de la rivière des Mille-Îles. Quelques pas encore pour contourner le bâtiment d'accueil et se retrouver, tout à coup, comme par magie, sur les rives d'un pays sauvage à la faune riche et diversifiée et à la flore rare, géré par Éco-Nature.*

Sur une superficie de huit kilomètres de long par deux de large, le visiteur peut, seul ou en groupes guidés, circuler en canot, en kayak ou en « ponton » entre les îles et même visiter celles qui ont été aménagées dans le Parc de la rivière de Mille-Îles. L'élément clé du site, c'est la préservation de la nature « vendue » par tous les moyens, y compris par une pièce de théâtre jouée sur l'eau (par le théâtre de l'Olloinois, un autre médaillé des Grands Prix!). C'est pourquoi des panneaux d'interprétation jalonnent judicieusement chacun des principaux attraits, insistant sur la fragilité des écosystèmes et sur l'importance de les sauvegarder. Des tortues peintes, des castors, des canards de toutes sortes, des loutres de rivière presque en pleine ville, ça exige de grands soins. C'est pourquoi les familles et les écoles comptent parmi les clientèles privilégiées... « La meilleure façon de protéger la nature, affirme judicieusement Michel Aubé, le créateur et l'âme de ce bayou du Nord comme il l'appelle affectueusement, c'est d'y amener des gens et de leur faire prendre conscience de préserver tout en s'amusant intensément. »

Et ça fonctionne! L'an dernier, le parc, géré par Éco-Nature, un organisme sans but lucratif, a accueilli plus de 120 000 visiteurs sur l'eau et dans les sentiers aménagés et surveillés. Cette affluence permet, avec les profits, de réinvestir dans l'acquisition d'autres îles et terrains à protéger. Le succès de l'entreprise a permis d'associer les municipalités environnantes, Laval et Rosemère, à son développement, fières qu'elles sont de posséder un équipement récréotouristique de tout premier ordre.

Des ententes avec ces municipalités, le soutien de la Fondation de la faune du Québec et la collaboration du ministère des Transports du Québec ont permis à Éco-Nature de plus que doubler la superficie du parc, l'an dernier. Le ministère de l'Environnement participe également à la protection des lieux par des recherches sur la biodiversité. De plus, les patrouilleurs du parc sont reconnus comme assistants à la conservation de la faune par la Société de la faune et des parcs du Québec.

D'autre part, parce que l'expérience touristique et l'accueil de la clientèle sont au cœur des préoccupations d'Éco-Nature, chaque employé, du gestionnaire au préposé à l'entretien, doit suivre une formation approfondie en fonction du travail qui lui est confié. En tout temps, l'esprit d'équipe tient la vedette.

Pour toutes ces raisons et particulièrement pour sa capacité de s'associer les forces vives du milieu, le Parc de la rivière des Mille-Îles a mérité l'or dans la catégorie Tourisme de plein air et d'aventure des Grands Prix du tourisme québécois. Il ne vous reste plus qu'à consulter le site Web du parc. Tout y est à saveur de plaisir et de protection : [www.parc-mille-iles.qc.ca](http://www.parc-mille-iles.qc.ca).

345, boulevard Sainte-Rose, Sainte-Rose (Laval)



Marie-Ève Ouellette, coordonnatrice des communications, et Michel Aubé, créateur du projet et directeur du marketing.

Lauréat  
**argent**  
Club de golf Le Royal Bromont  
(Cantons-de-l'Est)

Lauréat  
**bronze**  
Pohénégamook Santé Plein Air  
(Bas-Saint-Laurent)

Services touristiques  
**Lauréat Or** Parc de la Gatineau  
 (Commission de la capitale nationale)

# Du nouveau côté parc

*Le Parc de la Gatineau, malgré ses soixante ans, se porte toujours bien et continue d'aller de l'avant. Il réussit un coup de maître en investissant plus de 2,5 M\$ pour la réfection complète de ses installations d'accueil à Chelsea.*

Plus qu'une simple cure de rajeunissement, l'opération de refection du Parc de la Gatineau implique la rénovation substantielle du bâtiment qui servait à l'origine de garage et d'atelier d'entretien et l'aménagement des aires extérieures. Un sentier de deux kilomètres a été modifié pour pouvoir recevoir les personnes à mobilité réduite et le stationnement a été considérablement agrandi. Le refuge de la Sucrierie a aussi été déplacé tout près du pavillon d'accueil.

Le Centre des visiteurs propose maintenant une exposition permanente sur le parc dans laquelle sont intégrés deux présentations vidéo ainsi que des jeux éducatifs. Il compte en plus une salle polyvalente et une boutique de souvenirs. Les résultats de toutes ces transformations et de tous ces ajouts ne se sont pas fait attendre. Entre janvier et octobre 2000, le centre a presque doublé le nombre de ses visiteurs individuels et il a accueilli dix fois plus de groupes scolaires! Plusieurs événements spéciaux et médiatiques s'y sont tenus, mettant en valeur la qualité des équipements offerts par le parc aux collectivités locales.

François Leduc, gestionnaire des services d'information et d'interprétation du Parc de la Gatineau, reconnaît que le parc était sous-équipé en infrastructures d'accueil et que les besoins étaient manifestes. Le plan directeur du parc est en voie d'être refait et le succès remporté par les nouvelles installations permet aux autorités d'envisager de développer davantage la clientèle des groupes, de même que la programmation d'interprétation de la nature.

Le Parc de la Gatineau, qui couvre 355 km<sup>2</sup>, constitue la plus grande propriété immobilière de la Commission de la capitale nationale. Situé à proximité de l'importante agglomération urbaine de Hull et Ottawa, il reçoit chaque année un million et demi de visiteurs. Le Centre des visiteurs, qui se trouve dans la partie nord-est du parc, est ouvert toute l'année. Il est intéressant de préciser qu'il possède le statut de bureau d'information touristique, ce qui lui permet de renseigner les touristes sur tous les sites d'intérêt de la région.

Au fil des ans, le Parc de la Gatineau a tissé de nombreux liens avec ses partenaires régionaux, dont bien sûr le Casino de Hull, pour la commercialisation de forfaits. Le parc est fréquenté en toutes saisons. L'hiver, son important réseau de sentiers de ski de fond attire nombre de sportifs, alors que l'été est propice à la randonnée, au canot, au camping et à la baignade. Les coloris automnaux, particulièrement remarquables dans cette partie occidentale des Laurentides, constituent un attrait irrésistible pour nombre de touristes étrangers.

*33, chemin Scott, Chelsea (Outaouais)*



Le Centre des visiteurs, entièrement rénové, et des canoteurs sur la rivière Rideau.  
 Photos : Commission de la capitale nationale

Lauréat  
**argent**

Lauréat  
**bronze**  
 Office du tourisme de Drummondville  
 (Centre-du-Québec)

Transport et voyages  
Lauréat Or Réservation-Outaouais

# Je me réserve l'Outaouais!

*Fruit d'un partenariat entre l'Association touristique de l'Outaouais et une agence de voyages, Réservation-Outaouais est une centrale de réservation spécialisée dans la vente de forfaits à la clientèle individuelle. L'originalité du concept mis au point par cette entreprise réside dans le fait qu'elle remet à ses clients des bons personnalisés que ceux-ci échangent contre les biens ou les services inclus dans leur forfait auprès des établissements visés (hôtels, restaurants, musées et sites touristiques, etc.).*

La gestion des réservations et l'émission des bons d'échange sont informatisées chez Réservation-Outaouais. Un logiciel a d'ailleurs été créé spécialement par une firme locale pour répondre aux besoins de l'entreprise et mis à l'essai pendant une année. La réservation des chambres se fait par contact téléphonique immédiat avec l'établissement hôtelier alors que celle des autres prestations se fait par modem télécopieur.

Réservation-Outaouais compte actuellement près de 170 fournisseurs. Les forfaits qu'elle « bâtit » sont très flexibles, puisque la centrale estime pouvoir offrir près de 1200 scénarios ou combinaisons différentes! Un client peut ainsi échanger un bon de visite dans l'un des cinq musées qui lui sont proposés contre un bon de repas dans l'un des neuf restaurants participants.

La centrale dispose de deux services téléphoniques sans frais, valables au Canada et aux États-Unis, et se trouve présente sur le site Web de l'ATR, dont elle est membre et auprès de laquelle elle agit comme un sous-traitant en assurant le volet commercial de ses activités. La clientèle, très majoritairement québécoise et à 45% composée de familles, commande le plus souvent ses forfaits à partir de publications à grand tirage comme le carnet *Vacances Québec*.

Selon Marc Cadieux, directeur de la centrale, Réservation-Outaouais pourrait éventuellement devenir un excellent fournisseur de Bonjour Québec.com. L'Outaouais est une région de court séjour (deux ou trois jours), ce qui explique que beaucoup de visiteurs ne planifient pas longtemps à l'avance – cinq jours en moyenne – leur passage dans la région.

Parmi ses projets, M. Cadieux songe bien sûr à la commercialisation de son logiciel de gestion de réservations, auquel se sont montrées intéressées certaines associations touristiques. Il envisage également la possibilité d'ouvrir un bureau de l'autre côté de la rivière, à Ottawa, de manière à pouvoir drainer l'ensemble de la demande de la région de la capitale canadienne. Ce qui le passionne le plus dans son métier? Concevoir et vendre un produit directement au client, en ayant l'assurance de connaître ce produit dans ses moindres détails et de pouvoir en garantir la qualité.

103, rue Laurier, bureau 99, Hull



Le directeur et promoteur de la centrale, Marc Cadieux (à gauche), en compagnie de son adjoint, Martin Louis-Seize, et de Johanne Boily, coordonnatrice aux groupes.  
Photo: Réservation-Outaouais

Lauréat  
argent  
Autocars Orléans Express  
(Québec)

Lauréat  
bronze  
S.N. Tourisme culturel  
(Saint-Donat, Lanaudière)

# Ils ont tout un bagage...

**Photo de la couverture :**

Kéroul

Ce numéro spécial de Tourisme Québec ...vous informe! complète l'édition d'été 2001. La reproduction des textes qu'il contient est autorisée à condition qu'on en mentionne la source. En vue d'alléger le texte, on n'y emploie généralement que le masculin pour désigner les femmes et les hommes.

La version électronique de ce numéro spécial est disponible dans le site Web de Tourisme Québec, à l'adresse [www.bonjourquebec.com/publications](http://www.bonjourquebec.com/publications).

Pour commander des exemplaires additionnels :

Tourisme Québec ...vous informe! -  
Numéro spécial

Bureau 300

900, boulevard René-Lévesque Est  
Québec (Québec) G1R 2B5

[communications@tourisme.gouv.qc.ca](mailto:communications@tourisme.gouv.qc.ca)

Tél. : (418) 643-5959

ou, sans frais, 1 800 482-2433

Télec. : (418) 646-8723

**Directeur des relations publiques  
et des communications et éditeur**

André Lachapelle

**Rédactrice en chef**

Chantale Tremblay

**Rédacteurs**

Gilles Chaumel, Denys Lessard et

Chantale Tremblay

**Révisseuse linguistique**

Myriam Bourgault

**Graphisme**

Oxygène communication & marketing

**Préimpression**

Composition Orléans

**Impression**

J. B. Deschamps-Piché

**Diffusion de la version imprimée**

Lorraine Aubin

**Adaptation électronique**

Norbert Lafond et Alexandra Linteau

© Tourisme Québec

Dépôt légal –

Bibliothèque nationale du Québec, 2001

ISSN 1706-0486

Croyez-moi : les lauréats nationaux des Grands Prix du tourisme québécois constituent les fleurons de notre industrie touristique. Partis à la rencontre des lauréats or 2001 sur les routes du Québec, mes collègues Gilles Chaumel et Denys Lessard et moi-même avons rencontré des gens d'envergure, des leaders, des visionnaires.

Ces champions ont certes grandement contribué à l'essor de l'industrie touristique québécoise en 2000-2001, mais ils l'ont fait chacun à leur manière et dans un secteur d'activité bien distinct. Pourtant, ils se ressemblent beaucoup...

Chacun sait faire : il connaît bien son secteur d'activité, en a souvent influencé l'évolution et en pressent les tendances. Il exerce son métier avec talent et doigté. Dans son entreprise, la main-d'œuvre est qualifiée et reconnue, l'accueil est chaleureux et le service, de qualité.

Chacun innove sans cesse : point de repos pour ces maîtres en tourisme ! On prend à peine le temps d'apprécier les succès de la récente année qu'on a déjà des projets plein la tête. Les lieux trahissent souvent ce fourmillement, des travaux s'y déroulant presque en continu.

Chacun est bien ancré dans son milieu : le partenariat règne chez les meilleures entreprises touristiques du Québec. Il ajoute ses effets à ceux du marketing, de la publicité, du bouche à oreille, pour attirer sans cesse de plus nombreux visiteurs.

Ils ont tout un bagage, les lauréats des Grands Prix du tourisme québécois : je peux en témoigner. Grâce à eux et à tous ceux qui ambitionnent de le devenir, le Québec peut espérer consolider ses marchés actuels et en conquérir de nouveaux. Bravo et merci au nom des visiteurs !

Chantale Tremblay,  
Rédactrice en chef

## Merci aux partenaires d'honneur des Grands Prix nationaux du tourisme québécois 2001 !

Aéroports de Montréal \* Bell Canada \* Société des alcools du Québec \* Hydro-Québec \* Labatt \* Air Canada \* Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation \* Société de la faune et des parcs du Québec \* Société des casinos du Québec \* Ultramar \* Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec \* Palais des congrès de Montréal \* Corpav \* Transcontinental \* Groupe Orléans Express \* Canal Évasion