

RAPPORT D'ACTIVITÉS

2022
ÉDITION





DANS UN SOUCI DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE PRATIQUES TOURISTIQUES RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA COMMUNAUTÉ, DESTINATION SHERBROOKE RECONNAÎT QU'ELLE VIT, TRAVAILLE ET APPRÉCIE TOUTES LES RICHESSES DU TERRITOIRE ANCESTRAL DE LA NATION W8BANAKI (PRONONCÉ ABÉNAQUIS), LE N'DAKINA.



SOMMAIRE

04. Mot de la présidente et du directeur général

06. Portrait du tourisme à Sherbrooke

08. Congrès, événements et voyages en groupe

11. Bureau d'information touristique

13. Centre de foires de Sherbrooke

15. Promotion et marketing de la destination

18. Offres touristiques et initiatives

26. Remerciements

28. Annexes

71. États financiers



NOTRE VISION

Ville authentique, inclusive et vibrante, Sherbrooke sera en 2030 une destination touristique urbaine des plus convoitées du Québec.

Sixième ville en importance au Québec, Sherbrooke doit saisir l'occasion d'occuper la place qui lui revient sur l'échiquier touristique national. Cette volonté, exprimée par le milieu, est portée bien haut par Destination Sherbrooke. Elle se doit d'être soutenue par une vision et un leadership politique fort.

NOTRE MANDAT

Destination Sherbrooke, qui est au service de l'industrie touristique, est l'organisme de développement économique paramunicipal mandaté par la Ville de Sherbrooke pour assurer le développement de l'offre, faire la promotion de la destination, coordonner l'accueil et soutenir les initiatives issues de l'entrepreneuriat touristique.

NOTRE MISSION

Contribuer à la croissance économique et sociale de la ville de Sherbrooke par le développement et la valorisation de l'industrie touristique dans une perspective de tourisme durable.



NOS VALEURS

- Créativité
- Engagement
- Humanité
- Intégrité

NOS RÔLES

- Activateur
- Influenceur
- Rassembleur

NOS CLIENTÈLES

- Touriste d'agrément
- Touriste d'affaires
- Touriste sportif
- Citoyen et citoyenne de Sherbrooke



MOT DE LA PRÉSIDENTE ET DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

L'année 2022 a été importante sur le plan touristique à Sherbrooke. Non seulement a-t-elle marqué la fin de la pandémie mondiale qui aura touché particulièrement notre industrie, mais elle amène aussi dans son sillon la réalisation d'un nouveau plan stratégique et la mise en œuvre d'un plan d'action qui, sans être trop ambitieux, évoque notre désir de faire de Sherbrooke une ville attractive et incontournable.

Alors que les questions fusaient encore nombreuses il y a quelques mois à peine quant à la reprise des activités touristiques, ici et ailleurs dans le monde, Destination Sherbrooke, avec ses partenaires, a su maintenir le cap. Il a su, de plus insuffler un nouveau départ aux valeurs si chères à Sherbrooke.

Cet exercice de repositionnement s'avérait toutefois nécessaire, puisque la reprise touristique va de pair avec la vitalité économique de Sherbrooke, une vision légitime et structurante de notre communauté. En ce sens et plus que jamais, nous estimons que la ville a besoin des retombées de notre industrie, afin de dynamiser davantage son économie au sortir d'une crise majeure telle que nous l'avons vécue.

Dans ce contexte, nous pouvons dire aujourd'hui mission accomplie. Dans cette mouture où ont été réfléchis les grands enjeux touristiques sherbrookoïses, on reconnaît la ville dans ce qu'elle a de plus précieux, à savoir son authenticité, son inclusion et son dynamisme.



Ce sont trois caractéristiques qui, croyons-nous, suscitent déjà un fort sentiment de fierté chez les Sherbrookoïses et Sherbrookoïses.

Les effets collatéraux de la pandémie nous ont révélé la pertinence du tourisme comme moteur de développement socio-économique.

Si le début de l'année 2022 a été plongé dans l'ombre de doutes, parfois profonds, la seconde moitié de l'année a apporté de jolies ancolies, laissant présager le meilleur pour la suite. Vous constaterez d'ailleurs que certains indicateurs de performance égalisent les niveaux de 2019, une année charnière pour comparer les rendements pré et postpandémiques.

À propos du nouveau plan stratégique 2022-2024

Encore une fois, Destination Sherbrooke a joué un rôle prépondérant dans l'essor et la vitalité de l'industrie touristique sherbrookoise. Par ses efforts consentis au soutien et au développement de produits originaux, par ses initiatives en structuration et promotion de l'offre et par l'accompagnement offert à ses différents partenaires, Destination Sherbrooke a réitéré sa profonde adhésion au secteur touristique.



Forte d'une volonté d'action qui ne se dément pas, consciente aussi des défis auxquels est désormais confrontée l'industrie touristique, mais surtout des opportunités qu'ils recèlent, Destination Sherbrooke a ainsi déposé, en cours d'année, son tout nouveau plan stratégique 2022-2024.

Au cœur de cette démarche névralgique, un enjeu se dessine, celui de voir comment la ville de Sherbrooke peut se hisser au palmarès des destinations touristiques incontournables du Québec!

Pour y arriver, l'organisation entend miser sur cinq grands piliers, non sans poursuivre sa mission et son travail de démarchage et de développement auprès de différents marchés touristiques en Estrie, au Québec et ailleurs.

Vous trouverez en annexe de ce rapport d'activités le plan stratégique complet. D'une même voix, il guidera le plan d'action de l'organisation au cours des prochains mois et prochaines années.

À ce titre, il nous paraît juste de remercier toutes les parties qui ont pris part, de près ou de loin, à cette grande réflexion : membres du conseil d'administration, membres du personnel, acteurs et actrices de la communauté et fidèles partenaires de notre organisation. ***Votre vision du tourisme à Sherbrooke a été fondamentale dans l'élaboration de ce document qui constitue un nouveau départ en matière de développement touristique à Sherbrooke.***

Nous désirons saluer enfin le travail exceptionnel des membres administrateurs, anciens et nouveaux, et des équipes de Destination Sherbrooke. Tous et chacun, suivant leur rôle et créneau respectifs, ont su demeurer réactifs dans des circonstances, il va sans dire, hors de leur contrôle. Cette souplesse témoigne de leur passion et de leur engagement indéfectible envers la mission et les mandats stimulants de notre organisme paramunicipal. Merci et bonne suite.

Sylvie L. Bergeron, présidente
Denis Bernier, directeur général



PORTRAIT DU TOURISME À SHERBROOKE

Les touristes* québécois au Québec, âgés de 18 ans ou plus, qui ont parcouru 40 km ou plus en partance de leur résidence en 2019* et qui ont visité la région sherbrookoise affichaient le portrait global suivant :

- **1 208 000 visites-personnes âgées de 18 ans ou plus***
- **580 000 nuitées-personnes**
- **79 132 000 \$ de retombées touristiques**
- **1 502 emplois directs ou indirects**

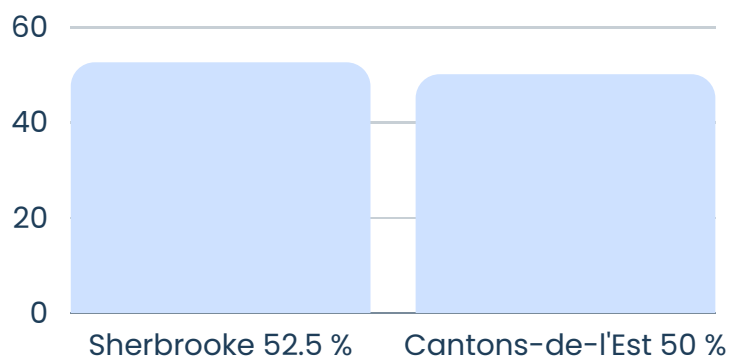
*Notez que les données sur le tourisme sont fort incomplètes en raison de la pandémie. Pour cette raison, Destination Sherbrooke doit s'appuyer sur les données de l'année 2019.



Taux d'occupation annuel 2022 (hôtels et gîtes)

Sherbrooke : 52,5 %

Cantons-de-l'Est : 50 %



Taux d'occupation à Sherbrooke : comparatif annuel

Année	Sherbrooke	Cantons-de-l'Est
2022	52,5 %	50 %
2021	41,5 %	41,9 %
2020	32,6 %	33,2 %
2019	51,6 %	46,3 %





CONGRÈS, ÉVÉNEMENTS ET VOYAGES EN GROUPES

Congrès et tourisme d'affaires : indice sectoriel

	2019	2020	2021	2022	Écart 2019 vs 2022 (%)
Nombre	44	9	8	36	-18 %
Personnes participantes	10 163	1 757	808	5 624	-45 %
Nuitées	11 873	1 979	1 975	6 503	-45 %
Dépenses touristiques	4 108 058 \$	692 650 \$	691 250 \$	2 481 730 \$	-40 %

Congrès principaux en 2022

- Alliance du personnel professionnel et technique de la santé et des services sociaux : 463 nuitées en mars et 547 nuitées en novembre
- Fédération nationale des enseignants et des enseignantes du Québec: 367 nuitées
- *The Restored Church of God* : 394 nuitées

Sports et événements : indice sectoriel pour l'année 2022

	Nombre	Personnes participantes	Nuitées	Dépenses touristiques
Événements sportifs	34	16 187	10 247	2 275 702 \$
Autres événements	13	25 652	5 193	1 381 338 \$
TOTAL	47	41 839	15 440	4 107 040 \$

Événements sportifs et autres événements : cumulatif et comparatif

	2019	2020	2021	2022	Écart 2019 vs 2022 (%)
Nombre	71	29	18	47	-34 %
Personnes participantes	44 793	15 800	3 033	41 839	-8 %
Nuitées	14 953	3 859	5 899	15 440	+3 %
Dépenses touristiques	3 364 425 \$	868 225 \$	1 339 073 \$	4 107 040 \$	+22 %

Événements principaux en 2022

- Championnat canadien jeunesse de l'Est du Canada en patinage de vitesse : 220 nuitées
- Camp estival de Volleyball Québec : 1 689 nuitées
- Championnat canadien de basketball féminin U15-U17 : 2 494 nuitées
- Jeux de la Légion en athlétisme : 1 763 nuitées
- Collation des grades double de l'Université de Sherbrooke : 17 000 personnes participantes
- Tourneurs : *Le Gros Laboratoire* (1 188 nuitées) et *Bon matin Chuck* (1 219 nuitées)

Voyages en groupes

	2021	2022	Écart
Nuitées	1 024	3 200	+ 213 %
Nombre de tours opérateurs	17	24	+ 41 %
Dépenses touristiques	299 000 \$	1,36M \$	+ 355 %

Tourisme durable : adoption d'une politique en développement durable

Adoption en février 2022 d'une politique de tourisme durable :

Parce que le tourisme durable se décline sur plusieurs plans, il est nécessaire de bien saisir tous les éléments si l'on choisit de s'y engager sérieusement. C'est ce sur quoi l'équipe de Destination Sherbrooke s'est penchée au fil des 18 derniers mois. Au-delà d'un exercice de veille rigoureux sur les meilleures pratiques au Québec, au Canada et ailleurs dans le monde, un représentant de l'organisation a complété une certification professionnelle en tourisme durable du Conseil mondial du tourisme durable (GSTC). Il a aussi pris part à de nombreux congrès et rencontres, notamment au niveau pancanadien, en plus de travailler de concert avec les organisations locales et régionales dont le comité de pilotage de Tourisme Cantons-de-l'Est.



Fonds d'aide aux congrès et événements (FACE)

Le Fonds d'aide aux congrès et événements, créé en partenariat avec la Ville de Sherbrooke et les principaux lieux d'hébergement hôteliers ou universitaires, offre une aide qui pourra alléger les charges liées à l'organisation d'une activité liée aux événements sportifs, d'affaires ou de groupes.

Bénéficiaires	Montant versé
Happening Marketing 2022	8 000 \$
Championnat canadien jeunesse patinage de vitesse	5 000 \$
Club de ski de fond du Mont Orford	2 000 \$
Alliance autochtone du Québec	1 750 \$
Association des médecins spécialistes en médecine nucléaire du Québec	6 000 \$
Association des cimetières chrétiens	7 000 \$
Association québécoise pour l'hygiène, la santé et la sécurité au travail	7 000 \$
Réseau provincial de recherche en adaptation et réadaptation	6 000 \$
Réseau Carrefours Jeunesse Emploi du Québec	3 250 \$
Association Québec-France de l'Estrée	6 000 \$
Le Gros Laboratoire 4	7 750 \$
Travac Tour	2 500 \$
Shorttrips.ca	1 250 \$ et 2 500 \$
Jeux de la Légion	10 000 \$
Groupe forestier Québec	3 500 \$
Tour guidé Alta Voyage Étudiant	1 250 \$
Championnat canadien basket féminin 15-17	9 000 \$
Chœurs sans frontières	4 900 \$
Restored Church of God	4 200 \$
NGH / Tai Pan Tours	1 250 \$
TOTAL	100 100 \$



BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE (BIT)

L'achalandage

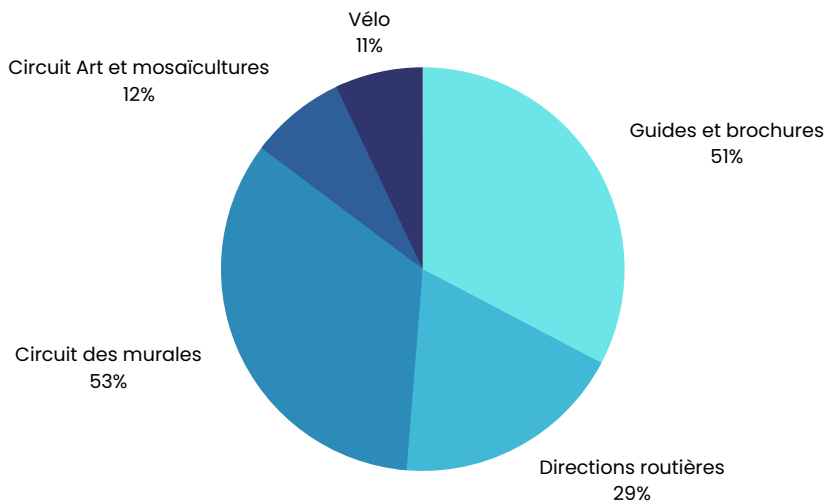
	2018	2019	2020	2021	2022	Écart 2021 vs 2022 (%)
Nombre de personnes ayant fréquenté le BIT	22 456	18 356	10 105	12 931	10 155	-22 %
Nombre de demandes de renseignements	11 597	9 430	5 464	7 563	7 122	-6 %

*En raison d'un changement dans la méthode d'analyse statistique, certaines données de ce tableau diffèrent de celles présentées dans les éditions antérieures.

Au cours de l'année 2022, 7 122 demandes de renseignements touristiques ont été traitées tant au comptoir que par téléphone. Au total, 10 155 personnes ont fréquenté le Bureau d'information touristique (BIT) pour obtenir des renseignements.

Par rapport à 2018, année régulière de référence, on constate une diminution de 55 % de l'achalandage. Cette baisse s'explique, en partie, par la pandémie de COVID-19, mais aussi par le manque de personnel qui a occasionné la diminution du nombre d'heures d'ouverture du BIT.

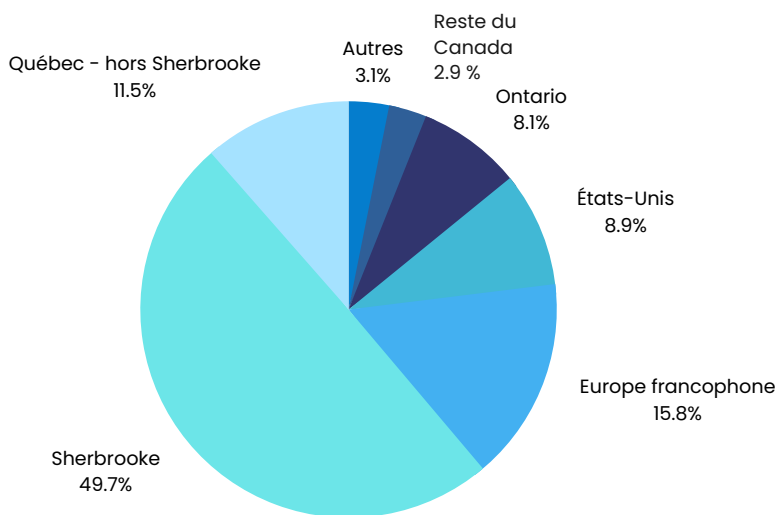
Sujet des demandes d'information touristique (%)



*Lors d'une demande d'information, un visiteur peut demander plus d'une catégorie d'information. Le pourcentage de la somme des catégories peut ainsi dépasser 100 %

En 2022, le circuit des murales demeure l'activité touristique la plus demandée et continue sa progression depuis 2018 passant de 46 % des demandes en 2018 à 53 % des demandes en 2022. La demande pour le produit vélo a aussi fait un bon important passant de 5 % en 2018 à 11 % en 2022.

Provenance de la clientèle du Bureau d'information touristique (%)



Globalement, en 2022, les visiteurs et visiteuses hors Sherbrooke (touristes et excursionnistes) ont représenté 76 % de la clientèle totale du BIT. C'est un constat qui se maintient sensiblement chaque année malgré la période pandémique.





Greeters : nombre de balades et de visiteurs depuis 2019

	2019	2020	2021	2022
Nombre de balades	77	13	36	55
Nombre de personnes participantes	206	30	84	125

- 47 % des personnes participantes en 2022 venaient de l'Europe francophone et 43 % provenaient du Québec.

Patrouille à vélo

	2019	2020	2021	2022	Écart 2019 vs 2022 (%)
Premiers soins	38	29	39	69	82 %
Prévention	1 869	375	637	1 226	-34 %
Mécanique	326	221	326	492	26 %
Information touristique	1 087	320	492	661	-39 %
Nombre d'heures de patouille	4 919	2 290	4 107	3 762	-29 %

CENTRE DE FOIRES DE
SHERBROOKE





CENTRE DE FOIRES DE SHERBROOKE

Tableau comparatif

	2019	2020	2021	2022	Écart 2019 vs 2022 (%)
Nombre de salons	20	4	4	3	-85 %
Nombre d'événements	47	14	32	28	-40 %
Nombre de jours d'occupation	221	165	469	182	-18 %
Nombre de pieds carrés loués	1 936 248	564 651	734 331	1 193 605	-38 %
Nombre de visiteurs et visiteuses	139 248	N/A	N/A	12 730	-90 %
Revenu total	1 046 699 \$	145 235 \$	612 063 \$	700 738 \$	-33 %





PROMOTION ET MARKETING DE LA DESTINATION

Magazine touristique : refonte complète des contenus et du graphisme

- 15 000 copies
- 44 pages + couverture
- Bilingue
- Imprimé sur du papier 100 % recyclé
- Série d'entrevues avec des Sherbrookoises et des Sherbrookoises
- Nouvelle carte centrale

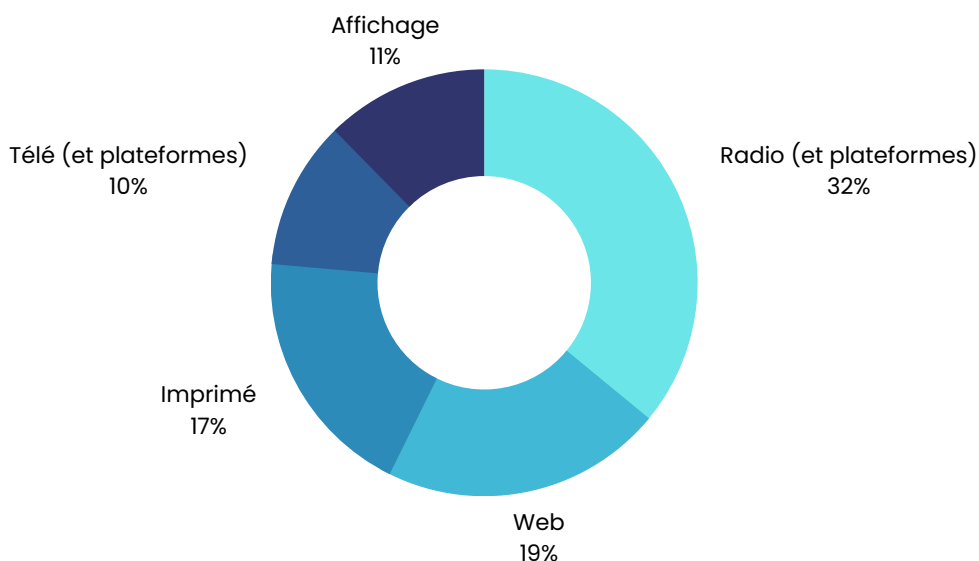


Carte routière touristique : nouvel outil d'accueil en complément au magazine

- 15 000 copies
- Bilingue
- Dépliable en trois volets
- Mise en valeur des partenaires de la campagne Passeports attraités



Proportion des placements publicitaires



Fréquentation du site web de Destination Sherbrooke

	2019	2020	2021	2022	Écart 2019 vs 2022 (%)
Nombre d'utilisateurs	277 213	219 682	244 427	272 534	-2 %
Proportion hors Sherbrooke	73 %	65 %	65 %	72 %	-1 %

Les pages les plus vues en 2022 (à l'exception de la page d'accueil) :

1. Quoi faire?
2. Événements
3. Où manger?
4. Balade scintillante
5. Passeports attraites

Billets de blogue les plus lus en 2022 :

1. Les marchés de Noël à Sherbrooke
2. Où déjeuner à Sherbrooke?
3. Sherbrooke met la table
4. Balade monstrueuse
5. Où déguster une bonne poutine à Sherbrooke?

Fonds de promotion touristique

Le Fonds de promotion vise à positionner des offres touristiques sherbrookoises en fonction de thématiques déterminées, sur des marchés géographiques ciblés, tels qu'inscrits au formulaire de soumission du volet Promotion, dans le but d'augmenter significativement la force de frappe de la destination en matière de promotion hors région (au-delà d'un rayon de 40 km de Sherbrooke).

Bénéficiaires	Projet	Montant versé
Fête du lac des Nations	Édition 2022	13 000 \$
Compagnie de danse Sursaut	FUDGE	2 926 \$
Productions culturelles Qc	Festibière Sherbrooke	4 156 \$
Rendez-vous d'Howard	Rendez-vous d'Howard	3 018 \$
Festival cinéma du monde de Sherbrooke	9e édition	10 183 \$
Festival des harmonies	Harmonies et Sherbrooke en musique 2022	7 853 \$
Fête du Canada	Édition 2022	1 105 \$
Festival des traditions du monde	25e édition	13 000 \$
Musée de la nature et des sciences	Broue, l'homme des tavernes	13 000 \$
Festival international de cuisine de rue	Sherbrooke t'en bouche un coin	9 147 \$
Les Productions Sherblues	Sherblues & Folk	13 000 \$
Archidiocèse de Sherbrooke	La balade des clochers	4 301 \$
Rodéo d'Ayer's Cliff	Bronco Expérience Country	2 160 \$
Siboire Dépôt	Visite de l'usine	2 373 \$
TOTAL		99 222 \$



OFFRES TOURISTIQUES ET INITIATIVES

Passeports attraits

- 19 attraits et activités
- 9 passeports thématiques regroupant trois, quatre ou cinq activités
- 528 passeports vendus
- 44 904 \$ retournés aux attraits participants
- Page d'atterrissage vues 10 733 fois
- Diffusion de la campagne sur les marchés des Cantons-de-l'Est, de Montréal et de la Montérégie
- Mix média : radio, web, réseaux sociaux et presse écrite



Sherbrooke met la table, 8e édition

Du 14 au 30 octobre 2022

- 22 restaurants participants
- Table d'hôte 3 services à 20 \$ ou 30 \$ le midi et à 40 \$ ou 50 \$ le soir
- Refonte complète du site web
- 41 900 sessions dans le site web : augmentation de 41 %
- 25 306 visiteurs uniques
- Moyenne de 9 minutes 39 secondes de navigation dans le site par session
- Sondage de satisfaction auprès des gens ayant participé à la promotion : 90 % des répondants et des répondantes ont donné la note de 8 et plus. 39 % ont visité plus d'un restaurant.
- Les restaurants participants ont remarqué une hausse de fréquentation de 40 %



Chasse aux lutins à Centriville - structurée conjointement avec Entreprendre Sherbrooke

Du 9 au 31 décembre 2022

- Une année record avec près de 20 000 personnes ayant sillonné le parcours : une augmentation de 33 %
- Un nouvel itinéraire plus accessible et convivial au départ de Wellington Sud
- 25 énigmes
- Neuf commerces et lieux ayant décorés eux-mêmes leur vitrine, dix vitrines vacantes décorées et une murale
- Participation accrue du milieu, notamment pour la décoration des vitrines et les commanditaires
- Grand succès encore en 2022, l'activité est devenue un incontournable du temps des fêtes à Sherbrooke



Vélectrik Sherbrooke : banc d'essai de vélos électriques

- 360 réservations pour 720 heures de location, soit 63.5 % de la capacité d'accueil
- 4 sorties guidées auprès la clientèle touristique

Sherbus

Été 2022

- 1 529 billets vendus
- 67 sorties en français
- 8 sorties en anglais
- Nouvel itinéraire au départ du parc du Domaine-Howard incluant Beauvoir, Lennoxville et le Siboire Dépôt



Balade monstrueuse

Du 13 au 31 octobre 2022

Nouvelle activité offerte en 2022 sur le même principe que la Balade scintillante, soit un circuit de décorations halloweenesques.

- 93 commerces et résidences inscrits
- 8 tours guidés Sherbus insolite
- Carte vue plus de 6 000 fois
- Franc succès



Balade scintillante

Du 9 au 31 décembre 2022

- 146 résidences et commerces inscrits : légère baisse de 7 % en comparaison à l'édition 2021
- 12 225 pages vues : baisse de 38 %
- Campagne de promotion axée sur les réseaux sociaux
- Taux de satisfaction élevé face à l'activité et notoriété locale bien établie
- Peu de neige en décembre pour rendre les balades particulièrement féériques



REMERCIEMENTS

Merci à tous nos partenaires, entrepreneurs et entrepreneuses faisant partie de l'écosystème touristique sherbrookois. C'est grâce à vous si nos équipes peuvent structurer des offres et des initiatives attractives. Merci également pour toute la résilience en ces temps chargés de défis pour l'industrie touristique d'ici.

Merci également aux membres du conseil d'administration

Membres au 31 décembre 2022

Sylvie Luce Bergeron, présidente
André Jean Lauzon, vice-président
Patricia MacAulay, secrétaire-trésorière
Alexandre Goulet, administrateur
Hélène Lauzier, administratrice
Julie Tremblay, administratrice
Geneviève Villemure Marcotte, administratrice

Membres ayant quitté en cours d'année

Michelle Bélanger
Danielle Godin
Claude Morin

Merci au personnel permanent pour son dévouement exceptionnel

Direction générale

Denis Bernier
Carole Pelletier

Administration

Mario Grenier
Maryse Gagnon
Christiane Poitras

Centre de foires de Sherbrooke

Paul Beaudoin
Louis Brien
Jennily Crook
Pierre Duhamel
Manon Éthier
Christian Gagné
Christina Lampron
Sylvain Thivierge

Accueil et expérience client

Hélène Vandenberghe

Promotion, tourisme d'affaires et sportif

Lynn Blouin
Catherine Arguin
Amélie Boissonneau
Hélène Chagnon
Sasha Héroux-Lafond
William Hogg
Josyane Maurice
Stéphanie Trudel
Marie-Claude Vidal

Personnes ayant terminé en cours d'année

Josianne Côté
Joakim Lemay
Julie Nadeau
Pierre Poulin

REMERCIEMENTS



ANNEXES

-PLAN D'ACTION
-PLAN STRATÉGIQUE

Plan d'action

MANDATS	CHANTIERS	ACTIONS	INDICATEURS	AVANCEMENT / INDICATEURS	RÉSULTATS OBTENUS / INDICATEURS
Administrer les affaires de l'Organisme	Gouvernance	<p>Compléter l'élaboration de la vision du positionnement touristique de Sherbrooke pour la prochaine décennie.</p> <p>Compléter la planification stratégique 2022 - 2025 de l'organisation.</p>	<p>Élaboration d'un énoncé de vision / Direction 2030</p> <p>Dépôt des orientations stratégiques / Direction 2030</p> <p>Dépôt et adoption de la planification stratégique 2022 - 2025</p>	Complété (100 %)	<p>Planification stratégique déposée et adoptée par conseil d'administration le 22 septembre 2022.</p> <p>Déposée à la commission de développement économique de la Ville de Sherbrooke en octobre 2022.</p>
		<p>Procéder à l'actualisation du conseil d'administration et du comité exécutif</p>	<p>Dépôt de la recommandation du conseil d'administration au conseil municipal pour adoption</p>	Complété (100 %)	<p>Déposée à l'assemblée générale annuelle du 27 avril 2022.</p>
Développer ou structurer l'offre	Développement et structuration de la destination	<p>Élaborer le cadre et la mécanique pour la mise en place de futurs projets innovants et attractifs</p>	<p>Mise en place d'une cellule de travail avec le BCDE</p>	Reporté	Prévue en 2023.
		<p>Développer ou structurer des projets innovants et attractifs</p>	<p>Réalisation du projet Étincelles (Moment Factory)</p> <p>Réalisation du projet Sherbus</p> <p>Réalisation de la 2e année du projet-pilote de Vélectrik (cyclotourisme et vélo partage)</p>	Complété (100 %)	Réalisation de tous les projets en 2022
		<p>Initier les amorces d'intégration de la destination sur deux marchés émergents</p>	<p>Suite de la mise en place des comités consultatifs LGBTQ+ et du tourisme durable</p> <p>Dépôt des plans d'action sur trois ans</p> <p>Mise en place d'initiatives d'accompagnement en tourisme durable</p>	En cours (50 %)	<p>Les démarches pour constituer les comités consultatifs sont en cours. Le plan d'action de tourisme durable (TD) sera déposé au conseil d'administration de janvier 2023. Le plan d'action LGBTQ+ sera préparé par le comité consultatif. Les initiatives d'accompagnement sont incluses dans le plan d'action de TD.</p>

MANDATS	CHANTIERS	ACTIONS	INDICATEURS	AVANCEMENT / INDICATEURS	RÉSULTATS OBTENUS / INDICATEURS
Soutenir et dynamiser l'écosystème entrepreneurial	Soutien à l'entrepreneuriat	Participer et collaborer à la mise en place de la nouvelle structure du QG	Transfert des équipes vers les nouveaux bureaux du QG	Reporté	Collaboration étroite à la mise en place du QG; Transfert des équipes reporté en 2023.
		Élaborer et mettre en œuvre une stratégie d'accompagnement et de financement au bénéfice des entrepreneurs(euses) pour notamment inciter l'investissement privé	Accompagnement ou sollicitation d'entrepreneurs ou d'entrepreneuses	Complété (100 %)	Soutien des entrepreneurs et entrepreneuses touristiques demandeurs.
		Accentuer le soutien des projets touristiques en phase d'idéation, d'incubation et d'implantation	<p>Mise en place d'une fiche de suivi de l'entrepreneur et de l'entrepreneuse</p> <p>Mise en place d'un tableau de bord</p> <p>Collaboration à la mise en place de l'écosystème du QG</p> <p>Mise en place d'un fonds de soutien</p>	En cours (25 %)	<p>Fiche de suivi réalisée.</p> <p>En attente de la mise en place du CRM commun pour le QG.</p> <p>Demande de fonds de soutien refusée.</p>
Coordonner l'accueil	Accueil	Diversifier les points d'accueil et les moyens d'accès à l'information touristique	<p>Embauche d'agents mobiles et de guides pour la période estivale</p> <p>Mise en place d'une conciergerie en ligne (Crowd chat)</p> <p>Implication du citoyen bénévole</p>	En cours (75 %)	Seule la conciergerie en ligne n'a pas été réalisée.
		Maximiser l'intelligence d'affaires pour approfondir la connaissance des marchés	Mise en place d'un baromètre des principaux indicateurs touristiques	Reporté	Travaux en cours avec TCE et AITQ.

MANDATS	CHANTIERS	ACTIONS	INDICATEURS	AVANCEMENT / INDICATEURS	RÉSULTATS OBTENUS / INDICATEURS
Faire la promotion de la destination	Promotion de la destination	Repositionner Sherbrooke comme destination congrès par la mise en valeur de l'adaptabilité de ses lieux et solutions technologiques post-COVID	Positionnement soutenu et stratégique de la destination en terme de promotion Révision de la stratégie en matière de tourisme du savoir conjointement avec les universités	Complété (100 %)	Présence dans les campagnes publicitaires nationales. Investissement supplémentaire en ressources humaines pour le marché du savoir.
		Redéfinir et accentuer l'accompagnement à offrir aux organisateurs d'événements sportifs	Mise en place d'un processus de collaboration clair avec le Service des sports et la Division des événements Mise en place d'un fonds de support au bénévolat sportif	En cours (50 %)	Entrée en poste d'une nouvelle déléguée au tourisme sportif. Demande de fonds de support refusée
		Mettre en lumière les nouveaux attraits estivaux et hivernaux	Intégration des nouvelles offres dans les campagnes promotionnelles Initiatives de promotion précises à chacune de ses offres	Complété (100%)	Mise en place des passeports attraits. Campagnes publicitaires ciblées.
		Miser sur des offres accessibles (\$) et sécuritaires	Définition de l'approche, des accroches et des canaux de diffusion à préconiser pour les campagnes été et automne 2022 tant au Québec que hors Québec Refonte du concept du guide annuel et des cartes napperons	Complété (100%)	Toutes les actions ont été réalisées.

MANDATS	CHANTIERS	ACTIONS	INDICATEURS	AVANCEMENT / INDICATEURS	RÉSULTATS OBTENUS / INDICATEURS
Gérer les lieux physiques : Centre de foires	Centre de foires	Administrer et superviser la gestion du Centre de foires de Sherbrooke en mettant l'emphase sur la relance des activités post-COVID	Optimisation de l'utilisation du Centre de foires de Sherbrooke, en tenant compte des paliers d'activités autorisés, le cas échéant. Relance auprès de tous nos clients pour la planification de nouvelles dates pour 2022 - 2024	Complété (100 %)	Dans le contexte de fin de pandémie, réalisation des activités permises.
		Élaborer des stratégies favorisant la mise en place d'incitatifs auprès des promoteurs afin d'accentuer la relance des activités post-COVID	Selon la situation de la COVID, mise à jour périodique du calendrier de réservations afin d'offrir aux promoteurs les dates souhaitées pour les salons et événements. Souplesse dans la gestion du calendrier de réservation et de la grille tarifaire Campagne de marketing ciblée	Complété (100%)	Tous les promoteurs ont été contactés. Le calendrier a été mis à jour pour les années 2023 et suivantes. Des incitatifs de retour ont été mis en place.
		Maximiser la rentabilité	Application d'une gestion du "juste à temps" pour l'ensemble des ressources.	Complété (100%)	Réalisé
		Rouvrir la discussion sur l'agrandissement du Centre de foires et l'ajout d'un hôtel annexé à ce dernier	Mise à jour de l'analyse de pertinence	Reporté	Analyse prévu en 2023
		S'assurer d'avoir les ressources humaines en nombre suffisant dans un contexte de pénurie de main-d'œuvre	Implantation de nouvelles stratégies de recrutement et de rétention de la main-d'œuvre	Complété (100%)	Révision de la politique des ressources humaines

2022-2024

Plan Stratégique.

Destination Sherbrooke

Rapport détaillé

Présenté par Floor13 et TouriScope
à Destination Sherbrooke.

FLOOR
13R



destination
SHERBROOKE.com



Reconnaissance du territoire autochtone.

Destination Sherbrooke tient à souligner que la ville de Sherbrooke est située sur le territoire ancestral non cédé de la nation w8banaki (prononcé abénakis), le Ndakina.

Table des matières.

Destination Sherbrooke	page 6
Introduction.....	page 8
Démarche.....	page 10
Portrait de l'industrie touristique.....	page 12
En route vers 2030.....	page 18
Vision 2030 en trois temps, phase 1 (2022-2024).....	page 21
Conclusion	page 30
Annexes.....	page 32

Mot de la présidence et de la direction.

*« Celui qui ne sait pas d'où il vient, ne peut
savoir où il va » – Otto Von Bismarck*

Destination Sherbrooke aborde son second exercice de planification stratégique à un moment particulièrement propice à la réflexion et au repositionnement, notamment dans la foulée de la mouvance de gouvernance instaurée par les élus de la Ville de Sherbrooke en 2020. Au fil des dix dernières années et des défis que ces années ont apportés, Destination Sherbrooke a su jouer un rôle prépondérant pour l'essor et la vitalité de l'industrie touristique sherbrookoise par ses efforts de soutien au développement de produits, ses initiatives en structuration et promotion de l'offre et par l'accompagnement offert aux partenaires.

Forte d'une volonté d'action qui ne se dément pas, consciente des défis auxquels est confrontée l'industrie touristique, mais aussi des opportunités qu'ils recèlent, Destination Sherbrooke propose aujourd'hui un énoncé de vision mobilisatrice pour permettre à Sherbrooke de se hisser au palmarès des destinations touristiques incontournables du Québec. Telle est notre ambition.

La vision 2030 de la destination s'inscrit donc dans cette optique en tout respect de la vision de la Ville de Sherbrooke de faire de cette ville un modèle de développement économique, entrepreneurial et écoresponsable.

MARS 2019

Participation aux consultations sur la vision de développement économique de la Ville de Sherbrooke.

DÉCEMBRE 2019

Adoption de la Vision de développement économique de la Ville de Sherbrooke

AVRIL 2020

Mise en place du nouveau modèle de gouvernance de développement économique

Ville authentique, inclusive et vibrante,

Sherbrooke sera en 2030
une destination touristique
urbaine des plus convoitées
du Québec.

L'atteinte de cette vision se fera en trois temps, en trois phases de planification de trois ans chacune. L'actuelle planification stratégique 2022-2024 en constitue le premier palier.

Sixième ville en importance au Québec, Sherbrooke doit saisir l'occasion d'occuper la place qui lui revient sur l'échiquier touristique national. Cette volonté, exprimée par le milieu, est portée bien haut par Destination Sherbrooke. Elle se doit d'être soutenue par une vision et un *leadership* politique fort.

Tout est en place pour faire des choix éclairés et judicieux. C'est ce à quoi nous vous convions pour les années 2022-2024.

DÉCEMBRE 2020

Définition et adoption
des nouveaux mandats de
Destination Sherbrooke

DÉCEMBRE 2020

Fin de la planification
stratégique 2012-2020 de
Destination Sherbrooke

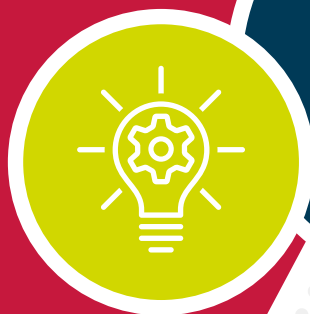
JUILLET 2021

Début du processus
de la planification stratégique
2022-2024 de Destination
Sherbrooke

SEPTEMBRE 2022

Adoption et présentation
de la planification stratégique
2022-2024 de Destination
Sherbrooke

Destination Sherbrooke.



Ses valeurs.

- Créativité
- Engagement
- Humanité
- Intégrité

Son mandat.

Destination Sherbrooke, qui est au service de l'**industrie touristique**, est l'organisme de développement économique paramunicipal mandaté par la Ville de Sherbrooke pour assurer le développement de l'offre, faire la promotion de la destination, coordonner l'accueil et soutenir les initiatives issues de l'industrie et des entrepreneur.euse.s touristiques.

Sa mission.

Contribuer à la croissance économique et sociale de la ville de Sherbrooke par le développement et la valorisation de l'industrie touristique dans une perspective de tourisme durable.

Ses rôles.

- Activateur
- Influenceur
- Rassembleur

Ses clientèles.

- Touriste d'agrément
- Touriste d'affaires
- Touriste sportif
- Citoyen.ne

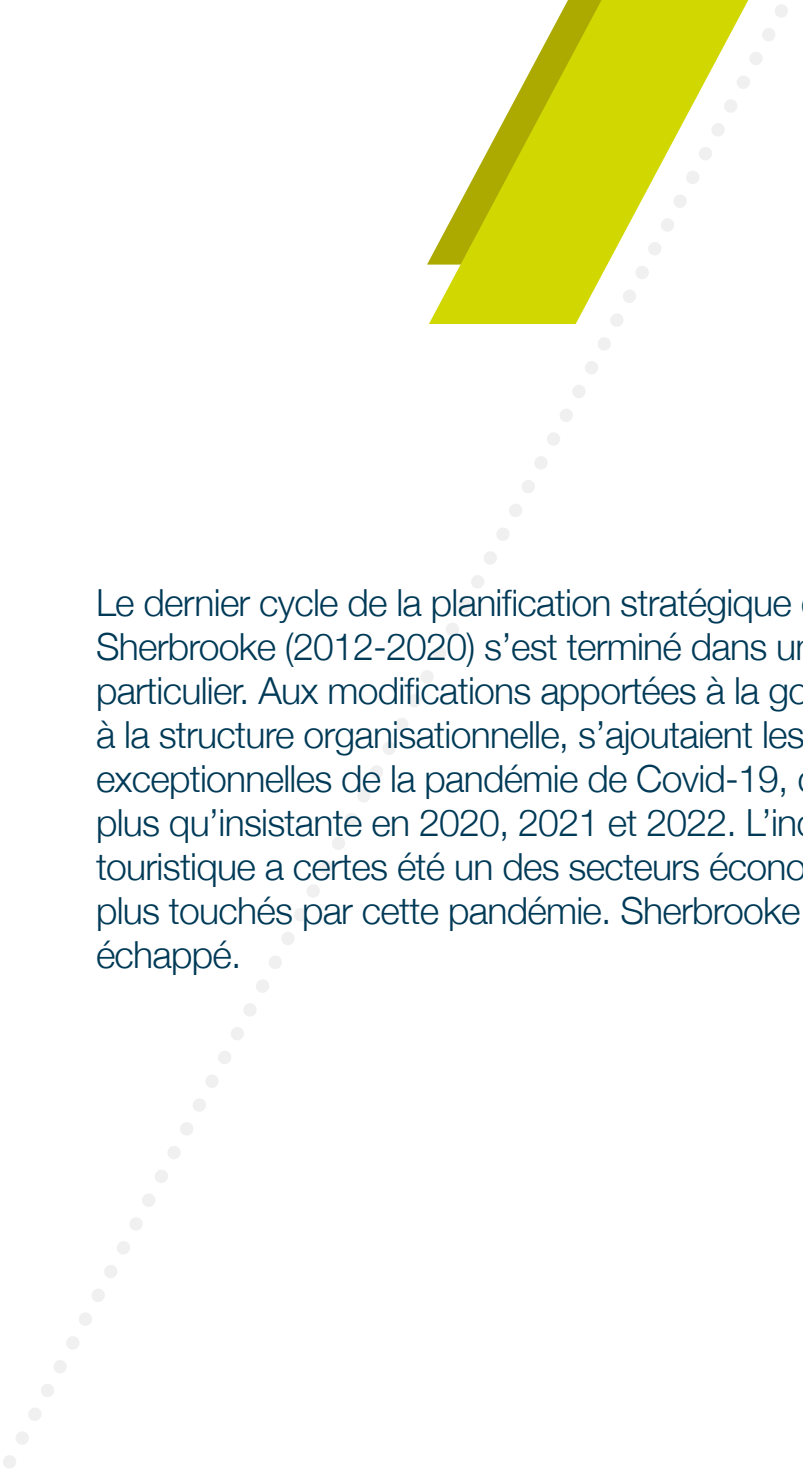




Introduction.

Destination Sherbrooke joue un rôle de premier plan dans le développement économique de la ville de Sherbrooke à titre d'organisation de gestion de la destination touristique.

L'organisation est mandatée par la Ville de Sherbrooke pour assurer le développement de l'offre, faire la promotion de la destination, coordonner l'accueil et soutenir les initiatives issues de l'industrie touristique et de ses entrepreneur.euse.s.



Le dernier cycle de la planification stratégique de Destination Sherbrooke (2012-2020) s'est terminé dans un contexte bien particulier. Aux modifications apportées à la gouvernance et à la structure organisationnelle, s'ajoutaient les circonstances exceptionnelles de la pandémie de Covid-19, qui s'est faite plus qu'insistante en 2020, 2021 et 2022. L'industrie touristique a certes été un des secteurs économiques les plus touchés par cette pandémie. Sherbrooke n'y a pas échappé.

Cette situation a cependant permis de mettre en lumière l'importance du tourisme comme moteur de développement socio-économique au bénéfice de Sherbrooke et de sa communauté. Il est donc impératif pour nos entrepreneur.euse.s et partenaires, mais aussi pour la Ville de Sherbrooke, de saisir toutes les opportunités permettant à notre industrie de regagner sa vitalité économique et pourquoi pas, la pousser encore plus loin.

C'est ce qui a motivé le travail de réflexion et les propositions qui suivent.

Démarche.

C'est à la suite de plusieurs mois de travail que le comité d'élaboration de notre actuelle planification stratégique a été en mesure de compléter le travail.

Consultations, discussions de fond portant sur les véritables enjeux du tourisme à Sherbrooke, mobilisation auprès des parties prenantes, des partenaires de l'industrie touristique et de dirigeant.e.s de la Ville de Sherbrooke, entre autres, ont guidé les travaux du comité de travail. À cela s'ajoutent des sondages menés auprès de la population du Québec, mais aussi plus spécifiquement auprès de la population et des entreprises de Sherbrooke pour étoffer encore davantage la réflexion. Au total, ce sont plus de 1 100 personnes qui ont été consultées durant la démarche.

Destination Sherbrooke a aussi été soutenue tout au long de la réflexion par deux firmes de consultation hautement reconnues dans le domaine touristique, à savoir Floor13 et TouriScope.

Sondages et consultations

Milieu sherbrookoïse :

- Population : 265 répondants
- Entreprises : 232 répondants
- Élus et élus : 14 personnes
- Partenaires du milieu : 97 personnes

Sondage pan-québécois : 501 répondants

La démarche a été élaborée en six principales étapes :

Schéma de la démarche.



Ces six étapes sont détaillées à l'annexe 1.

Portrait du tourisme sherbrookois.

Écosystème touristique sherbrookois.



HÉBERGEMENT

15 hôtels et motels
920 chambres.



1 cinq étoiles* . 126 chambres
2 quatre étoiles* . 237 chambres
7 trois étoiles* . 467 chambres
5 deux étoiles et moins* . 90 chambres

4 campings
936 sites.

6 gîtes
24 chambres.

2 résidences
universitaires
979 unités.

1 résidence
de tourisme
28 unités.



ATTRAIS ET ACTIVITÉS

15 musées
et lieux
d'exposition

19 centres de
divertissement

10 entreprises
agrotouristiques

8 salles
de spectacles

4 lieux
patrimoniaux
religieux

3 spas

3 pôles
de magasinage
suprarégionaux

++ Une vingtaine
de festivals
et événements

* Le système de classification par étoiles a été aboli avec l'entrée en vigueur de la Loi sur l'hébergement touristique.

13



PRINCIPALES INFRASTRUCTURES DE TOURISME D'AFFAIRES

1 centre
de foires
de 60 000 pi²

1 centre
de congrès
de plus de 20 000 pi²

50 salles
de réunion
dans 6 hôtels



PRINCIPALES INFRASTRUCTURES DE TOURISME SPORTIF

2 plateaux
universitaires

2 plateaux
collégiaux

7 arénas



AUTRES SERVICES

- ++ Plus de 200 restaurants, microbrasseries et bars
- ++ Une quinzaine de circuits, tours ou animations guidées ou auto-guidées
- ++ Véloroute des Grandes-Fourches
- ++ Une variété de plateaux sportifs intérieurs et extérieurs
- ++ Une grande diversité d'espaces de diffusion culturelle
- ++ Une panoplie de parcs et de milieux naturels

Sherbrooke sur l'échiquier touristique.

(données de 2017)

Canada



Visites-personnes
359,5 M



Dépenses
touristiques
97,392 G\$



Emplois
735,3 K

Québec



Visites-personnes
94,7 M



Dépenses
touristiques
15 G\$



Emplois
370,7 K

Cantons-de-l'Est



Visites-personnes
10,3 M



Dépenses
touristiques
909 M\$



Emplois
20 K

Sherbrooke



Visites-personnes
3,3 M



Dépenses
touristiques
263 M\$



Emplois
5,2 K

Sources : voir en annexe.

15

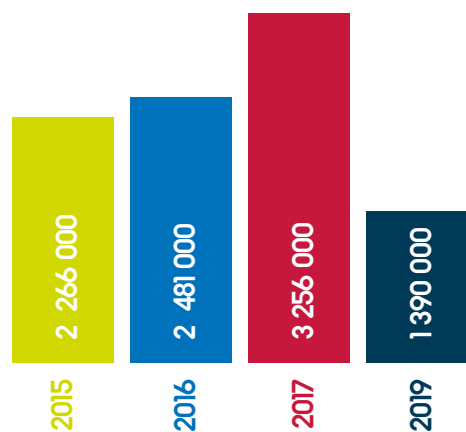
Performance de l'industrie sherbrookoise.

Performance générale de l'industrie sherbrookoise (2015-2019)

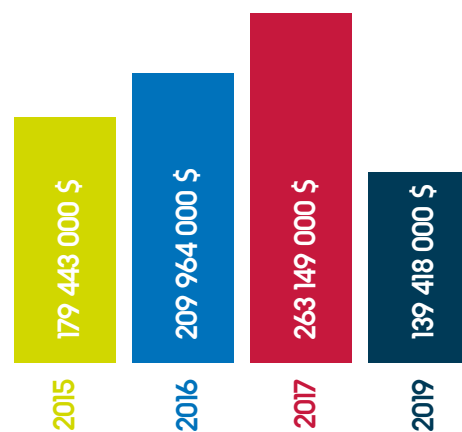
En raison de l'avènement de la Covid-19, les dernières données probantes sont celles de 2019.

Les impacts de la pandémie sur certains indicateurs de performance sont présentés en annexe.

Évolution des visites-personnes à Sherbrooke.



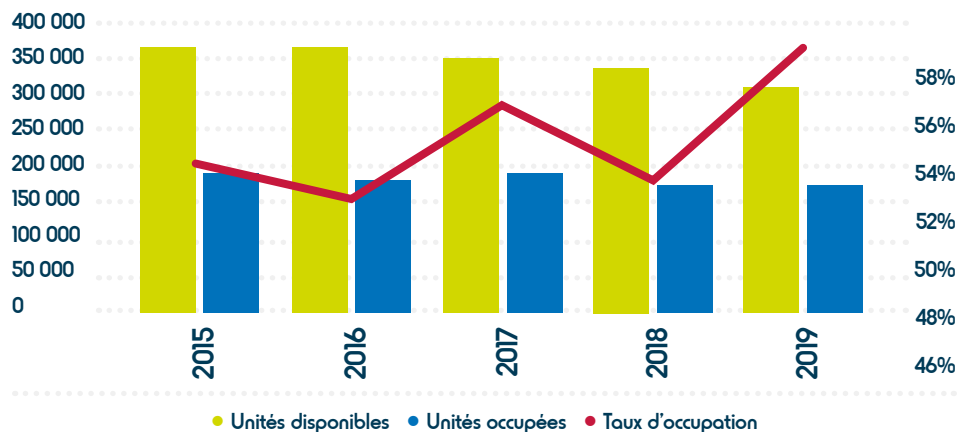
Évolution des dépenses touristiques à Sherbrooke.



Source : Pragma Tourisme-Conseils
Note : Statistique Canada ayant modifié ses enquêtes en 2018, les données 2019 ne peuvent pas être comparées à celles des années antérieures.

Source : Pragma Tourisme-Conseils
Note : Statistique Canada ayant modifié ses enquêtes en 2018, les données 2019 ne peuvent pas être comparées à celles des années antérieures.

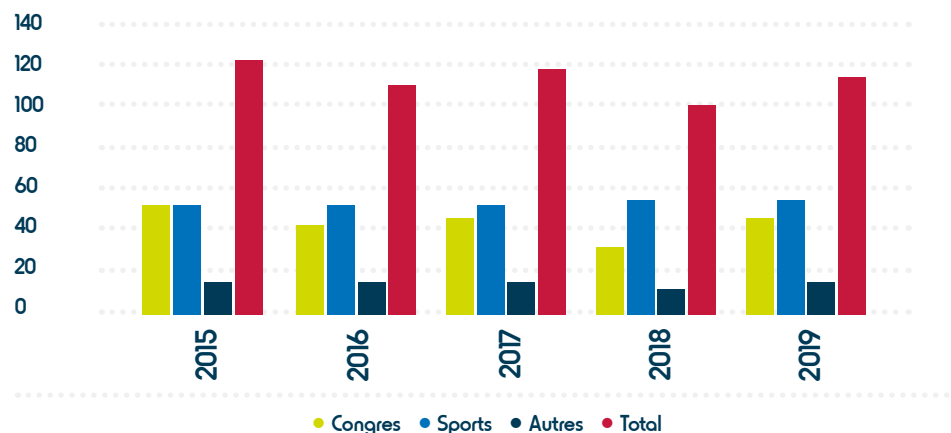
Évolution du nombre de nuitées en hébergement commercial à Sherbrooke.



Source : Institut de la statistique du Québec

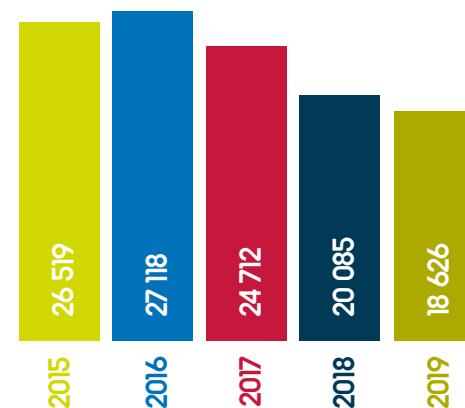
Performance par segment de marché (2015-2019)

Tourisme d'affaires et sportif Nombre d'événements.



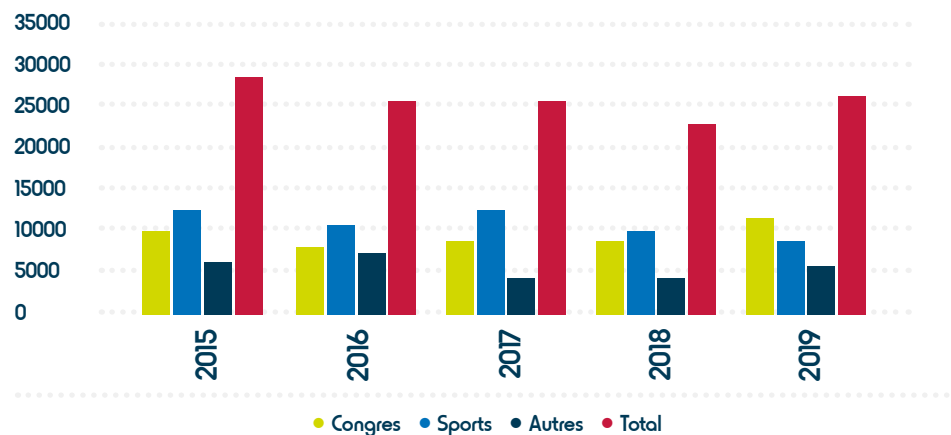
Source : Destination Sherbrooke

Personnes ayant fréquenté le Bureau d'information touristique.



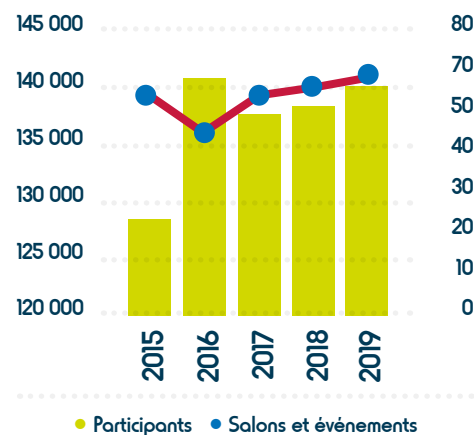
Source : Destination Sherbrooke

Tourisme d'affaires et sportif Nombre de nuitées générées.



Source : Destination Sherbrooke

Centre de foires de Sherbrooke Participants et événements.



Source : Institut de la statistique du Québec

En route
vers 2030.

Objectifs.

- Faire de Sherbrooke une **destination recherchée**
- Contribuer à la création de valeurs et de richesses par **l'accroissement de la vitalité** économique touristique de Sherbrooke
- Contribuer à **l'amélioration de l'indice de bonheur** et de bien-être de la communauté
- **Favoriser la croissance** des indicateurs de performance



19



Vision.

Ville authentique, inclusive et vibrante, Sherbrooke sera en 2030 une destination touristique urbaine des plus convoitées du Québec.



Ville de dimension humaine, combinant de façon harmonieuse urbanité et nature, à proximité des paysages pittoresques et attraits caractéristiques des Cantons-de-l'Est;

Authentique par l'architecture de ses milliers d'immeubles patrimoniaux, par ses quartiers, ses rivières et surtout par sa population sympathique, témoins de son histoire et de son unicité;

Inclusive par la collectivité accueillante, son ouverture à la diversité et les multiples communautés qui y habitent;

Vibrante par les nombreux attraits, festivals et événements, par les lieux de diffusion culturelle, par la présence et le dynamisme des jeunes qui fréquentent ses institutions d'enseignement renommées.

Toutes ces composantes, si elles sont mieux connues et diffusées, feront en sorte que Sherbrooke deviendra une destination urbaine convoitée.



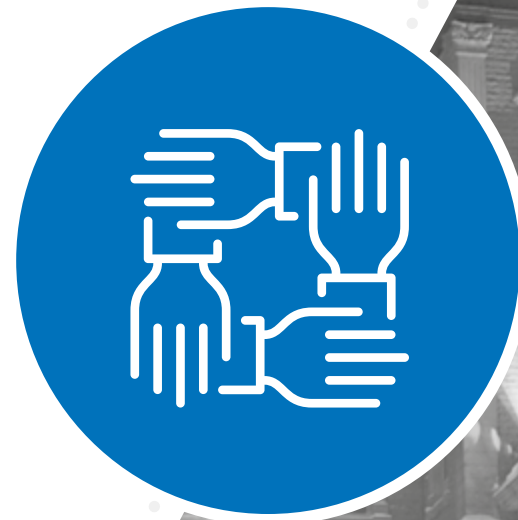
Vision 2030 en trois temps.

Phase 1.
(2022-2024)

21

Les piliers stratégiques.

- 1** Maximiser les partenariats et valoriser l'industrie touristique
Orientation : Rassembler les partenaires de l'industrie autour d'objectifs communs et contribuer à la synergie régionale
- 2** Accroître l'attractivité et la compétitivité de la destination
Orientation : S'assurer que Sherbrooke soit reconnue comme destination de choix
- 3** Optimiser la promotion de la destination
Orientation : Accroître la reconnaissance de la destination sur les marchés porteurs
- 4** Placer l'expérience client au cœur des priorités
Orientation : Inciter les acteurs de l'industrie à offrir aux clients un accueil chaleureux et des expériences mémorables
- 5** Ancrer une culture de tourisme durable
Orientation : Positionner Sherbrooke comme leader du tourisme durable au Québec



Maximiser les partenariats et valoriser l'industrie touristique.

Orientation - Rassembler les partenaires de l'industrie touristique sherbrookoise autour d'objectifs communs et contribuer à la synergie régionale

Stratégies

Renforcer le soutien offert à l'industrie :

Des relations soutenues avec les partenaires sont essentielles à une compréhension de la dynamique entrepreneuriale et de l'environnement d'affaires afin d'être réactif et actuel dans les services à mettre en place pour améliorer la performance des entreprises et répondre aux situations ponctuelles.

Assurer une communication ouverte, régulière, pertinente et stratégique sur le rôle et le développement économiques du tourisme à Sherbrooke :

L'industrie touristique est méconnue tant pour l'étendue des entreprises qui la composent que pour l'apport économique et social réel qu'elle insuffle à une communauté sur une base annuelle. Il importe de démystifier et de communiquer ses bénéfices et l'interconnexion qui existe avec d'autres secteurs d'activités.

Développer une stratégie d'intelligence d'affaires :

L'industrie touristique souffre d'un manque de modèle adéquat de collectes et de traitements de données probantes permettant de mieux cibler les actions à prendre aux moments opportuns. Cette absence doit être comblée par un cumul d'initiatives locales qui s'aligneront éventuellement à une solution nationale.

Créer et soutenir des alliances avec des partenaires régionaux :

Sherbrooke doit s'appuyer sur la présence de partenaires et attraits régionaux forts à proximité afin d'augmenter son attractivité, ce qui permettrait de proposer une offre globale sur les marchés extérieurs.

Bénéfices pour la communauté

En contribuant à établir et maintenir des liens étroits et réguliers de même qu'un partage d'informations entre les entreprises, attraits, commerces et intervenants politiques liés de près ou de loin au tourisme, Destination Sherbrooke suscitera une meilleure cohésion des actions des différents acteurs et contribuera à la reconnaissance de la présence quotidienne de cette industrie dans la vie des Sherbrookoises.

Accroître l'attractivité et la compétitivité de la destination.

Orientation - S'assurer que Sherbrooke soit reconnue comme destination de choix

Stratégies

Renforcer et exploiter davantage nos produits touristiques existants :

À défaut d'un produit fort et distinctif, Sherbrooke est reconnue pour avoir une variété de produits ou attraits souvent disparates qui, pris unitairement, n'ont pas le pouvoir attractif nécessaire au déplacement. Certains pourraient gagner en grade par l'ajout d'éléments leur donnant un caractère unique ou par une mise en marché plus ciblée.

Définir et consolider l'offre actuelle en tourisme d'agrément par pôles géographiques :

La subdivision du territoire de la ville de Sherbrooke en arrondissements ou zones d'activités rend possible la mise en place d'une offre géolocalisée regroupant des activités de même nature ou de nature différente, mais à proximité les unes des autres. Cela permet une concentration de choses à faire dans une zone géographique donnée.

Identifier et prioriser des pistes de développement pour combler le déficit au niveau de l'offre touristique :

Le renouvellement et le développement de l'offre sont cruciaux et essentiels au maintien d'une industrie touristique forte. Sherbrooke regorge de potentiel identitaire encore non exploité que ce soit en matière de patrimoine naturel ou bâti. Leur mise en valeur contribuerait de façon notable au positionnement de la destination sur l'échiquier touristique québécois.

Bénéfices pour la communauté

En soutenant les entreprises et les attraits présents et en les assistant dans un processus d'amélioration continue, Destination Sherbrooke contribuera à rehausser la qualité et la variété de ce qu'il est possible de faire chez nous au bénéfice non seulement des visiteurs, mais aussi des résidents et résidentes de Sherbrooke qui jouiront d'un milieu de vie enrichi et d'un sentiment de fierté à son égard.

Optimiser la promotion de la destination.

Orientation - Accroître la reconnaissance de la destination sur les marchés porteurs

Stratégies

Maximiser la notoriété de la marque « Sherbrooke, Cœur des Cantons » :

Adoptée en 2018, la marque « Sherbrooke, Cœur des Cantons » n'a pas épuisé son potentiel tant au niveau graphique que sémantique. Le positionnement géographique qu'il évoque comme ville centre du grand territoire régional, l'attachement à la destination, ses partenaires, ses produits ouvrent la porte à des champs sémantiques empreints d'émotions qui permettent de communiquer avec plus d'engagement en phase de séduction des visiteurs.

Faciliter le choix de la clientèle grâce à une programmation marketing ciblée :

La variété de produits et d'attraits présents sur le territoire fait qu'il est difficile d'établir un profil du client visiteur type pour Sherbrooke. Il faut donc identifier par produit ou groupe de produits les clientèles intéressées et les moyens de communication propres à les rejoindre. Le contraire est aussi vrai, il est possible de partir d'une clientèle souhaitée et de trouver dans l'offre touristique sherbrookoise ce qui serait susceptible de répondre à ses envies.

Valoriser les grands pôles d'attractivité :

Certaines zones géographiques sont naturellement rassembleuses de par la configuration des lieux, leur patrimoine naturel ou bâti ou la concentration d'activités culturelles ou commerciales qu'on y retrouve. Il faut donc miser sur ces pôles attractifs en soi, le visiteur cherchant à aller là où il y a le plus à faire, à voir. Là où la ville est la plus authentique.

Assurer une présence proactive sur les marchés porteurs :

Il faut aller chercher le client là où il est. Qu'il s'agisse de marchés géographiques ou de marchés thématiques traditionnellement favorables, Sherbrooke doit être présente. Promotionnellement soit, mais aussi par la présence humaine de nos déléguées et délégués qui vaquent au développement de créneaux et marchés spécifiques. La création d'un lien de confiance, le capital de sympathie créé au fil des interventions et des communications sont souvent la base de tout.

Bénéfices pour la communauté

En assurant une présence soutenue, par différents moyens et canaux et en multipliant les interventions informatives, Destination Sherbrooke imposera une image et une direction auprès de marchés à valeurs ajoutées qui viendront contribuer à la vitalité économique et assurer le maintien des actifs dont bénéficient aussi les citoyen.ne.s.

Placer l'expérience client au cœur des priorités.

Orientation - Inciter les acteurs de l'industrie à offrir aux clients un accueil chaleureux et des expériences mémorables

Stratégies

Promouvoir une culture d'accueil forte et interconnectée sur l'ensemble du territoire :

L'expérience est au cœur de toute visite, peu importe la durée de celle-ci. Les souvenirs qui s'imprègnent sont plus souvent qu'autrement liés aux interactions humaines, à l'ambiance qui se dégage d'un milieu et à la gentillesse des hôtes. Des partenaires avenants qui n'hésitent pas à sortir de leur cadre pour partager leur amour de la destination et le plaisir d'accueillir restent le meilleur gage d'appréciation d'un séjour.

Améliorer notre performance d'accueil avant, pendant et après la visite :

La visite ne se limite pas à ce qui se passe entre le moment de l'arrivée et celui du départ d'une destination. L'importance d'un accompagnement pré et post visite est devenue primordiale et peut devenir déterminante dans l'engagement du visiteur pour la suite de son projet, dans un retour éventuel ou dans la façon dont il en parlera aux autres.

Bénéfices pour la communauté

En rappelant l'importance d'entretenir des liens authentiques et pleins d'égards pour le visiteur, Destination Sherbrooke contribuera à améliorer les milieux d'accueil, mais aussi les milieux de travail et de vie des personnes qui fréquentent par plaisir ou par affaires les établissements et attraits touristiques. Au final, cette bienveillance rejaillira quotidiennement sur des milliers de Sherbrookoises qui deviendront à leur tour de fier.ère.s ambassadeur.drice.s de leur ville.

Ancrer une culture de tourisme durable.

Orientation - Positionner Sherbrooke comme leader du tourisme durable au Québec

Stratégies

S'inspirer des meilleures pratiques en la matière :

Parce que le concept de durabilité s'inscrit aussi dans un courant mondial en tourisme, mais également par souci réel de contribuer à un environnement et une société plus juste, des liens ont été tissés avec des destinations canadiennes, américaines et européennes particulièrement éthiques en matière d'éco-responsabilité et d'inclusion. Des organisations de certification reconnues ont aussi contribué à nourrir la réflexion et le développement d'une politique de tourisme durable et à en valider l'évolution.

S'assurer d'une compréhension commune des principes et bénéfiques du tourisme durable :

Encore trop souvent, le concept de durabilité s'arrête à l'éco-responsabilité et à l'environnement. Les principes sociaux et économiques doivent être mis de l'avant et faire partie d'une approche globale et inclusive. Une simplification des grands principes et une sensibilisation aux actions et bénéfices concrets d'une approche durable en tourisme doivent être à la base même de la démarche.

Accompagner les parties prenantes dans leur transition vers le tourisme durable :

Bien que la plupart des intervenant.e.s s'entendent sur la nécessité de modifier comportements et pratiques, les moyens d'y arriver paraissent trop souvent complexes et plus grands que nature. Une analyse personnalisée et réaliste permettra de mettre en place une démarche basée sur une succession de petites réussites, dans une perspective d'évolution continue.

Assurer un alignement avec les plans globaux de la Ville de Sherbrooke et des partenaires de développement économiques et touristiques :

Plusieurs intervenant.e.s politiques et économiques sont dans la mouvance de créer leur propre politique de développement ou tourisme durable. Bien qu'elles doivent prendre en compte les réalités propres à chacune des instances, elles ne pourront se réaliser en vase clos. Les échanges d'informations et de bonnes pratiques seront à la base même d'avancements réels.

Bénéfices pour la communauté

En multipliant les actions d'informations et de sensibilisation auprès de divers auditoires, Destination Sherbrooke contribuera à faire du milieu de vie sherbrookoise un milieu plus sain, environnementalement, économiquement et humainement. Un milieu où tous et toutes trouveront leur place et pourront s'épanouir tant sur les plans personnels que collectifs.



**Performance
attendue.**

Performance attendue.

Indicateurs de performance.

Augmenter de :

2%

- La **notoriété de Sherbrooke** auprès des visiteurs québécois. (91 % en 2021)
- Le taux de **visiteurs québécois**. (61 % en 2021)
- Le taux de **satisfaction** des visiteurs québécois. (95 % en 2021)
- Le **taux de satisfaction des Québécois.es** à l'égard de la convivialité des résident.e.s de Sherbrooke. (35 % en 2021)

4%

- Le taux de **satisfaction des Sherbrookois.es** concernant leur perception à l'égard de l'impact du tourisme sur la culture locale et du patrimoine bâti. (46 % en 2021)

5%

- Le **nombre de pages vues sur le site internet** de Destination Sherbrooke. (663 127 en 2021)

6%

- Le **taux d'occupation** en hébergement commercial. (44 % - taux moyen 2019-2021)

10%

- Le **nombre de visiteurs sur le site internet de Destination Sherbrooke**. (244 427 en 2021)

29

Conclusion.

Nous y sommes.

Non seulement savons-nous d'où l'on vient, nous avons aussi une vision très claire d'où l'on va.

Les instances et individus consultés, citoyens et citoyennes de Sherbrooke, entreprises de tous secteurs et représentants de milieux économique, sociaux, culturels et sportifs, s'entendent sur une chose : Sherbrooke, 6e ville en importance au Québec, jouit d'un cadre à la fois naturel et urbain et d'un positionnement géographique envié. Elle peut et doit prendre la place qui lui revient sur l'échiquier touristique.

La vitalité non seulement économique, mais aussi sociale qui résulte d'un développement touristique harmonieux dépendra du degré d'engagement que tous seront prêts à y consentir.

Les orientations retenues sont ainsi le fruit d'aspirations collectives exprimées avec clarté et espoir. Chacune d'entre elles seront appuyées et prendront vie dans le cadre de plans d'actions annuels. Des actions qui, bien que soutenues par Destination Sherbrooke, nécessiteront ce même élan collectif pour arriver à bon port.

**Voilà à quoi
notre équipe vous convie.**

Remerciements.

Cette planification stratégique n'aurait pu être préparée sans le concours de nombreuses personnes. Les auteurs tiennent à les remercier chaleureusement :

Conseil d'administration

Sylvie Luce Bergeron, présidente
André Jean Lauzon, vice-président
Patricia MacAulay, secrétaire-trésorière
Michèle Bélanger, administratrice
Alexandre Goulet, administrateur
Hélène Lauzier, administratrice
Julie Tremblay, administratrice
Geneviève Villemure-Marcotte, administratrice

Comité de travail

Paul Beaudoin
Sylvie Luce Bergeron
Denis Bernier
Lynn Blouin
Mario Grenier
André Jean Lauzon
Carole Pelletier
Julie Tremblay

Accompagnés de John C. Dunn, consultant

Consultants

TouriScope – Camille Derelle-Aubut
Floor13 – John C. Dunn

Consultations réalisées

Sondage adressé à la population québécoise hors Sherbrooke (501 répondants)

Sondage adressé spécifiquement à la population de Sherbrooke (265 répondants)

Sondage adressé aux entreprises sherbrookoises (232 répondants)

Membres du conseil d'administration de Destination Sherbrooke (7 personnes)

Membres du personnel de Destination Sherbrooke (18 personnes)

Élus et élues de la Ville de Sherbrooke (14 personnes)

Organismes de développement économique de Sherbrooke (5 personnes)

Partenaires touristiques (2 personnes)

Partenaires du milieu sherbrookoise (65 personnes d'horizons variés)

Annexes.

Démarche détaillée

Sources du tableau Sherbrooke
sur l'échiquier touristique (page 15)

Impacts de la Covid-19

Objectifs spécifiques du plan stratégique 2022-2024.

1. Déterminer une **vision mobilisatrice** de positionnement touristique de la destination
2. Viser l'**atteinte d'une croissance** des indicateurs clés de performance touristique de la destination

Étapes clés de la démarche.

Une démarche structurée en six phases

Phase 1 - Préparation de la réflexion

Questions clés :

Qui sommes-nous ?
Quelle est notre identité stratégique ?

Étapes de réalisations :

- Cadrage de la démarche
- Formation d'un comité de travail
- Compréhension du fonctionnement actuel et passé de l'organisation
- Démonstration des derniers enjeux stratégiques de l'organisation
- Mise en lumière des fondements de l'organisation

Phase 2 – Diagnostic de la performance

Question clé :

Comment ça va ?

Étapes de réalisations :

- Portrait de la performance de la destination et de l'organisation
- Bilan de la planification stratégique 2012-2020

Phase 3 – Élaboration de la vision mobilisatrice

Question clé :

À quoi aspirons-nous ?

Étapes de réalisations :

- Nombreuses consultations tenues auprès de plus de 1 100 personnes
- Sondage adressé à la population québécoise hors Sherbrooke (501 répondants)
- Sondage adressé spécifiquement à la population de Sherbrooke (265 répondants)
- Sondage adressé aux entreprises sherbrookoises (232 répondants)
- Élus et élues de la Ville de Sherbrooke
- Membres du conseil d'administration de Destination Sherbrooke
- Membres du personnel de Destination Sherbrooke
- Organismes de développement économique de Sherbrooke
- Partenaires touristiques
- Journée plénière des partenaires du milieu sherbrookois
- Élaboration de la vision de positionnement touristique de Sherbrooke (Direction 2030).
- Révision de la mission, des valeurs, des rôles et des clientèles de l'organisation

Phase 4 – Élaboration des piliers stratégiques

Questions clés :

Où allons-nous ? Que voulons-nous faire ?

Que pouvons-nous faire ? Qu'avons-nous besoin de faire ?

Étapes de réalisations :

- Nombreuses consultations tenues auprès de plus de 1 100 personnes
- Analyse de l'environnement interne (forces et faiblesses de la destination et de Destination Sherbrooke)
- Analyse de l'environnement externe (opportunités et menaces pour la destination et pour Destination Sherbrooke. Utilisation également du modèle d'analyse PESTEL)
- Analyse du degré d'intérêt et du degré d'influence des parties prenantes
- Analyse des tendances mondiales
- Analyse des comparables et de la concurrence

Destinations analysées

- Montpellier (France)
- Évreux Portes de Normandie (France)
- Vienne (Autriche)
- Kingston (Canada)
- Trois-Rivières (Canada)
- Saguenay (Canada)
- Gatineau (Canada)
- Granby (Canada)

Phase 5 – Priorisation des stratégies à déployer

Question clé :

Quelles sont nos priorités d'action ?

Étapes de réalisations :

- Priorisation des orientations stratégiques
- Élaboration des stratégies
- Priorisation des objectifs 2024 (qualitatifs et quantitatifs)

Phase 6 – Identification des ressources requises

Question clé :

Quelles ressources avons-nous besoin ?

Étapes de réalisations

- Analyse des ressources dont l'organisation dispose (financières, humaines, matérielles, autres)
- Identification des besoins nécessaires pour livrer les fondements de la planification stratégique 2022-2024



Sources.

Tableau Sherbrooke sur l'échiquier touristique (page 15)

Destination Canada. Points saillants des Indicateurs nationaux du tourisme publiés le 28 mars 2018 par Statistique Canada pour l'année 2017

Statistique Canada. Tableau 24-10-0027-01, Nombre de voyages domestiques faits par les résidents du Canada, par caractéristiques des voyages

Statistique Canada. Tableau 24-10-0050-01, visiteurs non résidents entrant au Canada selon le pays de résidence. CQRHT. Nouvelles données sur l'emploi en tourisme, 2017.

Tourisme Cantons-de-l'Est. Rapport annuel 2020

Pragma Tourisme-conseil. Profil 2017 - région sherbrookoise

Impacts de la COVID-19.

Par rapport aux résultats de 2019, avec l'arrivée de la Covid-19 en 2020, le tourisme d'affaires et le tourisme sportif ont subi des diminutions importantes :

- Chute de 68 % du nombre d'événements
- Chute de 68 % du nombre de participant.e.s
- Chute de 81 % des nuitées liées à ces événements

Alors que du côté de Centre de foires de Sherbrooke, l'année 2020 a été marquée par de lourdes pertes :

- Diminution de 85 % du nombre d'événements
- Diminution de 88 % du nombre de participant.e.s
- Perte de 65 % des revenus liés à ces événements

En raison de la succession de vagues de Covid-19, la reprise espérée en 2021 ne s'est pas concrétisée entraînant, pour une seconde année, des pertes substantielles.

The logo features the word "destination" in a lowercase, yellow, sans-serif font. The letter "i" in "destination" is replaced by a stylized blue and yellow graphic element. Below "destination" is the text "SHERBROOKE.com" in a blue, uppercase, sans-serif font. A small red dot is positioned between "SHERBROOKE" and ".com". The logo is centered within a light gray trapezoidal shape that is part of a larger graphic design consisting of several parallel diagonal lines in red, dark blue, and yellow, separated by dotted lines.

destination
SHERBROOKE.com



ÉTATS FINANCIERS

Destination Sherbrooke
États financiers
au 31 décembre 2022

Destination Sherbrooke
États financiers
au 31 décembre 2022

Rapport de l'auditeur indépendant	2 - 4
États financiers	
Résultats	5 - 6
Évolution de l'actif net	7
Flux de trésorerie	8
Situation financière	9
Notes complémentaires	10 - 14

Rapport de l'auditeur indépendant

Aux administrateurs de
Destination Sherbrooke

Raymond Chabot
Grant Thornton S.E.N.C.R.L.
Bureau 350
2207, rue King Ouest
Sherbrooke (Québec)
J1J 2G2

T 819 822-4000
Sans frais : 1 800 567-6958

Opinion

Nous avons effectué l'audit des états financiers de l'organisme Destination Sherbrooke (ci-après « l'organisme »), qui comprennent l'état de la situation financière au 31 décembre 2022 et les états des résultats, de l'évolution de l'actif net et des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, ainsi que les notes complémentaires, y compris le résumé des principales méthodes comptables.

À notre avis, les états financiers ci-joints donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'organisme au 31 décembre 2022 ainsi que des résultats de ses activités et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, conformément aux Normes comptables canadiennes pour le secteur public.

Fondement de l'opinion

Nous avons effectué notre audit conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada. Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers » du présent rapport. Nous sommes indépendants de l'organisme conformément aux règles de déontologie qui s'appliquent à notre audit des états financiers au Canada et nous nous sommes acquittés des autres responsabilités déontologiques qui nous incombent selon ces règles. Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Responsabilités de la direction et des responsables de la gouvernance à l'égard des états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle des états financiers conformément aux Normes comptables canadiennes pour le secteur public, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Lors de la préparation des états financiers, c'est à la direction qu'il incombe d'évaluer la capacité de l'organisme à poursuivre son exploitation, de communiquer, le cas échéant, les questions relatives à la continuité de l'exploitation et d'appliquer le principe comptable de continuité d'exploitation, sauf si la direction a l'intention de liquider l'organisme ou de cesser son activité, ou si aucune autre solution réaliste ne s'offre à elle.

Il incombe aux responsables de la gouvernance de surveiller le processus d'information financière de l'organisme.

Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers

Nos objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers pris dans leur ensemble sont exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, et de délivrer un rapport de l'auditeur contenant notre opinion. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter toute anomalie significative qui pourrait exister. Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce qu'elles, individuellement ou collectivement, puissent influencer sur les décisions économiques que les utilisateurs des états financiers prennent en se fondant sur ceux-ci.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, nous exerçons notre jugement professionnel et faisons preuve d'esprit critique tout au long de cet audit. En outre :

- nous identifions et évaluons les risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, concevons et mettons en œuvre des procédures d'audit en réponse à ces risques, et réunissons des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative résultant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne;
- nous acquérons une compréhension des éléments du contrôle interne pertinents pour l'audit afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'organisme;
- nous apprécions le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que des informations y afférentes fournies par cette dernière;

- nous tirons une conclusion quant au caractère approprié de l'utilisation par la direction du principe comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments probants obtenus, quant à l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou situations susceptibles de jeter un doute important sur la capacité de l'organisme à poursuivre son exploitation. Si nous concluons à l'existence d'une incertitude significative, nous sommes tenus d'attirer l'attention des lecteurs de notre rapport sur les informations fournies dans les états financiers au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas adéquates, d'exprimer une opinion modifiée. Nos conclusions s'appuient sur les éléments probants obtenus jusqu'à la date de notre rapport. Des événements ou situations futurs pourraient par ailleurs amener l'organisme à cesser son exploitation;
- nous évaluons la présentation d'ensemble, la structure et le contenu des états financiers, y compris les informations fournies dans les notes, et apprécions si les états financiers représentent les opérations et événements sous-jacents d'une manière propre à donner une image fidèle.

Nous communiquons aux responsables de la gouvernance notamment l'étendue et le calendrier prévus des travaux d'audit et nos constatations importantes, y compris toute déficience importante du contrôle interne que nous aurions relevée au cours de notre audit.

*Raymond Chabot Grant Thornton S.E. N.C. R. L.*¹

Sherbrooke
Le 26 avril 2022

¹ CPA auditeur, permis de comptabilité publique n° A108652

Destination Sherbrooke

Résultats

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2022

	2022		2021
	Fonctionnement	Centre de Foires	Total
	\$	\$	\$
Produits			
Apports			
Contribution - Ville de Sherbrooke			
Fonctionnement	2 070 602	112 955	2 183 557
Fonds de développement et de support à l'entrepreneur	185 000		185 000
Agence du développement économique du Canada	43 652		43 652
Autres subventions	45 792		45 792
Amortissement des apports reportés afférents aux immobilisations corporelles	30 758		30 758
Honoraires de gestion		587 783	587 783
Publicité	72 935		72 935
Commandites			25 000
Autres produits	24 267		24 267
Intérêts	20 897		20 897
	2 493 903	700 738	3 194 641
			3 826 243

Destination Sherbrooke

Résultats

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2022

			2022	2021
	Fonction-	Centre de	Total	Total
	nement	Foires		
	\$	\$	\$	\$
Charges				
Salaires et charges sociales	1 376 945	667 276	2 044 221	1 872 062
Publicité, promotion et outils d'information	309 503	9 496	318 999	247 443
Soutien aux congrès et événements	197 618		197 618	109 857
Contribution - Fonds de développement récréotouristique	182 891		182 891	202 871
Honoraires professionnels	113 638	2 506	116 144	63 658
Technologies de l'information et communication	82 870	28 024	110 894	53 520
Activités d'animation et projets spéciaux	70 152		70 152	684 538
Fournitures de restauration		57 788	57 788	
Frais de représentation et comité de travail	37 238	826	38 064	19 522
Entretien, réparations et location d'équipement	4 336	23 519	27 855	36 398
Fournitures de bureau et impression	27 402		27 402	29 772
Assurances	15 004	5 401	20 405	19 388
Associations et abonnements	16 887	1 671	18 558	11 393
Sous-traitants		16 047	16 047	4 887
Frais de transport et location de véhicules	14 288	456	14 744	4 088
Frais bancaires	4 248	6 776	11 024	10 214
Outillage, équipement et matériel	1 953	2 162	4 115	2 742
Taxes et permis		3 091	3 091	965
Autres	(3 740)	1 248	(2 492)	13 517
Frais de formation	1 220	167	1 387	3 865
Créances recouvrées				(517)
Perte sur la radiation d'immobilisations corporelles				1 170
Amortissement des immobilisations corporelles	59 418	2 566	61 984	56 378
	2 511 871	829 020	3 340 891	3 447 731
Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges	(17 968)	(128 282)	(146 250)	378 512

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Destination Sherbrooke

Évolution de l'actif net

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2022

				2022	2021
	Grevé d'affectations d'origine interne	Investi en immobi- lisations	Non grevé d'affectation	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$
Solde au début	309 281	132 344	882 630	1 324 255	945 743
Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges	(309 281)	(31 226)	194 257	(146 250)	378 512
Affectations d'origine interne					
Acquisition d'immobilisations		29 488	(29 488)		
Autres affectations (note 7)	578 387		(578 387)		
Solde à la fin	578 387	130 606	469 012	1 178 005	1 324 255

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Destination Sherbrooke

Flux de trésorerie

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2022

	<u>2022</u>	<u>2021</u>
	\$	\$
ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT		
Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges	(146 250)	378 512
Éléments hors caisse		
Amortissement des immobilisations corporelles	61 984	56 378
Perte sur la radiation d'immobilisations corporelles		1 170
Amortissement des apports reportés afférents aux immobilisations corporelles	(30 758)	(26 886)
	<u>(115 024)</u>	<u>409 174</u>
Variation nette d'éléments du fonds de roulement		
Comptes clients et autres créances	(169 130)	(83 737)
Frais payés d'avance	(3 422)	(859)
Comptes fournisseurs et autres dettes de fonctionnement	(62 684)	260 021
Produits reportés	29 986	
Autres apports reportés	(20 000)	20 000
	<u>(225 250)</u>	<u>195 425</u>
Flux de trésorerie liés aux activités de fonctionnement	(340 274)	604 599
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS		
Acquisition d'immobilisations corporelles et flux de trésorerie liés aux activités d'investissement en immobilisations	(29 488)	(42 531)
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		
Apports reportés afférents aux immobilisations corporelles et flux de trésorerie liés aux activités de financement		31 744
Augmentation (diminution) nette de l'encaisse	<u>(369 762)</u>	593 812
Encaisse au début	1 470 605	876 793
Encaisse à la fin	<u>1 100 843</u>	<u>1 470 605</u>

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Destination Sherbrooke

Situation financière

au 31 décembre 2022

	2022	2021
	\$	\$
ACTIF		
Court terme		
Encaisse	1 100 843	1 470 605
Comptes clients et autres créances (note 3)	289 457	120 327
Frais payés d'avance	22 435	19 013
	<u>1 412 735</u>	<u>1 609 945</u>
Long terme		
Immobilisations corporelles (note 4)	154 348	186 844
	<u>1 567 083</u>	<u>1 796 789</u>
PASSIF		
Court terme		
Comptes fournisseurs et autres dettes de fonctionnement (note 5)	335 350	398 034
Produits reportés	29 986	
Autres apports reportés		20 000
	<u>365 336</u>	<u>418 034</u>
Long terme		
Apports reportés afférents aux immobilisations corporelles	23 742	54 500
	<u>389 078</u>	<u>472 534</u>
ACTIF NET		
Grevé d'affectations d'origine interne	578 387	309 281
Investi en immobilisations	130 606	132 344
Non grevé d'affectation	469 012	882 630
	<u>1 178 005</u>	<u>1 324 255</u>
	<u>1 567 083</u>	<u>1 796 789</u>

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Pour le conseil,


Administrateur


Administrateur

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2022

1 - STATUTS ET OBJECTIFS DE L'ORGANISME

L'organisme, constitué en vertu de la Partie III de la Loi sur les compagnies (Québec), a pour objectifs d'orienter et de concerter l'intervention municipale en matière de récréotourisme, de préserver et de mettre en valeur les milieux naturels, de contribuer à la richesse collective en intégrant l'aspect environnemental au développement récréotouristique, de gérer les équipements et les infrastructures municipales et récréotouristiques et de promouvoir l'importance du tourisme comme moteur de développement économique. Il est un organisme sans but lucratif au sens de la Loi de l'impôt sur le revenu.

2 - PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES

Base de présentation

Les états financiers de l'organisme sont établis selon les Normes comptables canadiennes pour le secteur public contenues dans le *Manuel de comptabilité de CPA Canada pour le secteur public*. L'organisme a choisi d'appliquer les recommandations des normes comptables s'appliquant uniquement aux organismes sans but lucratif du secteur public énoncées dans les chapitres SP 4200 à SP 4270 du *Manuel de comptabilité de CPA Canada pour le secteur public*.

Estimations comptables

Pour dresser les états financiers, la direction de l'organisme doit faire des estimations et poser des hypothèses qui ont une incidence sur les montants présentés dans les états financiers et les notes y afférentes. Ces estimations sont fondées sur la connaissance que la direction possède des événements en cours et sur les mesures que l'organisme pourrait prendre à l'avenir. Les résultats réels pourraient être différents de ces estimations.

Constatation des produits

Apports

L'organisme applique la méthode du report pour comptabiliser les apports. Selon cette méthode, les apports affectés à des charges d'exercices futurs sont reportés et comptabilisés à titre de produits au cours de l'exercice où sont engagées les charges auxquelles ils sont affectés. Les apports non affectés sont comptabilisés à titre de produits lorsqu'ils sont reçus ou lorsqu'ils sont à recevoir si le montant à recevoir peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que son encaissement est raisonnablement assuré.

De plus, l'organisme constate les apports reçus sous forme de fournitures et de services lorsque la juste valeur de ces apports peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que l'organisme aurait dû se procurer autrement ces fournitures et services pour son fonctionnement régulier.

Honoraires de gestion

Les produits d'honoraires de gestion sont constatés selon les modalités prévues dans les ententes conclues avec la Ville de Sherbrooke, lorsque la prestation de services est achevée, que les honoraires sont déterminés ou déterminables et que le recouvrement est raisonnablement assuré. Le passif lié à la fraction des produits provenant des honoraires de gestion encaissée mais non encore gagnée est comptabilisé à l'état de la situation financière à titre de produits reportés.

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2022

2 - PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (suite)

Produits de commandites

Les produits de commandites sont constatés à la condition qu'un accord existe entre les parties, que les activités ont eu lieu, que le montant est déterminé ou déterminable et que le recouvrement est raisonnablement assuré.

Produits de publicité et autres produits

Les produits de publicité et les autres produits sont constatés lorsqu'il y a une preuve convaincante de l'existence d'un accord, que le service est rendu, que le prix de vente est déterminé ou déterminable et que le recouvrement est raisonnablement assuré.

Actifs et passifs financiers

Évaluation initiale

L'organisme comptabilise un actif financier ou un passif financier dans l'état de la situation financière lorsque, et seulement lorsque, il devient partie aux dispositions contractuelles de l'instrument financier. Sauf indication contraire, les actifs et passifs financiers sont initialement évalués au coût.

Évaluation ultérieure

À chaque date de clôture, les actifs et les passifs financiers de l'organisme sont évalués au coût après amortissement (incluant toute dépréciation dans le cas des actifs financiers).

L'organisme détermine s'il existe une indication objective de dépréciation des actifs financiers. Toute dépréciation des actifs financiers est comptabilisée à l'état des résultats.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles acquises sont comptabilisées au coût. Lorsque l'organisme reçoit des apports sous forme d'immobilisations corporelles, le coût de celles-ci correspond à la juste valeur à la date de l'apport.

Amortissement

Les immobilisations corporelles sont amorties en fonction de leur durée probable d'utilisation selon les méthodes, les taux annuels et la période qui suivent :

	<u>Méthodes</u>	<u>Taux et période</u>
Usine d'épuration	Dégressif	5 %
Équipement informatique, logiciels	Dégressif	30 %
Équipement d'événement, équipement et outillage, équipement disponible à la location, remise	Dégressif	20 %
Améliorations locatives	Linéaire	15 ans

Réduction de valeur

Lorsque l'organisme constate qu'une immobilisation corporelle n'a plus aucun potentiel de service à long terme, l'excédent de la valeur comptable nette de l'immobilisation corporelle sur sa valeur résiduelle est comptabilisé en charges à l'état des résultats.

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2022

3 - COMPTES CLIENTS ET AUTRES CRÉANCES

	<u>2022</u>	<u>2021</u>
	\$	\$
Comptes clients		
Ville de Sherbrooke	6 102	
Autres	182 541	15 514
Contribution de la Ville de Sherbrooke à recevoir	100 814	
Contribution de l'Agence du développement économique du Canada à recevoir		50 582
Taxes à la consommation à recevoir		54 231
	<u>289 457</u>	<u>120 327</u>

4 - IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	<u>2022</u>	<u>2021</u>		
	Amortis- sement cumulé	Valeur comptable nette		
	Coût	Valeur comptable nette		
	\$	\$		
Usine d'épuration	153 977	96 840	57 137	60 144
Équipement informatique	347 446	300 423	47 023	37 687
Logiciels	53 591	47 480	6 111	8 730
Équipement d'événement	78 083	69 833	8 250	10 313
Équipement et outillage	350 429	340 166	10 263	12 829
Équipement disponible à la location	114 625	89 061	25 564	31 954
Remise	10 622	10 622		331
Améliorations locatives	372 245	372 245		24 856
	<u>1 481 018</u>	<u>1 326 670</u>	<u>154 348</u>	<u>186 844</u>

5 - COMPTES FOURNISSEURS ET AUTRES DETTES DE FONCTIONNEMENT

	<u>2022</u>	<u>2021</u>
	\$	\$
Comptes fournisseurs et charges à payer		
Ville de Sherbrooke	47 492	78 533
Autres	157 857	197 141
Salaires à payer	27 821	31 445
Retenues à la source à payer	94 540	90 435
Dépôts de garantie	480	480
Taxes à la consommation à payer	7 160	
	<u>335 350</u>	<u>398 034</u>

6 - FACILITÉS DE CRÉDIT

L'organisme bénéficie d'une ouverture de crédit d'un montant autorisé de 275 000 \$, au taux préférentiel plus 2,5 % (8,95 %; 4,95 % au 31 décembre 2021) et renégociable le 30 juin 2023. L'emprunt est garanti par un cautionnement de la Ville de Sherbrooke. L'organisme n'a versé aucune contrepartie en échange de ce cautionnement.

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2022

7 - AFFECTATION GREVANT L'ACTIF NET

Le conseil d'administration, à sa session tenue le 24 novembre 2022, a affecté à même les ressources non affectées un montant de 400 000 \$ pour la création d'un fonds de réserve de fonctionnement.

De plus, le conseil d'administration, à sa session tenue le 22 mars 2023, a affecté à même les ressources non affectées un montant de 178 387 \$ pour financer la réalisation des projets prévus initialement en 2022 et qui seront réalisés au cours du prochain exercice. Ces projets sont principalement en lien avec le fonds d'aide aux congrès et événements et au fonds de performance et promotion touristique.

8 - OPÉRATIONS CONCLUES AVEC L'ORGANISME EXERÇANT LE CONTRÔLE

La Ville de Sherbrooke fournit gratuitement des locaux à Destination Sherbrooke. Elle en assume également les charges inhérentes. Aucun montant n'a été inscrit dans les états financiers à l'égard des locaux fournis gratuitement et des charges inhérentes.

Les honoraires de gestion provenant de la Ville de Sherbrooke s'élèvent à 587 783 \$ (616 929 \$ en 2021). Il s'agit d'opérations évaluées à la valeur d'échange.

9 - INSTRUMENTS FINANCIERS

Objectifs et politiques en matière de gestion des risques financiers

L'organisme est exposé à divers risques financiers qui résultent de ses activités de fonctionnement. La gestion des risques financiers est effectuée par la direction de l'organisme.

Au cours de l'exercice, il n'y a eu aucune modification de politiques, procédures et pratiques de gestion des risques concernant les instruments financiers. Les moyens que l'organisme utilise pour gérer chacun des risques financiers sont décrits dans les paragraphes qui suivent.

Risques financiers

Les principaux risques financiers auxquels l'organisme est exposé ainsi que les politiques en matière de gestion des risques financiers sont détaillés ci-après.

Risque de crédit

L'organisme est exposé au risque de crédit relativement aux actifs financiers comptabilisés à l'état de la situation financière. L'organisme a déterminé que les actifs financiers l'exposant davantage au risque de crédit sont les comptes clients et autres créances, étant donné que le manquement d'une de ces parties à ses obligations pourrait entraîner des pertes financières importantes pour l'organisme.

Le solde des comptes clients et autres créances est géré et analysé de façon continue et, de ce fait, l'exposition de l'organisme aux créances douteuses n'est pas importante.

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2022

9 - INSTRUMENTS FINANCIERS (suite)

Risque de crédit

La valeur comptable à l'état de la situation financière des actifs financiers de l'organisme exposés au risque de crédit représente le montant maximum du risque de crédit auquel l'organisme est exposé. Le tableau ci-dessous résume l'exposition de l'organisme au risque de crédit :

	<u>2022</u>	<u>2021</u>
	\$	\$
Encaisse	1 100 843	1 470 605
Comptes clients et autres créances (excluant les taxes à la consommation à recevoir)	<u>289 457</u>	<u>66 096</u>
	<u>1 390 300</u>	<u>1 536 701</u>

La direction de l'organisme estime que la qualité du crédit de tous les actifs financiers décrits ci-dessus, qui ne sont pas dépréciés ou en souffrance, est bonne à la date des états financiers.

Aucun actif financier de l'organisme n'est garanti par un instrument de garantie ou une autre forme de rehaussement de crédit.

La valeur comptable brute des comptes clients dépréciés totalise 14 371 \$ aux 31 décembre 2022 et 2021. Ces comptes clients sont présentés aux états financiers, déduction faite d'une provision pour créances douteuses de 14 371 \$ aux 31 décembre 2022 et 2021.

Risque de liquidité

Le risque de liquidité de l'organisme est le risque qu'il éprouve des difficultés à honorer des engagements liés à ses passifs financiers. L'organisme est donc exposé au risque de liquidité relativement à l'ensemble des passifs financiers comptabilisés à l'état de la situation financière.

La gestion du risque de liquidité vise à maintenir un montant suffisant de trésorerie et d'équivalents de trésorerie et à s'assurer que l'organisme dispose de sources de financement d'un montant autorisé suffisant. L'organisme établit des prévisions budgétaires et de trésorerie afin de s'assurer qu'il dispose des fonds nécessaires pour acquitter ses obligations.

Au 31 décembre 2022, les échéances contractuelles des comptes fournisseurs et autres dettes de fonctionnement de l'organisme échoient à moins de six mois.