



DESTINATION SHERBROOKE

Rapport annuel 2019

Table des matières

Mot de la présidente	p. 3
Organisation	p. 4
Portrait du tourisme	p. 5
Tourisme d'affaires et sportif	p. 8
Fonds d'aide aux congrès et aux événements (FACE)	p. 10
Voyages en groupe	p. 10
Communications et marketing	p. 11
Innovation et développement	p. 21
Expérience client	p. 22
Place Nikitotek	p. 26
Centre de foires de Sherbrooke	p. 28
Fonds de performance et de promotion touristique (FPPT)	p. 30
Plan d'action	p. 32
Développement durable chez Destination Sherbrooke	p. 35
Gouvernance	p. 37
Équipe permanente	p. 38
États financiers	p. 39

Mot de la présidente



Le tourisme est assurément considéré comme un pilier de l'économie canadienne. L'empreinte de ce secteur est pratiquement partout et Sherbrooke sait tirer son épingle du jeu en proposant une offre diversifiée dont les gens de tous les groupes d'âge et tous les intérêts peuvent profiter. Ses retombées sont telles que l'industrie touristique emploie en moyenne 6 700 personnes, soit 8 % des emplois totaux à Sherbrooke.¹ Le tourisme a également un impact sur les autres secteurs économiques de la ville. Un renforcement de l'attractivité de la destination bénéficie ainsi à la population et aux entreprises de manière globale à Sherbrooke.

Pour rester concurrentiel et s'approprier une part du marché provincial, Destination Sherbrooke a redoublé de créativité et de leadership en 2019 afin de mettre en place des conditions favorisant la valorisation du territoire de Sherbrooke. L'équipe des communications et du marketing a entre autres multiplié les idées avant-gardistes afin de faire la promotion du cœur des Cantons avec plusieurs campagnes audacieuses. L'organisme a aussi réaffirmé son intention de s'ouvrir aux marchés extérieurs en tourisme d'agrément et en tourisme de groupes, grâce à des efforts de promotion ciblée, des tournées de familiarisation et de la représentativité en salon. L'ardeur de l'équipe en tourisme d'affaires et sportif a même permis d'observer une hausse substantielle du nombre de congrès et événements d'affaires ainsi que du nombre de nuitées générées par ceux-ci.

La demande pour des destinations et des pratiques touristiques durables est en hausse constante depuis quelques années. Les destinations et attraits touristiques ont un rôle de leader à jouer pour répondre à cette demande. L'équipe de Destination Sherbrooke a conséquemment redoublé d'efforts en 2019 pour répondre à cette tendance et proposer des solutions durables aux touristes, mais aussi pour améliorer la gestion de ses propres pratiques.

Afin d'accomplir tout ce travail, en plus de sa mission initiale de gestion des infrastructures à vocation touristique et du développement et de la promotion de la destination, l'organisation peut compter sur une équipe stable, passionnée, hautement expérimentée et appréciée de ses partenaires. En terminant, il est aussi important de saluer l'engagement des membres du personnel, ainsi que des membres du conseil d'administration et des différents comités.

Annie Godbout
Présidente du conseil d'administration
Destination Sherbrooke

¹ Analyse de l'impact économique du tourisme à Sherbrooke, présenté à Destination Sherbrooke par Raymond Chabot Grant Thornton (mai 2019).

Organisation

Destination Sherbrooke est l'organisme paramunicipal qui contribue à faire rayonner Sherbrooke par la mise en valeur et le développement d'attraits touristiques. L'organisation joue ainsi un rôle clé en matière de développement économique pour Sherbrooke.

Comme tous les offices de tourisme à travers le monde (DMO - *Destination management organisation*), Destination Sherbrooke assume les mandats **du développement, de l'accueil et de la promotion de la destination**. À ces fonctions, s'ajoute également la gestion des infrastructures municipales ayant une vocation touristique.

De manière générale, Destination Sherbrooke est responsable :

- ▶ D'orienter et de concerter l'intervention municipale en matière de tourisme;
- ▶ D'évaluer et superviser la réalisation de projets touristiques;
- ▶ D'administrer l'ensemble des activités de l'organisation (ressources humaines, financières, matérielles, gestion des TI, suivis budgétaires, procédures administratives, etc.);
- ▶ D'assurer la mise en marché de la destination et d'en faire la promotion comme moteur de développement économique pour Sherbrooke;
- ▶ D'assurer l'animation des sites touristiques de la ville de Sherbrooke.



Notre vision

En 2020, la ville de Sherbrooke est reconnue comme la destination touristique urbaine des Cantons-de-l'Est et une ville touristique phare au Québec.

Notre mission

Faire rayonner Sherbrooke par la mise en valeur et le développement d'attraits touristiques.

Portrait du tourisme, les retombées directes de l'industrie touristique

À l'échelle planétaire

Troisième plus important secteur du commerce international en 2018 (derrière les produits chimiques et les énergies fossiles), le tourisme est responsable de **10,4 % du produit intérieur brut (PIB) mondial** et soutient 313 millions d'emplois à travers le monde, en plus d'apporter des contributions considérables à la réalisation des objectifs de développement durable.

Données publiées dans Le tourisme, le commerce et l'OMC, présenté par l'Organisation mondiale du commerce (OMC), l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC) et le Centre du commerce international (ITC).

Au Canada, le tourisme génère près de 102 milliards de dollars en activité économique annuelle et 1,8 million d'emplois (1 emploi sur 10 au Canada est lié à l'industrie touristique).

- ▶ Important vecteur de développement économique reconnu à l'échelle mondiale;
- ▶ Forte croissance économique (3 à 4% / an) d'ici 2030;
- ▶ Impact significatif positif sur la qualité de vie des citoyens;
- ▶ Impact significatif positif sur le sentiment de fierté des citoyens;
- ▶ Atout majeur : l'industrie touristique ne se déménage pas.

Selon les données de Créer des emplois pour la classe moyenne : Une stratégie fédérale pour la croissance du tourisme, du Gouvernement du Canada et le rapport Exploiter le potentiel de l'économie touristique canadienne de McKinsey & Company.

À l'échelle régionale

Le tourisme à Sherbrooke en 2017*

- ▶ 3,2 M de visites-personnes
- ▶ 1,4 M de nuitées
- ▶ 260 M\$ en retombées économiques
- ▶ 5 200 emplois directs et indirects

**Dernières données à jour. Statistiques préliminaires de 2017. Selon les données de Statistique Canada 2017 analysées par la firme Pragma Tourisme-Conseil sur les voyages au Canada des visiteurs âgés de 18 ans et plus ayant effectué un déplacement minimal d'au moins 40 km pour se rendre à Sherbrooke.*

Développement de l'offre à Sherbrooke en 2019

- ▶ **44** événements en tourisme d'affaires
- ▶ **55** événements en tourisme sportif
- ▶ **67** événements au Centre de foires de Sherbrooke
- ▶ Plus de **525 000** participants, dont **42 % de l'extérieur de Sherbrooke**

Taux d'occupation

Statistiques des établissements d'hébergement hôtelier et des résidences de tourisme.

	Sherbrooke	Cantons-de-l'Est
2019	51,5 %	46,3 %
2018	51 %	44 %

Enquête sur la fréquentation des établissements d'hébergement du Québec, Institut de la statistique du Québec.

Enquête perceptuelle sur l'impact du tourisme

Opinion des répondants :

- 52,2 % sont fortement ou en partie liés au tourisme;
- 82,6 % affirment que le tourisme est un secteur économique très ou assez important;
- 82,5 % affirment que le tourisme a un impact très ou assez important sur les autres secteurs d'activité économique de la ville;
- 82,7 % affirment que l'impact du tourisme est positif sur la notoriété de la ville;
- 79,9 % affirment que l'impact du tourisme est positif sur la qualité de vie des citoyens;
- 84,2 % affirment que l'impact du tourisme est positif sur la qualité de l'offre commerciale;
- 80,6 % affirment que l'impact du tourisme est positif sur l'attraction de nouveaux citoyens.

Sondage mené en 2019 auprès de 233 entreprises sherbrookoises (tous types confondus).

En actions concrètes

Destination Sherbrooke est une organisation de développement économique qui a comme principale particularité de développer une offre de produits et de services s'adressant à la fois à une clientèle touristique et à une clientèle locale.

Destination Sherbrooke, par ses activités, joue un rôle clé en matière de développement économique créant ainsi un impact direct sur la qualité de vie des citoyens et des citoyennes de Sherbrooke. L'organisation représente enfin un levier important dans le déploiement de la vision de développement économique de la Ville de Sherbrooke.

Au fil des ans, Destination Sherbrooke a fièrement contribué, par ses réalisations, à changer le visage de la ville de Sherbrooke.

Destination Sherbrooke contribue aussi

- À la préservation de la richesse culturelle de la destination par la mise en valeur du patrimoine historique;
- Au respect de la qualité physique et visuelle touristique de l'environnement (sensibilisation à l'acquisition et au maintien d'un standard touristique dans nos infrastructures publiques);
- À la compétitivité des entreprises touristiques de Sherbrooke.

A photograph of a winged statue, likely the Spirit of the City, standing on a stone pedestal. The statue is silhouetted against a vibrant sunset sky with orange, pink, and blue hues. The background shows a cityscape with buildings and lights, suggesting an evening setting. The text is overlaid on the left side of the image.

**PROMOTION,
TOURISME D'AFFAIRES
ET SPORTIF**

Tourisme d'affaires et sportif

Destination Sherbrooke est impliquée directement dans l'organisation de plus de 80 % des congrès et événements d'affaires générant plus de 40 nuitées à Sherbrooke. Son équipe de délégués cumulent plus de 50 années de savoir-faire et de compétences en tourisme d'affaires qui lui confère un leadership dans ce créneau depuis de nombreuses années. Ils accompagnent les promotrices et promoteurs et deviennent de véritables complices dans le succès des événements qui se tiennent à Sherbrooke. En plus de faire de la prospection de clientèles, il et elles préparent des dossiers de mise en candidature, participent à des activités de représentation et font du réseautage dans le milieu afin de bien faire connaître leurs services et la destination.

Indice sectoriel congrès et événements

Marché	Nombre			Participants			Nuitées		
	2018	2019	Écart	2018	2019	Écart	2018	2019	Écart
Congrès	33	44	+ 33 %	10 188	10 163	-0,002 %	8 850	11 837	+ 34 %
Sports	55	55	-	27 769	31 848	+ 15 %	10 066	9 075	- 10 %
Autres types d'événements*	13	16	+ 23 %	11 409	12 945	+ 13 %	4 413	5 878	+ 33 %
Total	101	115	+ 14 %	49 366	54 956	+ 11 %	23 329	26 826	+ 15 %

*Événements autres que sportifs (culturels, rassemblements, etc.)

Événements d'affaires majeurs à Sherbrooke en 2019

- ▶ **Conférence de calligraphie**
300 participants et 2 390 nuitées
- ▶ **La Société canadienne des microbiologistes**
522 participants et 986 nuitées
- ▶ **Réseau québécois des Centres de Formation en Entreprise et Récupération**
263 participants et 644 nuitées
- ▶ **Commissariat à la magistrature fédérale Canada**
90 participants et 584 nuitées

« Je tiens à remercier grandement et féliciter toute l'équipe de Destination Sherbrooke pour son soutien continu à toutes les étapes de l'organisation de ce séminaire, soit dès la mise en candidature à l'automne 2017, jusqu'à la fin lors du bilan en octobre 2019. Votre appui a été sans contredit un élément essentiel de l'immense réussite de cet événement. »

*Michel Cyr, ing., MBA,
Directeur adjoint intérimaire Service des infrastructures urbaines*

Événements sportifs majeurs à Sherbrooke en 2019

- ▶ **Championnats provinciaux de patinage artistique et synchronisé**
1 732 participants et 670 nuitées
- ▶ **Sélections nationales juniors en patinage de vitesse**
122 participants et 220 nuitées
- ▶ **Tournoi de hockey de l'Association du transport urbain du Québec**
415 participants et 277 nuitées
- ▶ **Vélo Tour de la sclérose en plaques**
700 participants et 551 nuitées
- ▶ **Festival de natation par équipe**
400 participants et 457 nuitées

« Sans l'aide reçue de Destination Sherbrooke, et particulièrement de Julie Nadeau et de son équipe, nous n'aurions jamais obtenu ces deux très importantes compétitions de 3 jours que sont les Championnats canadiens de l'Est en 2020 et le Championnat NorAm en 2019. Au nom du club de ski de fond Orford, nous vous remercions pour votre inestimable contribution aux succès de nos compétitions nationales. »

Arnold Ross, président de Ski de fond Orford



Fonds d'aide aux congrès et aux événements (FACE)

Le Fonds d'aide aux congrès et aux événements, créé en partenariat avec la Ville de Sherbrooke et les principaux lieux d'hébergement hôtelier et universitaire, permet aux organisateurs de bénéficier d'une aide qui pourra alléger les charges liées à l'organisation d'un événement, ou mieux encore, bonifier l'événement par l'ajout d'une activité ou d'un conférencier vedette.

L'aide, pouvant atteindre jusqu'à 10 000 \$, est évaluée en fonction des dépenses touristiques anticipées pouvant être générées dans le milieu, notamment en ce qui a trait au nombre de nuitées prévues.

Pour 2019

- Treize événements soutenus, pour un montant de 41 250 \$

Pour 2020

- Dix-neuf engagements à ce jour, pour un montant anticipé de 100 000 \$

Pour 2021

- Douze engagements à ce jour, pour un montant anticipé de 53 750 \$

Voyages en groupe

Le délégué attiré à cette clientèle assure un soutien constant aux voyagistes dans la planification des séjours touristiques de groupe dans la région de Sherbrooke. En plus de proposer des itinéraires personnalisés, il contribue à la mise en marché de Sherbrooke par une présence soutenue dans plusieurs salons pour promouvoir et vendre la destination sherbrookoise aux voyagistes.

Principaux marchés visés

Le Québec, l'Ontario, la Nouvelle-Angleterre et le marché sino-canadien.

En 2019

- Introduction de nouveaux partenaires de proximité : Abbaye Saint-Benoît-du-Lac, Mont-Orford et Orford Musique
- Neuf activités de représentation en Colombie-Britannique, Ontario, Québec et Nouvelle-Angleterre dont le *New England Travel Showcase* et le *2019 CITAP Winter Function*.
- Rencontre de 325 clients qualifiés pour le marché de groupes
- Impression et distribution de 17 000 guides aux États-Unis et en Ontario
- Traduction en mandarin et japonais de documents promotionnels
- Deux tournées de familiarisation en groupe (médias et voyagistes chinois)
- Dix tournées de familiarisation individuelle/mini-groupe (Québec, Belgique, France, Japon, Corée du Sud, Chine)

Communications et marketing

Tout au cours de l'année, l'équipe des communications et du marketing planifie, crée et encadre les différentes campagnes promotionnelles de l'ensemble de l'organisation. Outils papier, placements publicitaires, structuration de l'offre promotionnelle, réseaux sociaux, maintenance des sites internet, création de contenus, relations avec les médias, plan de communication et cohérence de l'image de marque sont autant de mandats qui sont relevés par cette équipe.

Réponse à Tourisme Montréal

Pour donner suite au lancement de la campagne publicitaire de Tourisme Montréal Sherbrooke, reviens-moi! – une pièce musicale qui incite les Sherbrookoïses à la redécouvrir – Sherbrooke répond à l'appel par la voie d'une conversation en messages textes, visible grâce à une vidéo réalisée à l'interne : mon cœur est déjà pris par la foule d'attractions touristiques prisées par les visiteurs. Cette initiative rapidement exécutée a permis de faire un coup publicitaire viral, surprenant et original ayant suscité beaucoup d'attention et de bouche-à-oreille, non seulement à Sherbrooke, mais partout au Québec.

- ▶ 3^e nouvelle la plus lue entre janvier et mars 2019 sur TourismExpress
- ▶ Parmi les réalisations préférées de l'équipe de rédaction d'Infopresse la semaine suivant la diffusion
- ▶ Partagée par Tourisme Cantons-de-l'Est, L'Alliance de l'industrie touristique du Québec, 107,7 FM Estrie, Rouge Drummondville 105,3 FM et Rouge Sherbrooke 102,7 FM et Office du congrès et du tourisme du grand Montréal

Facebook

- ▶ 242 220 personnes atteintes
- ▶ 88 000 vues
- ▶ 1 658 interactions avec la publication
- ▶ 262 partages

YouTube

- ▶ 3 887 vues



Sherbrooke, vibrante

Sherbrooke, vibrante se veut une campagne originale, nouveau genre, qui mise sur les sons et la musicalité de la ville. Dans une œuvre électrisante de trois minutes, le réalisateur sherbrookoïse Jaycee et le groupe Valaire proposent de les suivre dans leur processus créatif; une véritable quête des sons propres à Sherbrooke qui viennent composer une trame sonore de la ville. Sherbrooke se laisse ainsi découvrir petit à petit au rythme de sa musicalité.

Le but premier de la campagne était de rejoindre un nouveau public, les 18-35 ans, pour leur démontrer que Sherbrooke est une destination intéressante pour leur groupe d'âge. Pour y arriver, l'utilisation de médiums attirant l'attention des milléniaux a été retenue. La vidéo Sherbrooke, vibrante a donc été publiée sur le site internet de Destination Sherbrooke ainsi que sur ses comptes YouTube, Facebook et Instagram. Le partage étant facile, la vidéo a pu atteindre un public encore plus large que les fans réguliers de Destination Sherbrooke.

- ▶ Une de la Tribune du 16 mai 2019
- ▶ Reportage TJ Extra, Radio-Canada Estrie, le 17 mai 2019
- ▶ Partenariat avec ICI Première

Site Internet

- ▶ 9 491 sessions
- ▶ 85 % de l'extérieur de Sherbrooke

Facebook

- ▶ 954 213 personnes atteintes
- ▶ 3,4 M d'impressions
- ▶ 210 000 vues
- ▶ 573 partages

YouTube

- ▶ 11 752 vues



Road Trips

Chaque année, Destination Sherbrooke travaille avec des partenaires sherbrookoïses et les grands attraits touristiques à proximité afin d'offrir des forfaits avec nuitées dans les différents établissements d'hébergement participants de Sherbrooke. En 2019, afin d'augmenter le nombre de nuitées, de faciliter la vie des visiteurs, de générer du rendement pour les partenaires et de prolonger le séjour des touristes à Sherbrooke, l'équipe des communications et du marketing a opté pour une nouvelle formule, celle des road trips. Destination Sherbrooke a donc proposé six expériences différentes selon les envies et les goûts des visiteurs.

Site Internet

- ▶ 66 703 sessions
- ▶ 160 969 pages visitées
- ▶ 83 % de l'extérieur de Sherbrooke

Facebook

- ▶ 765 177 personnes atteintes
- ▶ 5 M d'impressions
- ▶ 29 000 clics
- ▶ 1 573 602 visionnements « ThruPlays » des publicités vidéo



« Nous sommes vraiment privilégiés de pouvoir travailler avec une équipe marketing comme la vôtre, ce n'est pas toutes les villes qui ont cette chance »

Sylvie Pomerleau, directrice générale du Grand Times Hôtel



À Sherbrooke, on connaît la recette!

Devant un contexte favorable à l'élaboration d'une campagne marketing en planification d'événements et congrès, l'équipe des communications et du marketing a travaillé sur différents plans pour mettre en œuvre une offre compétitive dans le milieu du tourisme d'affaires. À Sherbrooke, on connaît la recette! se veut donc une campagne originale qui mise sur les différents degrés de compréhension des compétences de l'équipe en tourisme d'affaires chez Destination Sherbrooke.

Afin d'exploiter le thème dans ce qu'il a de meilleur à offrir, diverses actions ont été entreprises :

- ▶ Une refonte de la section Congrès et événements du site web
- ▶ Une stratégie de déploiement provinciale : LaPresse +, LaPresse.ca, Les Affaires, LesAffaires.ca, RDI, Tou.tv
- ▶ Une recette a entièrement été créée pour la campagne par le chef Charles-Emmanuel Pariseau. Une boîte cadeau contenant les ingrédients de sa recette a été envoyée à une centaine de clients potentiels en organisation d'événements

larecette.ca

- ▶ 7 769 sessions
- ▶ 4 545 visiteurs
- ▶ 10 863 pages visitées
- ▶ 96 % de l'extérieur de Sherbrooke



Sherbrooke met la table, 6^e édition

Le concept de Sherbrooke met la table est simple : des tables d'hôte à prix alléchants offertes durant une période jugée habituellement plus tranquille dans le milieu de la restauration. Pour sa sixième édition, la promotion entièrement initiée et structurée par Destination Sherbrooke a ravi autant les restaurateurs que la clientèle, toujours au rendez-vous en très grand nombre.

25 restaurants participants

15 jours (16 au 30 octobre 2019)

Campagne promotionnelle

- ▶ Entente de commandite avec BMW Sherbrooke, en tant que présentateur de l'événement
- ▶ Bell média, Rythme FM, Cogeco, La Tribune, YouTube, Aribus, Facebook, Instagram, Maison du cinéma, LCN, Canal Vie, Estrie Plus et Google Ad Word
- ▶ Deux offres spéciales : un rabais entre 15 % et 20 % sur une nuitée offerte dans trois gîtes touristiques et un concours

Le site web de Sherbrooke met la table en chiffres

- ▶ Sessions : augmentation de 26 %
- ▶ Nombre de visiteurs : augmentation de 39 %
- ▶ 56 % de l'extérieur de Sherbrooke



Sites web : Statistiques

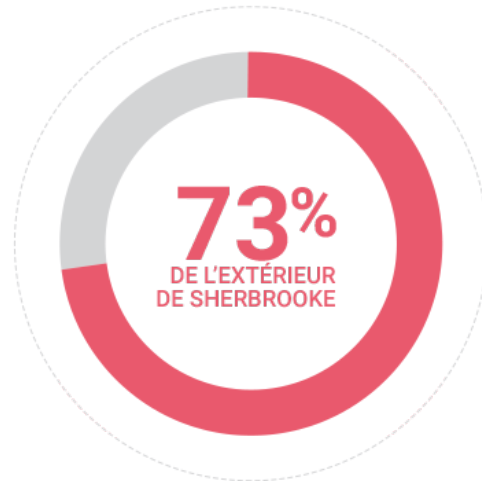
Le web est au cœur des stratégies de promotion et de communication de l'équipe de Destination Sherbrooke. Grâce à sa fréquence de publication d'articles de blogue, à une campagne d'influenceurs sur Instagram et à des campagnes publicitaires bien ciblées, Sherbrooke a rayonné autant de façon organique que promotionnelle sur le web et les réseaux sociaux.

Destinationsherbrooke.com

- ▶ 382 723 sessions (visites)
- ▶ 883 027 pages visitées
- ▶ **73 % de l'extérieur de Sherbrooke**

Statistiques comparatives à 2018

- ▶ Hausse de 3 % en provenance de Sherbrooke
- ▶ Hausse de 1 % en provenance de Montréal
- ▶ Baisse de 19 % en provenance de Québec
- ▶ Hausse de 20 % en provenance de l'Ontario
- ▶ Hausse de 65 % en provenance du Nouveau-Brunswick
- ▶ Hausse de 53 % en provenance des États-Unis
- ▶ Hausse de 11 % en provenance de la France



Centrefoiresherbrooke.com

- ▶ 92 210 sessions
- ▶ 179 566 pages visitées
- ▶ **53 % de l'extérieur de Sherbrooke**

Murales-sherbrooke.com

- ▶ 10 908 sessions
- ▶ 22 190 pages visitées
- ▶ **75 % de l'extérieur de Sherbrooke**

Nikitotek.com

- ▶ 79 372 sessions
- ▶ 225 458 pages visitées
- ▶ **87 % de l'extérieur de Sherbrooke**

Greeters.com

- ▶ 2 328 sessions
- ▶ 10 472 pages visitées
- ▶ **80 % de l'extérieur de Sherbrooke**

Blogue.destinationsherbrooke.com

- ▶ 17 192 sessions
- ▶ 24 955 pages visitées
- ▶ **59 % de l'extérieur de Sherbrooke**

Quizdesmurales.com

- ▶ 2 578 sessions
- ▶ 11 957 pages visitées
- ▶ **59 % de l'extérieur de Sherbrooke**

Infolettre

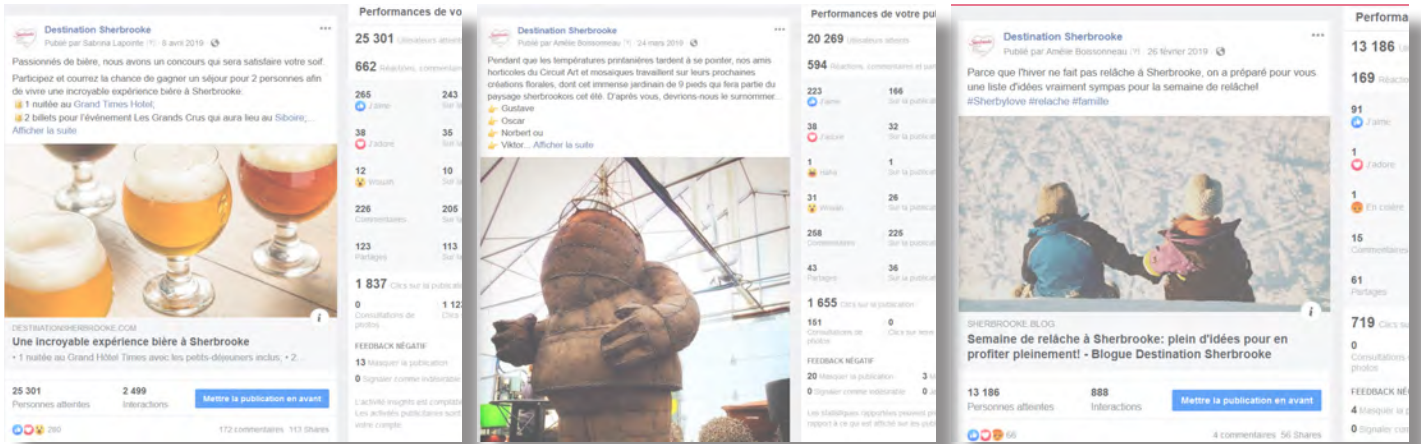
- ▶ **18 687 abonnés à l'infolettre francophone de Destination Sherbrooke**
Augmentation de 10 % des abonnements 2019
- ▶ **1 455 abonnés à l'infolettre anglophone de Destination Sherbrooke**
Augmentation de 179 % des abonnements en 2019

Réseaux sociaux

Facebook et Instagram ont été les deux médias sociaux les plus utilisés pour propulser les différentes campagnes, mais également pour partager différents contenus qui ont fait rayonner Sherbrooke au-delà de son territoire.

- Augmentation de 6 % des adeptes (fans) de la page Facebook de Destination Sherbrooke**
- Augmentation de 50 % des abonnements au compte Instagram de Destination Sherbrooke**

Exemples de publications ayant généré de bonnes interactions



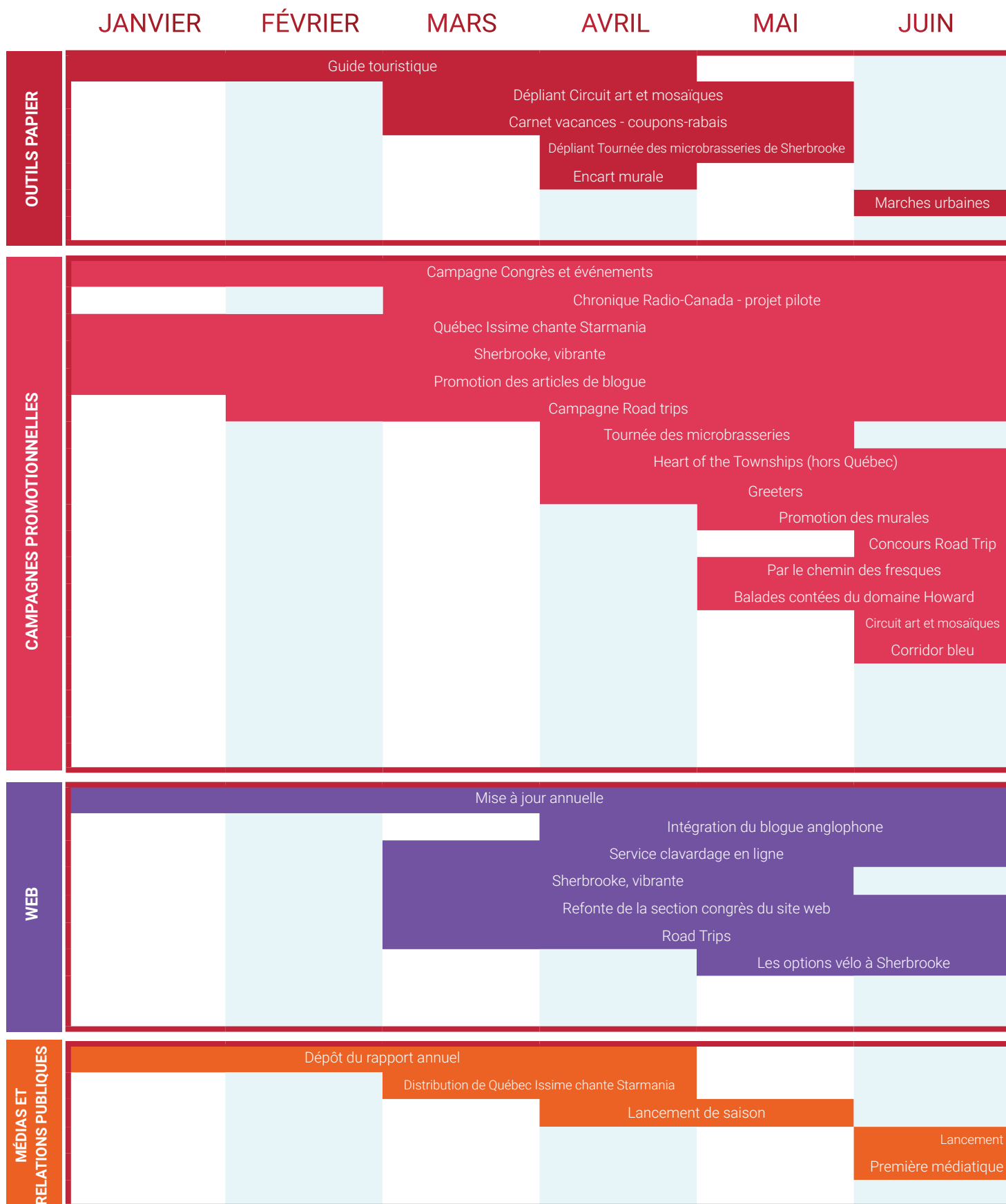
Exemples de contenus commandités engageants



Exemples des images les plus populaires sur Instagram



Actions marketing, communications et outils



JUILLET AOÛT SEPTEMBRE OCTOBRE NOVEMBRE DÉCEMBRE

	JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE		
OUTILS PAPIER								
			Sherbrooke met la table					
CAMPAGNES PROMOTIONNELLES								
		Promotion des articles de blogue						
	Contes prison Winter							
		Sherbrooke met la table						
					Bières d'hiver			
					Chasse aux lutins			
WEB		Mise à jour annuelle						
		Service clavardage en ligne						
		Refonte de la section congrès du site web						
		Sherbrooke met la table						
					Chasse aux lutins			
MÉDIAS ET RELATIONS PUBLIQUES								
	Circuit art et mosaïques Starmania							
		Inauguration murale 2019						



**Innovation et
développement
et expérience client**

Innovation et développement

La direction Innovation et développement a comme mandat la structuration de projets de développement touristique. La veille stratégique et l'accompagnement de promotrices et promoteurs intéressés à développer de nouveaux produits et attraits touristiques font aussi partie des tâches de ce secteur de Destination Sherbrooke.

Circuit Art & Mosaïques

Après des investissements majeurs en 2017 et 2018, Destination Sherbrooke a collaboré à l'inauguration de la deuxième phase du circuit de mosaïcultures réalisé par la Division des parcs et espaces verts de la Ville de Sherbrooke ainsi qu'à la réalisation d'un dépliant explicatif du Circuit art et mosaïques.

Durant la période estivale, le Circuit art et mosaïques a engendré 3 440 demandes d'information, ce qui représente 35 % des demandes de renseignements au bureau d'information touristique. Ajout de 5 nouvelles œuvres créées dans les serres municipales Carl-Camirand :

- ▶ Gustave le Jardinain
- ▶ Le canard de bain
- ▶ Qui s'y frotte s'y pique
- ▶ La fine fleur
- ▶ La voûte végétale

Au total, 20 œuvres sont réparties au parc du Domaine, sur la promenade du Lac-des-Nations et ailleurs dans la ville.

Muralis

Muralis, la grande expérience des murales, est une application de réalité augmentée lancée en 2017 qui permet de libérer la vie des murales et de ses personnages.

- ▶ Depuis le lancement de l'application, celle-ci a été téléchargée 9 200 fois, particulièrement en période estivale, avec une augmentation de 20 % par rapport à 2018.

Par le Chemin des fresques de Traces et Souvenances

Du 6 juillet au 1er septembre, les artistes de Traces et Souvenances ont su divertir les gens avec leur tour théâtralisé en autobus parcourant les grandes murales de Sherbrooke.

- ▶ 18 représentations
- ▶ 411 personnes
- ▶ Taux d'assistance de 74%
- ▶ 26 % des spectateurs et spectatrices en provenance de l'extérieur de Sherbrooke

Les balades contées du domaine Howard

Tous les vendredis soir, du 21 juin au 23 août, des conteurs et conteuses ont accueilli les visiteurs au parc du Domaine-Howard pour une soirée de conte à la brunante. En 2019, deux conteurs étaient présents à chaque représentation pour permettre une meilleure expérience en divisant les nombreux visiteurs en deux groupes.

	2018	2019
Représentations	12	10
Assistance	760	654
Moyenne par représentation	63	65
Provenance de l'extérieur de Sherbrooke	15 %	14 %

Expérience client

En plus d'être responsable de la gestion du Bureau d'information touristique de Sherbrooke, l'expérience client assure la qualité des services lorsque le visiteur arrive à destination, et ce, par la mise en place d'actions et d'initiatives qui améliorent son expérience globale à Sherbrooke.

Travaux de réaménagement intérieur au Bureau d'information touristique (BIT)

Après trois mois de fermeture pour effectuer des réaménagements intérieurs, le bureau d'information touristique a rouvert ses portes en avril 2019 afin d'offrir un espace plus spacieux et convivial. Visage d'accueil de la ville, le nouveau bureau d'information touristique offre dorénavant une expérience plus humaine grâce, entre autres, à l'agrandissement de son aire publique permettant au personnel d'accueil d'aller plus librement au-devant du visiteur. Une section rencontre a aussi été aménagée pour favoriser les échanges entre les Greeters et les voyageurs.



Des zones technologiques font désormais partie des services du bureau d'information touristique. Ces dernières donnent accès au WIFI gratuitement ainsi qu'à des prises électriques pour recharger les batteries des cellulaires et des tablettes électroniques. Le visiteur peut aussi bénéficier gratuitement d'un accès à un ordinateur pour y consulter ses courriels ou y faire des recherches sur internet.

L'accueil au Bureau d'information touristique (BIT)

L'achalandage

Au cours de l'année 2019, l'équipe Expérience client a traité plus de 9 700 demandes de renseignements touristiques tant au comptoir que par téléphone, par la poste et par courriels. Au total, 18 626 personnes ont fréquenté le bureau d'information touristique pour obtenir des renseignements.

- ▶ Diminution de 7,3 % de l'achalandage par rapport à l'année 2018 : 18 626 vs 20 085

La provenance de la clientèle

Les visiteurs (touristes et excursionnistes) ont représenté 68 % de la clientèle totale du BIT. En provenance :

- ▶ de la province de Québec 50,8 %
- ▶ de la France 5,5 %
- ▶ des États-Unis 3,4 %

Service de clavardage en ligne

Depuis 2018, Destination Sherbrooke utilise un outil bilingue de clavardage en ligne pour répondre aux interrogations des visiteurs ou des gens en planification de visite. L'équipe Expérience client collabore avec l'entreprise sherbrookoise Crowdchat qui gère des agents professionnels dédiés aux dialogues avec les internautes.

Objectifs visés

- Valider le taux de conversion des ventes croisées
- Améliorer le service à la clientèle en ajoutant un canal complémentaire aux courriels et service téléphonique du Bureau d'information touristique
- Bonifier au besoin les informations du site web
- Recueillir des données stratégiques
- Se démarquer de la concurrence

Résultats sommaires pour les 9 mois de service (avril à décembre)

- 4 230 chats sur le site de Destinationsherbrooke.com (3 506 en 2018).
Augmentation de 21 %
- 75 % des clavardages provenaient de l'extérieur de Sherbrooke
Les mois de juin, juillet et août sont les plus forts avec 80 % du volume

Chasse aux lutins, 6^e édition

La Chasse aux lutins est une activité gratuite offerte de la fin novembre au début janvier. Les participants et participantes partent à la découverte du centre-ville en cherchant des indices dissimulés dans les murales. En 2019, la version web du questionnaire a été priorisée dans une optique de développement durable.

Plus de 900 personnes ont participé à la Chasse aux lutins en 2019 :

- Une diminution de 10 % par rapport à 2018

Réseau Greeters Sherbrooke

Le réseau Greeters Sherbrooke, affilié au réseau international *Global Greeter Network*, offre une façon privilégiée de découvrir la ville, soit avec un citoyen, communément appelé le greeter. Le réseau Greeters Sherbrooke compte maintenant 14 bénévoles. Ceux-ci partagent leurs passions diversifiées répertoriées sous 11 thèmes.

	2018	2019	Écart
Balades	73	77	+ 3 %
Visiteurs	213	206	- 3 %

« Cette rencontre fut tout simplement extraordinaire. Bravo à André. Excellente connaissance de sa ville et personnalité hors du commun. Je le souhaite à tous les visiteurs »

Pierre Leclerc, Laval

« Heather was very informative and shared many personal views about Sherbrooke and Canada... these are reasons why we love the greeter programme »

Tania Wee, Singapore

Patrouille à vélo

La patrouille est formée chaque année d'une cinquantaine de bénévoles qui assurent une vigie sur la Véloroute des Grandes-Fourches tout au cours de la saison estivale.

Patrouille volontaire à vélo 2019	Interventions
Premiers soins	38
Prévention	1 869
Mécanique	326
Information touristique	1 087
Total d'interventions	3 320
	Heures
Heures totales de patrouille	4 919
Heures totales de formation	1 038
Heures totales d'implication bénévoles	5 957

« J'aimerais souligner le travail de Michel et Camille qui m'ont si gentiment aidé à réparer une crevaison survenue à North Hatley ce dimanche [...] Je voudrais les remercier pour tout. Leur bonne humeur et courtoisie ont jeté un baume sur mon petit malheur de cycliste du dimanche. C'est quand même dans ces situations qu'on se rend compte de l'importance d'avoir des patrouilleurs sur les pistes. »

*Richard Fréchette,
usager de la Véloroute des Grandes-Fourches*

Ambassadeurs de l'art de vivre sherbrookoïse

L'équipe Expérience client mise de plus en plus sur une tendance touristique en augmentation, l'authenticité de l'expérience. Pour ce faire, elle a bonifié ses services d'accueil en privilégiant le contact humain pour créer des moments de bonheur sur différents sites achalandés.

Pour atteindre cet objectif, de nouvelles orientations ont été communiquées dans le cadre de la formation du personnel d'accueil :

- ▶ personnel au bureau d'information touristique
- ▶ personnel sur le circuit des murales
- ▶ bénévoles Greeters
- ▶ bénévoles de la patrouille à vélo
- ▶ personnel du clavardage en ligne

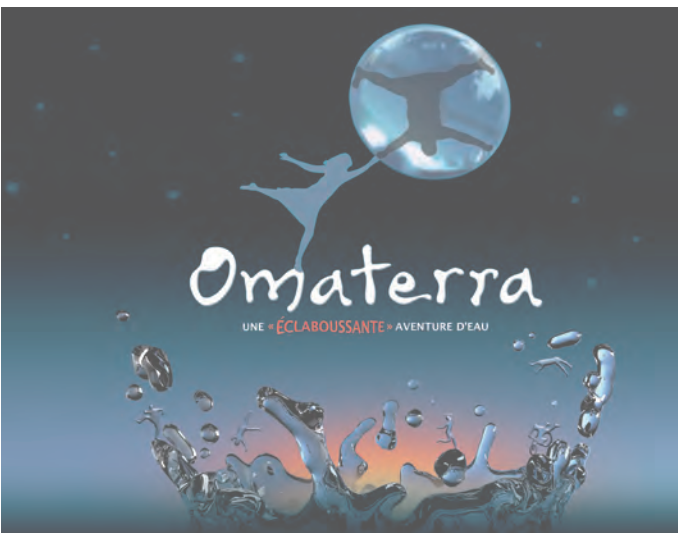
Cette formation leur a permis de réaliser l'importance d'une expérience humaine mémorable et de valoriser leur rôle d'ambassadeur de l'art de vivre sherbrookoïse.

	Interventions 2018	Interventions 2019	Écart	Visiteurs 2018	Visiteurs 2019	Écart
Bureau d'information touristique	11 685	9 700	- 17 %	20 085	18 626	- 7 %
Circuit des murales	1 244	1 038	- 17 %	3 838	3 390	- 12 %
Patrouille à vélo	3 090	3 320	+ 7 %	3 090	3 320	+ 7 %
Greeters	75	77	+ 3 %	213	206	- 3 %
Clavardage en ligne	3 506	4 230	+ 21 %	3 506	4 230	+ 21 %
TOTAL	19 600	18 365	- 6 %	30 732	29 772	- 3 %

CENTRE DE SHERBROOKE

**Gestion
d'infrastructures**





Place Nikitotek

Important actif touristique pour Sherbrooke

L'été 2019 marquait la 10^e et dernière saison d'opération du théâtre extérieur de la place Nikitotek. À l'origine, le théâtre avait été construit dans le cadre du projet de développement de la gorge de la Magog pour contribuer au positionnement de Sherbrooke sur l'échiquier touristique national.

Durant ses 10 ans de vie, la place Nikitotek a offert près de 300 représentations de spectacles divers de haute qualité pour plus de 140 000 spectateurs, dont une majorité de touristes et d'excursionnistes. L'ensemble de ces saisons a généré près de 12,5 M\$ en retombées économiques. Le théâtre extérieur a ainsi fortement contribué à faire rayonner Sherbrooke à l'extérieur de la région, entre autres grâce à la valeur de ses campagnes promotionnelles qui se compte en millions de dollars ainsi qu'à une couverture médiatique – au bénéfice de Sherbrooke – évaluée à plusieurs centaines de milliers de dollars annuellement.



La place Nikitotek

- ▶ a généré une participation du privé en commandites de l'ordre de 3,5 M\$
- ▶ a tiré profit d'une valeur publicitaire de 5 M\$ pour un investissement de 2 M\$
- ▶ a engendré cinq années à un taux de visiteurs extérieurs supérieur à 60 %

	Année	Représentations	Assistance totale de la saison	Estimation des retombées économiques	Clientèle extérieure (40 km et plus)
Omaterra	2010	27	19 234	1 888 469 \$	53 %
Omaterra	2011	40	13 591	1 546 324 \$	66 %
Traces	2012	12	9 508	671 196 \$	32 %
Séquence 8	2013	15	7 087	508 767 \$	25 %
Cowboys	2014	25	9 849	948 562 \$	49 %
Cowboys	2015	27	14 858	1 546 470 \$	60 %
Cowboys	2016	27	11 886	1 246 512 \$	63 %
Cowboys	2017	22	10 110	1 060 259 \$	69 %
Starmania	2018	24	14 184	1 937 486 \$	67 %
Starmania	2019	21	8 053	1 100 012 \$	N.D.
Total		240	118 360	12 454 057 \$	54 %

Ces statistiques ne contiennent pas les données générées par les représentations d'Animation centre-ville.



Centre de foires de Sherbrooke

Depuis bientôt une décennie, le Centre de foires de Sherbrooke accueille des salons et des événements, privés ou grand public, dans un espace polyvalent et modulable de 60 000 pi².

Véritable créateur de réussite, l'équipe de professionnels dévoués du Centre de foires est reconnue pour offrir un service à la clientèle sans égal. Son expertise assure aux promoteurs et promotrices, ainsi qu'à leur clientèle, une expérience sur mesure. Ce souci de comprendre et de répondre aux besoins particuliers de chacun est d'ailleurs ce qui a incité 99 % des promoteurs et promotrices à renouveler leur engagement en 2019.

	2018	2019	Écart
Salons	19	20	+5 %
Événements	46	47	+2 %
Jours d'occupation	223	221*	-1 %
Pieds carrés loués	1 757 020	1 936 248	+10 %
Visiteurs	138 609	139 923	+1 %

*Dont 34 fins de semaine

Moteur économique d'importance, le Centre de foires de Sherbrooke participe notamment à la croissance de plusieurs gîtes et hôtels de la région en attirant des visiteurs d'un peu partout au Québec, mais aussi des provinces maritimes et de la Nouvelle-Angleterre. À titre indicatif, l'Association des représentants de l'industrie du sport du Québec (ARISQ), qui vient aux mois de janvier et juillet tous les ans, génère à chaque fois 1 000 nuitées.

140 000 visiteurs en 2019

Salons générateurs de visites

- ▶ Salon du livre de Sherbrooke : 12 500 visiteurs
- ▶ Salon Expo habitat de l'Estrie : 10 000 visiteurs
- ▶ Salon national des animaux de compagnie : 8 775 visiteurs
- ▶ Salon de l'auto: 6 400 visiteurs

Événements générateurs de visites

- ▶ Oktoberfest : 6 250 visiteurs
- ▶ Relâche ton fou : 6 200 visiteurs

Nouveau slogan

L'équipe du Centre de foires a à cœur de bien recevoir ses promoteurs, exposants et visiteurs. Leurs leitmotivs : pour les promoteurs « nous allons vous aider à réussir votre événement », pour les exposants « nous allons faire de notre mieux pour que votre expérience soit à la hauteur de vos attentes » et pour les visiteurs « tout sera prêt pour faciliter votre visite ». Dans cette optique, le slogan du Centre de foires de Sherbrooke a été changé en 2019 pour laisser transparaître le réel impact de l'équipe sur l'organisation de salons et d'événements à Sherbrooke : « Facilitateur de réussite, Entrez pour voir ». Une image qui colle parfaitement à la peau du Centre de foires.

Administration



Fonds de performance et de promotion touristique - FPPT

Destination Sherbrooke soutient chaque année, par le biais du Fonds de performance et de promotion touristique (FPPT), des projets qui font rayonner Sherbrooke.

Bénéficiaires du volet performance touristique

Pour bénéficier du FPPT, un produit doit démontrer deux années consécutives d'exploitation commerciale et fournir des données en matière d'attractivité en bonne et due forme :

- pour les événements : pourcentage de visiteurs et jours de participation (selon le budget d'exploitation)
- pour les attraits : pourcentage de visiteurs et achalandage

▣ Demi-Marathon de Sherbrooke	5 000 \$
▣ Sherbrooke t'en bouche un coin	12 000 \$
▣ Halte des Pèlerins	14 000 \$
▣ Festival des harmonies	22 000 \$
▣ Fête du lac des Nations	20 500 \$
▣ Strøm Spa	12 500 \$
▣ Carnaval de Sherbrooke	7 500 \$
▣ Festival des traditions du monde de Sherbrooke	19 000 \$
▣ Festival du cinéma du monde de Sherbrooke	12 000 \$
▣ Classique Pif	15 500 \$
▣ Sherblues & Folk	8 000 \$
▣ Rendez-vous d'Howard	4 000 \$
▣ Bouffe ton Centro	6 500 \$
▣ Parcours Photo Sherbrooke	6 500 \$
▣ Chemin des Cantons	20 166 \$

Total 185 166 \$

Bénéficiaires du volet promotion

Dans le volet promotion, le fonds verse un dollar pour chaque dollar investi par le promoteur, si les placements respectent les critères de créneaux et de marchés géographiques déterminés par la direction de la promotion.

▣ Carnaval de Sherbrooke	3 492 \$
▣ Festibière de Sherbrooke	2 432 \$
▣ Festival du cinéma du monde de Sherbrooke	6 626 \$
▣ La Fête du lac des Nations	18 895 \$
▣ Sherblues & Folk	4 270 \$
▣ Festival des traditions du monde de Sherbrooke	12 725 \$
▣ Festival des harmonies et des orchestres symphoniques du Québec	5 476 \$
▣ Les Grands Spectacles de la place Nikitotek	2 086 \$
▣ La Grande Virée artistique de Sherbrooke	3 630 \$
▣ Sherbrooke t'en bouche un coin	1 879 \$
▣ Génie autochtone, exposition temporaire	11 317 \$
▣ Rendez-vous d'Howard	1 413 \$

Total 74 241 \$

Bénéficiaires du volet études

Soutien financier pour la réalisation d'une étude de provenance.

▣ Carnaval de Sherbrooke	1 500 \$
▣ Festibière de Sherbrooke	1 500 \$
▣ Sherblues & Folk	1 500 \$

Total 4 500 \$

A man and a woman are sitting on a dark wicker bench outdoors. The woman, on the left, has long brown hair and is wearing a light-colored top. She is smiling and looking towards the man. The man, on the right, has short grey hair, is wearing glasses and a patterned shirt. He has his arm around the woman's shoulder. They are both holding drinks. In the background, there is a large fountain with several jets of water, a paved path, green trees, and a clear blue sky. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

**Des actions
et stratégies
porteuses**

Plan d'action

Directement basé sur les grandes orientations de la planification stratégique 2012-2020 de Destination Sherbrooke, le plan d'action 2019 de Destination Sherbrooke comptait 75 stratégies porteuses pour le développement du tourisme à Sherbrooke. Voici quelques-unes des grandes réalisations complétées par les équipes en place. Il s'agit d'une présentation non exhaustive des actions de Destination Sherbrooke. Ces actions n'illustrent pas les tâches courantes et récurrentes réalisées tout au cours de l'année.

Tourisme d'affaires et sportif

● Action

Diminution de l'empreinte environnementale des activités en tourisme d'affaires et sportif

✓ Résultat

La forme des outils et programmes utilisés a été révisée permettant une plus grande agilité pour la présentation des documents en format web. Les cahiers de mise en candidature ont d'abord été proposés sous cette forme. Dans le cas contraire, le nombre d'impressions a été limité. Le budget annuel d'impression a ainsi pu être réduit de plus de 50 %.

● Action

Modification de l'approche avec les grands partenaires hébergement

✓ Résultat

Au-delà de la rencontre de groupe annuelle, les hôteliers ont été rencontrés sur une base individuelle pour mieux arrimer nos actions de démarchage à leurs besoins ou marchés spécifiques. Une tournée de familiarisation personnalisée a été proposée à chacun.

Voyages en groupe

● Action

Préparation à l'accueil du marché asiatique

✓ Résultat

L'ouverture des partenaires locaux et régionaux à un démarchage ciblé auprès de la clientèle asiatique, principalement pancanadienne, a conduit à la traduction du guide groupes en mandarin et en japonais. Deux tournées de familiarisation ont été organisées pour des journalistes et organisateurs de voyages en groupe. Plusieurs rencontres ont aussi eu lieu en individuel avec des compagnies actives dans le marché. Des itinéraires sont déjà offerts et trouveront preneurs en 2020.

Communications et marketing

● Action

Réflexion et restructuration de l'offre pour la clientèle agrément

✓ Résultat

Le modèle existant des forfaits a été revu pour la campagne estivale afin de ne plus focaliser sur une seule activité vedette couplée à un coucher, mais à une panoplie d'activités complémentaires liées entre elles par un thème. Le concept de « Road trips » a ainsi pris vie, permettant de mettre en lumière plusieurs activités sherbrookoises incitant le visiteur à prolonger son séjour à Sherbrooke et y dormir plus d'une nuit.

● Action

Création de partenariat d'affaires pour Sherbrooke met la table

✓ Résultat

La recherche d'un partenaire majeur pour la promotion à succès a été fructueuse avec l'arrivée de BMW Sherbrooke au titre de présentateur. Non seulement l'apport financier supplémentaire a permis d'augmenter la portée et la visibilité de la promotion, mais l'association avec ce partenaire de prestige a ajouté à la crédibilité de l'offre.

Innovation et développement

● Action

Bonification de l'offre d'animation

✓ Résultat

Le projet pilote de trois représentations d'*Histoires de peur au parc de l'Ancienne-Prison* affichait complet en moins de 24 heures. Limités à 30 personnes par représentation, les participants avaient droit à trois contes angoissants du répertoire du conteur Éric Gauthier. L'événement a généré de bons commentaires et a particulièrement titillé l'intérêt des participants qui auraient voulu plus de contenu sur la mythique prison.

● Action

Installation de boîtes d'informations touristiques portatives

✓ Résultat

Avec la collaboration du populaire artiste local Ultra Nan, Destination Sherbrooke a installé trois nouvelles boîtes aux lettres où il est possible de trouver une foule d'informations pour réussir son séjour à Sherbrooke, soit : le guide touristique officiel de Sherbrooke, le dépliant de la tournée des microbrasseries ou le dépliant du Circuit art & mosaïques. Ces trois boîtes d'informations touristiques d'allure ludique et attrayante ont été installées au parc du Domaine-Howard durant toute la période estivale. Fort populaires, elles étaient remplies hebdomadairement par l'équipe de Destination Sherbrooke.

Expérience client

● Action

Maintenir la présence du préposé à l'information touristique sur le circuit des murales

✓ Résultat

Afin de déterminer le nombre de personnes qui visitent les murales de la ville de Sherbrooke sur une période de 1 an, d'identifier quels sont les moments les plus achalandés sur le circuit et de déterminer le type de groupe et la provenance des gens qui visitent les murales, une collecte d'information a été réalisée pour pouvoir supporter des projets de développement et d'animation ainsi que des outils en lien avec les murales de Sherbrooke.

● Action

Mise en valeur de la patrouille à vélo

✓ Résultat

En 2019, deux événements ont été organisés pour souligner les actions et l'engagement de la cinquantaine de bénévoles annuels de la patrouille à vélo. Destination Sherbrooke a tenu une soirée de reconnaissance pour le vingtième anniversaire de la patrouille à vélo et l'organisation a été l'hôte du Rendez-vous des patrouilleurs à vélo du Québec, un rassemblement provincial de l'ensemble des réseaux de patrouilleurs.

Centre de foires de Sherbrooke

● Action

Augmenter le nombre de nouveaux promoteurs

✓ Résultat

Après avoir été tenue 22 ans à Montréal et 19 ans à Québec, l'*Expo manger santé et vivre vert* a été présentée pour la première fois en sol sherbrookoïse, fait marquant de l'année 2019. Trois nouveaux salons ont confirmés leur venue en 2020, dont *Glam, l'événement couples et mariages, Sherbrooke célébration d'encre* et le *Salon du véhicule électrique*.

● Action

Planter de nouvelles actions s'inscrivant dans une perspective de développement durable

✓ Résultat

Les contenants de boisson gazeuse, d'eau gazéifiée et d'eau plate en plastique ont été remplacés par des contenants en aluminium, pour les boissons gazeuses, et des bouteilles en verre, pour l'eau gazéifiée et l'eau plate. De plus, les buvettes du Centre de foires de Sherbrooke ont été modifiées pour faciliter le remplissage de bouteilles d'eau.

Développement durable chez Destination Sherbrooke

Depuis quelques années, Destination Sherbrooke souhaite intégrer de nouvelles actions et techniques de travail plus écoresponsables au sein de son organisation. Quelques décisions ont été prises et mises en application afin d'orienter ses gestes vers des pratiques plus vertes et durables.

Bureau d'information touristique

Pour l'édition 2019 de la Chasse aux lutins, la version web du questionnaire a été priorisée devant la version papier. Seuls quelques exemplaires ont été imprimés et fournis à la demande aux visiteurs du Bureau d'information touristique.

Le Bureau d'information touristique a également pris part au mouvement #Remplisvert grâce à sa nouvelle fontaine d'eau potable qui offre une alternative aux bouteilles à usage unique. Les visiteurs du BIT sont donc invités à remplir leur bouteille réutilisable plutôt que de consommer des bouteilles d'eau en plastique lors de leur passage à Sherbrooke.

Tourisme d'affaires et sportif

De son côté, l'équipe de tourisme d'affaires et sportif participe aussi à l'effort environnemental en recommandant des fournisseurs locaux aux organisateurs d'événements, en offrant une aide pour la gestion d'un système de navette afin d'encourager le transport en commun chez les participants, en plus de favoriser plusieurs alternatives numériques aux envois papier.

Centre de foires de Sherbrooke

De nombreux équipements sont mis à la disposition des promoteurs et exposants afin qu'ils puissent se débarrasser de leur déchet, récupération et compost dans les bacs appropriés. De plus, deux conteneurs sont dédiés spécialement à la récupération du carton.

En amont, plusieurs actions ont aussi été prises afin de réduire les déchets et favoriser le recyclage et le compostage quotidiennement au Centre de foires :

- ▶ les contenants de plastique de boisson gazeuse, d'eau gazéifiée et d'eau plate ont été remplacés par des contenants en aluminium et en verre
- ▶ les buvettes ont été modifiées pour permettre le remplissage de bouteille d'eau.
- ▶ les contenants et ustensiles du traiteur exclusif au Centre de foires sont 100 % compostables ou recyclables

Pour diminuer davantage l'impact des activités du Centre de foires sur l'environnement, le choix a été fait de n'utiliser que des produits nettoyants biodégradables pour l'entretien des lieux, seul l'éclairage de sécurité est en fonction dans les périodes non utilisées et dans les salles d'exposition, l'éclairage est modulé en fonction des secteurs utilisés.

A scenic sunset over a lake with a fountain and people in the foreground. The sky is a mix of orange, pink, and purple. In the foreground, a woman is riding a bicycle on a paved path. To her left, two people are sitting on a bench. In the background, there is a large fountain with several water jets, a lake, and a city skyline in the distance. The overall atmosphere is peaceful and serene.

Conseil d'administration et comités

Gouvernance

Conseil d'administration

Présidence

Annie Godbout

1re vice-présidence

Sylvie-Luce Bergeron

2e vice-présidence

Claude Morin

Trésorier

Laval Chartré

Secrétaire

Danielle Berthold

Administrateurs et administratrices

Sylvain Beauséjour

Marco Corbin

Alexandre Hurtubise

Anne-Sophie Laplante

Chantal L'Espérance

Patricia MacAulay

Nicolas Taillefer

Personnes-ressources

Denis Bernier, directeur général, Destination Sherbrooke

Marie-France Delage, directrice générale adjointe
– Développement et partenariat, Ville de Sherbrooke

Comité de suivi

Ce comité assure l'arrimage entre les activités de l'organisation et les services municipaux concernés. Il évalue aussi les projets en développement et assure leur conformité avec les normes et les projets municipaux. Le comité de suivi s'acquiesce également des autres responsabilités que le conseil d'administration peut lui confier occasionnellement.

Yves Tremblay, Ville de Sherbrooke

Luc Dumoulin, Ville de Sherbrooke

Denis Bernier, Destination Sherbrooke

Mario Grenier, Destination Sherbrooke

Lynn Blouin, Destination Sherbrooke

Paul Beaudoin, Destination Sherbrooke

Carole Pelletier, Destination Sherbrooke

Myriam Rioux-Denis, Destination Sherbrooke
(jusqu'en juin 2019)

Axel Arsenault, Destination Sherbrooke
(depuis juin 2019)

Équipe permanente au 31 décembre 2019

Direction générale et administration

Denis Bernier, directeur général
Mario Grenier, directeur administratif et adjoint à la direction générale
Carole Pelletier, secrétaire de direction
Maryse Gagnon, superviseure administrative
Geneviève Breault, technicienne administrative
Sovathmoly Uth, commis à l'administration

Innovation et développement et Expérience client

Myriam Rioux-Denis, superviseure au développement touristique
Hélène Vandenberghe, coordonnatrice à l'expérience client
Vicky Bélanger, superviseure à l'expérience client
Louise Gauvin, conseillère en séjour

Promotion, tourisme d'affaires et sportif

Lynn Blouin, directrice à la promotion et au tourisme d'affaires et sportif
Amélie Boissonneau, coordonnatrice aux communications
Robin Poulin Lemieux, coordonnateur marketing
Patrick Arseneau, agent web et médias sociaux
Marie-Claude Vidal, déléguée à la promotion et à la communauté d'affaires
Julie Nadeau, déléguée au tourisme sportif et événementiel
Josianne Côté, déléguée aux congrès
Pierre Poulin, délégué aux congrès et tourisme du savoir
Josyane Maurice, assistante aux délégués – tourisme d'affaires et sportif
William Hogg, délégué aux groupes et marchés hors Québec

Centre de foires et opérations

Paul Beaudoin, directeur du Centre de foires et des opérations
Pierre Duhamel, conseiller commercial, salons et expositions
Manon Éthier, secrétaire au Centre de foires
Louis Brien, superviseur des opérations
Mélissa Graveson, assistante aux opérations
Joakim Lemay, assistante aux opérations
Ève Desruisseaux, assistante aux opérations
Christian Gagné, superviseur des plateaux
Éric Lacasse, assistant superviseur des plateaux
Jean-François Fortier, appariteur manutentionnaire
Sylvain Thivierge, manœuvre et entretien ménager

Personnel ayant quitté en cours d'année

Isaak Pinet, secrétaire aux communications et à la réception
Chantale Tavera, secrétaire
Dominique Gagnon, conseiller commercial, salons et expositions
Marin Villeveille, assistant aux animations – appariteur manutentionnaire

Personnel de remplacement

Sabrina Lapointe, coordonnatrice aux communications (remplacement de congé de maternité)
Axel Arsenault, superviseur au développement touristique (remplacement de congé de maternité)
Stéphanie Auger, commis à l'administration (remplacement de congé de maternité)



États financiers

Destination Sherbrooke
États financiers
au 31 décembre 2019

Destination Sherbrooke
États financiers
au 31 décembre 2019

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 - 15

Rapport de l'auditeur indépendant

Aux administrateurs de
Destination Sherbrooke

Raymond Chabot
Grant Thornton S.E.N.C.R.L.
Bureau 500
455, rue King Ouest
Sherbrooke (Québec) J1H 6G4

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 2019 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 2019 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.

Observation – états financiers modifiés

Nous attirons l'attention sur la note 2 des états financiers, qui explique que les états financiers pour l'exercice terminé le 31 décembre 2019 ont été modifiés par rapport à ceux sur lesquels nous avons initialement fait rapport le 22 avril 2020. Notre opinion n'est pas modifiée à l'égard de ce point.

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 22 avril 2020, mais le 28 avril 2020 en ce qui concerne la note 2

¹ CPA auditeur, CA permis de comptabilité publique n° A108652

Destination Sherbrooke

Résultats

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2019

				2019	2018
	Fonction- nement	Centre de Foires	Place Nikitotek	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$
Produits					
Apports					
Contribution - Ville de Sherbrooke					
Fonctionnement	2 649 560	22 000	364 190	3 035 750	2 851 800
Fonds de développement récréotouristique	250 000			250 000	210 000
Autres subventions	11 101			11 101	10 489
Amortissement des apports reportés afférents aux immobilisations corporelles	24 819			24 819	24 819
Honoraires de gestion		1 207 800		1 207 800	1 191 867
Commandites	14 000		242 239	256 239	391 879
Autres produits	56 035		9 708	65 743	43 269
Honoraires de gestion - Programme triennal d'immobilisations					19 713
Publicité	161 128			161 128	109 442
Intérêts	39 221			39 221	27 588
	3 205 864	1 229 800	616 137	5 051 801	4 880 866

Destination Sherbrooke

Résultats

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2019

				2019	2018
	Fonction- nement	Centre de Foires	Place Nikitotek	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$
Charges					
Salaires et charges sociales	1 609 430	770 266	71 178	2 450 874	2 666 004
Publicité, promotion et outils d'information	348 850	13 015	393 172	755 037	928 475
Entretien, réparations et location d'équipement	13 585	43 240	83 701	140 526	148 609
Soutien aux congrès et événements	157 442	6 996		164 438	120 032
Contribution - Fonds de développement récréotouristique	253 659			253 659	212 685
Autres	7 434	776		8 210	4 549
Activités d'animation	235 939			235 939	215 813
Sous-traitants		11 749	18 634	30 383	27 285
Honoraires professionnels	1 417	1 304		2 721	19 291
Fournitures de restauration		52 289		52 289	35 841
Outillage, équipement et matériel	2 215	8 951	1 386	12 552	21 818
Frais de transport et location de véhicules	18 568	5 291	638	24 497	29 589
Technologies de l'information et communication	68 391	23 685	2 562	94 638	85 000
Fournitures de bureau et impression	61 937	4 033		65 970	80 783
Loyer			43 945	43 945	44 285
Frais de représentation et comité de travail	61 287	2 489		63 776	59 193
Frais bancaires	5 600	8 289		13 889	8 817
Location de stationnement		20 998		20 998	36 474
Frais de formation	11 558	5 046		16 604	12 340
Associations et abonnements	12 077	2 510		14 587	15 172
Assurances	8 465	3 542	921	12 928	10 251
Taxes et permis		7 500		7 500	6 570
Créances douteuses	1 222			1 222	1 810
Amortissement des immobilisations corporelles	68 081	5 012		73 093	75 861
	2 947 157	996 981	616 137	4 560 275	4 866 547
Excédent des produits par rapport aux charges	258 707	232 819	-	491 526	14 319

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Destination Sherbrooke

Évolution de l'actif net

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2019

	2019			2018	
	Grevé d'affectations d'origine interne	Investi en immobi- lisations	Non grevé d'affectation	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$
Solde au début	166 841	201 613	288 195	656 649	642 330
Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges	(166 841)	(48 274)	706 641	491 526	14 319
Affectations d'origine interne					
Acquisition d'immobilisations		34 554	(34 554)		
Autre affectation (note 9)	175 798		(175 798)		
Solde à la fin	175 798	187 893	784 484	1 148 175	656 649

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Destination Sherbrooke

Flux de trésorerie

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2019

	<u>2019</u>	<u>2018</u>
	\$	\$
ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT		
Excédent des produits par rapport aux charges	491 526	14 319
Éléments hors caisse		
Amortissement des immobilisations corporelles	73 093	75 861
Amortissement des apports reportés afférents aux immobilisations corporelles	<u>(24 819)</u>	<u>(24 819)</u>
	<u>539 800</u>	<u>65 361</u>
Variation nette d'éléments du fonds de roulement		
Comptes clients et autres créances	(19 261)	137 316
Frais payés d'avance	(20 796)	10 872
Comptes fournisseurs et autres dettes de fonctionnement	(25 029)	1 344
Produits reportés	<u>(17 530)</u>	<u>14 785</u>
	<u>(82 616)</u>	<u>164 317</u>
Flux de trésorerie liés aux activités de fonctionnement	457 184	229 678
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS		
Acquisition d'immobilisations corporelles et flux de trésorerie liés aux activités d'investissement en immobilisations	<u>(34 554)</u>	<u>(33 861)</u>
Augmentation nette de l'encaisse	422 630	195 817
Encaisse au début	<u>756 220</u>	<u>560 403</u>
Encaisse à la fin	<u><u>1 178 850</u></u>	<u><u>756 220</u></u>

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Destination Sherbrooke

Situation financière

au 31 décembre 2019

	<u>2019</u>	<u>2018</u>
	\$	\$
ACTIF		
Court terme		
Encaisse	1 178 850	756 220
Comptes clients et autres créances (note 4)	123 802	104 541
Frais payés d'avance	<u>28 406</u>	<u>7 610</u>
	1 331 058	868 371
Long terme		
Immobilisations corporelles (note 5)	<u>262 354</u>	300 893
	<u>1 593 412</u>	<u>1 169 264</u>
PASSIF		
Court terme		
Comptes fournisseurs et autres dettes de fonctionnement (note 6)	326 763	351 792
Produits reportés	<u>44 013</u>	<u>61 543</u>
	370 776	413 335
Long terme		
Apports reportés afférents aux immobilisations corporelles (note 7)	<u>74 461</u>	99 280
	<u>445 237</u>	<u>512 615</u>
ACTIF NET		
Grevé d'affectations d'origine interne (note 9)	175 798	166 841
Investi en immobilisations	187 893	201 613
Non grevé d'affectation	<u>784 484</u>	<u>288 195</u>
	1 148 175	656 649
	<u>1 593 412</u>	<u>1 169 264</u>

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Pour le conseil,

Administrateur

Administrateur

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2019

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 - ÉTATS FINANCIERS MODIFIÉS

Après la date du rapport de l'auditeur indépendant, la ventilation des charges entre les trois activités présentées à l'état des résultats de l'organisme a été modifiée par rapport à celle sur laquelle nous avons initialement fait rapport le 22 avril 2020 afin d'attribuer la dépense de créances douteuses aux activités de fonctionnement. Cette dépense n'avait pas été distribuée initialement. De plus, certains arrondissements ont été revus. Par conséquent, l'excédent des produits par rapport aux charges des activités de fonctionnement a été diminué de 1 218 \$.

3 - 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.

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2019

3 - PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (suite)

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.

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 lorsqu'il devient partie aux dispositions contractuelles de l'instrument financier, et seulement dans ce cas. 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.

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2019

3 - PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (suite)

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, matériel roulant, logiciels	Dégressif	30 %
Équipement d'événement, équipement et outillage, bateaux et pédalos, 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.

4 - COMPTES CLIENTS ET AUTRES CRÉANCES

	<u>2019</u>	<u>2018</u>
	\$	\$
Comptes clients	123 802	95 309
Taxes à la consommation à recevoir		9 232
	<u>123 802</u>	<u>104 541</u>

5 - IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	<u>2019</u>		<u>2018</u>
	Coût	Amortis- sement cumulé	Valeur comptable nette
	\$	\$	\$
Usine d'épuration	153 977	87 336	66 641
Équipement informatique	309 875	244 510	65 365
Matériel roulant	132 875	131 203	1 672
Logiciels	50 887	36 933	13 954
Équipement d'événement	78 083	61 969	16 114
Équipement et outillage	350 429	330 384	20 045
Bateaux et pédalos	82 881	79 324	3 557
Remise	10 622	10 104	518
Améliorations locatives	372 245	297 757	74 488
	<u>1 541 874</u>	<u>1 279 520</u>	<u>262 354</u>
			<u>300 893</u>

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2019

6 - COMPTES FOURNISSEURS ET AUTRES DETTES DE FONCTIONNEMENT

	<u>2019</u>	<u>2018</u>
	\$	\$
Comptes fournisseurs et charges à payer		
Ville de Sherbrooke	36 127	42 636
Autres	113 522	120 046
Salaires à payer	83 792	95 504
Retenues à la source à payer	87 414	93 126
Dépôts de garantie	480	480
Taxes à la consommation à payer	5 428	
	<u>326 763</u>	<u>351 792</u>

7 - APPORTS REPORTÉS AFFÉRENTS AUX IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Le solde des apports reportés afférents aux immobilisations corporelles se détaille comme suit :

	<u>2019</u>	<u>2018</u>
	\$	\$
Solde au début		
Apport de Tourisme Sherbrooke	99 280	124 099
Amortissement de l'exercice	24 819	24 819
Solde à la fin	<u>74 461</u>	<u>99 280</u>

8 - FACILITÉS DE CRÉDIT

L'organisme bénéficie d'une ouverture de crédit d'un montant autorisé de 275 000 \$, au taux préférentiel plus 2,5 % (6,45 %; 6,45 % au 31 décembre 2018) et renégociable le 30 juin 2020. L'emprunt est garanti par un cautionnement de la Ville de Sherbrooke. L'organisme n'a versé aucune contrepartie en échange de ce cautionnement.

9 - AFFECTATION GREVANT L'ACTIF NET

Le conseil d'administration, à ses sessions tenues les 22 janvier 2020 et 19 mars 2020, a affecté à même les ressources non affectées un montant de 175 798 \$ pour financer la réalisation des projets prévus initialement en 2019 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.

10 - 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 1 207 800 \$ (1 191 867 \$ en 2018). Il s'agit d'opérations évaluées à la valeur d'échange.

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2019

11 - 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, 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 est géré et analysé de façon continue et, de ce fait, l'exposition de l'organisme aux créances douteuses n'est pas importante.

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>2019</u>	<u>2018</u>
	\$	\$
Encaisse	1 178 850	756 220
Comptes clients	<u>123 802</u>	<u>95 309</u>
	<u>1 302 652</u>	<u>851 529</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.

Il n'y a aucun actif financier déprécié aux 31 décembre 2019 et 2018 et aucun actif financier non déprécié n'est en souffrance à la date des états financiers.

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.

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2019

11 - INSTRUMENTS FINANCIERS (suite)

Risque de liquidité

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 2019, les échéances contractuelles des comptes fournisseurs et autres dettes de fonctionnement (excluant les taxes à la consommation à payer) de l'organisme échoient à moins de six mois.

12 - ÉVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA DATE DE LA SITUATION FINANCIÈRE

Le 1er janvier 2020, la place Nikitotek a été fermée.

La Ville de Sherbrooke a adopté un nouveau modèle de gouvernance des organismes à qui elle confie des mandats ayant une incidence sur le développement économique. La mise en place dudit modèle de gouvernance est susceptible d'entraîner des modifications aux mandats actuellement réalisés par l'organisme. Cependant, il est impossible de déterminer toutes les incidences financières de cette réorganisation pour le moment.

De plus, après la fin d'exercice, l'éclosion d'une nouvelle souche de coronavirus (COVID-19) a entraîné une crise sanitaire mondiale majeure qui continue d'avoir des incidences sur l'économie globale et sur les marchés financiers à la date de mise au point définitive des états financiers.

Ces événements sont susceptibles d'entraîner des modifications importantes de l'actif ou du passif au cours du prochain exercice ou d'avoir des répercussions importantes sur les activités futures. L'organisme a pris et continuera de prendre des mesures à la suite de ces événements afin de minimiser les répercussions. Cependant, il est impossible de déterminer toutes les incidences financières de ces événements pour le moment.

destination
SHERBROOKE! .com