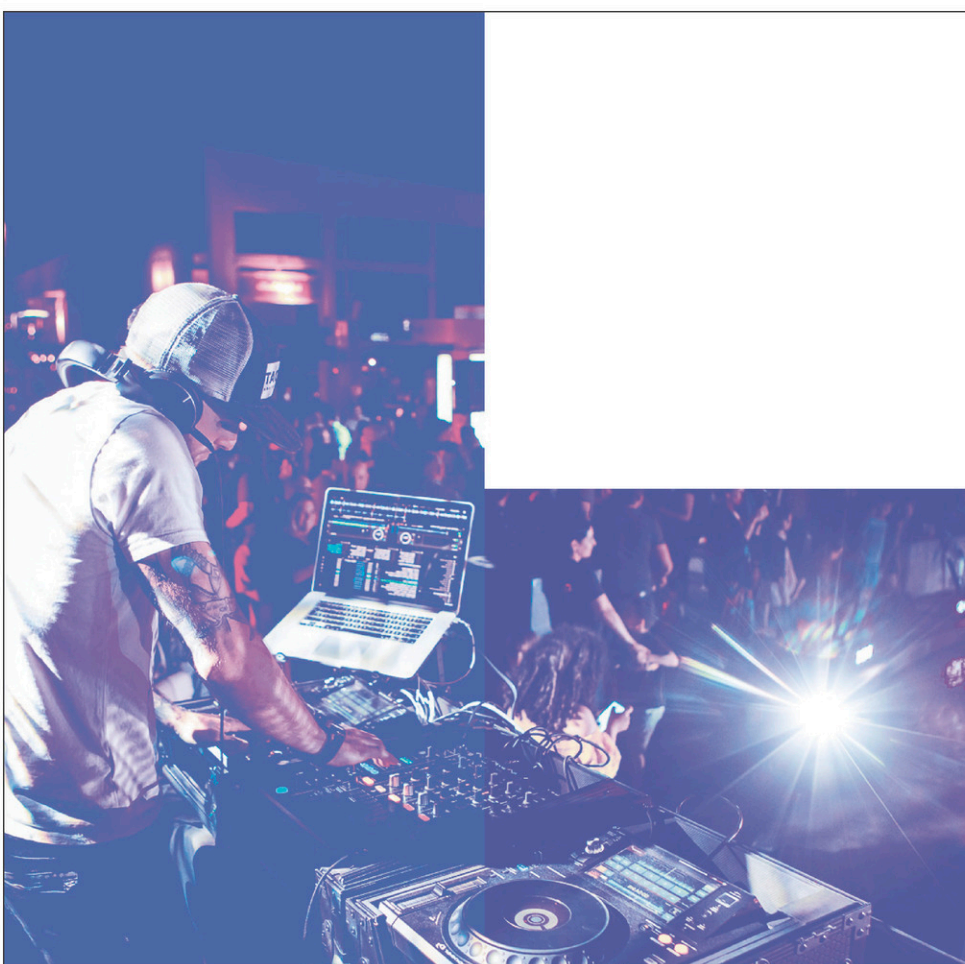


TOURISME D'AFFAIRES



# Le vent en poupe

Si le tourisme d'agrément se porte bien au Québec, le tourisme d'affaires s'en tire très bien aussi. Pendant que les événements d'envergure battent leur plein dans la métropole et dans la capitale, le tourisme d'affaires a particulièrement pris de la vigueur en région au cours des dernières années. La situation géographique et les attraits des différents lieux y sont pour quelque chose, de même que l'amélioration de la qualité de l'offre pour la tenue d'événements de toutes sortes...



## DESTINATION AFFAIRES

# À chacun son mix

Chacun a son rythme, son style, sa *vibe*.  
Laissez nos Simplificateurs certifiés vous créer  
une expérience des plus personnalisées.

Osez [tourismelaval.com](http://tourismelaval.com) | 450 682-5522



# TOURISME D'AFFAIRES

MT LAB

## D'incubateur à accélérateur

Un espace pour des alliances entre les entreprises émergentes et les grands du tourisme

L'expression « innovation touristique » est loin d'être sur toutes les lèvres. Même les acteurs de cette industrie reconnaissent qu'on pourrait en faire davantage usage.

ANDRÉ LAVOIE  
Collaboration spéciale



L'innovation n'arrivait pas à entrer dans le monde du tourisme depuis un bon moment, souligne Martin Lessard, directeur général de MT Lab. Comme dans beaucoup d'industries, celle du tourisme cherchait des solutions en son sein même », reconnaît Robert Mercure, président-directeur général du Palais des congrès de Montréal. Il fallait casser le moule.

Une des solutions a germé à Paris en 2015 lors du Welcome City Lab, un incubateur de *start-ups* en tourisme, une initiative qui a ébloui Tourisme Montréal ainsi que l'École des sciences de la gestion de l'UQAM. Un tel concept était-il exportable au Québec ? Ce fut la tâche de Martin Lessard, ancien consultant en stratégies pour le Web et chroniqueur techno, de démontrer la faisabilité du projet. Il fut d'ailleurs si convaincant que les premiers partenaires à avoir investi dans ce qui était alors une idée un peu floue l'ont persuadé d'en être à sa tête.

S'il fut d'abord surpris par une telle proposition, sa nomination tombait sous le sens, permettant de créer des ponts, sans a priori, entre un monde « tricoté serré » et des jeunes pousses qui n'avaient parfois aucune idée

À l'heure où les centres des congrès ne peuvent plus se réduire à n'être que de simples fournisseurs d'espaces, les protégés de MT Lab tentent d'apporter leur singulière contribution

de ce qu'elles pouvaient apporter à l'univers du tourisme. Plutôt que « chacune reste dans son coin à faire des appels » de son côté, MT Lab propose à dix d'entre elles d'avoir accès pendant un an aux gros acteurs du monde du tourisme, dont Aéroport de Montréal, Air Canada, Air Transat, Loto-Québec ou la SEPAQ, pour proposer des solutions innovantes à leurs activités et à leurs clients.

Pour Martin Lessard, une meilleure connaissance du milieu constitue un gage de succès pour les entreprises émergentes. Depuis 2017, « on leur donne le temps de réfléchir, de se recentrer, de modifier leur produit pour être en phase avec les besoins de l'industrie, et ensuite expérimenter. » Celui qui rêve à l'arrivée « de 100 à 150 compagnies innovantes en tourisme » dans quelques années voit MT Lab comme un accélérateur d'entreprises bien plus que comme un incubateur.

### Ouvrir les portes du palais

La vision de Robert Mercure à son arrivée à la tête du Palais des congrès en 2018 était claire : faire de ce lieu « une vitrine de la créativité montréalaise ». Et les *start-ups* associées à MT Lab « présentent des solutions uniques qui n'existent pas sur le marché », ainsi que des outils pour se démarquer dans un environnement hautement compétitif « où nous subissons tous une forte pression pour nous réinventer ».

À l'heure où les centres des congrès ne peuvent plus se réduire à n'être que de simples fournisseurs d'espaces, les protégés de MT Lab



tentent d'apporter leur singulière contribution. Robert Mercure a d'ailleurs craqué pour plusieurs d'entre elles, comme Stay 22, spécialisée en réservation et en géolocalisation d'hébergement, « ce qui nous permet de combiner beaucoup de données sur une seule plateforme », ou Stimulation Déjà Vu, qui développe des créations... olfactives. « C'est tout simplement fascinant, affirme l'ancien directeur du Fairmont Le Château Frontenac de Québec. On ne réalise pas l'effet que cela a sur les congressistes, à quel point certaines odeurs peuvent les calmer ou au contraire les réveiller ! »

En plus du Palais, sept autres par-

tenaires de MT Lab ont flairé la bonne affaire en s'associant à Stimulation Déjà Vu, entreprise qui s'est fait remarquer au Welcome City Lab de Paris, décrochant un partenariat avec les Galeries Lafayette, à la grande joie de Martin Lessard.

Autre coup de cœur : Les Cabinets. Cette entreprise propose de réinventer les toilettes publiques pour rendre inoubliable ce passage obligé ! « Une expérience VIP dans les toilettes, il fallait y penser ! » lance Robert Mercure en rigolant. Cette idée plutôt inusitée illustre aussi la diversité des candidats de MT Lab. « On accole souvent le mot « technologie » aux *start-ups*, mais l'innovation, c'est

## Séduire le client de l'avenir

La réputation internationale de Montréal, un secret bien gardé pour les Montréalais

Les chiffres ne mentent pas et donnent la juste mesure de ce que l'on pourrait surnommer « l'effet Montréal » dans le marché compétitif des congrès internationaux.

ANDRÉ LAVOIE  
Collaboration spéciale

En 2018, l'Union des associations internationales recensait 108 congrès d'envergure dans la métropole, en première position devant d'autres villes du continent américain comme New York (57), Washington (39) ou Buenos Aires (38). Le même constat spectaculaire a été établi par l'International Congress and Convention Association dans son palmarès annuel : pour une troisième année consécutive, Montréal figure au premier rang des destinations les plus prisées dans le monde parmi les villes de l'Amérique du

Nord. Et pour la période s'étendant du 1<sup>er</sup> avril 2018 au 31 mars 2019, ce sont 909 000 personnes qui ont franchi les portes du Palais des congrès de Montréal, dont plusieurs de l'extérieur de la ville, qui ont réservé plus de 140 000 nuitées dans les hôtels des environs.

Ces statistiques, loin du discours pessimiste sur la ville nourri parfois par les Montréalais, réjouissent les acteurs du milieu touristique de la métropole. « Nous sommes bons pour nous lancer des pierres », constate Yves Lalumière, président-directeur général de Tourisme Montréal. Celui

Pour une troisième année consécutive, Montréal figure au premier rang des destinations les plus prisées dans le monde parmi les villes de l'Amérique du Nord

qui se prépare fébrilement à célébrer le centenaire de l'organisation qu'il dirige depuis 2013 regrette que « les Montréalais ne voient pas à quel point leur ville possède une grande réputation internationale ».

### Un lieu d'exception

Pour expliquer la force d'attraction de Montréal comme lieu d'exception pour tenir des congrès internationaux, la question du taux de change était parfois la réponse facile à donner. « Mais la grande majorité des touristes l'ignorent, souligne Yves Lalumière. Ils le remarquent souvent



### DESTINATION AFFAIRES

## Le prestige du Sheraton : ne jamais lésiner sur la qualité.

Tout le monde aime se sentir choyé. Aussi, quel que soit votre budget, notre prestation sera toujours à la hauteur de vos attentes. Nos Simplificateurs certifiés s'emploient à harmoniser affaires et temps libre à la perfection.

sheraton-laval.com | 450 687-2440



SHERATON  
Laval Hotel

## TOURISME D'AFFAIRES

## Du rêve à offrir

Les régions enregistrent une progression « vigoureuse »

Après avoir connu un léger creux ces dernières années, le tourisme d'affaires au Québec reprend de la vigueur, notamment en région. Un constat qui s'explique par un regain d'intérêt de la part des associations, entreprises et autres professionnels pour ce type d'événements, mais aussi par l'amélioration de la qualité de l'offre.

HÉLÈNE ROULOT-GANZMANN  
Collaboration spéciale

« Le tourisme d'affaires et d'autant plus important en région qu'il permet aux entreprises du secteur, notamment l'hôtellerie, d'atteindre une bonne rentabilité en dehors de la période classique du tourisme d'agrément, note Steeve Gagné, président de l'Association des professionnels de congrès du Québec (APCQ). Cela pousse les entreprises à faire les nécessaires et constantes mises à niveau de leurs infrastructures et à bonifier la formation de leur personnel. »

Or, il ajoute qu'en région tout comme dans les grands centres, l'obligation de la qualité est « le nerf de la guerre ».

## Des « bibittes » sociales

Le tourisme d'affaires et de congrès se définit comme le secteur d'activité économique caractérisé par les déplacements professionnels et les voyages d'affaires effectués dans le cadre d'événements d'entreprises, d'événements pour activités de formation et d'information et d'événements pour activités commerciales ou d'entreprises, se jumelant aux activités et aux services offerts par les intervenants du domaine du voyage d'agrément. Les colloques, compétitions sportives, expositions et autres salons entrent également dans cette catégorie, tout comme les festivals dans le sens où ils abritent souvent un volet professionnel.

Ces voyages génèrent automatiquement des dépenses directes effectuées non seulement dans les lieux d'hébergement, mais également dans les restaurants, les attraites, les boutiques, chez les producteurs locaux et auprès des entreprises de transport et autres en région comme dans les grands centres urbains que sont Montréal, Québec ou encore Gatineau.

« Nous constatons que le marché en région est vigoureux et en progression en 2018 tandis qu'au niveau des trois portes d'entrée que sont Montréal, Québec et Gatineau, les résultats ressemblent à ceux de l'an passé », commente M. Gagné.

Plusieurs explications à cela, selon lui. D'une part, le contexte d'affaires, qui fait en sorte qu'après avoir délaissé ce type de grands rassemblements, les organisations considèrent de nouveau toute l'importance de cette expérience humaine.

« Certains ont cru que les technologies allaient tout changer, estime Steeve Gagné. Que ce n'était plus la peine de se réunir, qu'il suffisait d'échanger à distance. Mais c'était oublier que nous sommes des « bibittes » sociales et qu'à un moment donné, on a besoin de discuter face à face. »

Par ailleurs, les professionnels de

l'industrie se sont adaptés. Ils ont modernisé leurs infrastructures, ils se sont agrandis pour pouvoir recevoir de plus grands événements. Surtout, les régions ont su développer leur propre personnalité.

« C'est certain que les organisateurs d'événements vont regarder les infrastructures, explique le président de l'APCQ, Est-ce qu'il y a un aéroport ? Assez de chambres d'hôtel ? Assez de salles et de capacité assez importante pour pouvoir organiser une plénière ? Mais avant d'en arriver là, ils ont une image mentale de la destination et c'est elle qui fera pencher la balance. Chaque région doit donc proposer un rêve en développant et en communiquant sur sa personnalité. »

« Au bout du compte, il y a peu de chances que les participants fassent beaucoup de visites. Le coucher de soleil sur le fleuve, il est probable qu'ils le manqueront parce qu'ils sont bien trop occupés dans ce type d'événements. Mais si l'accueil et les infrastructures sont à la hauteur des attentes, c'est tout de même cette image mentale qui fera pencher la balance. C'est elle qui poussera un organisateur à revenir. »

## Destination conviviale et énergique

Le coucher de soleil sur le fleuve à Rimouski, les montagnes dans Charlevoix, la route des vins en Montérégie, les décors enchanteurs, les plaisirs de la table et les activités en toutes saisons. La destination québécoise se veut toujours conviviale, accueillante et énergique, avec des particularismes ici et là. Montréal joue sur son image de ville branchée, Québec sur son patrimoine. Toutes deux attirent une clientèle d'affaires venue du reste du Canada et des États-Unis, voire, pour la métropole surtout, de l'international, quand les régions s'approprient surtout des événements à l'échelle du Québec.

« Au bout du compte, il y a peu de chances que les participants fassent beaucoup de visites, admet Steeve Gagné. Le coucher de soleil sur le fleuve, il est probable qu'ils le manqueront parce qu'ils sont bien trop occupés dans ce type d'événements. Mais si l'accueil et les infrastructures sont à la hauteur des attentes, c'est tout de même cette image mentale qui fera pencher la balance. C'est elle qui poussera un organisateur à revenir. »



Le Palais des congrès de Montréal s'est associé avec l'incubateur d'innovations en tourisme MT Lab pour devenir « une vitrine de la créativité montréalaise ». MATHIEU DUPUIS/TOURISME MONTRÉAL

aussi offrir aux partenaires quelque chose qu'ils n'ont pas le temps ou les moyens de faire », précise Martin Lessard. Il donne comme exemple La navette nature, un service d'autocars permettant aux touristes, et aux Montréalais sans voiture, de se rendre du centre-ville jusqu'aux plus beaux parcs des Laurentides ou de l'Estrie.

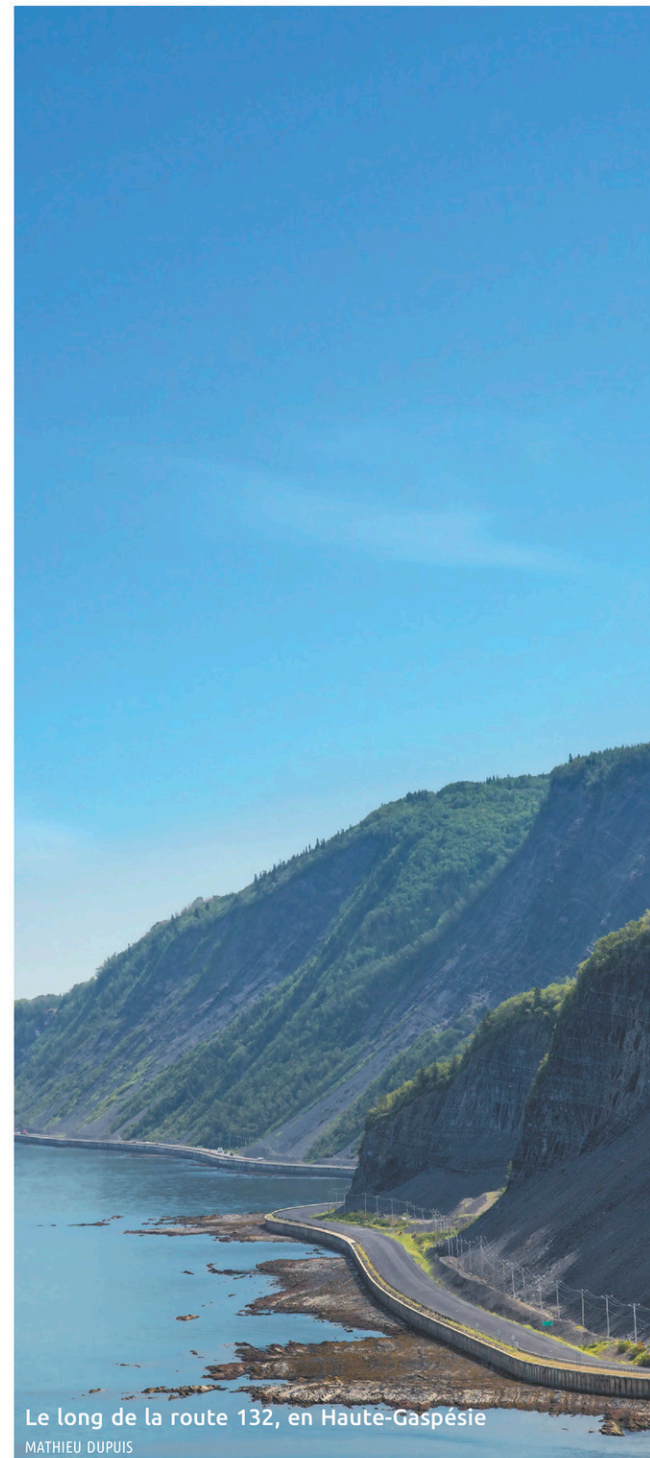
« Apporter de l'innovation en tourisme, ce n'est peut-être pas glamour ni une occasion de faire des milliards, mais 90 % des participants de MT Lab ont fait tout le processus, et certains ont réussi à monter un financement de plus d'un million de dollars », conclut Martin Lessard.

seulement lorsqu'ils reçoivent leur compte de carte de crédit ! » Si Montréal se distingue dans un monde « où les villes sont de plus en plus attirantes et les destinations touristiques, de plus en plus nombreuses », c'est d'abord grâce à son accessibilité. « Depuis cinq ans, on compte 35 nouvelles destinations à partir de l'aéroport de Montréal », dit le p.-d.g. de Tourisme Montréal. Des vols directs vers l'Amérique, mais aussi vers l'Europe et l'Asie, favorisent l'augmentation du nombre de touristes, et aussi de délégués à des congrès et à des événements de toutes sortes.

Robert Mercure, président-directeur général du Palais des congrès de Montréal, reconnaît aussi que ses concitoyens « sont très durs à l'égard d'eux-mêmes ». « Notre ville est belle, sécuritaire, tolérante, inclusive, et certainement une des plus internationales de l'Amérique du Nord », souligne l'ancien directeur du Fairmont Le Château Frontenac à Québec.

À la tête de ce vaste lieu de verre et de béton, Robert Mercure entend

VOIR PAGE C 5 : MONTRÉAL



Le long de la route 132, en Haute-Gaspésie MATHIEU DUPUIS

## En bref

Le tourisme d'affaires dans l'ensemble du Québec, c'est :

- Plus de 600 millions de dollars de dépenses.
- 3443 congrès et événements, soit 66 par semaine.
- Plus de 1 million de nuitées, soit près de 20 000 par semaine.

En région, le tourisme d'affaires, c'est :

- 100 millions de dépenses.
- 2084 congrès et événements.
- 350 000 nuitées.

Une activité se tenant en région :

- dure 3 jours en moyenne.
- génère 172 nuitées.
- engendre des dépenses de 48 470 \$.

Source : APCQ (chiffres de 2018)



## DESTINATION AFFAIRES

## Du coworking haut de gamme à l'hôtel? C'est possible.

Accès 2225 est un espace de travail moderne et modulable. Les services incluent des collations préparées par notre chef, l'accès à notre piscine et notre centre de conditionnement physique.

Ouvert 24/7, l'espace Accès 2225 du Hilton est un lieu privilégié et unique de coworking multifonction pour vos besoins professionnels.

hilton-laval.com | 1 800 363-7948

  
**Hilton**  
MONTREAL/LAVAL

## TOURISME D'AFFAIRES



FABRIZIO MAGONI UNSPLASH

MANQUE DE MAIN-D'ŒUVRE

## Un grand enjeu pour l'industrie touristique

Près de 35 millions de touristes annuels ; 15,7 milliards de dollars en recettes générés en 2018, une hausse de 4,9 % par rapport à 2017 ; 32 000 entreprises et plus de 406 000 emplois : l'industrie touristique est un pan majeur de l'économie québécoise. Mais la croissance et la vitalité économique du secteur ont des répercussions évidentes sur la demande d'emplois. Le manque de main-d'œuvre dans l'industrie est criant.

ANNE-SOPHIE POIRÉ  
Collaboration spéciale

**L**a demande en main-d'œuvre dans l'industrie touristique a augmenté de 11 % depuis 2007. Entre 20 000 et 25 000 postes sont toujours à pourvoir dans l'industrie touristique, selon l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.

Pour remédier aux besoins de l'industrie touristique, les ministres du Tourisme et du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale ont conjointement annoncé en avril des initiatives totalisant des investissements de 2,5 millions de dollars, appuyés par l'Alliance, les associations touristiques et le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT).

### Valoriser les métiers du tourisme

La première phase d'une vaste campagne de valorisation des métiers du tourisme a été lancée au printemps avant la haute saison, puis une stratégie d'accompagnement des PME sera mise en branle afin d'améliorer leur compétitivité sur le marché. « Il faut attirer la main-d'œuvre, mais également la retenir », laisse tomber Martin Soucy, président-directeur général de l'Alliance. Au-delà de la question salariale, l'idée est de mettre en valeur les conditions de travail globales : le contact avec le client, le travail d'équipe ou le dynamisme des emplois touristiques.

Puis, un programme de courte durée pour former des aides-cuisiniers dans neuf régions du Québec a été instauré. Il vise à attirer de la main-d'œuvre éloignée du marché du travail : les immigrants, les travailleurs expérimentés, les personnes handicapées et les millénariaux. Le coût du programme se chiffre à 1 140 453 \$.

### Des solutions rapides

La pénurie s'est installée tranquillement, et elle se résorbera tout aussi lentement, fait valoir M. Soucy. Malgré l'appui des gouvernements, les entrepreneurs du secteur sont toujours à la recherche de solutions.

Bien que le produit touristique québécois se distingue sur les marchés internationaux, selon M. Soucy, la rareté de la main-d'œuvre pourrait ralentir la croissance du secteur. Ses discussions avec les entrepreneurs du milieu révèlent une certaine démotivation pour les projets d'investissement. « La réputation du Québec n'est plus à faire, mais il faut garder les entrepreneurs mobilisés. Ils ont besoin de main-d'œuvre pour offrir une expérience impeccable. »

« La réputation du Québec n'est plus à faire, mais il faut garder les entrepreneurs mobilisés. Ils ont besoin de main-d'œuvre pour offrir une expérience impeccable. »

À court terme, les entrepreneurs demandent la diminution de la lourdeur des processus administratifs pour obtenir des travailleurs temporaires étrangers, un peu à la manière du domaine agricole, illustre M. Soucy.

La saison touristique s'étend désormais jusqu'au début octobre. Alors que beaucoup d'emplois sont occupés par les 15 à 24 ans, certaines régions où le tourisme est un acteur économique majeur ont aussi pu adapter le calendrier scolaire pour retenir la main-d'œuvre. Plus des deux tiers des entreprises touristiques se situent à l'extérieur des régions de Québec et de Montréal, rappelle l'Alliance.

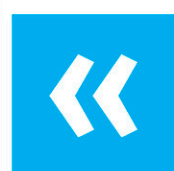
Dans le cadre de la Journée internationale du tourisme le 27 septembre, l'Alliance a formulé une série de recommandations au gouvernement fédéral, en plus de moyens pour contrer la pénurie de main-d'œuvre. Elle invite à accroître l'accessibilité au Québec par liaisons aériennes et autres modes de transports, à augmenter l'attractivité des produits pour inciter les populations internationales et québécoises à les découvrir, puis à miser sur l'écosystème numérique pour en faire la promotion.

LAVAL

## Faire du milieu hôtelier un lieu d'échanges

Les administrateurs du Groupe hôtelier Grand Château (GHGC) souhaitent revenir aux valeurs premières de l'hôtellerie. Le Sheraton Laval sera ainsi agrandi et transformé au coût de 13 millions de dollars d'ici 2021, pour attirer davantage la communauté locale et mieux répondre aux besoins du tourisme d'affaires.

PASCALINE DAVID  
Collaboration spéciale



Lorsque la chaîne Sheraton a vu le jour, dans les années 1930, les hôtels étaient des lieux de rassemblement pour les voyageurs et les locaux, lance Yannick Pazzi, directeur général du GHGC, qui détient aussi le Hilton Montréal / Laval. Avec le temps, on est devenu davantage des hébergeurs. » Les travaux d'agrandissement auront ainsi pour mission première de redonner à la communauté une raison de passer à l'hôtel en journée pour un dîner rapide, prendre ses courriels dans l'espace de *coworking* ou se donner rendez-vous autour d'un café, que l'on y ait une chambre ou non.

Pour arriver à cela, la clé est la mixité d'usage. Construit il y a 40 ans, le Sheraton Laval est constitué d'espaces plutôt enclavés et compartimentés, ce qui ne favorise pas les échanges. « L'administration se trouve d'ailleurs en plein cœur de là où les gens pouvaient profiter le plus de l'espace, souligne M. Pazzi. On va donc déménager nos bureaux au sous-sol. »

Un marché de produits locaux et de réalisations culinaires du chef Éric Robidoux sera aussi mis sur pied, à mi-chemin entre le restaurant et la réception, au cœur de l'hôtel,

pour favoriser les échanges et offrir une autre option aux clients. Produits transformés ou non, station de café et articles de pharmacie seront aussi proposés.

### Agrandissement du centre des congrès

Multiplier les possibilités en tourisme d'affaires représente l'un des fils conducteurs de cette transformation, alors que les deux hôtels du GHGC accueillent plus de 80 % des événements majeurs à Laval.

Le centre des congrès de l'hôtel sera ainsi agrandi de plus de 900 mètres carrés, permettant près de 70 possibilités de configuration des espaces. « Les gens cherchent un endroit atypique pour organiser leurs événements, précise M. Pazzi, qui observe une augmentation de la demande en événementiel. Il faut adapter son modèle d'affaires pour donner plus de choix aux gens qui ne veulent plus entrer dans un cadre fixe. »

Jusqu'à 1800 personnes pourront être accueillies en même temps au centre, qui se verra doté d'une fenestration généreuse et d'une modernisation des outils multimédias, du wifi, de l'éclairage et du son. Des cloisons insonorisées et robotisées seront également installées pour répondre aux demandes variées des congressistes, toujours plus nombreux.

D'ici 2021, le Sheraton Laval se refera une beauté au coût de 13 millions de dollars.

SHERATON LAVAL



### DESTINATION AFFAIRES

## Quality Suites Laval: la suite vous plaira

Faites le plein d'énergie dans nos spacieuses suites affaires. Chaque séjour inclut le petit-déjeuner continental, le stationnement et l'internet sans fil.

lavalqualitysuites.com | 450 686-6777



# TOURISME D'AFFAIRES



GETTY IMAGES

Les travaux d'agrandissement du Sheraton Laval auront pour mission première de redonner à la communauté une raison de passer à l'hôtel en journée pour un dîner rapide, prendre ses courriels dans l'espace de *coworking* ou se donner rendez-vous autour d'un café, que l'on y ait une chambre ou non

Le centre des congrès de l'hôtel sera agrandi et se verra doté d'une fenestration généreuse.

SHERATON LAVAL



TOURISME LAVAL

## Le tourisme d'affaires à Laval

« Laval a fait ses débuts touristiques il y a 30 ans seulement, grâce au tourisme d'affaires », indique la présidente-directrice générale de Tourisme Laval, Geneviève Roy. Le secteur événementiel connaît une forte croissance à Laval, alors que le nombre de congrès accueillis est passé de 173 à 206 dans les cinq dernières années. En 2018, 8,3 millions de dollars de dépenses directes des congressistes ont été enregistrés par Tourisme Laval, soit une croissance de 25,8 % depuis 2013. La troisième ville en importance après Montréal et Québec possède plus d'une trentaine de lieux de réunion et de congrès, et plus de 150 salles multifonctionnelles qui totalisent plus de 37 000 mètres carrés d'espace.

Les innombrables activités originales qui y existent, du simulateur de chute libre au centre d'escalade, en passant par les trampolines et autres jeux d'évasion, sont très en vogue dans les milieux d'affaires. La vitalité du nouveau centre-ville de Laval, avec son fameux amphithéâtre de la Place Bell, se fait aussi de plus en plus sentir, selon M<sup>me</sup> Roy.

« Ce qui attire les gens d'affaires à Laval, c'est la destination dans son ensemble, en fonction du budget puis des activités, explique-t-elle, s'appuyant sur une étude de la firme Clientis. Ils cherchent souvent des lieux inusités, comme le Cosmodôme ; c'est très attrayant de faire un congrès dans un musée. »

Au cours des dix dernières années, Laval a aussi vu se développer grandement le tourisme familial, sportif et culturel sur son territoire, devenant ainsi la ville qui possède le meilleur taux d'occupation hôtelière au Québec, soit 82,2 %. Située à 18 km de l'aéroport international, avec de nombreux stationnements sans frais et toutes sortes de commodités dans un rayon de 20 km, elle dispose de nombreux atouts.

## Répondre aux attentes de l'avenir

### MONTRÉAL

SUITE DE LA PAGE C 2

bien continuer à faire grandir le Palais, dont la situation géographique, en plein cœur de Montréal, représente un autre atout précieux. Déjà à la tâche pour concrétiser les projets d'agrandissement de l'édifice — la

dernière transformation spectaculaire, et colorée, remonte à 2002 —, le p.-d.g., qui en ce moment a « le luxe de refuser des congrès », ne peut se reposer sur ses lauriers. « Nous n'avons pas l'argent de Dubaï ou de Shanghai pour nos centres de congrès, mais nous avons un vaste réseau de talents capables de répondre aux attentes des clients de l'avenir. »



MATHIEU DUPUIS/TOURISME MONTRÉAL

## LA GASTRONOMIE AU CŒUR DES ÉVÉNEMENTS

**CAPITAL TRAITEUR**  
Fournisseur exclusif du Palais des congrès de Montréal



### VOTRE ÉVÉNEMENT, LEUR SOURCE D'INSPIRATION

Le chef exécutif Simon Devost-Dulude est fier de pouvoir compter sur le savoir-faire de sa brigade pâtissière, toujours prête à élaborer des desserts raffinés qui sauront apporter une touche finale originale à vos événements d'envergure.

Simon Devost-Dulude  
Chef exécutifMevin Kalasopaten  
Chef pâtissier

### POUR UN ÉVÉNEMENT RÉUSSI

514 871-5850  
reunion@congresmtl.com

**Capital**  
TRAITEUR CATERING

**Palais des congrès de Montréal**  
congresmtl.com

## TOURISME D'AFFAIRES

# Achalandage record dans la capitale nationale

Depuis trois ans, la région de la capitale nationale connaît un achalandage touristique record, selon l'Office du tourisme de Québec (OTQ). Tout comme ses lieux historiques, ses hôtels, sa gastronomie et son offre culturelle, qui attirent les visiteurs du monde entier, ses grands espaces font salle comble pour l'organisation de congrès et de réunions d'entreprises. Pour Québec, le tourisme d'affaires est l'occasion d'attirer de nouvelles clientèles, très lucratives.

ANNE-SOPHIE POIRÉ  
Collaboration spéciale

**E**n 2015, la Ville de Québec mettait en place un plan stratégique sur trois ans en tourisme d'affaires. L'organisme Québec Destination affaires (QDa), lancé au même moment, aura permis d'obtenir des résultats « plus qu'intéressants » pour une nouvelle entité de ce genre, selon l'OTQ.

Au mois d'août, le total des chambres occupées en tourisme d'affaires avait augmenté de 14,3 % par rapport à 2018, tandis que les congrès et les réunions ont connu une hausse de 30,7 %, selon le plus récent bulletin de performance de l'industrie touristique de la région de Québec.

Malgré un cumulatif annuel légèrement en baisse pour 2019 — 2,6 % et 4,6 % respectivement —, le tourisme d'affaires se porte bien à Québec, fait valoir la directrice des communications et de la mise en marché de l'organisme Québec Destination affaires, Ann Cantin. En moins de cinq ans, dit-elle, la portée du tourisme d'affaires dans la capitale est passée de 20 % à près de 30 %.

## « Comme les Olympiques »

Québec Destination affaires est le volet « affaires » de l'Office du tourisme de Québec. L'organisation regroupe une quarantaine de membres

de la ville : des hôteliers, des organisateurs d'événements, des services d'audiovisuel ou des lieux culturels comme le Manège militaire, le Musée national des beaux-arts ou le Musée de la civilisation, explique M<sup>me</sup> Cantin.

QDa orchestre ce type de tourisme provenant exclusivement hors du Québec, « qui génère des activités économiques et de l'argent frais provenant du Canada, des États-Unis et d'ailleurs dans le monde », précise M<sup>me</sup> Cantin. En 2018, en excluant le marché québécois donc, 328 événements ont eu lieu dans la capitale, lors desquels ont défilé plus de 235 000 congressistes et participants, selon la directrice, pour des retombées économiques de 170 à 180 millions.

En amont, QDa fait découvrir les atouts de la Vieille Capitale. Les délégués commerciaux arpentent les salons et les événements en parlant des couleurs des arbres à l'automne, du Carnaval de Québec en hiver, du sucre d'érable au printemps ou du Festival d'été. « On met en avant l'offre touristique », résume M<sup>me</sup> Cantin.

En dépit de ces conclusions positives, « vendre la ville de Québec comme destination d'affaires demeure un défi, parce que des belles villes à travers le monde, il y en a beaucoup », admet M<sup>me</sup> Cantin.

De plus, les congrès internationaux fonctionnent comme les Olympiques :

« On dépose une candidature de trois à cinq ans à l'avance, explique M<sup>me</sup> Cantin. On est en compétition contre Paris ou Sydney. Il faut faire connaître les avantages de Québec pour la tenue d'un événement associatif. »

Depuis 2008, la Ville de Québec a réussi à se positionner avantageusement sur le marché grâce à sa situation géographique centrale et à sa taille modeste

Pour y arriver, la Ville peut compter sur un Cercle des ambassadeurs « très performant », selon la directrice. Le regroupement comprend une centaine de membres, qui sont majoritairement des professeurs universitaires affiliés à des associations internationales, surtout en sciences de la vie. « Près de 90 % des 18 congrès internationaux organisés au Centre des congrès de Québec (CCQ) au

VOIR PAGE C 10: CAPITALE



Le quartier du Petit-Champlain, au cœur du Vieux-Québec  
JEFF FRENETTE

# d'une voie à l'autre

condo

BIXI

gare  
centrale

VIA Rail

## TOURISME D'AFFAIRES

## Cinq formules qui ont du succès

Congrès, conférences, lacs-à-l'épaule, activités de consolidation d'équipe, week-ends où toute la famille est conviée... Les formules que peuvent prendre les événements d'affaires sont très diversifiées selon leurs objectifs, qu'elles se déroulent dans un cadre urbain ou en pleine nature. Coup d'œil sur cinq formules parmi les plus courantes.

JESSICA DOSTIE  
Collaboration spéciale

### 1 Consolidation d'équipe et voyages de motivation

Mieux connues sous le terme anglais de « *team building* », les activités de consolidation d'équipe peuvent prendre plusieurs formes, la finalité étant toujours de resserrer les liens entre les employés présents et de les motiver à redoubler d'ardeur afin qu'ils soient plus efficaces une fois de retour au bureau. « Elles permettent aussi de faire grandir l'ouverture à la diversité, de faire comprendre à chacun, peu importe le poste qu'il occupe, qu'il participe à une mission commune, de développer une cohésion de groupe et ainsi d'améliorer la qualité du climat de travail », explique l'auteur et conférencier Alain Samson. Quelques exemples de séjours qui sortent des sentiers battus tout en permettant de renforcer l'esprit d'équipe ? Un séjour à Matane, où on peut visiter un vignoble, faire une randonnée dans les Chic-Chocs et taquiner le saumon, ou encore une immersion dans l'univers des Premières Nations à l'Hôtel-musée de Wendake. Dans les Laurentides, l'Estérel Resort se distingue grâce à des activités comme la construction de châteaux de sable ou la dégustation de vins issus de sa vaste cave.

### 2 Congrès, colloques, ateliers et conférences

Activités par excellence pour quiconque a pour objectif d'acquérir de nouvelles connaissances ou encore de débattre d'idées sur un thème bien précis, les congrès, colloques et autres conférences favorisent les échanges entre les participants. Selon l'Association des professionnels de congrès du Québec (APCQ), ce genre d'assemblées réunit « un grand nombre de personnes [et sont] tenues habituellement à l'échelle provinciale, nationale ou internationale ».

C'est donc dire que c'est également l'endroit parfait où réseauter et développer ses contacts d'affaires. Quant aux ateliers, ils sont généralement organisés en plus petits groupes et permettent de « discuter d'un sujet ou d'un thème précis ainsi que de formuler des principes et de trouver des méthodes ou de bonnes pratiques sur le thème ou le sujet en question », indique l'APCQ, qui a dénombré quelque 3000 événements dans toutes les régions du Québec l'année dernière. Parmi les endroits qui auront la cote en 2020, parions sur les nouvellement rénovés hôtels Delta, à Sherbrooke, et Le Germain Montréal.

### 3 Lac-à-l'épaule

L'histoire de l'expression consacrée « lac-à-l'épaule » est plutôt amusante. S'il s'agit aujourd'hui d'une « rencontre importante non publicisée et tenue à huis clos, hors du milieu de travail, normalement dans un lieu retiré », selon la définition de l'APCQ, ses origines remontent à l'ère Lesage. En 1962, apprend-on sur le site de l'Assemblée nationale du Québec, le cabinet libéral de Jean Lesage s'était rencontré dans un camp de pêche situé au bord du lac à l'Épaulé, dans la réserve faunique des Laurentides. C'est d'ailleurs à ce moment que l'ancien premier ministre aurait décidé de nationaliser l'électricité. Avis aux intéressés : les petits lacs perdus ne manquent pas au Québec pour qui cherche à recréer l'ambiance du tout premier lac-à-l'épaule.

### 4 Voyages récompenses

Axés sur le divertissement, les voyages récompenses visent d'abord à souligner les bons résultats ou l'atteinte d'objectifs. C'est le moment de relâcher la pression — tout en restant professionnel, bien sûr. Il arrive en outre que les conjoints et les enfants des employés soient également de la partie. « Cela

permet aux membres de la famille de découvrir la réalité de l'employé et d'améliorer leur compréhension de son quotidien », précise Alain Samson. Encore une fois, les propositions inusitées ont la cote. Par exemple, au Lac-Saint-Jean, il est possible d'organiser un souper-soirée au Village historique de Val-Jalbert ou encore au Zoo sauvage de Saint-Félicien, deux activités qui ont l'heur de plaire à toute la famille. Certaines jeunes pousses de la techno vont jusqu'à offrir des séjours exotiques dans le sud en lieu et place du traditionnel *party* de Noël, qui est considéré comme une autre manière de récompenser et de valoriser les troupes.

Les petits lacs perdus ne manquent pas au Québec pour qui cherche à recréer l'ambiance du tout premier lac-à-l'épaule

### 5 Foires et salons

La plupart des secteurs d'affaires organisent leurs salons, ces présentations périodiques (le plus souvent annuelles) où l'on présente nouveautés et innovations. Il s'agit d'une bonne occasion non seulement de consolider des relations avec des clients, mais aussi de jeter un œil à la concurrence. L'APCQ distingue trois types de salons : le salon à proprement parler (pensez Salon du livre), cette manifestation commerciale à laquelle le grand public a aussi accès ; le salon d'achat, un « événement regroupant [des] partenaires et [des] fournisseurs présents sur invitation », et le salon spécialisé, « réservé à des groupes ou à des spécialistes » d'un secteur donné. Dans la province, les grandes villes en sont le plus souvent les hôtes.

Certaines entreprises vont jusqu'à offrir des séjours exotiques dans le sud en lieu et place du traditionnel *party* de Noël



la voie qu'on aime<sup>MC</sup>

VIA Rail Canada

Union Station

GO Transit

dîner d'affaires

## TOURISME D'AFFAIRES

# Du nouveau en région

Le tourisme d'affaires en région a le vent dans les voiles : « Les gens sont tellement pris par la technologie qu'ils cherchent à se reconnecter avec la nature », explique Sarah Cloutier-Labelle, coordonnatrice au développement du tourisme d'affaires de la région des Laurentides. L'offre en région se modernise, rivalisant avec les services complets qu'on trouve dans les grandes villes, tout en offrant un dépaysement en plein air. Tournée des incontournables et des nouveautés en région.

CATHERINE COUTURIER  
Collaboration spéciale

### Laurentides

Avec ses quatre centres de congrès (Manoir Saint-Sauveur, Grand Lodge Mont-Tremblant, Estérel Resort, hôtel Carling), la région des Laurentides offre une combinaison intéressante d'accessibilité et de proximité avec la nature.

L'Estérel Resort, incontournable de la région, est reconnu pour ses 200 suites, son accès au lac Dupuis et la vue imprenable sur la nature qu'il offre sa grande salle. Son nouveau restaurant Chais58 met en vedette des produits locaux et des plats à partager. « Tout est sur place, les groupes aiment beaucoup pouvoir laisser leur voiture et ne plus y penser », affirme Sarah Cloutier-Labelle. L'Estérel a par ailleurs récemment ajouté une petite salle à proximité de sa grande salle, idéale pour y installer une équipe administrative.

**L'offre en région se modernise, rivalisant avec les services complets qu'on trouve dans les grandes villes, tout en offrant un dépaysement en plein air**

d'importantes cures de rajeunissement ; le Manoir Saint-Sauveur, lui, a épuré ses espaces communs et continue de rénover ses chambres. L'hôtel Carling, à Grenville-sur-la-Rouge, continue d'investir pour améliorer sa formule : sa salle de congrès, une des plus grandes de la région, a été réaménagée en 2019. S'y ajouteront des spas et équipements sportifs, de même que 100 chambres pour accueillir de grands groupes. Les Laurentides comptent également une nouvelle adresse, Stonehaven Le Manoir, un ancien manoir-monastère complètement rénové.

### Outaouais

Lovée entre la métropole et la capitale nationale, la région de l'Outaouais attire de nombreux visiteurs d'affaires. Le Hilton Lac-Leamy, avec ses trois restaurants, ses deux piscines, sa salle de spectacle, son casino et son bar, reste populaire pour l'accueil d'événements d'affaires. Mentionnons bien sûr le Fairmont Le Château Montebello, le plus gros chalet en bois rond au monde, qui a récemment rénové et modernisé la moitié de ses chambres. Le Double Tree by Hilton n'est pas en reste : en plus de pouvoir rencontrer leurs partenaires d'affaires sur son terrain de golf, les touristes d'affaires peuvent depuis janvier se détendre dans son spa extérieur.

### Estrie

À une heure de Montréal, l'Estrie attire les organisateurs de congrès à la recherche de nature accessible. Sherbrooke reste incontournable avec ses infrastructures permettant



Vue du sommet de l'Acropole des Draveurs, un sentier situé dans le parc national des Hautes-Gorges-de-la-Rivière-Malbaie, dans Charlevoix. La région est réputée pour ses paysages à couper le souffle.

PARC NATIONAL DES HAUTES-GORGES-DE-LA-RIVIÈRE-MALBAIE/SEPAQ

d'accueillir un grand nombre de participants : centre de congrès au Delta Sherbrooke par Marriott, centre de conférence à l'hôtel Grand Times et réouverture de l'hôtel Gouverneur (maintenant OTL Gouverneur) il y a un an. Et pourquoi pas un *party* de bureau au zoo ? Le zoo de Granby inaugurera ainsi en novembre son nouveau pavillon qui a fait l'objet d'un investissement de 3,5 millions de dollars, qui inclut deux grandes salles (300 et 500 convives) de même qu'une terrasse sur le toit et qui offrira une équipe banquet sur place. Au sommet du mont Bromont, le nouveau Chalet du Sommet sera aussi ouvert dès la fin novembre à la location pour des événements d'entreprises, avec vues sur les paysages des Cantons-de-l'Est. Finalement, le spa Balnéa s'associe à Mindspace pour offrir des programmes d'entreprises adaptés au développement des individus en milieu organisationnel.



Destination plein air, mer, montagnes et rivières, la Gaspésie se distingue par des lieux de réunion permettant de décrocher et de se ressourcer.

CHOK IMAGES

### DESTINATION AFFAIRES TREMBLANT

# Rencontres originales au sommet

Les Laurentides, la montagne, la forêt, les lacs sont les muses du personnel de Tremblant, qui prend plaisir à élaborer des concepts de rencontres aussi ressourçantes qu'uniques.

MÉLANIE GAGNÉ  
Collaboration spéciale

**D**éguster un cocktail entre amis dans une télécabine privée en admirant le soleil qui se couche derrière un rideau de forêt laurentienne, vivre l'expérience d'une réunion au grand air, à flanc de montagne : voilà deux exemples de scénarios que peut proposer le centre de villégiature Tremblant à sa clientèle d'affaires. « Nos salles de réunion ne sont pas traditionnelles, affirme Annick Marseille, responsable des relations publiques pour Tremblant. On peut répondre aux besoins d'une rencontre traditionnelle, bien entendu, mais on peut aller beaucoup plus loin, innover. On peut facilement faire des événements dans un environnement naturel, à l'extérieur. On peut aller au chalet le Grand Manitou au sommet de la montagne, on peut aller sur le lac, on peut aller dans un refuge en bois rond, etc. On sort du cadre traditionnel, et c'est l'un de nos facteurs de succès. »

**« On sort du cadre traditionnel, et c'est l'un de nos facteurs de succès »**



Le centre de villégiature Tremblant est situé à flanc de montagne, au cœur de la région des Laurentides.

TREMBLANT

« Sa collègue, Marie-Chantal Thibault, cheffe des ventes groupes congrès destinations, ajoute que l'équipe de Tremblant invite sa clientèle à sortir des sentiers battus : « Les gens sont habitués à faire des réunions d'affaires dans les grandes villes, dans les salles traditionnelles. Nous, on leur montre autre chose, on leur montre la possibilité de sortir, on leur demande d'oser et d'essayer notre destination. La majorité du temps, les gens sont contents d'avoir osé, d'avoir pris la peine de sortir. C'est ça, notre couleur. On vit ici, on travaille ici, on joue ici ; c'est important pour nous de vendre cette idée aux gens d'inclure la nature dans leurs événements. »

### Un village piétonnier où il y a tout

Le centre de villégiature Tremblant se trouve au cœur de la troisième région parmi les plus visitées au Québec, les Laurentides, à 90 minutes

au nord de Montréal. Pourquoi choisir Tremblant au lieu de Toronto, Montréal ou Québec ? Pour l'accessibilité, explique Marie-Chantal Thibault : « Ce qui nous démarque des grandes villes, c'est que l'on est un petit noyau dans les Laurentides avec un village qui est accessible. Une fois sur place, il y a plusieurs hôtels. Je pense que les gens sont étonnés de voir cela. On a quand même treize hôtels, dont cinq de renom, deux centres de congrès et des espaces événementiels. Nous sommes au centre des Laurentides, mais dans un centre de villégiature d'un kilomètre. Tout est accessible pour un groupe. On n'est pas obligé de louer un autobus. »

La clientèle d'affaires qui fréquente Tremblant est souvent issue du milieu des finances, des assurances, des compagnies pharmaceutiques, des loisirs. L'offre d'activités à Tremblant est abondante, peu importe les saisons, les goûts ou les personnalités.

## Le centre de villégiature Tremblant

- 2 centres de congrès totalisant plus de 3000 mètres carrés d'espace intérieur.
- 52 salles de réunion et de conférence.
- 1900 unités d'hébergement réparties dans treize hôtels, dont cinq de renom.
- Plus de 70 restaurants et boutiques.
- Espaces locatifs originaux.
- Accès au lac et à la montagne.
- En voiture, à moins de 2 heures d'Ottawa et à 1 h 30 de Montréal.
- À 65 minutes de Toronto grâce aux vols directs avec Porter et Air Canada.

# TOURISME D'AFFAIRES



## Charlevoix

Avec son accès au fleuve, ses montagnes et ses paysages à couper le souffle, la région de Charlevoix promet une détente immédiate, même lors des déplacements pour le travail. « L'hospitalité des gens est une de nos forces : nous avons une tradition de 200 ans de villégiature et de réception », souligne Felicia Corbeil, chargée de projet marketing à Tourisme Charlevoix. Fairmont Le Manoir Richelieu possède la plus grande capacité d'accueil de congrès dans la région, alors que Le Germain Charlevoix offre de nombreuses salles de réunion en bordure du fleuve. Le Petit Manoir Casino, quant à lui,

propose des salles récemment rénovées et un spa intérieur avec vue sur le fleuve. Pour de plus petits groupes, il est possible de nolisier le Train de Charlevoix même hors saison (tant qu'il n'y a pas de neige) pour des réunions ou des soirées avec une vue à couper le souffle, alors que les Sommets Charlevoix offrent hébergement, salle de réunion, accès à la piscine et service d'organisation pour un traiteur.

## Montréal

Accessible de Montréal, d'Ottawa et des États-Unis, la Montérégie compte un parc hôtelier de près de 4500 chambres et près de 280 salles

de réunion en milieu urbain ou champêtre. Du côté des nouveautés, la Corporation du Fort Saint-Jean s'est dotée d'une salle complètement équipée qui permet d'accueillir des retraites d'entreprises sur mesure, et offrira dans les prochains mois diverses activités de *team building*. L'hôtel de la Rive, qui accueille un centre de congrès, termine par ailleurs l'aménagement d'un spa nordique de 650 mètres carrés.

## Bas Saint-Laurent

Le Bas-Saint-Laurent demeure une destination de choix pour l'organisation de congrès, notamment à Rimouski et à Rivière-du-Loup, où se



Le zoo de Granby inaugurera en novembre un nouveau pavillon qui comprendra deux grandes salles, l'une pouvant accueillir 500 convives, l'autre 300.

ZOO DE GRANBY

trouvent les centres des congrès de la région. À Rimouski, les rénovations de l'hôtel Navigateur se poursuivent : après l'ajout de 20 unités aux 92 chambres existantes, le groupe C a obtenu cet été l'autorisation de construire son spa et 15 unités supplémentaires. L'auberge de la Pointe, à Rivière-du-Loup, a quant à elle terminé les rénovations de son hall d'entrée, l'aménagement d'un nouveau bar et l'ajout d'un cellier en 2019. L'arrivée du sommelier Yannick Beaulieu permettra de renouveler l'intérêt de la clientèle d'entreprises pour les repas d'affaires.

## Gaspésie

« Destination plein air, mer, montagnes et rivières, la Gaspésie se distingue par des lieux de réunion

favorisant la créativité, permettant de décrocher et de se ressourcer », résume Judith Kilgour, agente d'accueil et de marketing pour Tourisme Gaspésie. La région compte ainsi trois centres de congrès en bord de mer (Riôtel Matane, hôtel Baker Gaspé, hostellerie Baie Bleue de Carleton-sur-Mer), en plus d'un établissement d'exception au cœur des montagnes (Gîte du Mont-Albert, maintenant avec ascenseur et climatisation). Le Riôtel Matane offre depuis peu un choix d'activité de *team building*, qui passe de la visite de microbrasserie locale à la dégustation de vin au vignoble Carpinteri, en passant par une initiation à la pêche au saumon, une visite guidée d'un parc éolien ou une randonnée en traîneau à chien.

# 40 LIEUX JUSTE PARFAITS

À deux pas de Montréal

PROXIMITÉ | ACCESSIBILITÉ | DIVERSITÉ

**MONTÉRÉGIE**  
JUSTE PARFAITE

Pour vos événements d'affaires réussis  
[monteregiejusteparfaite.ca](http://monteregiejusteparfaite.ca)

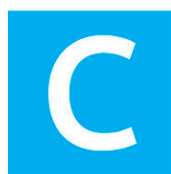
## TOURISME D'AFFAIRES

DÉVELOPPEMENT DURABLE

## Vers un tourisme d'affaires plus propre

Les organisateurs de congrès et d'autres événements d'affaires ont tous bien conscience de l'empreinte écologique qu'ils génèrent et de l'importance de poser des gestes écoresponsables. Reste maintenant à passer véritablement à l'action.

HÉLÈNE ROULOT-GANZMANN  
Collaboration spéciale



Catherine Noppen est enseignante à l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec et spécialiste en gestion responsable d'événements. Elle raconte qu'avec ses collègues, ils se disent souvent à la blague que la véritable et seule façon d'organiser des événements écoresponsables, c'est de ne pas organiser d'événement du tout.

« Quoi que l'on fasse, on émet toujours des gaz à effet de serre (GES), ajoute-t-elle. Cela dit, les organisateurs d'événements sont aujourd'hui très conscients de l'importance de poser des gestes écoresponsables. Rien n'est encore complètement installé, mais la volonté est là. »

**Crédits carbone**

Le pôle le plus polluant en matière de tourisme d'affaires : le transport, et ce, quelle que soit la taille de l'événement. Il faut faire venir tout le monde sur le site, des quatre coins du Québec, du Canada et parfois de la planète.

« Lorsque ce sont des rassemblements à l'échelle locale ou régionale, les organisateurs proposent de plus en plus aux conférenciers et aux participants des moyens d'éviter de venir en voiture solo, explique M<sup>me</sup> Noppen. Il y a l'option du train, du bus ou du covoiturage. »

Sauf que les participants s'y prennent bien souvent à la dernière minute et qu'ils sautent finalement dans leur voiture pour rejoindre la ville hôte. Sans parler de ceux qui viennent de la Nouvelle-Zélande ou du Japon pour participer à un congrès à Montréal. Pour eux, la seule solution est de prendre un vol. Quel que soit le mode de transport emprunté, les touristes d'affaires sont alors très souvent incités à compenser leurs émissions de GES.

« Il y a différentes formules, explique Catherine Noppen. Les participants sont invités, soit au moment de l'inscription, soit sur place, soit encore par l'entremise des compagnies aériennes, à calculer leurs émissions de GES et à les compenser en donnant de l'argent à une compagnie qui va planter des arbres. L'idée est là, mais en réalité, bien peu de gens encore la suivent. »

Selon M<sup>me</sup> Noppen, cela vient d'un manque de confiance. Les gens calculent et ils sont invités à payer. Mais là, ils se demandent si l'arbre sera vraiment planté et si cela compense vraiment leurs émissions.

Quel que soit le mode de transport emprunté, les touristes d'affaires sont très souvent incités à compenser leurs émissions de GES



Le mont Albert, situé dans le parc national de la Gaspésie

MATHIEU DUPUIS

« Pourtant, tous les spécialistes s'accordent pour dire que planter des arbres demeure aujourd'hui la compensation la plus efficace, souligne M<sup>me</sup> Noppen. Si on ne se résout pas à arrêter de prendre l'avion, il va falloir planter des arbres. »

**Norme québécoise en gestion responsable d'événements**

Il manquerait cependant d'incitatifs pour que les gestes posés soient vraiment suivis d'effets. Aujourd'hui, les organisateurs d'événements proposent des solutions, mais ils ne les prennent pas assez à leur charge, ou du moins ils ne les partagent pas. Catherine Noppen rappelle que les budgets alloués à ces rassemblements sont en constante diminution et que cela n'aide pas à faire des gestes. Va-t-on enlever un verre de vin aux participants pour offrir des crédits carbone ? L'industrie n'en est pas encore là. Mais de plus en plus elle se tourne vers les commanditaires. Au lieu d'offrir des cadeaux, un week-end au spa, une promenade en traîneau à chiens ou un tour de motoneige, ils s'engagent à payer la compensation des gaz à effet de serre émis par l'événement.

« C'est loin d'être ancré, mais dans les années à venir, ce type d'initiative va mûrir », affirme M<sup>me</sup> Noppen.

Si le transport est effectivement le nœud du problème, Fanny Beaulieu Cormier, analyste en veille stratégique à la Chaire de tourisme Transat de l'UQAM, préfère regarder le problème dans une perspective holisti-

que. Le transport, donc, mais aussi les sources de l'énergie consommée sur place, la gestion des déchets, l'alimentation et les initiatives d'insertion sociale. Elle rappelle que ce sont d'ailleurs les cinq critères retenus par le Bureau de normalisation du Québec (BNQ) pour évaluer si un événement répond ou non à la norme québécoise en gestion responsable d'événements et, si oui, à quel niveau.

« Il y a toutes sortes d'initiatives un peu partout dans la province, indique cette spécialiste en tourisme durable. Ça va de l'achat de crédits carbone, donc, au bannissement du plastique à usage unique et à l'utilisation de vaisselle compostable en passant par le choix d'un traiteur qui cuisine avec des produits locaux et biologiques, ou encore par la mise en place d'un service de location de vélos. On note de plus en plus la présence de fontaines et la distribution de bouteilles réutilisables. Les organisateurs travaillent également sur place avec des organismes de réinsertion sociale. »

**Certification Leed**

Les infrastructures qui accueillent les événements, hôtels ou centres des congrès, ont pour leur part fait de gros progrès en la matière ces dernières années. Les nouveaux bâtiments, à Lévis, Saguenay ou Drummondville, par exemple, ont tous fait des efforts pour aller chercher une certification Leed.

Les autres se sont transformés.

Ainsi, le toit du Palais des congrès de Montréal est devenu un véritable laboratoire d'agriculture urbaine et accueille également des ruches. À Québec, tous les événements qui se tiennent au Centre des congrès répondent aux critères du niveau 1 de la norme BNQ Développement durable - Gestion responsable d'événements. Le site Internet de ce haut lieu du tourisme d'affaires propose également aux organisateurs d'événements des trucs et astuces pour réaliser un congrès écoresponsable ainsi qu'un calculateur de GES. Ailleurs, certains hôtels ont maintenant leur propre potager, ils font travailler les artisans locaux et impliquent la communauté.

« Autant de bonnes pratiques qui nous viennent beaucoup de l'Europe du Nord, fait remarquer Catherine Noppen. En matière de développement durable, ils ont pris de l'avance dans tous les secteurs. C'est devenu un réflexe naturel pour tout le monde, population y comprise. C'est plus lent ici, mais je crois que de plus en plus de gens sont prêts à faire plus attention. »

L'enseignante apporte cependant un petit bémol à son analyse pour ce qui est de la clientèle la plus aisée. « Elle descend dans des hôtels cinq étoiles et elle s'attend au service qui va avec ces hôtels, précise-t-elle : le petit savon individuel, le shampoing et les serviettes changées tous les jours. De ce côté-là, il y a encore du travail à faire. »

## Une concurrence de plus en plus importante

## CAPITALE

SUITE DE LA PAGE C 6

cours de la dernière année ont été amenés par ces ambassadeurs », dit M<sup>me</sup> Cantin

« La concurrence est plus importante ces dernières années, ajoute la directrice. Beaucoup de centres des congrès ont poussé à travers la province, comme à Trois-Rivières ou à Sherbrooke. » Malgré cela, Québec réussit à tirer son épingle de jeu et, depuis 2008, elle a réussi à se positionner avantageusement sur le marché grâce à sa situation géographique centrale et à sa taille modeste.

**Le CCQ, une destination d'affaires populaire**

Le Centre des congrès de la capitale est membre de Québec Destination affaires, mais il gère également son propre portefeuille d'événements, soit près de la moitié. Dans la dernière année, le CCQ a produit un peu plus de 210 événements de 500 à 1500 délégués, et les retombées économiques ont atteint quelque 113 000 millions de dollars.

Parmi les avantages du CCQ : sa politique d'écoresponsabilité, vieille de 2007. « À l'époque, on était le seul centre des congrès à offrir l'accompagnement en développement. Aujourd'hui, c'est aussi important que de dire qu'on a des chaises. »

Nouveauté au CCQ cette année :

le secteur Tout sauf conventionnel permet d'accueillir des petits groupes de 350 participants ou moins. Hall d'accueil, salles de réunion modulables (neuf), salle de conférences, terrasse couverte : il réunit les espaces nécessaires aux réunions d'affaires, plénières, conférences et réceptions plus modestes.

En moins de cinq ans, la portée du tourisme d'affaires dans la capitale est passée de 20 % à près de 30 %



QUÉBEC DESTINATION AFFAIRES

# TOURISME D'AFFAIRES

## Des réunions d'affaires à la SEPAQ, c'est possible!

Dans certains établissements et parcs nationaux de la Société des établissements de plein air du Québec (SEPAQ), il est possible de tenir des réunions d'affaires dans un cadre naturel ou urbain, avec, à la clé, la possibilité de participer à des activités ou de s'évader dans la nature.

STÉPHANE GAGNÉ  
Collaboration spéciale

**D**ans un cadre magnifique, dans les plus hautes montagnes du sud du Québec, votre entreprise a choisi de tenir son assemblée générale au Gîte du mont Albert. L'accès à un amphithéâtre de 90 personnes et la possibilité d'aller gravir durant le séjour l'un des plus hauts sommets du Québec, ont été déterminants dans la décision. Le gîte offre aussi un service de traiteur sur place, ce qui a joué aussi dans votre décision.

Comme au Gîte du mont Albert, il est possible de tenir des réunions d'affaires dans cinq autres endroits gérés par la SEPAQ, situés dans les régions de Québec et de Montréal. Il s'agit de la Station touristique Duchesnay, de l'Aquarium de Québec, du parc de la Chute-Montmorency, du parc national d'Oka et du parc national du Mont-Saint-Bruno.

« Les prix varient selon l'établissement choisi, le nombre de personnes, la taille de la salle ou le type de forfait privilégié, explique Simon Boivin, responsable des relations avec les médias à la vice-présidence commercialisation à la SEPAQ. Une approche tarifaire sur mesure est offerte aux clients. »

Pour faciliter la vie des gens d'affaires, la Station touristique Duchesnay, l'Aquarium de Québec et le parc de la Chute-Montmorency offrent un service de traiteur sur place (comme au Gîte du mont Albert).

Pour les deux autres endroits, les parcs nationaux d'Oka et du Mont-Saint-Bruno, il est possible de faire affaire avec un partenaire pour le service de traiteurs.

### Une panoplie d'activités possibles

Qu'ils soient en pleine nature ou dans un cadre urbain (Aquarium de Québec), tous les établissements offrent aussi la possibilité de louer les équipements disponibles sur place ou même d'acheter un forfait. Ainsi, au parc de la Chute-Montmorency, il est possible d'acheter le forfait Réunion et Via ferrata / Tyrolienne. Ce forfait comprend l'accès à la salle de réunion, le repas du midi, la pause-café et l'utilisation de la tyrolienne d'une longueur de 300 mètres. Il y a un supplément pour le parcours de Via ferrata.

Autre exemple, à l'Aquarium de Québec, qui offre une vue superbe sur le fleuve, les gens d'affaires peuvent agrémenter leur réunion d'une animation avec animaux. Ainsi, les participants peuvent en apprendre davantage sur l'animal ambassadeur du lieu (ex. : le hibou) ou assister à

une animation de 20 minutes réalisée avec des phoques communs.

Tout près de Montréal, au parc du Mont-Saint-Bruno, il est possible de louer une salle dans un bâtiment historique situé au cœur du parc. Appelé le Vieux Moulin, ce bâtiment offre une salle d'une capacité maximale de 50 personnes.

Simon Boivin conseille de réserver le plus tôt possible surtout à certains moments de l'année où la demande est forte, comme pour les fêtes de Noël.

Comme au Gîte du mont Albert, il est possible de tenir des réunions d'affaires dans cinq autres endroits gérés par la SEPAQ

L'Aquarium de Québec offre une vue superbe sur le fleuve Saint-Laurent.

STÉPHANE AUDET



LAURENTIDES *affaires*

*Vivez-les avec style !*



### HÉBERGEMENT

Que vous souhaitiez loger dans un hôtel de luxe ou un somptueux chalet, les Laurentides vous proposent un éventail de choix pour tous les goûts et budgets.



### GASTRONOMIE

Découvrez une gastronomie authentique aux saveurs du terroir. Vous serez charmés par une cuisine riche et diversifiée de renommée internationale.

### ACTIVITÉS ET RENFORCEMENT D'ÉQUIPE

Profitez d'une multitude d'activités pour mobiliser et motiver votre équipe. Laissez-nous faire de votre événement une expérience unique.



### CONGRÈS ET CONVENTIONS

Avec ses infrastructures à la fine pointe de la technologie et ses magnifiques centres de conférences, les Laurentides sont votre prochaine destination d'affaires.



*Organisez vos congrès et réunions selon les règles de l'art !*

NOTRE  
**WiFi**  
**GRATUIT**  
DOMINE LE  
MARCHÉ



**ÇA TIENT DU MYTHE,  
ET POURTANT...**

Vitesse Internet  
**15 Mbp/s par usager**

Transfert de données  
**ILLIMITÉ**

Coût  
**0\$**



CENTRE  
DES CONGRÈS  
DE QUÉBEC

**FREEMAN**  
AUDIOVISUEL | CANADA

[www.convention.qc.ca/wifigratuit](http://www.convention.qc.ca/wifigratuit)

[in](#) [@](#) [t](#) [f](#)