



[Accueil](#)

[Lauréats nationaux](#)

[Lauréats régionaux](#)

[Partenaires](#)

 [Années précédentes](#)

[2004](#)

[2003](#)

[2002](#)

[2001](#)

[2000](#)

[1999](#)

[1998](#)

[1997](#)

[1996](#)

GRANDS PRIX DU TOURISME QUÉBÉCOIS



Lauréats nationaux 1998

Accueil et service à la clientèle - Banque Nationale

Or **Société du Vieux-Port de Montréal** (Montréal)

Par sa gestion innovatrice et son programme de formation, le Vieux-Port de Montréal a inculqué à son personnel le désir d'assurer un service à la clientèle fidèle à l'esprit d'accueil et d'hospitalité ayant fait sa renommée. Il répond ainsi aux attentes des visiteurs, tout en créant un climat de travail sain, stimulant et productif. Cette approche, jumelée à une programmation et à un aménagement de qualité, font la force d'attraction de ce parc récréotouristique urbain, pour qui plus de six millions de visiteurs exprimaient un taux de satisfaction de 98 % en 1997. Le Vieux-Port contribue ainsi à la vitalité de sa région par ses retombées de près de 22 millions de dollars.

Argent **Château Bromont** (Cantons-de-l'Est)

Situé dans un décor enchanteur, ce complexe hôtelier « quatre étoiles » offre confort et attentions spéciales à sa clientèle constituée notamment de congressistes et de familles. Il résume ainsi sa mission : L'affaire est dans le SAC, pour Service à la clientèle, ou Sourire - Accueil - Communication. Cordialité et nouveaux aménagements, travail d'équipe et orientation client, formation continue et motivation du personnel lui ont valu de connaître sa meilleure année en 1997, avec un taux d'occupation de 61 %. En se faisant le partenaire des autres attractions touristiques locales, le Château Bromont favorise la notoriété de toute sa région.

Bronze Services récréatifs du parc d'Oka (Laurentides)

L'équipe des Services récréatifs du parc d'Oka (SERPO) a relevé le défi de relancer la fréquentation de son site de nature et de plein air en améliorant ses activités, services et infrastructures, et en créant une culture organisationnelle forte. Elle a mis au point divers forfaits, amélioré la qualité du séjour des visiteurs et surtout, leur a assuré en tout temps un accueil et un service de premier ordre. Sa stratégie s'est traduite par des résultats exceptionnels : fidélité accrue et satisfaction mesurée de la clientèle, accroissement de 102 % de la participation aux activités, création de 15 emplois. SERPO est en voie de réaliser son potentiel de moteur touristique de la région.



Développement et innovation touristiques - Bell

Or Cité de l'énergie (Shawinigan, Mauricie - Bois-Francs)

En 1997, le Québec s'est enrichi d'un nouveau parc thématique voué à l'énergie et à l'industrie. Mariant science et histoire, cet attrait novateur présente un spectacle multimédia, des expositions historique et interactive, un observatoire permettant une vue spectaculaire sur son beau cadre naturel et plusieurs services complémentaires. La Cité de l'énergie s'inscrit à la fois dans le réseau des musées scientifiques et techniques et dans celui des sites historiques et patrimoniaux. En 75 jours, elle a dépassé l'objectif de 80 000 visiteurs de sa première saison. Ce nouveau musée, qui a créé plus de 75 emplois, promet de stimuler l'essor touristique de Shawinigan et de la Mauricie.

Argent ASTROLab du Mont-Mégantic (Notre-Dame-des-Bois, Cantons-de-l'Est)

Ouvert en 1996, l'ASTROLab jouit déjà d'une réputation enviable dans les milieux scientifiques, à laquelle fait écho l'enthousiasme des visiteurs. Ses animateurs, choisis pour leur formation scientifique et leur capacité de vulgarisation, permettent au public de se familiariser avec l'observation du ciel. Il a ainsi, dès sa deuxième saison, quadruplé l'assistance à ses causeries et accueilli 24 000 visiteurs. En faisant de l'astronomie une activité récréotouristique et en jumelant son offre à d'autres attraits des environs, il a créé un produit original qui a déjà un effet d'entraînement dans cette région éloignée des grands centres.

Bronze Expédition Eau vive LAQS (Chelsea, Outaouais)

Cette jeune entreprise outaouaise organise des excursions et des expéditions en canoë centrées sur les grands espaces, l'aventure et l'histoire. Elle a créé un produit original en offrant aux touristes de vivre une telle aventure en ville et de découvrir nombre d'attraits de la région dans une perspective semblable à celle qu'avaient les premiers habitants du pays. Pour ce faire, cette PME a établi un partenariat avec le Musée canadien des civilisations, d'où se fait l'embarquement, et avec d'autres intervenants pour élaborer des forfaits exclusifs. Vivant au présent et le secteur d'avenir de l'aventure douce, Expédition Eau vive se fait déjà connaître en France et aux États-Unis.



Grande entreprise publique - Pontiac

Or **Ville de Hull** (Outaouais)

Sise à proximité du bassin de quatre millions de visiteurs annuels de la capitale nationale, Hull a adopté une stratégie intégrée pour les attirer sur son territoire. Elle a notamment revitalisé son centre, développé son réseau de pistes cyclables et s'est dotée de nombreux services : Écomusée, Maison du vélo, galerie d'art et théâtre, sans compter un calendrier de manifestations chargé. En assumant le leadership, en donnant la priorité aux communications avec les clientèles et en appuyant la collaboration de son Bureau du tourisme et des congrès avec une diversité d'intervenants, elle contribue à la bonification du produit touristique de toute la région.



Petite entreprise publique - Adcom

Or **Parc linéaire Le P'tit Train du Nord** (Saint-Faustin, Laurentides)

Catalyseur du peuplement des Laurentides, Le P'tit Train du Nord y joue à nouveau un rôle majeur. Son emprise ferroviaire de 200 km transformée en corridor récréotouristique, ponctué de points de services dans les anciennes gares, constitue un équipement unique en Amérique du Nord. Par ses efforts remarquables, ce parc s'est positionné sur les marchés internationaux et québécois, et vu sa fréquentation augmenter de 38 % en 1997. En favorisant l'éclosion d'une centaine de commerces et en prolongeant la saison, il a dynamisé un axe touristique délaissé et entraîné des retombées économiques importantes dans la région.

Argent **Lieu historique national de la Grosse-Île-et-le-Mémorial-des-Irlandais** (Chaudière-Appalaches)

Ce site commémore l'histoire de l'immigration au Canada, le drame des immigrants irlandais et la quarantaine imposée de 1832 à 1937. Il offre expositions, visites guidées et sentiers pédestres, ainsi qu'un service d'information généalogique. Le 150^e anniversaire de la Grande Famine de 1847 lui a attiré plus de 40 000 visiteurs, doublant son objectif. Ce succès remarquable dans le domaine du tourisme patrimonial a accru sa notoriété et permis la création de partenariats prometteurs. Cet attrait devenu halte incontournable apporte des revenus de cinq millions de dollars dans la région, notamment avec la création d'une centaine d'emplois.

Bronze **Parc régional de Pointe-aux-Outardes** (Manicouagan)

Depuis 17 ans, le parc nord-côtier s'acquitte d'un mandat *a priori* inconciliable : faire connaître et protéger huit écosystèmes remarquables et fragiles (dunes de sables, pinède et marais salé). La présence de plus de 50 % des oiseaux du Québec en font un des meilleurs points d'observation de l'est du Canada. Par ses recherches, ses programmes pédagogiques et ses actions conciliant économie et environnement, il réussit à rentabiliser le site sans le mettre en péril, même avec 10 000 visiteurs par année. De nombreux prix ont d'ailleurs souligné ses efforts. Plusieurs bénévoles et partenaires financiers participent activement à la protection de cet héritage collectif.



Manifestation touristique - Imprimeries Quebecor

Or **Festival du canard du Lac Brome** (Cantons-de-l'Est)

Misant sur cette richesse aviaire des Cantons-de-l'Est, ce festival s'est positionné d'emblée comme manifestation à grand rayonnement, en tenant compte de deux clientèles distinctes : familles et gourmets. Grande fête populaire, dégustations de mets locaux, exposition de canards de collection, cours de cuisine et forfaits gastronomiques ont attiré près de 20 000 personnes et permis au festival de s'autofinancer dès sa première année. En optant pour l'automne, il s'est niché dans une position stratégique unique dans le calendrier touristique hors saison du Québec, et mis en lumière l'activité agroalimentaire et touristique de la région.

Argent **Festival western de Saint-Tite** (Mauricie - Bois-Francs)

Classé parmi les manifestations québécoises majeures, le Festival western de Saint-Tite est devenu une véritable institution. Il a souligné son 30e anniversaire par l'ajout d'un casino western, d'une exposition agroalimentaire et d'une mégaproduction de musique *country*, sans oublier des rodéos réunissant des champions du monde. L'amélioration de ses infrastructures, sa billetterie informatisée, sa publicité aux États-Unis et son site Web qui lui ont attiré le nombre record de près d'un demi-million de visiteurs. Son succès continu s'explique par la qualité constante de sa programmation et de ses services, ainsi que par l'apport enthousiaste de 300 bénévoles.

Bronze **Keskinada Loppet** (Hull, Outaouais)

Keskinada Loppet est membre de la ligue qui rassemble les grandes courses de ski de fond du monde. Grâce à une approche marketing dynamique, à l'ajout de nouvelles courses, à l'étalement des activités sur deux jours et à d'autres innovations, sa 19e saison a recruté un nombre record de skieurs, amateurs et chevronnés. Cette course attire autant les familles que les fondeurs d'élite par la variété des parcours, la qualité des pistes et des services, les forfaits hébergement offerts avec des partenaires et le décor du parc de la Gatineau. La Keskinada Loppet reçoit des skieurs de plus de 20 pays, conférant de ce fait une notoriété internationale au Québec dans l'univers du ski de fond.



Petite entreprise touristique - Unibroue

Or **Auberge La Petite Marmite** (Pointe-au-Pic, Charlevoix)

Les nouveaux propriétaires ont entre autres ajouté un jardin et une terrasse avec vue sur le fleuve à cette auberge centenaire. En assurant un accueil courtois et attentionné, une cuisine soignée et divers services spéciaux, l'auberge affiche un remarquable rapport qualité-prix. Elle collabore avec d'autres établissements pour offrir divers forfaits, un service d'information et de réservation pour une gamme d'activités, partager des marchés et certaines dépenses. Son approche dynamique lui a valu un taux d'occupation de plus de 80 % pendant l'été, le maintien d'emplois saisonniers une partie de l'hiver et la croissance continue de son chiffre d'affaires.

Argent **Portneuf Aventure** (Notre-Dame-de-Portneuf, Québec)

Cette jeune entreprise offre des forfaits alliant aventure, motivation, détente, divertissement et dépaysement. S'appuyant sur une mise en marché bien ficelée, sur la mise en réseau et sur une logistique minutieuse, elle s'est fait remarquer par les marchés internationaux. Plus que des excursions terrestres quatre saisons, sa gamme de forfaits s'assortit d'activités à la carte résultant de maillages avec des partenaires. Innovation, promotion active et dynamique ont séduit une clientèle provenant principalement de l'étranger. En valorisant la découverte de sa région, Portneuf Aventure fait rayonner jusqu'en Europe une destination jusqu'alors peu connue.

Bronze **Centre touristique Petite-Rouge** (Saint-Émile-de-Suffolk, Outaouais)

Érigé sur une presqu'île magnifique au nord de Montebello, ce centre propose hébergement, restauration, activités de plein air, animation et surtout, accueil et service irréprochables. En permettant à des groupes de séjourner au cœur de la nature et de profiter d'une multitude de services par ses forfaits tout inclus, cette entreprise familiale accueille plus de 4 000 clients l'an, dont 80 % de la clientèle d'hiver revient chaque année. En 1997, elle a amélioré ses infrastructures et élargi l'éventail de ses aires d'activités extérieures. Par sa présence active, elle joue un rôle capital dans le développement touristique de sa région.



Promotion touristique - Société des casinos du Québec

Or **Tremblant** (Laurentides)

Centre de villégiature quatre saisons de calibre international, Tremblant fait valoir ses atouts sur les marchés mondiaux : hospitalité et culture spécifiques, site exceptionnel, installations de pointe, village dynamique, gamme d'activités et personnel de qualité. Grâce à ses alliances avec des partenaires bien implantés dans leur marché respectif, il compte sur une soixantaine de grossistes en Amérique du Nord, en Europe et en Asie, et a ainsi fait croître ses nuitées d'hiver de plus de 78 % et sa fréquentation estivale de 337 %! Ce moteur de l'économie, qui a créé près de 16 000 emplois, semble sur le point d'atteindre son objectif de déplacer le monde vers une montagne.

Argent **Groupe Riôtel Hospitalité** (Matane, Gaspésie)

Cette entreprise familiale créée en 1984 vient de fonder sa propre chaîne Hospitalité. Pour se démarquer de la concurrence, elle compte sur son offre de circuit intégré, sa propre centrale de réservations et divers forfaits spécifiques. Ayant obtenu la certification ISO 9002, elle associe son personnel au développement de son réseau, tout en s'appuyant sur une stratégie bien articulée et sur une approche marketing hautement ciblée. Elle a publié un guide de forfaits, créé son site Web et conclu des ententes avec divers partenaires, avec comme résultat la croissance de sa clientèle et la hausse de 750 % des participants à son Noël en automne!

Bronze **Fédération interdisciplinaire de l'horticulture ornementale du Québec** (Sainte-Foy, Québec)

La Fédération organise chaque année une grande exposition et d'autres activités variées. Elle a relevé un défi de taille sur les plans architectural, horticole et financier en présentant *Québec en fleurs 97*, les premières floralies intérieures au Canada, qui ont reçu des exposants de 12 pays et recueilli l'agrément de la communauté horticole mondiale. Cette attraction touristique d'une grande rareté a séduit près de 147 000 visiteurs, stimulé le tourisme pendant une période creuse, positionné la ville de Québec sur la scène internationale et fait reconnaître le savoir-faire des horticulteurs québécois. L'unanimité qu'elle a suscitée assure sa reprise en 2002.



Tourisme durable et responsable - Hydro-Québec

Or **Société Duvetnor** (Rivière-du-Loup, Bas-Saint-Laurent)

Dès 1980, la Société Duvetnor a entrepris d'acheter huit îles du Saint-Laurent et d'y offrir des activités d'écotourisme, bien avant que cette notion ne soit populaire. Tout en poursuivant ses recherches sur la faune et la flore, cet organisme voué à la conservation d'un écosystème fragile offre des séjours d'aventure et de croisières exclusifs, assortis à des programmes éducatifs appliqués en collaboration avec des scientifiques réputés. Au risque de perdre des revenus, il restreint l'achalandage des îles. La Société Duvetnor a fait de sa région le leader en écotourisme au Québec et attiré l'attention de la presse internationale par des actions garantes de l'avenir d'une richesse unique.

Argent **Société charlevoisienne de mise en valeur du parc des Grands-Jardins** (Baie-Saint-Paul, Charlevoix)

Responsable des activités dans le parc des Grands-Jardins depuis 1990, la Société fait connaître et met en valeur ce territoire de taïga. Elle sensibilise les visiteurs à la fragilité de cet écosystème et présente un programme d'interprétation avec naturalistes. Elle y a décuplé le nombre de sentiers de randonnée pédestre et y a construit chalets, refuges et belvédères. Maintenant fréquenté en toute saison, le parc a plus que doublé son achalandage. En favorisant l'accès à cette aire de la Réserve mondiale de la biosphère, elle vise l'équilibre entre la protection et le développement touristique du site.

Bronze **Parc régional des Appalaches** (Chaudière-Appalaches)

Ce parc offre en toute saison des loisirs de plein air dans un milieu protégé, ainsi que la découverte et l'interprétation de tourbières, l'ornithologie et des activités thématiques originales, dont l'appel du hibou les soirs de pleine lune, l'hiver. Il limite la fréquentation de son territoire, notamment de ses plans d'eau. Outre ses panneaux sensibilisant les visiteurs à la fragilité de ses richesses naturelles, il leur démontre l'importance de geste simples, comme de récupérer les dépliants d'interprétation. Toutes ses actions sont orientées vers le développement durable, la mise en valeur de l'environnement et l'harmonie avec la nature.



Développement de la restauration québécoise - Société des alcools du Québec

Or **L'Eau à la bouche** (Saint-Adèle, Laurentides)

Cette auberge jouit, depuis 18 ans, d'une réputation de charme, de convivialité, d'accueil chaleureux et, surtout, de bonne table. Peu de cuisiniers ont fait autant qu'Anne Desjardins pour le rayonnement gastronomique du Québec. En utilisant presque exclusivement des produits régionaux, en innovant sans cesse, en misant sur l'originalité et l'harmonie, et en offrant menus découvertes et journées thématiques, L'Eau à la bouche stimule l'essor d'une fine cuisine authentiquement québécoise. Sa réussite se confirme par un nombre impressionnant de distinctions, dont le prix de la meilleure table du Québec du célèbre *Gourmet Magazine* américain.

Argent **Le Bon Bistro** (Sept-Îles, Duplessis)

Le propriétaire de cette maison ancestrale offre à sa clientèle une table digne des meilleurs restaurants des grandes capitales. Mariant les produits québécois pour créer une symphonie des cinq sens, il sert une fine cuisine toute simple. Son mode de gestion original inclut une politique salariale de partage des profits qui stimule son personnel bien formé. Ici, menus thématiques et dégustations saisonnières, présentations soignées, ambiance amicale, service professionnel et souci du détail s'allient avec bonheur. Comblant un manque dans la région, ce restaurant assure dix emplois et favorise la commercialisation des produits locaux.

Bronze **Auberge du Mange-Grenouille** (Le Bic, Bas-Saint-Laurent)

Deux comédiens recyclés ont transformé un magasin général du XIXe siècle en auberge pimpante. Cuisine raffinée et inventive apprêtée avec des produits régionaux, accueil chaleureux et ambiance feutrée, excellent rapport qualité-prix caractérisent l'Auberge du Mange-Grenouille qui connaît une croissance telle de sa clientèle internationale qu'il a réalisé deux projets d'expansion et doublé son personnel depuis 1990. Il collabore avec le milieu, dans l'intérêt commun, stimulant ainsi la fierté de la région et favorisant l'émergence d'autres produits et services. De nombreux prix ont souligné la qualité de l'auberge, dont même son aménagement paysager!



Mise en marché du produit touristique québécois - Via Rail

Or **Voyages CAA- Québec** (Québec, Québec)

CAA-Québec, qui joue un rôle majeur en tourisme au Québec depuis 1910, s'impose en réussissant l'intégration de ses services avec ses agences Voyages CAA-Québec et Vacances-Familles. En 1997, Voyages CAA-Québec lançait *Accès Québec*, un catalogue de vacances qui recense plus de 140 établissements hôteliers, plus de 105 forfaits exclusifs estivaux et hivernaux, ainsi que des autotours et des circuits de groupes. Produits familiaux, forfaits romantiques, écotourisme, forfaits de sports, villégiature, soins de santé, tout y est! L'agence, qui offre ces produits par l'entremise de Kilomètre Voyages, a vu son volume de ventes croître de 20 %.

Argent **Kilomètre Voyages** (Charlesbourg, Québec)

Grâce à son réseau d'agences, Kilomètre Voyages contribue activement à la croissance du produit touristique québécois. En 1997, en partenariat avec Voyages CAA-Québec, elle publiait *Le Québec en vacances*, qui compte 62 forfaits et 4 circuits de groupes, soit une diversité de produits visant personnes seules, couples et familles voyageant en automobile ou en autocar partout sur le territoire. Distribué dans plus de 900 000 foyers et dans les agences d'ACTA Vacances Québec, il a suscité la réponse de près de 6 000 personnes. La clientèle apprécie le service personnalisé de l'agence et son système de réservations informatisé, qui réduit de beaucoup le temps de réponse.



Prix de l'excellence

Monsieur Michel Aubin (Laurentides)

Vice-président Finance de Tremblant, M. Michel Aubin est un mordu du ski, une passion qui le pousse à déplacer des montagnes. Il a convaincu Ottawa, Québec et Mont-Tremblant de devenir les partenaires du plus grand investissement touristique au Canada, et réuni ainsi le budget de sa phase II, qui comporte la construction de 1 200 autres unités d'hébergement. Maintenant fréquentée par une clientèle internationale de 612 000 skieurs et de 1,2 million de vacanciers, Tremblant a insufflé un vent de dynamisme à toute la région, sans compter des retombées fiscales évaluées à 23 millions par an. Après ce tour de force, M. Michel Aubin pense déjà... à la phase III.



Prix spécial du jury - Air Canada

Pourvoirie du Lac-Moreau (Saint-Urbain, Charlevoix)

La Pourvoirie du Lac-Moreau accueille des visiteurs de tous les coins de la planète, attirés par la beauté des lieux et sa gamme d'activités. Subordonnant le gain financier à court terme à la préservation d'un milieu exceptionnel, elle a redonné au site son intégrité écologique, pour y assurer la pérennité de la faune et de la flore. Ses chalets et son auberge cinq étoiles offrent confort, intimité et fine cuisine en pleine forêt. Son positionnement distinctif, son marketing structuré, ses services de qualité, sa réputation d'excellence, ses prix concurrentiels et l'intégration de ses installations à son décor expliquent la croissance annuelle de 30 % de cette pourvoirie multiservices.



Mention spéciale du jury

Monsieur Renaud Cyr (Montmagny, Chaudière-Appalaches)

Figure de proue de la cuisine régionale du Québec, M. Renaud Cyr a été un des promoteurs des saveurs du terroir bien avant la vogue, et il a semé le germe de l'intérêt pour la gastronomie locale. La cuisine étant sa forme d'expression, il a manifesté sa créativité dans la maison historique du Manoir des Érables qu'il a dirigé pendant 18 ans. Il a aussi marqué toute une génération de jeunes chefs, notamment par ses séminaires sur la cuisine régionale à l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec. Nombre de distinctions ont souligné son apport, dont sa mention dans le prestigieux *Larousse gastronomique* de 1996. Ce précurseur, décédé récemment, laisse un héritage qui déborde largement sa région.

Pour information et réservations



Dernière mise à jour : Inconnue

Vous avez des suggestions ou des commentaires? Écrivez  à [l'édimestre](#).
[Politique de confidentialité](#) | [Réalisation du site et références photos](#)

Québec 

© [Gouvernement du Québec, 1995 - 2005](#).