

CAHIER  
SPÉCIAL  
DÉTACHABLE

# VOYAGES D'AFFAIRES

## TRANSPORT AÉRIEN RÉGIONAL : BAISSÉ DES PRIX

La guerre à finir entre Air Alliance et Inter-Canadien profite aux voyageurs

C-6

## COMMENT SE PRÉPARER À UN VOYAGE D'AFFAIRES

Cinq types de voyages d'affaires qui demandent des préparatifs essentiels

C-8, C-9

## COMMENT RÉDUIRE LES FRAIS DE VOYAGE

De nombreux services permettent aux PME et aux grandes sociétés de réduire les budgets de voyages

C-10 à C-12

# LES AFFAIRES

MONTREAL, LE SAMEDI 23 AVRIL 1994

CAHIER C - 16 PAGES

Pour la première fois en trois ans, le sondage de l'Association du transport aérien international (ATAI, aussi appelée IATA) de 1994 sur les voyages d'affaires, dont le journal LES AFFAIRES a obtenu copie, montre que le nombre de sociétés qui ont augmenté les déplacements de leurs employés en avion, au cours des six derniers mois, est égal au nombre de celles qui les ont réduits.

En effet, 21 % des répondants au sondage de l'ATAI de 1994 (18 % en 1993), qui a été réalisé auprès de 1 025 voyageurs d'affaires long courrier sur les liaisons du Pacifique/Asie, de l'Europe et de l'Amérique du Nord, indiquent que leur société a augmenté le nombre des voyages en avion, tandis que 22 % signalaient l'avoir diminué (23 % en 1993).

Ce sondage révèle toutefois que les sociétés qui ont réduit globalement les budgets de voyages (transport, hébergement, location de voitures, restauration, divertissements, etc.) sont plus nombreuses que celles qui ont augmenté ces budgets et ce, pour une troisième année d'affilée. Dans ce cas, le ratio s'établit à deux contre un et environ la moitié des participants au sondage ont rapporté que les budgets de voyages avaient été maintenus stables par leur compagnie en 1994.

On se rend compte que plusieurs sociétés ont décidé de prendre avantage des offres spéciales de réduction des billets d'avion offertes par les compagnies aériennes, ou elles ont simplement appliqué une politique de réduction de classe (de la Première classe à la classe Affaires, et jusqu'à la classe Économie dans certains cas), afin de maintenir la régularité des déplacements en avion.

La première mesure qu'appliquent les sociétés qui doivent trancher dans leurs budgets consiste à réduire le nombre d'employés qui sont autorisés à voyager ou à limiter le nombre de voyages que chacun peut effectuer annuellement.

### Les grandes sociétés coupent le plus

Le sondage de l'ATAI révèle également que les grandes sociétés de 1 000 employés et plus sont celles qui réduisent le plus les budgets et le nombre de voyages.

Plus d'un tiers des répondants de cette catégorie ont admis avoir réduit le nombre de voyages en avion; la situation est mieux équilibrée dans les PME.

## APRÈS TROIS ANS DE TURBULENCE STABILISATION DES AFFAIRES

Pour la première fois en trois ans, il y a autant de sociétés qui augmentent le nombre des déplacements en avion de leurs cadres ou employés qu'il y en a qui le réduisent



Parmi les compagnies de moins de 25 employés, 20 % ont diminué leurs budgets de voyages en avion, tandis que 17 % les augmentaient.

Les différences régionales sont assez importantes, alors que les sociétés nord-américaines seraient plus susceptibles d'effectuer des coupures de budgets que les sociétés européennes et celles de la région Pacifique/Asie. On remarque plutôt une hausse des budgets de voyages dans cette dernière région, puisque l'on est d'avis que c'est la direction à prendre au cours des années 1990.

### L'important : un fauteuil spacieux

En général, les voyageurs d'affaires interrogés sont d'avis que les voyages sont indispensables à la conduite de leurs affaires. Ils sont aussi moins convaincus que l'an dernier que les télécommunications représentent un substitut efficace aux voyages d'affaires.

Quant aux avantages de la classe Af-

fares, plus de 75 % des répondants (ceux qui utilisent comme ceux qui n'utilisent pas la classe Affaires) ont dit que le confort du fauteuil représentait le facteur le plus important.

Par ordre d'importance, les autres facteurs cités étaient la souplesse des modalités du billet, la rapidité de l'enregistrement et le fait que la classe Affaires est moins bondée.

Le décalage, l'ennui et l'impression de perdre un temps précieux seraient les facteurs les plus désagréables d'un voyage d'affaires long courrier, selon les voyageurs interrogés.

Leur plus grande crainte (19 % des répondants) : la perte de leurs bagages. Les autres préoccupations importantes mentionnées (un sur 12 passagers) sont les problèmes de santé, les accidents de transport et le *bumping* (interdire l'accès à bord à un titulaire de billet confirmé), qui se pratique quand les sièges sont survendus.

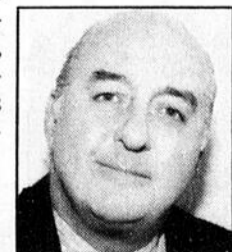
Généralement, les compagnies aériennes sont perçues comme offrant les

prestations les plus orientées vers la satisfaction du client et il en est de même des agences de voyages et des hôteliers.

Dans un autre sondage récent, qui tentait d'évaluer 20 des plus importants aéroports au monde, on notait une grande diversité d'opinion parmi les répondants. L'aéroport Schiphol à Amsterdam était perçu le plus positivement, alors que l'aéroport JFK de New York montrait les moins bonnes notes.

Au Royaume-Uni, l'aéroport de Gatwick obtenait une coche de plus que son éternel rival, Heathrow, même si les répondants admettaient que ce dernier aéroport offrait des services plus expéditifs (surtout au niveau des correspondances), hautement appréciés par les voyageurs d'affaires.

SERGE  
LAMARRE



Les ventes de billets d'avion aux voyageurs d'affaires québécois s'envolent vers des destinations internationales ont augmenté. Peu, soit (1 % en volume, 5 % en valeur), mais c'est au moins un mouvement dans la bonne direction...

Lire P. C-3

# Canadien International/AMR : des voyageurs d'affaires servis plus vite et plus efficacement

D'ici peu, AMR Corporation (la société qui englobe le transporteur américain American Airlines et son système informatisé de réservation et de gestion, Sabre) investira 246 M\$ dans Canadien International.

AMR détiendra alors une participation de 25 % au capital-actions du transporteur canadien.

Éventuellement, cette participation pourrait s'élever à 33 1/3 %.

« À part le fait que deux personnes d'AMR Corporation siègeront désormais à notre conseil d'administration, l'investissement permettra à Canadien d'avoir accès à la technologie la plus poussée dans le domaine de

transport aérien. a indiqué Béatrice Pepper, responsable des communications au Québec, de Canadien International.

« Par le biais du système de réservation informatisé (SRI) Sabre, auquel nous serons relié à compter du 5 novembre 1994 (après avoir quitté le SRI Gemini), le voyageur d'affaires sera servi beaucoup plus rapidement et, surtout, plus efficacement par l'agence de voyages qui sera abonnée à ce système. »

porte-parole de Canadien refuse de s'avancer sur ce terrain.

## Nouveau service à Londres et à Beijing

Le transporteur s'engage maintenant dans un programme de restructuration financière - dont le plan a été accepté récemment par les créanciers - et vise un retour à la rentabilité dès 1995.

« Entre temps, nous nous appliquons davantage à mieux servir nos clients, en nous positionnant mieux sur les destinations européennes et asiatiques, ce qui nous permettra d'aller plus loin dans notre plan d'affaires. »

À compter du 1<sup>er</sup> juin, Canadien International exploitera des vols sans escale entre Toronto et l'aéroport de Heathrow à Londres - l'aéroport le plus achalandé au monde - un service que le transporteur convoitait depuis de nombreuses années.

« C'est une autre façon que nous avons trouvée de mieux servir les voyageurs d'affaires, car l'aéroport de Heathrow est à proximité des quartiers d'affaires de Londres, en plus d'offrir une multitude de correspondances vers des destinations du monde entier. »

Le marché asiatique devenant de plus en plus important pour le monde des affaires, Canadien International y intensifiera son activité, en utilisant tous les droits de desserte qu'elle a à sa disposition. D'ailleurs, à compter du 3 mai prochain, le transporteur reprendra ses services sur Beijing au départ de Vancouver et y exploitera deux vols sans escale par semaine, en plus d'ajouter la liaison Calgary-Tokyo.

Ces services s'ajoutent à ceux vers Tokyo (de Vancouver), Nagoya, T'ai-Pei, Bangkok et le Pacifique Sud.

Pour le moment, compte tenu de l'importance du Mexique depuis la signature

## Tarifs réduits

Plus efficacement veut aussi dire les meilleurs tarifs sur toutes les destinations.

Mondialement, Sabre compte 26 700 abonnés dans 70 pays sur six continents. Encore plus important pour le voyageur d'affaires, Sabre vient de signer une entente de cinq ans avec la SITA (Société Internationale de Télécommunications Aéronautiques), par laquelle, avant la fin du deuxième trimestre de 1994, le SRI recevra, cinq jours par semaine, des informations relatives aux tarifs aériens en provenance de 550 transporteurs et autres intervenants de l'industrie du voyage.

« Dès la fin de juin 1994, les agences de voyages abonnées à Sabre auront accès au service Airfare de la SITA, lequel fournira des informations constamment mises à jour sur les tarifs, en provenance de la grande majorité des compagnies aériennes dans le monde. »

« Grâce à cette fine technologie, non seulement nous servirons mieux nos clients qui voyagent par affaires, mais nous prévoyons une baisse de nos frais d'exploitation, grâce aux programmes de gestion des stocks de sièges et des activités en général, qui sont incorporés dans Sabre. »

Ces réductions de frais pourraient avoir un impact positif sur les tarifs, mais la



Béatrice Pepper : « Grâce au système Sabre, Canadien International prévoit pouvoir réduire ses frais d'exploitation. »

de l'ALENA, Canadien offrira quatre vols par semaine entre Toronto et Mexico, mais aucun de Montréal.

Le transporteur considérerait d'effectuer des vols vers Mexico au départ de l'aéroport de Dorval mais, devant l'obligation d'utiliser l'aéroport de Mirabel - Dorval est réservé aux destinations canadiennes et américaines - Canadien préfère s'abstenir.

Pour ce qui est des services offerts sur certaines destinations d'Europe, d'Asie, du Pacifique Sud et d'Amérique du Sud, Canadien a conclu des ententes de partage des vols avec des transporteurs tels que Lufthansa, Japan Airlines, Air New Zealand, Mandarin Airlines, Qantas et Varig.

## Pas de concurrence sur les gadgets

Canadien adopte une attitude plutôt conservatrice à propos du service à bord des appareils. « Nos clients se di-

sent satisfaits des services de base que nous leur offrons, principalement de ceux de la classe Affaires, dont les tarifs sont de 12 % plus élevés que ceux de la classe Économique, a indiqué M<sup>me</sup> Pepper.

« Nous ne concurrencerons pas les gadgets. On offre des sièges confortables, des repas sains et plus légers, un meilleur choix de vins et des produits qui respectent l'environnement. C'est le reflet de notre société. »

« Nos tarifs sont essentiellement les mêmes que ceux de notre principal concurrent et les services que nous offrons à bord de nos avions sont aussi très semblables, mis à part les téléphones. »

« Canadien a donc l'intention de miser sur le service personnalisé, à partir du moment de faire la réservation, de manière à ce que tout vol constitue en soi une expérience mémorable. »

SERGE LAMARRE

## FORFAIT FORMATION DU CHÂTEAU MONT-SAINTE-ANNE

Là où c'est agréable d'apprendre  
DU 1 MAI AU 22 DÉCEMBRE 1994

Inclut:

- 1 nuit d'hébergement
- 1 petit déjeuner - continental
- 1 déjeuner bien équilibré
- 1 dîner - Table d'hôte complète
- 2 pauses récréation
- Salle de réunion aérée et fonctionnelle retenue sur une base de 24 heures
- Salle secrétariat pour toute la durée du séjour, retenue sur une base de 24 heures
- Activités de groupe supervisées par le coordonnateur de l'hôtel (casino loufoque, mini-olympiades, visites, sports, loisirs...)
- Ligne fax sur demande
- Frais de service

Chambre de luxe

144.00\$ en occ. simple 99.00\$ par pers., en occ. double

Chambre standard

125.00\$ en occ. simple 90.00\$ par pers., en occ. double



Service Commercial

500, boul. Beau-Pré

Beau-pré, Québec

Canada GOA 1E0

Tél: (418) 827-5211

Fax: (418) 827-5072

1-800-463-4467

- \* Taxes en sus
- \* Minimum 8 chambres
- \* Location d'appareil audio-visuel sur place

\* Avis aux formateurs, pour toute réservation "long séjour" adressez-vous à la direction des ventes pour obtenir des tarifs préférentiels.



L'AGENCE DE LOCATION DE VOITURES N° 1 AU PAYS.

# BUDGET S'ÉLÈVE AU-DESSUS DE LA MÊLÉE.

## DES MILLES AÉROPLAN EN TRIPLE!

À chaque location de deux jours ou plus.

Nous offrons des voitures Ford et autres véhicules de qualité.

Budget continue de vous en donner trois fois plus pour votre argent et ce, sur terre comme dans les airs!

C'est vrai, en plus de nos tarifs concurrentiels, chaque fois que vous louez un véhicule pour deux jours ou plus, vous obtenez des milles Aéroplan en triple. Et pour toute location d'une journée, les milles Aéroplan vous sont offerts en double.

Trois fois plus de raisons pourquoi en louant chez Budget, vous faites un choix bien calculé! Pour réserver ou obtenir des renseignements sur nos super tarifs de printemps, consultez votre agent de voyages, ou appelez Budget en composant le 1 800 268-8970. En anglais : 1 800 268-8900.

**Budget**  
Un choix bien calculé.<sup>MS</sup>

# Voyages en avion : les grandes sociétés desserrent (un peu) les cordons de leur bourse

Selon un récent sondage de l'Association du transport aérien international (ATAI; IATA en anglais), les grandes sociétés continuent de couper les budgets de voyages d'affaires en général (transport, hébergement, restauration, location de voiture, divertissements, etc.).

Cependant, elles commencent à desserrer les cordons de leur bourse pour ce qui est des voyages en avion dans un but de visite des clients, associés et partenaires.

Les pratiques sont toutefois partagées, autant au sein des grandes sociétés que dans les PME. Certaines recourront plus souvent aux voyages, d'autres moins; d'autres feront croître leurs dépenses selon le rythme de développement des affaires.

Le journal LES AFFAIRES a consulté les statistiques compilées par le Plan de règlement bancaire (Bank Settlement Plan, BSP), un service de l'ATAI responsable de la collecte des sommes que perçoivent les agences de voyages pour la vente des billets d'avion des compagnies aériennes du monde entier, dont la grande majorité fait partie de l'ATAI.

## Hausse des revenus des transporteurs

Par rapport à 1992, les agences de voyages du Québec (662 accréditées par l'ATAI; 3 927 dans tout le Canada) ont vendu 3 % moins de billets d'avion en 1993 (voyages d'affaires et de plaisir confondus). Les transporteurs aériens ont tout de même connu une hausse de 5 % de leurs revenus.

Au Canada, le nombre de billets vendus a reculé de 3 %. Les revenus des transporteurs aériens ont toutefois progressé de 6 %.

Les ventes de billets d'avion aux voyageurs d'affaires québécois s'envolent vers des destinations internationales (autres que les États-Unis) ont connu des hausses de 1 % quant au nombre et de 5 % quant aux revenus, en 1993.

Au Canada, en 1993, les voyageurs d'affaires ont globalement acheté 5 % plus de billets d'avion de catégorie internationale et leurs dépenses ont été plus élevées de 7 %, par rapport à l'année précédente.

En ce qui concerne les voyages à l'intérieur du Canada, les gens d'affaires du Québec ont acheté 4 % moins de billets d'avion de

leurs agences de voyages, mais ils ont dû payer 2 % de plus pour se les procurer.

A l'échelle canadienne, les ventes de billets d'avion de ce même type ont baissé de seulement 2 %, alors que les revenus connaissent une hausse de 5 %.

L'an dernier, les gens d'affaires du Québec ont préféré voyager (par avion) vers les États-Unis, plutôt que vers les autres provinces du Canada. En fait, le nombre de billets vendus pour des destinations aux États-Unis a progressé de 5 %; les revenus, de 12 %.

Le prix moyen des billets vendus (voyages d'affaires et de plaisir confondus) au Québec en 1993 s'est chiffré à 662,68 \$. Au Canada, ce prix moyen s'est élevé à 686,55 \$.

## Hausses sur presque toutes les destinations

L'année 1994 semble démarrer sur un bon pied en ce qui concerne les intentions de voyages des gens d'affaires du Québec et du Canada.

Si l'on se reporte aux chiffres visant les deux premiers mois de 1994, les ventes de billets pour toutes les régions du monde sont à la hausse, sauf pour le Moyen-Orient.

Durant ces deux premiers mois, les Québécois se déplaçant par d'affaires ont acheté 10 % (33 % de hausse pour les voyageurs d'affaires de tout le Canada) plus de billets d'avion pour des destinations mexicaines.

Pour les destinations de la Caraïbe, la hausse a été de 30 % (- 2 % pour tout le Canada); pour celles de l'Amérique du Sud, de 33 % (+ 34 %); pour l'Europe, de 7 % (+ 3 %); pour l'Afrique, de 10 % (+ 16 %).

L'Asie et le Pacifique Sud ont connu des hausses respectives de 11 % (+ 15 %) et 31 % (- 5 %). Le Moyen-Orient a été le seul endroit où les gens d'affaires québécois (et canadiens) ont réduit leurs déplacements : baisse de 19 % (- 13 %).

Pour les deux premiers mois de l'année, le nombre de voyages d'affaires effectués par les Québécois à l'intérieur du Canada a augmen-

## VARIATION DES VENTES ANNUELLES DE BILLETS D'AVION VOYAGES D'AFFAIRES (1992-1993)

RÉGIONS	REVENUS			NOMBRE DE BILLETS
	QUÉBEC	CANADA	INTERNATIONAL	
Mexique/Amérique Centrale	- 3 %	+ 20 %	+ 9 %	+ 20 %
Caraïbe	+ 14 %	+ 5 %	+ 20 %	+ 12 %
Amérique du Sud	+ 29 %	+ 25 %	+ 30 %	+ 30 %
Europe	- 1 %	+ 3 %	+ 2 %	+ 2 %
Afrique	+ 16 %	+ 9 %	+ 20 %	+ 6 %
Moyen-Orient	+ 1 %	+ 4 %	+ 8 %	+ 10 %
Asie	- 12 %	+ 2 %	- 2 %	+ 10 %
Pacifique Sud	- 5 %	+ 2 %	+ 4 %	+ 7 %
TOTAL INTERNATIONAL	+ 1 %	+ 5 %	+ 5 %	+ 7 %
TOTAL CANADA	- 4 %	- 2 %	+ 2 %	+ 5 %
TOTAL ÉTATS-UNIS	+ 5 %	+ 6 %	- 5 %	- 5 %
TOTAL CANADA-ÉTATS-UNIS	- 1 %	-	+ 5 %	+ 7 %

Source : BSP Canada

té de 1 %, alors que la hausse a été de 8 % pour tout le Canada.

Vers les États-Unis, 10 % plus de voyages d'affaires ont été réalisés à partir du Québec; 14 % de plus, de tout le Canada.

En février dernier, le prix moyen d'un billet d'avion vendu à un voyageur d'affaires du Québec vers les États-Unis s'établissait à 573,41 \$; vers le Canada, à 486,11 \$.

La moyenne se situait à 1 821,38 \$ pour les destinations internationales.

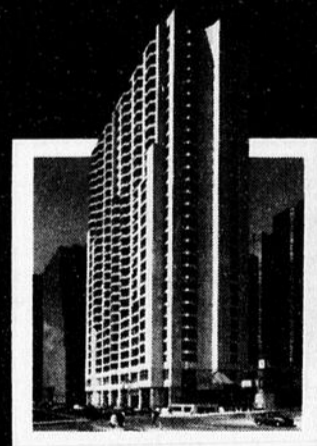
A la lumière de ces résultats, on constate une certaine volonté de la part des gens d'affaires de rétablir des liens plus suivis avec les relations d'affaires à l'étranger, même si les budgets de voyages ne reviendront probablement jamais au niveau où ils ont été.

En 1991, Statistique Ca-

nada rapportait une décroissance de 3,7 % du nombre de voyages d'affaires à l'intérieur du pays. En 1992, c'était le statu quo. En 1993, la compilation des statistiques n'est pas encore complétée, mais on prévoit une croissance minime de ce type de voyages : 0,5 % tout au plus.

**SERGE LAMARRE**

## PLACE MINTO SUITE HÔTEL Ottawa



À deux pas de la colline parlementaire

Réervations:  
1-800-267-3377  
(613) 782-2350  
Facsimilé: (613) 232-6962

433 ouest, avenue Laurier  
Ottawa, (Ontario) K1R 7Y1  
(613) 232-2200

Renseignez-vous au sujet de nos rabais pour séjours prolongés!

## Retrouvez-vous tout ceci à votre hôtel?

**Salle de séjour**

- Fenêtre en saillie
- Téléviseur couleur avec service départ express

**Salle à manger/ Aire de travail**

- Téléphone compatible à votre ordinateur personnel et service de télé-messages
- Commandes de température individuelles

**Cuisine complète**

- Réfrigérateur
- Cuisinière
- Four à micro-ondes
- Lave-vaisselle
- Cafetière électrique

**Chambre à coucher séparée**

- Grand lit
- Téléviseur couleur
- Téléphone
- Commandes de température individuelles

**Salle de bain complète**

- Téléphone
- Séchoir à cheveux
- Lamp chauffante
- Laveuse et sècheuse

**Restaurants et service aux chambres**

**Piscine intérieure/centre de conditionnement physique**

Suite type d'une chambre à coucher  
Studios et suites de 2 chambres à coucher également disponibles

## Descendez donc chez Minto!

Confort. Espace. Luxe inimitables. Pourquoi vous satisfaire de moins?

Cahier spécial

VOYAGES D'AFFAIRES

# Air Canada tente de savoir ce qui enchante les voyageurs d'affaires

Pendant que la direction d'Air Canada se débat pour retrouver le chemin de la rentabilité - principalement en essayant de contrôler les coûts - le service à la clientèle pose des questions aux voyageurs d'affaires.

En fait, les responsables du service à la clientèle cherchent à savoir ce qui enchante ces voyageurs. Au cours de la dernière année, ils ont mené une recherche auprès de 1 500 voyageurs d'affaires.

Conclusion : « Ça va comme ça ! »

« Dans une récente évaluation, les voyageurs d'affaires se sont dits satisfaits des services qu'offrent les transporteurs de l'Amérique du Nord en classe Affaires, a indiqué Louise Robitaille, directrice, Stratégie commerciale et planification, d'Air Canada.

« Au Canada, les deux transporteurs (Air Canada et Canadien International) sont perçus comme des com-

pagnies qui offrent des produits similaires. »

Air Canada a poussé plus loin son interrogation afin de trouver des façons de se démarquer de la concurrence : Si vous avez un produit de base et que vous avez un choix d'options de services à ajouter, lesquels seraient les plus importants pour vous ?

« Récession oblige, nos compagnies ne nous permettent plus de voyager en Première classe », ont répondu les voyageurs d'affaires.

« Toutefois, ce qui nous importe à bord d'un avion, c'est un espace confortable, des repas convenables et des divertissements audiovisuels de qualité.

« Enfin, il est aussi très important de nous fournir des moyens de communication à la fine pointe de la technologie, comme le téléphone et le télécopieur. »

## Classe Affaires améliorée

Aussitôt que ces résultats ont été connus, et malgré le



D'ici au 18 juin, l'aménagement intérieur des Boeing 747 sera modifié. On modifie présentement les appareils desservant l'Europe et les destinations en Inde et en Corée.

fait que le service d'Air Canada en classe Affaires lui ait valu le titre de Meilleur transporteur aérien à destination du Canada, décerné par la revue Business Traveler au début de 1994, le transporteur aérien annonçait son intention d'abandonner sa Première classe, au bénéfice d'une classe Affaires dite internationale et grandement améliorée.

C'est ainsi que d'ici au 18 juin, l'aménagement inté-

rieur des Boeing 747 et d'un certain nombre des B-767 sera modifié. On effectue présentement ce changement sur les appareils desservant l'Europe et les nouvelles destinations en Inde et en Corée et, à partir de l'automne, à Osaka (Japon).

Les sièges seront distancés de 55 pouces - 45 po auparavant - et les nouveaux sièges réglables électroniquement auront 21 po de largeur et seront dotés d'écrans individuels, comme c'était le cas en Première classe.

Sur le plan des communications, les voyageurs d'affaires pourront, dès cet été, non seulement faire des appels téléphoniques au-dessus de l'océan Atlantique (ce qui n'est pas possible en ce moment), mais aussi recevoir des appels de la terre ferme.

À l'automne, les passagers de la nouvelle classe Affaires - qui n'a pas encore de nom - pourront télécopier des documents, grâce à une nouvelle technologie en cours de mise au point.

## Prix de classe Affaires

« On a aussi demandé aux passagers des classes Économie et Affaires combien ils étaient prêts à payer en surplus pour ces services améliorés, a dit M<sup>me</sup> Robitaille.

« En général, ils étaient disposés à payer davantage pour un meilleur service. Nous avons toutefois laissé les prix de notre nouvelle classe Affaires, qui offre des services semblables à ceux que l'on retrouve en Première, au niveau des prix de l'ancienne classe Affaires. »

Depuis 1992, la majorité des tarifs ont été relevés, mais les tarifs qui s'appliquent habituellement aux gens d'affaires sont ceux qui auraient le moins bougé.

À l'intérieur de cette dernière catégorie de tarifs, seul le tarif Affaires (Économie Y2), sans restriction, a augmenté légèrement. Il a subi une hausse de 4 %, alors que

les tarifs Pex (séjour minimum de sept jours, voyage sur semaine) et Apex (réservation sept jours à l'avance, séjour minimum de sept jours) sont restés sensiblement les mêmes.

Par exemple, les tarifs Pex et Apex aller-retour Montréal-Londres sont inchangés depuis quelques années à 1 048 \$ et 928 \$ respectivement, tarifs en vigueur jusqu'au mois de juin.

## Ententes stratégiques

« Nos clients nous ont aussi signifié, dans le cadre d'un récent sondage, que voyager par affaires ne doit pas être compliqué quant aux horaires et aux correspondances, a ajouté M<sup>me</sup> Robitaille.

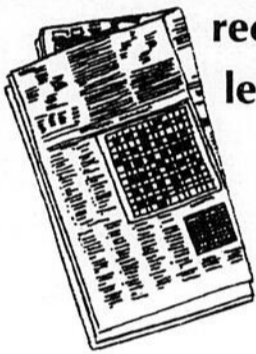
« C'est donc pour cette raison que nous avons conclu des ententes stratégiques avec Continental Airlines (dont Air Canada est copropriétaire), United Airlines, Air France, Korean Airlines et Cathay Pacific. »

Non seulement un vaste travail de coordination des vols entre Air Canada et ses partenaires serait en train d'être complété, mais, très bientôt, les voyageurs de la nouvelle classe Affaires internationale pourraient enregistrer leurs bagages jusqu'à la destination finale en utilisant deux transporteurs différents parmi les partenaires. Il en sera de même pour les cartes d'embarquement, qui pourront être émises à l'avance sur les autres transporteurs.

« Nous sommes convaincus que nos clients seront emballés et agréablement surpris de notre nouvelle classe Affaires. Au fonds, ce qu'on a fait, c'est de suivre les grandes tendances, ce qui devrait nous permettre de connaître une croissance globale de trafic de l'ordre de 2 % à 3 % sur les liaisons transatlantiques, en 1994. »

SERGE LAMARRE

En affaires, vous recherchez les solutions, pas les problèmes!



Nous avons la solution au casse-tête habituel de trouver un hôtel offrant la combinaison parfaite du confort et du meilleur rapport qualité-prix. Des indices? Services de télécopieur et de photocopieur pour vos affaires; cuisine tout équipée dans chacune de nos 265 suites et restaurant-bar dans l'hôtel; service de réveil téléphonique, bain tourbillon, sauna et salle d'exercice. Et en prime : le petit déjeuner continental accompagné de la grille des mots croisés de votre journal préféré... gratuitement!

Suites à compter de **85\$** + TAXES

Composez, sans frais, le 1-800-361-7191 À Montréal, composez le (514) 931-8861 N° de télécopieur : (514) 931-7726

**MANOIR LE MOYNE**  
APPARTEMENTS D'HÔTEL

2100, boul. de Maisonneuve ouest  
Montréal, (Québec) H3H 1K6

## LE RENDEZ-VOUS D'AFFAIRES LE PLUS POPULAIRE À QUÉBEC



Venez parler affaires dans un hôtel adapté à vos besoins, tout en profitant au maximum des moments de loisirs.

### LE FORFAIT INCLUT:

- Chambre spacieuse avec table de travail.
- Trois (3) repas.
- Deux (2) pauses-café.
- Frais de service.
- Salle de réunion avec équipement de base.
- Aucun frais de service pour les appels locaux et les interurbains portés à une carte de crédit.
- Accès gratuit au Club Santé et à la piscine extérieure.
- Stationnement intérieur. (Vidéoconférence disponible à frais additionnels)

\* Tarifs en sus. Le "Forfait Réunion" ne s'applique que sur les groupes de dix (10) personnes et plus. Informez-vous sur notre "Forfait Réunion" sans hébergement.



Du 1er mars 1994 au 30 avril 1994 et du 23 octobre 1994 au 30 avril 1995

OCCUPATION SIMPLE	OCCUPATION DOUBLE
149\$*	105\$*
PAR JOUR / PAR PERSONNE	PAR JOUR / PAR PERSONNE

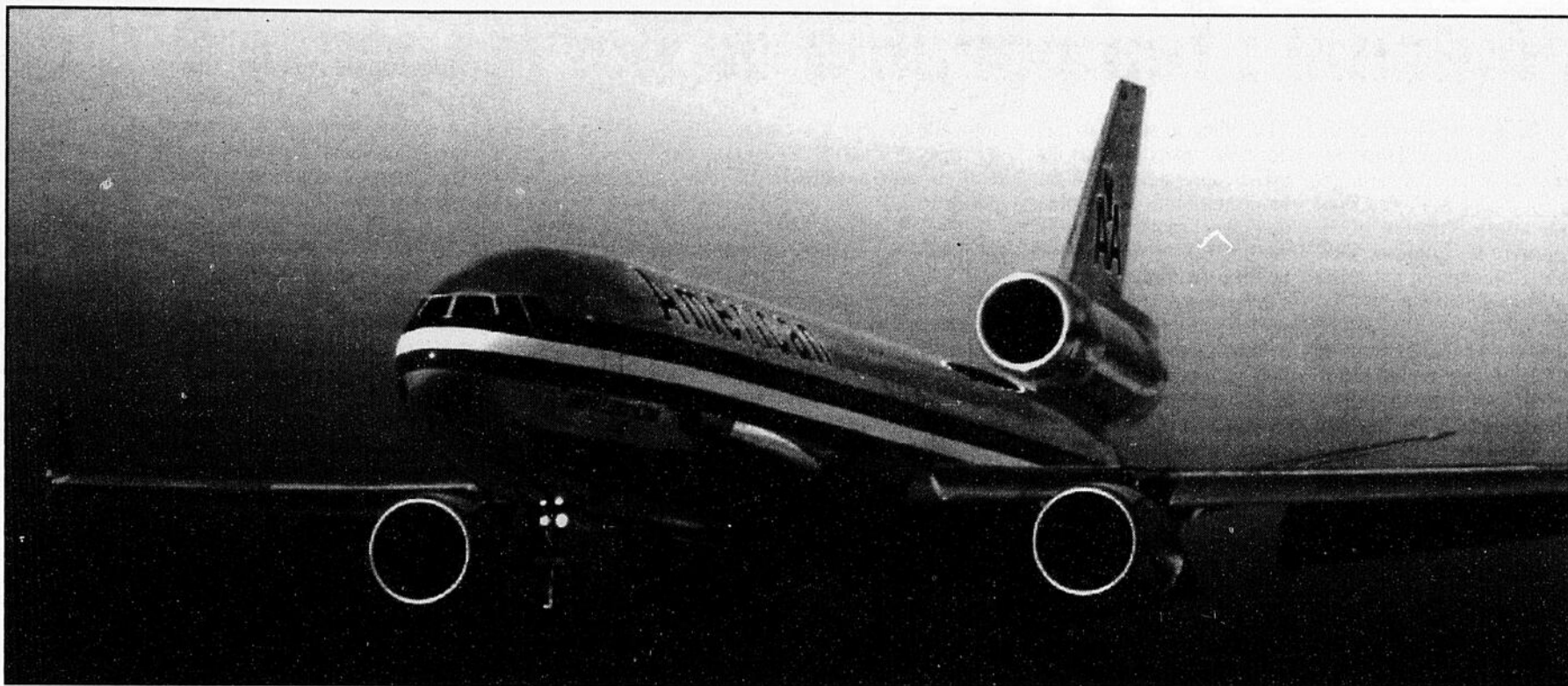
Du 1er mai 1994 au 22 octobre 1994

OCCUPATION SIMPLE	OCCUPATION DOUBLE
159\$*	114\$*
PAR JOUR / PAR PERSONNE	PAR JOUR / PAR PERSONNE

**Radisson.**  
GOUVERNEURS QUÉBEC

1-800-333-3333  
GROUPES ET CONGRÈS  
690, boul. René-Lévesque Est  
Québec (Québec) G1R 5A8  
Tél.: (418) 647-1717 • Fax: (418) 647-9573

*Aucune autre compagnie aérienne n'offre plus de vols vers les villes américaines qu'American.*



# American offre des vols vers plus de 230 villes américaines.

Seul American offre 5 vols quotidiens sans escale vers Chicago en semaine. Et, de Chicago, American et American Eagle® peuvent vous emmener vers plus de 230 villes des États-Unis, y compris les centres clés des affaires comme Denver, Dallas/ Forth Worth, Phoenix, Los Angeles, San Francisco, Seattle/Tacoma et Tucson. En fait, American peut vous emmener n'importe où vous désirez aller aux États-Unis et même en Amérique Latine et aux Caraïbes.

De plus, les membres du programme AAdvantage accumulent des milles chaque fois qu'ils voyagent sur American ou les Lignes aériennes Canadien International. Vous pouvez utiliser les milles pour des surclassements sur American ou pour des voyages gratuits sur American, American Eagle et les Lignes aériennes Canadien International et Canadien Régional.

Pour de plus amples renseignements ou pour faire des réservations, téléphonez à votre agent de voyage ou à American Airlines au 1-800-433-7300.

**American Airlines®**  
*du spécial dans l'air.®*

American Eagle et AAdvantage sont des marques déposées de American Airlines Inc. American Eagle est l'associé aérien régional d'American. American Airlines se réserve le droit de modifier les règlements du programme AAdvantage, les prix de voyage et les offres spéciales en tout temps sans avis préalable et de mettre fin au programme AAdvantage avec un avis de six mois.

# La baisse de prix dans le transport aérien régional : temporaire ou permanente ?

« On est bien heureux de voir qu'Air Alliance accepte de réduire ses tarifs de 25 %, a déclaré Pierre Breton, administrateur de la Chambre de Commerce de Baie-Comeau, en entretien téléphonique au journal LES AFFAIRES.

« C'est très intéressant et cela représente un bel effort de leur part. Pourvu que ce soit sérieux ! Il ne faudrait pas que ce soit un cataplasme, pour faire taire ceux qui se plaignent des tarifs aériens trop élevés en région et ainsi tenter de fermer le dossier, pour ensuite retirer cette offre à l'automne. »

M. Breton faisait ces commentaires par suite de l'annonce d'Air Alliance la semaine dernière. Le transporteur de la famille d'Air Canada a en effet réduit de 25 % ses tarifs applicables à toutes les destinations à l'intérieur du Québec. Les seules conditions : acheter un billet aller-retour et faire cet achat cinq jours avant le départ.

Le billet ne sera pas remboursable, mais il pourra être utilisé sans pénalité à une date ultérieure, si les plans du titulaire sont bouleversés.

« Cette offre tient jusqu'à la fête du Travail. Si on s'aperçoit que le fait d'abaisser les prix se traduit par un achalandage accru, l'offre sera prolongée. Mais si ce n'est pas le cas, nous y mettrons fin », a précisé Bernard Juteau, directeur du marketing d'Air Alliance.

Déjà, il y a plus d'un mois, au milieu d'une tournée en région pour rencontrer les représentants des chambres de commerce, Robert Perreault, nouveau P.d.g. d'Air Alliance, confiait aux AFFAIRES que quelque chose devait être fait pour répondre aux récriminations des gens d'affaires en région à propos des tarifs, qu'ils considéraient trop élevés.

« Je me suis rendu en région pour écouter ce que les représentants des milieux d'affaires avaient à dire. Après avoir analysé la situa-

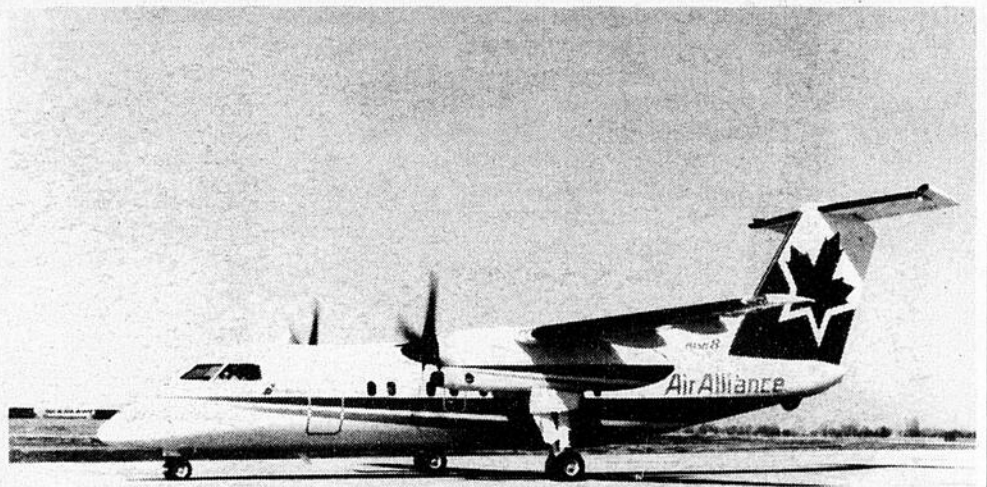
tion, nous avons décidé d'obtempérer à leurs demandes, en réduisant nos tarifs de 25 %. »

## Région par région

La récente annonce de réduction des tarifs d'Air Alliance survient un mois seulement après qu'Inter-Canadien eut lancé une série de tarifs spéciaux, offerts sur des liaisons précises.

« Nous avons réalisé qu'avec la structure tarifaire actuelle, nous perdions un certain nombre de clients d'affaires qui retournaient à l'usage de l'automobile et d'autres qui se réunissaient pour nolisier des avions, admettait récemment Béatrice Pepper, porte-parole d'Inter-Canadien, une filiale de Canadien International.

« Nous avons compris qu'il ne fallait pas procéder par réduction des tarifs sur toutes nos liaisons dans la province, ce qui aurait un impact négatif sur l'économie en région, principale-



Air Alliance a réduit de 25 % ses tarifs applicables à toutes les destinations à l'intérieur du Québec.

ment parmi les agences de voyages, qui verraient leurs revenus dégringoler.

« Il a donc été décidé de tenter de régler le problème liaison par liaison, selon les besoins et les attentes des résidents de ces régions. »

C'est ainsi qu'en février et mars derniers, Inter-Canadien lançait une offre à 50 % de rabais (239 \$ pour un aller-retour), valide toute l'année, entre Bagotville et Montréal, à la seule condition de réserver sept jours à l'avance.

Les nouveaux tarifs régionaux comprennent également le tarif de nuit (valable sur les vols entre 21 h 59 et

6 h 59) entre Québec et Montréal à 99 \$ l'aller simple, et des réductions variant de 25 % à 45 % pour la péninsule gaspésienne, aux seules conditions de réserver trois ou sept jours à l'avance.

## De la poudre aux yeux

Également, le transporteur a relancé le tarif de 69 \$ l'aller simple entre Baie-Comeau et Sept-Îles pour les deux vols du matin, ainsi que pour le vol de Baie-Comeau ou de Mont-Joli vers Québec, à 119 \$ l'aller simple, qui est lancé en exclusivité pour les vols CP1667.

Inter-Canadien a également élargi sa structure tarifaire, en offrant la possibilité à quatre personnes qui réservent et qui voyagent ensemble de payer 370 \$ par personne pour un billet entre Sept-Îles et Québec; 225 \$, entre Baie-Comeau-Québec et Mont-Joli-Québec.

« Quant aux récentes réductions de tarifs sur des liaisons précises consenties par Inter-Canadien, ce n'est que de la poudre aux yeux, poursuivait M. Breton.

« En ce qui concerne l'offre de réserver et de voyager à quatre à prix réduits, nous n'avons pas beaucoup apprécié, car ça ressemble beaucoup à une démarche pour faire disparaître un concurrent gênant, comme Air Madeleine. »

Pour Louis Pronovost, ex-président et porte-parole dans le dossier du transport aérien en région pour la Chambre de Commerce de Rouyn-Noranda, et copropriétaire de Propair, un transporteur aérien de troisième niveau de l'Abitibi, Air Alliance pourrait faire encore mieux.

« Toute baisse de tarifs est évidemment bienvenue, car les prix des billets d'avion en région sont beaucoup trop élevés. Les sièges sont vides pour la plupart en raison du trop grand nombre de vols. On peut se demander combien de temps va durer cette offre de rabais de 25 %.

« De toute façon, Air Alliance pourrait offrir des escomptes plus importants si le nombre de vols était réduit de moitié vers l'Abitibi. Le transporteur pourrait ainsi améliorer son taux d'occupation et son rendement.

« Mais les deux transporteurs se livrent une guerre à finir et personne ne veut céder. »

SERGE LAMARRE

# L'efficacité en affaires !

**S O M I P E R**  
A V I A T I O N

Pour plus de renseignements, communiquez avec François au (514) 631-3000.

FORFAIT

## le Congrès cadre parfait!

**95 \$** par personne inc. double service inclus, taxes en sus.

**Le forfait comprend**

- chambre spacieuse
- panier de fruits à la chambre
- 1 salle de réunion
- 3 repas, 2 pauses santé
- accès à notre centre sportif, piscine intérieure, bain tourbillon, sauna, salle de jeux (billard etc.), sentiers pédestres ou à vélos...

Valable jusqu'au 17 décembre 1994 sur nouvelle réservation seulement (10 chambres et plus)

**Réservation 1-800-361-1620**

Gagnant de la médaille d'or au championnat provincial des brigades culinaires 1992  
Grands prix du tourisme québécois 1993  
Lauréat régional du prix de l'excellence « Accueil et service à la clientèle »

**HÔTELLERIE CHAMPÊTRE**  
Auberges et Hôtels du Québec

**AUBERGE GODEFROY**  
Située au Cœur-du-Québec

1775, BOULEVARD DE LA COURSE, SÉCTEUR SÉBASTIEN, VILLE DE BECANCOUR  
À DIX MINUTES DU CENTRE-VILLE DE TROIS-RIVIÈRES - 819.233.2200

Pendant des années,  
vous portez votre carte  
de crédit sur vous  
en toute sécurité, mais  
le premier jour de  
vos vacances en  
Europe, vous la perdez.  
Pourquoi ?

**Service d'urgence Visa.**

Le service d'urgence 24 heures Visa\* Or, offert partout dans le monde, nous permet de remplacer votre carte Visa Or perdue, habituellement le lendemain. Vous pouvez même obtenir une avance de fonds d'urgence.†

Il y a beaucoup d'autres excellentes raisons d'utiliser la carte Visa Or. Renseignez-vous auprès d'une des institutions financières Visa. Nous sommes faciles à trouver.



Une carte. Une seule.™



Banque Scotia, CIBC, La Confédération des caisses Desjardins, Banque Laurentienne, Banque Royale et Banque TD.

\* Marques déposées de Visa International. Visa Or désigne l'un des cartes Visa Or et Visa Premier, mais pas les cartes Visa Infinite. † Jusqu'à 100% selon le crédit autorisé. \* Marque de commerce de Visa Canada. © Marque officielle de l'Association d'Amérique canadienne.

Cinq types de voyages : information, prospection, implantation, promotion et contrôle

## Voyager pour approcher les marchés étrangers : être prêt, et savoir où on va !

Surtout dans le contexte économique difficile dans lequel nous évoluons présentement, il faut être fin prêt quand on décide d'approcher les marchés étrangers dans l'espoir d'y vendre

ou d'y acheter des produits ou des services.

« Un voyage d'affaires, ça se prépare », dit Antoine J. Panet-Raymond, un vendeur international de la première heure et maintenant

professeur invité au Service de l'enseignement du marketing de l'École des Hautes Études Commerciales, lors d'un récent séminaire de Formation en commerce international, qu'il dispense pour le compte du ministère des Affaires internationales.

« Avant de partir, il faut se fixer des objectifs précis, en considérant bien nos forces et nos faiblesses, les ressources financières dont on dispose et l'environnement dans lequel on évolue, ainsi qu'évaluer honnêtement le produit en fonction du marché auquel on a l'intention de s'adresser.

« En outre, il faut bien identifier ce marché et en faire l'étude approfondie. La première étape évidemment, c'est de s'y rendre pour constater sur place nos chances de succès d'implantation d'un produit. On ne peut pas prendre pour acquis que,

parce que les affaires vont bien ici, ça va bien aller ailleurs. »

### Cinq types de voyages

À partir du moment où la décision est prise de se déplacer à l'étranger pour négocier des ententes avec des importateurs, on identifie cinq types de voyages d'affaires : les voyages d'information, de prospection, d'implantation, de promotion et de contrôle.

Le voyage d'information représente la première étape d'une démarche d'exportation. Le gestionnaire intéressé à exporter pourra ainsi évaluer sur place les problèmes à régler et les barrières commerciales à franchir, notamment en visitant des foires et les établissements de ses concurrents éventuels, ainsi qu'en prenant rendez-vous avec les délégués du Québec (voir la rubrique *Le Québec dans le monde* dans le *Guide des services offerts à l'exportation* du ministère des Affaires internationales) et du Canada à l'étranger.

Le voyage de prospection servira à bien identifier les occasions qui se présentent et les problèmes que pose le marché que l'on cible; on commencera aussi à rencontrer les intermédiaires qui pourraient nous aider à nous implanter auprès de cette nouvelle clientèle.

C'est au cours du voyage d'implantation que se négocient les accords commerciaux avec les intervenants du réseau de distribution choisis, que se signe le contrat de distribution ou d'agence et que l'on procède à l'ouverture d'un bureau ou d'une salle de montre.

Maintenant que tout est en place, il faut retourner pour mousser les ventes. C'est le voyage de promotion, qui permet de rencontrer les principaux clients et d'obtenir les renseignements requis pour répondre à leurs attentes.

Une fois que l'on s'est établi sur le marché depuis quelques mois, il est très important d'exercer un contrôle rigoureux sur le rendement des agents ou des distributeurs. Il faut aussi faire le point avec les principaux clients sur l'efficacité de la stratégie de marketing.

Il est important de calculer la rentabilité de chacun de ces cinq voyages. Chaque déplacement doit être prévu et les dépenses, calculées et planifiées. Ces frais ne doivent pas avoir d'effet négatif sur le fonds de roulement de l'entreprise qui se lance dans l'exportation.

### Qui doit voyager ?

« C'est bien que le P.d.g. (d'une PME) se déplace lui-même pour établir les premiers contacts, mais il doit y

avoir une relève pour suivre le client à l'étranger », a affirmé le conférencier.

Ce qui est important, selon lui, c'est que le voyage soit effectué par une personne qui a l'habitude de négocier avec des partenaires étrangers, ce qui est souvent le cas du chef de l'entreprise.

Qui que l'on choisisse, cette personne doit posséder les qualités suivantes : une grande ouverture d'esprit, une bonne santé pour supporter les décalages horaires, les changements de climat et d'alimentation, etc.; un degré d'éveil et d'attention soutenus afin de saisir les bonnes occasions lorsqu'elles se présentent; un esprit observateur et ouvert; une bonne formation professionnelle, une bonne culture générale, en plus de la facilité de s'adapter aux langues et aux coutumes étrangères; de l'enthousiasme, de l'initiative, de la persévérance et, surtout, de la diplomatie.

SERGE  
LAMARRE

N.D.L.R. : Serge Lamarre a assisté au séminaire Préparer un voyage d'affaires dans le cadre du programme Formation en commerce international du ministère des Affaires internationales du Québec, animé par Antoine J. Panet-Raymond. Il s'est également inspiré d'un document coordonné par Guy Brunelle et produit par la Direction de la formation et de la gestion des Affaires internationales, selon des données émises par l'Association des professionnels en commerce international (APCI) et Panet-Raymond et Associés.

## La vie de château AUJOURD'HUI



À 115 \$/jour occupation\* double  
**Pensez AFFAIRES!**

- Grand air de la montagne
- Verts du golf
- Terrasse panoramique
- Spa Concept
- Piscines, tourbillons et sauna
- Squash, racquetball
- Coordonnateur d'activités sociales et sportives

\* Salle de réunion, hébergement, 3 repas, 2 pauses-café et service inclus... Naturellement!

Taxes en sus



90, rue Stanstead  
Bromont (Québec)  
J0E 1L0  
Tél. : (514) 534-3433  
1-800 304-3433  
Fax : (514) 534-0514

Restructuration :  
**L'EFFET  
DOMINO**  
LES  
**500**  
PLUS IMPORTANTES  
ENTREPRISES AU QUÉBEC

LES  
**AFFAIRES**



Linda, l'un des 1500 membres de l'équipe de Thomas Cook Canada

## NE VOUS INQUIÉTEZ PAS, NOUS RÉGLONS TOUT !

Que vous vous rendiez là où vos affaires vous réclament et avec le moins de souci possible, c'est notre responsabilité. Nous vous suggérons l'itinéraire le plus simple et le plus économique. Nous vous réservons une voiture et un hôtel, en vous garantissant nos taux privilégiés. Et comme nous savons que vous aimez les repas à faible teneur en matières grasses et préférez vous asseoir en avant de l'avion près de l'allée, c'est ce que nous vous réservons auprès du transporteur. De plus, nous nous assurons que vos points de voyageurs assidus sont bien enregistrés.

TC EXPERT, notre système de contrôle de qualité automatisé, travaille 24 heures sur 24 pour vous trouver le plus bas tarif possible. Et si vos plans changent, pas de problème ! L'équipe de notre centre d'urgence ouvert nuit et jour se fera un plaisir de vous venir en aide où que vous soyez.

C'est notre responsabilité de vous libérer de tout souci. C'est ainsi que vous pourrez vous concentrer sur vos affaires.

**Thomas  
Cook**  
Gestion de voyages

# Les préparatifs essentiels avant de partir

■ Il importe de bien se renseigner sur les pays que l'on visitera lors d'un voyage d'affaires. Plus encore que s'il s'agissait d'un voyage de vacances. Autrement dit, il faut faire ses devoirs avant de partir.

On doit rassembler le plus d'informations possibles sur les pays étrangers à visiter par affaires, afin d'éviter de commettre de graves erreurs de jugement en raison de la méconnaissance des moeurs des habitants du pays.

Il faut aussi bien connaître les caractéristiques du marché (les conditions économiques générales du pays, les conditions d'accès au marché, les débouchés, la distribution et les moyens de promotion), ainsi que les exigences des clients et des personnes que l'on prévoit rencontrer.

Ensuite, il est primordial de définir de façon précise les objectifs du voyage, en fonction de la politique commerciale de l'entreprise, de choisir la date la plus appropriée pour faire le voyage et en définir la durée en tenant compte du but du déplacement, de la distance à parcourir et de la possibilité de négociations plus longues que prévues.

Le voyage d'affaires à l'étranger nécessite une préparation particulière autant sur le plan personnel que sur le plan professionnel. Voici une liste des principaux préparatifs.

## Préparatifs professionnels

1. Déterminer un budget réaliste et précis en fonction de ses ressources financières.
2. Établir un calendrier détaillé de sa visite, après avoir confirmé des rendez-vous fermes avec ses interlocuteurs.
3. Planifier un itinéraire précis mais souple. L'aide d'une bonne agence de voyages spécialisée dans les voyages d'affaires est indispensable.
4. Prendre contact avec les représentants commerciaux du Québec et du Canada dans le pays visité.
5. S'informer au moins six à huit semaines avant le départ sur les possibilités d'aide financière gouvernementale.
6. Préparer une ébauche de contrat d'agence ou de distribution et un plan des divers points de discussion avec chacun des interlocuteurs.
7. Expédier les documents promotionnels des produits ou des services (brochures, catalogues, échantillons et autres).
8. Faire le plein de cartes professionnelles en français et dans la langue du pays vi-

sité - indispensable au Japon - ou en français et en anglais.

9. Prévoir de petits cadeaux-souvenirs pour ses interlocuteurs étrangers.

## Préparatifs personnels

1. Fixer la date du voyage - immuable à 90 % - selon son calendrier et celui des habitants du pays visité.

2. S'assurer que les titres de transport sont valides aux dates déterminées et que l'on a les confirmations des réservations de chambres.

3. Vérifier si son passeport est valide, s'il est nécessaire d'obtenir un visa ou des certificats de vaccination.

4. Acheter des chèques de voyage, dont une partie en devises locales. Il est aussi recommandé d'apporter des cartes de crédit reconnues.

5. Choisir sa garde-robe selon le climat et les habitudes vestimentaires des habitants des pays visités et des événements auxquels on participera.

6. Faire une provision suffisante des médicaments qui nécessitent une ordonnance et que l'on utilise normalement.

7. Souscrire une assurance-voyage qui offre une protection complète et, préférable-

ment, un programme d'assistance à l'étranger.

8. Limiter le nombre de valises et, si l'on voyage en avion, n'apporter que le strict nécessaire à bord de l'appareil. Le voyage sera ainsi plus confortable et beaucoup moins fatigant!

« Pour voyager à l'étranger par affaires, il faut savoir prévoir l'imprévisible; le voyageur doit faire preuve de souplesse, constate An-

toine J. Panet-Raymond, professeur invité au Service de l'enseignement du marketing de l'École des Hautes Études Commerciales et vendeur international depuis de nombreuses années.

« Il faut aussi prévoir une marge de manoeuvre en cas de changements aux horaires prévus. »

SERGE  
LAMARRE

METTEZ *du* CIEL  
BLEU *dans*  
*vos* AFFAIRES.

Chez Inter-Canadien, nous faisons tout pour que vous profitiez chaque jour d'un service irréprochable et du meilleur rapport qualité-prix possible. Pour vous, nous avons amélioré notre fréquence de vols vers certaines destinations. Et pour rendre vos voyages encore plus faciles, nous vous transportons dans le confort de notre ATR 42. Sur tous nos vols, vous pouvez bien sûr accumuler les points du programme de bonification pour grands voyageurs Canadien Plus. Bienvenue à bord : nous vous réservons, au-dessus des nuages, un coin de ciel bleu dans vos voyages d'affaires.

Pour obtenir plus de détails sur nos horaires, ou pour réserver, consultez votre conseiller en voyages ou composez sans frais 1 800 361-0200.

Inter-Canadien  
UN COIN DE CIEL BLEU



Canadien est une marque déposée des Lignes aériennes Canadien International Ltée.

# Regroupements d'achats pour mieux contenir les frais de voyages des PME

« La meilleure façon de gérer ses dépenses reliées aux voyages d'affaires, c'est de passer par une agence spécialisée en *corporate*. »

Jean-Paul Bellon pourrait difficilement dire le contraire. Il est en effet le président du Club Voyages, regroupant 200 agences au Québec, y compris les agences de la filiale, Voyages en Liberté.

Pour plusieurs agences, les voyages d'affaires représentent un secteur lucratif : « Le *corporate* compte généralement pour 25 % du chiffre d'affaires des agences et augmente constamment.

« Même des entreprises modestes éprouvent le besoin de développer leurs réseaux de contacts à l'étranger et de créer de nouveaux marchés.

« Et comme les entreprises préfèrent se consacrer au développement et à la vente de leurs produits plutôt que de négocier des tarifs aériens et des prix de chambres d'hôtel, elles nous confient ces mandats. »

Le rôle des agences a pris beaucoup d'ampleur ces dernières années. Auparavant, les entreprises achetaient leurs billets directement des transporteurs et réservaient les hôtels elles-mêmes.

## Rôle de gestion

Compte tenu de l'informatisation des services, l'agent de voyages est devenu un gestionnaire de compte spécialisé, capable de centraliser l'ensemble des opérations, tout en suivant au jour le jour les dépenses des clients : « Ça ne coûte rien au client, puisque les revenus de l'agence proviennent des transporteurs aériens et des fournisseurs de services, a expliqué M. Bellon.

« Le client, lui, gagne un rapport de gestion essentiel pour contrôler ses dépenses. Nous proposons des rapports quotidiens, hebdomadaires ou mensuels, selon les besoins de chaque entreprise. Et j'insiste là-dessus : la crédibilité d'une agence spécia-

lisée en comptes *corporate* repose sur la qualité de ses rapports de gestion. »

C'est ce qui explique que nombre d'entreprises ont décidé de signer une entente annuelle avec une agence : « D'une part, l'agence peut négocier des prix avantageux en raison du volume. D'autre part, les agents de voyages sont informés des promotions, rabais ou autres avantages.

« Les clients d'affaires s'attendent aussi à ce que nous répondions à tous leurs besoins. Bien souvent, la souplesse et la qualité du service sont plus importantes que le prix. Une bonne agence doit pouvoir offrir un service 24 heures partout dans le monde grâce à ses affiliations avec des agences à l'étranger. »

## Confiance

Mais comment une entreprise peut-elle être assurée que chaque dollar dépensé lui permet de voyager le plus loin possible au meilleur coût ? « Tout est question de confiance, répond M. Bellon.

« Bien souvent, une agence sera invitée, dans un premier temps, à déposer une soumission pour un projet *corporate* de voyages et, par la suite, il s'établira des liens de confiance entre les deux.

« Quant aux tarifs des transporteurs, la concurrence est si forte que les prix sont pratiquement les mêmes par-



L'utilisation d'une carte permet de savoir, par exemple, que les frais d'avion représentent généralement 45 % des frais de voyages; les hôtels, 21 %; les locations d'auto, 17 %; les repas, 9 %; les dépenses diverses, essence, sorties et autres, 8 %.

tout en classe *Affaires*. Et même si nous suggérons à l'occasion à certains clients de prendre des vols notifiés, ils doivent savoir qu'ils perdront toute souplesse quant aux dates de retour.

« Souvent, nous suggérons, en vol régulier ou *Affaires*, un retour en fin de semaine, à un prix moindre. »

Quant à la *Première classe*, on la prend de moins en moins, au point que certains transporteurs l'éliminent progressivement, dont KLM et Air Canada.

Par contre, on pratique le surclassement, soit la possibilité de voyager en classe *Affaires* avec un billet régu-

lier : « Quand nous réussissons à négocier cela auprès du transporteur aérien, c'est très apprécié. »

## Regroupements

Un autre moyen de réduire les frais de voyages consiste à regrouper des entreprises pour leur donner un meilleur pouvoir d'achat, le principe des grappes industrielles...

« Il s'agit d'une nouvelle formule qui permet aux entreprises plus modestes de bénéficier des avantages des clients importants. Chaque entreprise garde son autonomie et ne met en commun que le volume aérien. Les frais sont ensuite répartis au prorata des vols effectués par chaque entreprise. »

Les agences de voyages font-elles crédit et autorisent-elles la répartition des paiements sur plusieurs mois ? « Il ne s'agit pas d'une pratique courante, a dit M. Bellon.

« Certains clients préfèrent que nous leur adressions directement la facture, mais généralement les entreprises utilisent des cartes de crédit pour payer l'ensemble de leurs frais de voyages. Elles seront mieux servies par les compagnies de cartes d'entreprises que par les agents de voyages, ne serait-ce qu'à cause des programmes d'assurance-accident et des délais de paiement que permettent les cartes. »

Ces cartes d'entreprise aident à contrôler les dépenses et facilitent la conciliation mensuelle. Les frais sont détaillés, y compris les taxes.

## Outil de gestion essentiel

Selon Yvon Dallaire, vice-président des ventes aux entreprises de Diners Club/En

Route, les cartes d'entreprise sont essentielles pour la gestion des voyages.

« L'utilisation d'une carte permet de savoir, par exemple, que les frais d'avion représentent généralement 45 % des frais de voyages; les hôtels, 21 %; les locations d'auto, 17 %; les repas, 9 %; les dépenses diverses, essence, sorties, etc., 8 %.

« Quelque 33 % des billets vendus au Canada sont achetés au moyen de la carte Diners Club/En Route. Mais pourquoi l'utiliser plutôt que les cartes courantes ? « Parce que nous sommes spécialisés dans le tourisme d'affaires et que notre carte ne permet que les opérations courantes et non le crédit, répond M. Dallaire.

« Le client a jusqu'à 60 jours pour régler son compte, ce qui lui laisse largement le temps de compléter son compte de dépenses. »

Les cartes favorisent aussi plusieurs types de facturation, du compte centralisé pour l'ensemble de l'entreprise au compte individuel : « Les cartes représentent un avantage pour les fournisseurs, hôteliers, restaurateurs et autres. La facturation directe est éliminée; c'est nous qui gérons les comptes clients à leur place. »

Enfin, l'utilisation de la carte est un atout pour obtenir de meilleurs tarifs : « Quand une entreprise règle toutes les chambres d'hôtels de ses employés sur un même compte, elle peut obtenir des prix beaucoup plus intéressants de la part de l'hôtelier, en raison du volume.

« La carte centralise les transactions et permet de réduire les dépenses totales de l'entreprise. »

BERNARD VEYRON

## L'intérêt est en hausse!



La nouvelle se propage! Quand il s'agit de bien recevoir les gens d'affaires, le nouvel Hôtel du Fort fait vraiment l'affaire. Il n'est donc pas surprenant que ce bijou de style européen suscite de plus en plus l'intérêt. Nos salles de réunion, nos chambres spacieuses et notre gamme de services témoignent de notre recherche de l'excellence. Ajoutez à cela

l'élégance d'un décor sophistiqué ainsi qu'un service personnalisé inégalé, et vous découvrirez un hôtel où conclure des affaires est un plaisir. Informez-vous sur notre tarif promotionnel «INTÉRÊT SPÉCIAL» fixé à 89 \$\* par nuit incluant un buffet-déjeuner de luxe. Voilà une offre qui éveillera sûrement votre intérêt!



\* Taxes en sus.

Un trésor à découvrir

Tél. (514) 938-8333, sans frais 1-800-565-6333  
1390, rue du Fort, Montréal (Qc) H3H 2R7

## UN CENTRE DE CONFÉRENCE ET DE VILLÉGIATURE DE PREMIER CHOIX À 12 MINUTES DU CENTRE VILLE D'OTTAWA

Le Château Cartier Sheraton, son Club de Golf 18 trous et son Centre de Conditionnement Physique constituent un endroit remarquable pour tenir vos réunions de travail pour des groupes de 10 à 800 personnes.



- 129 chambres Deluxe;
- 88 suites;
- Café/thé gratuit dans chaque chambre;
- Livraison du journal à votre porte;
- Stationnement gratuit;
- Navette gratuite vers l'aéroport d'Ottawa;
- Forfaits réunion, golf et mise en forme.



Château Cartier Sheraton  
HÔTEL ET CLUB DE GOLF  
AYLMER

Tél.: (819) 777-1088  
Fax: (819) 777-7161

# CAE Electronics réalise des économies de plus de 15 % sur ses frais de voyages

**C**AE Electronics, une filiale de CAE Ltd., a réalisé des économies de 15,53 % sur ses frais de voyages d'affaires et de plaisir, grâce à des systèmes de gestion innovateurs et efficaces, qui lui sont offerts par American Express.

« Nous avons choisi d'utiliser les systèmes d'American Express pour la gestion des voyages d'affaires de nos employés », a confirmé Steve Bush, directeur des services administratifs et de voyages de CAE Electronics.

Et depuis, grâce à la compilation de données sur les habitudes de voyages, le directeur du service responsable des voyages peut changer toutes les réservations qui ne se conforment pas à la politique de la compagnie et, dans certains cas, permet même de négocier des escomptes avant que le voyage ne soit effectué.

« Les rapports mensuels personnalisés qui nous sont accessibles après que les voyages ont été réalisés nous permettent également d'analyser et de planifier, selon les tendances observées. L'ensemble de ces services nous permet de réaliser des économies sur les déplacements de notre personnel. »

CAE Electronics, fabricant de simulateurs de vols, de contrôle du trafic aérien, de soutien à la navigation et de technologie médicale, a réalisé un chiffre d'affaires de 320 216 000 \$ au cours de l'année financière 1992-1993, tandis que la société mère, CAE Ltd., voyait ses revenus dépasser le milliard de dollars.

Des 3 300 employés qui travaillent à CAE Electronics à Saint-Laurent, environ 1 200 sont des voyageurs réguliers, c'est-à-dire qu'ils effectuent plus de deux voyages d'affaires par année pour le compte de la compagnie, ce qui justifie la présence d'une agence de voyages

American Express dans les bureaux de CAE.

« Nous dépensons 15 M\$ en voyages d'affaires et de plaisir annuellement, dont 5 M\$ en transport aérien seulement. Notre service de voyages d'affaires compte 12 employés. Nous utilisons

nos propres employés, ce qui nous distingue des autres grandes sociétés qui accueillent une agence de voyages AMEX à l'intérieur de leurs bureaux. »

Chez American Express, **Barrie Gleason**, directeur des services à la clientèle

corporative au Québec, se dit très heureux de ces résultats. « Depuis que CAE Electronics utilise nos systèmes de compilation de l'information et des rapports que nous pouvons fournir sur les habitudes et les dépenses de voyages de la compagnie, il

est ensuite plus facile de négocier de meilleurs tarifs avec les fournisseurs de services de voyages.

« Parmi les 18 agences exploitées dans la région de Montréal sur les lieux de travail, CAE représente un succès dont nous sommes parti-

culièrement fiers. D'autant plus que c'est la seule agence où nous ne fournissons que les systèmes et la formation du personnel et non les personnes-ressources. »

**SERGE LAMARRE**

# Si votre comptable dit "économie," exigez au moins Swissair.

Contrairement à la croyance populaire, il n'est pas plus coûteux de voyager avec Swissair qu'avec toute autre ligne aérienne. Ce qui est remarquable, lorsque l'on sait que Swissair est totalement différente des autres lignes. Les gens d'affaires avertis reconnaissent que la classe économique de Swissair offre une expérience inoubliable: avec moins de sièges et plus d'espace que toute autre ligne aérienne, des repas servis dans des couverts de porcelaine, des consommations gratuites et des écouteurs haute fidélité. Il n'est donc pas surprenant que Swissair se classe parmi les meilleures lignes aériennes internationales. Swissair vous propose dix ports d'embarquement en Amérique du Nord et plus de 100 destinations à travers le monde. Vous transiterez par Zurich ou Genève et goûterez l'efficacité et le confort de nos aéroports. Alors la prochaine fois que vous planifierez un voyage d'affaires "économique," dépensez votre temps et votre argent judicieusement.

Pour réserver, communiquez avec votre conseiller en voyages d'affaires, votre agent de voyage ou Swissair au 1-800-267-9477.

**Le temps notion universelle.**

**Swissair participe aux programmes grands voyageurs de Delta, USAir et Air Canada.**



Abidjan • Abu Dhabi • Accra • Alger • Amsterdam • Ankara • Athènes • **Atlanta** • Bâle/Mulhouse • Bangkok • Banjul • Barcelone • Beijing • Beyrouth • Belgrade • Berlin • Berne • Bilbao • Birmingham • Bombay • Bordeaux • **Boston** • Brazzaville • Bruxelles • Bucarest • Budapest • Buenos Aires • Casablanca • **Chicago** • **Cincinnati** • Copenhague • Cracovie • Dakar • Damas • Dar-es-Salam • Delhi • Douala • Dubai • Dusseldorf • Francfort • Gênes • Genève • Göteborg • Graz • Hambourg • Hanovre • Harare • Helsinki • Hong Kong • Istanbul • Izmir • Jeddah • Johannesburg • Karachi • Kiev • Kinshasa • Klagenfurt • Lagos • Larnaca • Le Caire • Le Cap • Libreville • Linz • Lisbonne • Ljubljana • Londres • **Los Angeles** • Luxembourg • Lyon • Madrid • Malaga • Malte • Manchester • Manille • Marseille • Mascate • Milan • **Montréal** • Moscou • Munich • Nairobi • **New York** • Nice • Osaka • Oslo • Palma de Majorca • Paris • **Philadelphie** • Porto • Prague • Rio de Janeiro • Riyad • Rome • Salzbourg • Santiago • Sao Paulo • Séoul • Singapour • Sofia • Stockholm • St-Petersbourg • Strasbourg • Stuttgart • Tel Aviv • Thessalonique • Tirane • Tokyo • **Toronto** • Toulouse • Tunis • Turin • Valence • Varsovie • Vienne • Yaounde • **Washington** • Zagreb • Zurich

**Restructuration : L'EFFET DOMINO**  
LES **500**  
PLUS IMPORTANTES ENTREPRISES AU QUÉBEC  
ÉDITION 1994  
LES **AFFAIRES**

# Comment réaliser des économies lorsqu'on téléphone au Canada à partir de l'étranger

Le téléphone n'est plus ce qu'il était : de nos jours, on ne se contente plus de faire des appels, encore faut-il gérer le plus efficacement possible les communications interurbaines et obtenir les meilleurs prix.

Pour l'instant, les deux géants canadiens, **Bell Canada** et **Unitel**, se disputent le marché à grands coups de promotion. Tous deux tentent d'augmenter leur part de marché. Quand il s'agit d'appeler du Canada vers l'étranger, les options foisonnent. Mais en voyage à l'étranger, les économies sont ardues. Néanmoins, elles sont possibles.

Chez Bell, un nouveau-né, **Canada Direct**, permet, à

partir de 89 pays, de contacter directement sans frais un téléphoniste canadien, qui transmet aussitôt la communication demandée.

Voilà une excellente nouvelle, selon **Sylvie Bastien**, du bureau des relations publiques de Bell à Montréal : « **Canada Direct** répond bien aux besoins des voyageurs d'affaires. Il évite les problèmes de langue avec des téléphonistes étrangers et élimine les temps d'attente. Il permet aussi de se dispenser du recours aux devises locales. »

L'accès à **Canada Direct** est simple. Il suffit de composer le numéro correspondant au pays où l'on séjourne. Pour l'instant, le service

ne s'applique qu'aux appels de l'étranger vers le Canada, mais il sera bientôt possible, promet Bell, d'effectuer des appels vers des tiers pays.

## Réplique d'Unitel

Unitel tente elle aussi de séduire la clientèle d'affaires. L'entreprise a lancé il y a quelque temps une carte **Affaires** qui permet de réaliser des économies importantes par rapport aux tarifs des compagnies de téléphone locales, assure la directrice des relations publiques d'Unitel, **Claire Fiset**.

« En février dernier, la moyenne nationale des économies réalisées par nos clients s'établissait à 40 %. De plus, comme nous offrons un service à l'échelle nationale, la facturation est effectuée de façon nationale. »

« Les avantages sont nombreux : ainsi, puisque chaque employé a son numéro de carte personnel, il est facile sur la facture mensuelle de relier le détail des appels aux personnes concernées. »

La carte **Affaires** d'Unitel est valable au Canada et aux États-Unis, mais ne vise pas les appels outre-mer : « Au cours des prochaines semaines, nous offrirons le service **WorldPlus** au Canada, en collaboration avec notre partenaire **AT&T**, explique M<sup>me</sup> Fiset.

« Une fonction de reconnaissance de la parole en

cinq langues sera offerte à titre d'essai. Et dès le début, les clients pourront joindre les services **WorldPlus** de plus de 40 pays. »

## TelRoute

De son côté, **TelRoute**, qui s'apprête à installer un réseau de transmission par micro-ondes numériques entre Montréal et Toronto, compte émettre d'ici quelques semaines une carte d'appel qui devrait être valable dans le monde entier.

« Les appels seront portés au compte du client et les économies seront substantielles par rapport aux frais interurbains actuels », promet le directeur général des ventes, **Alain Girard**.

Chez **Sprint Canada** (auparavant **Call-Net**), la **Télécarte** existe depuis trois ans et permet d'obtenir des réductions de 25 % à 35 % par rapport aux tarifs des concurrents, soutient-on. Pour l'instant, on ne peut l'utiliser à partir de pays étrangers, mais on promet des changements dès cette année.

Résultat : actuellement, **Canada Direct** est le seul service accessible à partir de l'étranger, mais d'ici l'an prochain, le nombre de tels services devrait se multiplier.

En attendant, la concurrence que se livrent les compagnies de téléphone a été bénéfique au consommateur. Selon **Scott Sullivan**, direc-

teur des services à la clientèle de **Téleglobe Canada**, les taux en vigueur depuis le 3 mars dernier montrent une réduction moyenne de 13 % pour 74 pays, soit 60 % des appels provenant du Canada.

« Par rapport aux tarifs précédents, les économies sont de 17 % sur la France, de 27 % sur l'Angleterre et de 36 % sur la Suisse. Jusqu'à maintenant, il en coûtait moins cher d'appeler aux États-Unis que dans tout autre pays. Avec les nouveaux tarifs, ce n'est plus le cas. »

## Parmi les tarifs les plus bas

Les tarifs canadiens sont parmi les plus bas au monde.

À la demande des **AFFAIRES**, **M. Sullivan** a comparé le prix d'un appel normal du Japon au Canada et le coût d'utilisation de **Canada Direct** : « D'une boîte téléphonique japonaise, un appel de dix minutes au Canada coûterait 27,80 \$; au moyen de **Canada Direct**, 13,21 \$.

« Un appel de France coûterait 9,40 \$ et 7,88 \$ par **Canada Direct**; de l'Angleterre, 7,80 \$ et 6,50 \$. Si l'on fait porter les frais à sa note d'hôtel, le coût peut augmenter, dans certains pays, de 200 % à 300 %. C'est la pire chose à faire. »

Les nouveaux services feront certainement l'affaire de milliers d'entreprises au pays, dont **SNC-Lavalin**.

Selon le vice-président, Administration, **Georges Bouthary**, les moyens de communication sont l'un des problèmes majeurs sur le terrain.

« Les lignes sont souvent de qualité médiocre et les coûts, exorbitants. Dès que l'on sort des grands réseaux et qu'on tombe sur les réseaux locaux, il y a beaucoup de contraintes et l'utilisation des cartes d'appel est impossible. »

Dans ces cas, mieux vaut avoir recours à la communication écrite : « Nous communiquons essentiellement par *fax-modem*. C'est de loin le moyen le moins cher et le plus sûr de transférer de l'information. Celle-ci est rationnelle et concise. »

Quant à **M. Sullivan**, il croit que le développement de services téléphoniques fiables et plus économiques peut avoir un impact certain sur la présence d'entreprises canadiennes à l'étranger. « Nous l'avons constaté récemment lorsque le service **Canada Direct** a été offert au Mexique et en Russie.

« Et je crois que nous assisterons à une véritable révolution dans le domaine des appels internationaux lorsqu'il sera possible d'appeler dans un pays tiers tout en facturant au Canada. Cela devrait augmenter les échanges d'affaires ainsi que le chiffre d'affaires des entreprises de téléphone canadiennes. »

**NOUVEAU**

**FORFAIT 54,75\$ PAR NUIT**

**La Tour Centre-Ville appartements-hôtel**

Occupation simple ou double. Taxes en sus. Offre en vigueur jusqu'au 31 mai 1994.

Sur réservation seulement selon la disponibilité 400, boul. René-Lévesque Ouest (coin Bleury) 514 866-8861 ou (sans frais) 1 800-361-2790

MC, marque déposée par la Société des loteries du Québec

- Incluant l'aller gratuit en taxi de l'hôtel au Casino
- Le stationnement gratuit à l'hôtel
- Piscine intérieure, saunas & salles d'exercice
- Studios de 350 pieds carrés et plus avec cuisinette

**Le relais des gens d'affaires**

Située sur le bord du lac Brome, au cœur de l'Estrie, l'Auberge Le Malard vous propose de joindre l'utile à l'agréable en vous offrant son

**FORFAIT AFFAIRES \*93\$** incluant:

- hébergement • 3 repas par jour
- 2 pauses-café • 1 salle de réunion
- installations sportives • frais de service

\*Tarif par personne par jour, occ. double. Supplément de 36\$ pour occupation simple. Taxes en sus.

Finaliste du concours culinaire des rôtisseurs.

**AUBERGE Le Malard LAC BROME**

Votre hôte: Yves Dufour  
572, rue Lakeside, Ville Lac Brome  
**(514) 243-5006**

**HÔTEL Auberge Universel MONTRÉAL**

En affaire ou pour une escapade familiale, nous vous offrons des accommodations et facilités exceptionnelles.

- 231 chambres et suites • Restaurant et Piano-Bar
- Facilités pour réunion et congrès de 10 à 700 personnes
- Stationnement gratuit
- Située à l'ombre du Stade Olympique, à côté du Biodôme et à quelques minutes du Casino.

**SPÉCIAL HOMME D'AFFAIRES \$78.00\***

Incluant: \* Une (1) chambre, une (1) nuitée. Le petit-déjeuner continental et le journal. Taxes et service en sus. En vigueur jusqu'au 30 avril, selon disponibilité.

Composez sans frais: 1-800-567-0223  
5000, Sherbrooke est, Montréal - Tél.: (514) 253-3365 - Fax: (514) 253-9958

## Nouvelles brèves

Rendre les communications à l'étranger aussi faciles que si les appels étaient faits au Canada, voilà qui devrait plaire aux entreprises canadiennes qui se tournent vers les marchés mondiaux.

La chaîne **Hilton** propose dans cinq hôtels de Toronto, Montréal et Québec des services de vidéoconférence reliant les hôtels entre eux.

La directrice des ventes et marketing, **Brenda Rodriks**, a indiqué aux **AFFAIRES** que « si la demande est là, d'autres villes canadiennes offriront bientôt le service. »

« Dans un proche avenir, il sera accessible dans tous nos hôtels dans le monde. »

Le prix : 200 \$ l'heure, plus les frais d'appels courants.

\* \* \*

**TelRoute** a reçu récemment du fédéral l'autorisation d'installer un réseau de transmission par micro-ondes numériques.

Selon le directeur général

des ventes, **Alain Girard**, « la transmission par micro-ondes numériques est meilleure et plus fiable que par fibre optique ou fil de cuivre; surtout, beaucoup plus économique. »

C'est ce dernier point qui permet à **M. Girard** de croire que son entreprise pendra une petite part du marché canadien de l'interurbain, peut-être jusqu'à 2,6 % : « Les clients pourront épargner jusqu'à 25 % par rapport aux tarifs actuels. »

La transmission par micro-ondes numériques n'est pas nouvelle, mais c'est la première fois qu'un réseau fonctionnera uniquement selon cette technologie.

Dès 1994, une première ligne reliera Montréal à Toronto, en passant par Ottawa. La région Ontario-Québec représente à elle seule des revenus de 3,2 milliards par année. Bell y règne en maître avec 90 % des affaires.

**BERNARD VEYRON**

# Repas et divertissements déductibles à 50 % : aucun moyen de contournement

Lorsque, le 22 février, le ministre des Finances, Paul Martin, a réduit de 30 % la portion déductible des frais de repas et de divertissement des entreprises, d'aucuns se sont appliqués de trouver des moyens de contourner la nouvelle mesure. Ces frais, déductibles à 80 % avant le budget, ne sont dorénavant déductibles qu'à 50 %.

Les restaurateurs ont craint le pire. Dans la panique, ils voyaient diminuer radicalement la fréquentation de leur commerce et certains ont fait preuve d'imagination. « Mais croyez-moi, il n'y a pas de moyens d'y échapper », a indiqué aux AFFAIRES Marcel Bertrand, fiscaliste à la firme Laliberté Lanctot Coopers & Lybrand.

Certains ont cru que la mesure n'incluait pas les cadeaux offerts aux clients et que ceux-ci étaient déductibles à 100 % comme dépenses d'exploitation.

Des restaurateurs se mirent à vendre des chèques-cadeaux aux clients dès leur arrivée dans l'établissement. Ces clients remettaient par la suite le chèque-cadeau à leurs invités, qui payaient la note de cette façon.

Or, le 3 mars, le ministre fédéral du Revenu, David Anderson, émettait un communiqué qui ne laissait aucun doute : « Selon la Loi de l'impôt sur le revenu, le coût des chèques-cadeaux de restaurant doit être traité de la même façon que si l'argent avait directement servi à payer les repas.

« Par conséquent, la réduction prévue dans le budget de février 1994 s'applique

également aux chèques-cadeaux. Revenu Canada n'acceptera pas les demandes de déductions qui dépassent le pourcentage admissible, c'est-à-dire 50 % des dépenses. »

## Trop peu

En fait, l'unique façon de pouvoir encore jouir de la déduction de 80 % est de s'être engagé à une dépense avant le 22 février : « S'il s'agit, par exemple, d'un spectacle dont les billets ont été achetés avant le 22 février mais dont la représentation a lieu après le dépôt du budget, la déduction sera encore de 80 %. Dans tous les autres cas, ce sera 50 % », indique le fiscaliste Michel Cotte de la firme Raymond Chabot Martin Paré.

« Une proportion de 50 %, c'est peu. Le gouvernement a fait un choix fiscal qui, d'une certaine façon, se veut une augmentation de l'impôt des entreprises », observe M. Bertrand.

En fait, le pourcentage de 50 % s'aligne sur les pourcentages en vigueur en Ontario, au Québec et aux États-Unis.

Selon M. Bertrand, certaines entreprises de spectacle paieront la note tôt ou tard. « Je pense aux Expos, aux Nordiques et au Canadien. Il est évident que ces équipes auront plus de difficultés à vendre leurs loges ou leurs abonnements de saison. »

Richard Morency, vice-président aux communications des Expos, ne cache pas que la décision gouvernementale aura des effets sur l'équipe de baseball de Montréal.

« Nous utilisons la déduction de 80 % comme argument de vente de nos abonnements de saison. Compte tenu de la déduction de 50 %, l'argument perd de son poids.

« Pour l'instant, il ne semble pas y avoir d'impact sur nos ventes, mais puisque nous avons déjà beaucoup de problèmes, il s'agit d'un obstacle de plus à surmonter », a dit M. Morency.

« Le gouvernement a aussi précisé ce qu'est un divertissement, indique M. Cotte.

« Dans sa liste, il mentionne les pièces de théâtre, les concerts, les manifestations sportives, les loges dans les installations sportives, les locations de chambres et de suites d'accueil dans un but de divertissement, les croisières, les défilés de mode, les adhésions aux clubs sportifs et sociaux, les excursions de chasse et de pêche et les dépenses dans les boîtes de nuit. À vrai dire, il n'y a pas de marge de manoeuvre. »

Ces mesures fiscales permettront au gouvernement d'aller chercher, en 1994-1995, 235 M\$ dans les coffres des entreprises. En 1995-1996, les prévisions sont de l'ordre de 245 M\$; l'année suivante, de 260 M\$.

## Les exceptions

Toutes les dépenses pour frais de repas et de divertissement des entreprises sont maintenant déductibles à 50 %, sauf quelques exceptions, que voici :

- les restaurants, hôtels et lignes aériennes, si les dépenses sont engagées pour fournir des aliments, des boissons ou des divertissements

contre paiement ou en vue de l'obtention d'un bénéfice;

- les dépenses faites dans le cadre d'une collecte de fonds pour un organisme de charité;

- les frais payés ou payables pour des aliments, des

boissons ou des divertissements, si une personne ou une société est dédommée et si le montant du dédommagement est raisonnable et indiqué préalablement par écrit à la personne qui verse le dédommagement;

- le montant des frais en-

courus est inclus dans le calcul du revenu d'un employé; - un repas, des boissons ou divertissements offerts par un employeur à tous ses employés à un endroit donné.

SERGE  
AMYOT

## Les voyageurs d'affaires touchés par le récent budget fédéral

Bernard Barsolo, directeur principal de Price Waterhouse à Montréal, signale aux lecteurs quelques changements fiscaux les touchant lorsqu'ils sont en voyages d'affaires.

« Essentiellement, le budget fédéral a touché les voyages d'affaires au niveau du pourcentage d'admissibilité des dépenses de repas, de boissons et des frais de divertissement, ainsi qu'au niveau des taxes d'aéroport. »

De fait, les dépenses de repas, boissons et divertissement engagées durant un voyage d'affaires ne seront déductibles qu'à 50 % de leur valeur; auparavant, cette déduction s'établissait à

80 %. Ce nouveau taux de déduction est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> mars dernier.

Le 1<sup>er</sup> mai prochain, la taxe d'aéroport applicable à chaque billet d'avion vendu au Canada pour des voyages à l'intérieur du pays est réduite à 6 \$ (ancien prix : 10 \$). Un titre de transport aérien de 100 \$ acheté au Canada pour une destination canadienne, qui coûte présentement 122,41 \$ après l'ajout de la TPS (7 %) et de la TVQ (4 %), coûtera dorénavant 117,96 \$.

Pour ce qui est des voyages internationaux, le gouvernement a haussé la taxe d'aéroport dans les deux sens. À partir du Canada, cette taxe

passera de 40 \$ à 50 \$, également à compter du 1<sup>er</sup> mai prochain; dans l'autre sens, elle passera de 19 \$ à 25 \$.

SERGE  
LAMARRE

**Restructuration :**  
**L'EFFET DOMINO**  
LES  
**500**  
PLUS IMPORTANTES  
ENTREPRISES AU QUÉBEC  
LES  
**AFFAIRES**



FONCEZ.  
ON S'OCCUPE  
DU RESTE!

Vos affaires sont exigeantes.

Vous ne voulez pas être distrait par les détails et vous appréciez un service attentionné.

Nous le savons bien. À Québec, concentrez-vous sur vos affaires car nous prenons tout le reste en charge! Chambre conçue pour le travail • Trois téléphones à deux lignes • Prise de télécopieur et de modem • Cafetière • Robe de chambre et produits de toilette de luxe • Journal à votre porte • Vue sur le fleuve Inscription et départ express • Service de photocopies et de télécopies • Club santé et piscine extérieure • Huit étages Classe affaires dont un étage privé pour les femmes d'affaires et un étage sélect le « Club 1225 »

La Classe affaires et le Club 1225 au Loews Le Concorde  
Réservations : 1 800 463-5256



LOEWS  
LE CONCORDE  
L'HÔTEL SUR LES CHAMPS-ÉLYSÉES DE QUÉBEC

# Les centres de villégiature gagnent la faveur

Les dirigeants d'entreprise aiment parfois tenir leur réunions de travail loin du train-train quotidien et des inévitables interruptions qui surviennent sans cesse. Rien de mieux, d'ailleurs, pour remonter le moral des troupes, que de combiner une réunion de travail avec une activité de plein air.

On compte, au Québec, de nombreux centres de villégiature offrant à la fois des lieux pour les réunions et des sites naturels d'intérêt.

Les centres de santé, tels les centres de thalassothérapie, connaissent une popularité croissante. On peut y recevoir massages, bains thérapeutiques, enveloppements d'algues et divers traitements.

Quelques-uns de ces centres misent aussi sur une bonne table. C'est notamment le cas du **Baluchon** (819 268-2555), à Saint-Paulin (comté de Maskinongé), à 90 minutes de Montréal. Ce centre offre à ses clients une trentaine d'activités sportives, dont le ski, le canot, le kayak, le vélo de montagne, suivant la saison.

« Le principal attrait que



L'Auberge Le Malard (Lac Brome) a son propre petit jardin (65 km<sup>2</sup>), voisinant une réserve faunique.

possède notre centre, dit la directrice des relations publiques, **Patricia Brouard**, c'est l'éloignement de la ville et de son rythme trépidant.

« À l'issue d'une réunion d'affaires, les discussions se poursuivent informellement, dans de petits salons privés. Les participants profitent mieux de leur séjour. »

Deux types de forfaits sont susceptibles d'intéresser les groupes. D'abord, les for-

faits quotidiens santé qui se divisent en quatre groupes : minceur, détente, beauté et régénéscence, à raison de 115 \$ par personne.

Il y a aussi le forfait qui comprend l'hébergement, la location de la salle, les pauses-café, l'équipement et les services. Dans ce dernier cas, il faut prévoir 109 \$ par personne, par nuit, en occupation double.

Mais, bien entendu, plusieurs autres options sont

possibles, comme la formule *tout compris*.

## Travailler sur une île isolée

Pour ceux qui veulent vivre une expérience d'isolement, l'Île-aux-Coudres est sans doute le site approprié.

À une heure et demie de route de Québec, les participants ont le choix entre six hôtels, dont l'**Hôtel Motel La Roche Pleureuse** (1-800 463-6855). Véritable institution en soi, les origines de cet établissement remontent à 1930.

Le propriétaire de ce centre de villégiature depuis six ans, **Pierre Mazières**, explique que les gens d'affaires peuvent mieux travailler, surtout en raison du fait qu'ils se trouvent sur une île.

« Les réunions deviennent plus productives puisque les activités se déroulent au même endroit. Il n'y a rien pour perturber, le téléphone est absent des chambres, seul le traversier relie l'île au reste du continent. »

Après une réunion d'affaires, les clients peuvent emprunter un sentier pédestre,

faire un peu de bicyclette ou pratiquer des activités à l'intérieur de l'hôtel. L'établissement offre aussi un service de massage.

L'Île-aux-Coudres est un coin de pays qui invite les gens d'affaires à la réflexion, tout en leur permettant de découvrir les habitudes de vie des insulaires.

« Chaque soir, il y a de l'animation et, occasionnellement, nous présentons des spectacles folkloriques ou de chansonniers de la région. Tout le monde se connaît sur l'île et notre service est à la hauteur de l'accueil des insulaires, c'est-à-dire chaleureux et empressé. »

Pour ce qui est du forfait de réunions d'affaires, il comprend l'hébergement, trois repas par jour *table d'hôte*, la salle de rencontre et l'équipement audiovisuel. Les prix varient de 70 \$ (occupation simple) à 110 \$ (occupation double) par personne.

En 1994, la période d'exploitation s'étendra du 1<sup>er</sup> mai au 30 octobre, mais il est déjà possible d'y faire des réservations en laissant son message sur le répon-

neur téléphonique, si M. Mazières n'y est pas.

## L'intimité d'une auberge

Une autre option se présente aux gens d'affaires en quête de tranquillité : l'hébergement en auberge.

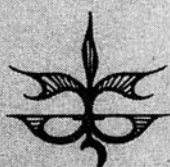
Au lac Brome (Estrie), l'**Auberge Le Malard** (514 243-5006) met l'accent sur une cuisine régionale et évolutive. Si, en saison chaude, les fruits figurent au menu, en revanche les saisons froides favorisent la viande sauvage comme le canard, le sanglier et le daim.

Deuxième au championnat canadien du concours culinaire de la chaîne des **Rôtisseurs** l'an dernier, l'Auberge Le Malard fait de sa cuisine sa principale renommée.

Les clients peuvent aussi s'adonner à plusieurs activités de plein air. « À l'issue des réunions d'affaires, nos clients partent souvent en excursion pédestre, en ski de fond ou en ski alpin, ils vont patiner ou se prélasser dans notre piscine intérieure, no-

# DECouvrez

SAINT-HYACINTHE  
POUR VOTRE  
PROCHAIN CONGRÈS



CENTRE DES CONGRÈS  
Saint-Hyacinthe (Québec)

AU RYTHME DES GENS D'AFFAIRES

## De GRANDS ESPACES pour des GRANDES RENCONTRES

Expositions:	87,000 p.c. (500 kiosques)
Congrès:	8000 personnes
Réunions, séminaires, banquets:	40 salles
Équipement audio-visuel:	Tout l'équipement audio-visuel nécessaire
Chambres:	289 chambres dont 20 luxueuses suites



- Salle à manger
- Bars
- Jardins tropicaux
- Salle de conditionnement physique
- Piscines intérieure et extérieure
- Tennis
- Racquetball



BUREAU DE TOURISME ET DES CONGRÈS  
DE SAINT-HYACINTHE INC.  
2090 CHERRIER, ST-HYACINTHE QC J2S 8P3  
TÉL.: (514) 774-7276

CENTRE DES CONGRÈS / AUBERGE DES SEIGNEURS INC.  
1200 rue Johnson, St-Hyacinthe (Québec) J2S 7K7  
Sortie 130 Sud de la Transcanadienne, à 30 minutes de Montréal  
Téléphone: (514) 774-3810 / 1-800-363-0110  
Rive Sud de Montréal: 467-1808

Auberge  
des Seigneurs



# d'un nombre croissant de congressistes

tre tourbillon et notre bain sauna, explique le directeur général de l'établissement, Yves Dufour.

« En été, certains clients vont en canot, tandis que d'autres observent les oiseaux, les canards, les tortues et les hérons en toute quiétude sur l'immense territoire de 12 km<sup>2</sup> que nous possédons. »

L'Auberge fait face au magnifique lac Brome, tout près d'un terrain de golf. Le forfait affaires, qui comprend l'hébergement, trois repas par jour, deux pauses-café, l'utilisation d'une salle de réunion et les activités sportives, revient à 93 \$ par per-

sonne, en occupation double (frais de service inclus).

## Pour sportifs et esprits animés seulement

Les gens d'affaires qui recherchent plus d'animation et une grande variété d'activités sportives, principalement le ski, auront tout intérêt à porter leur choix sur le Tremblant Club (1-800-567-8341), au nord de Montréal, dans les Laurentides, et sur l'Hôtel Château Mont Sainte-Anne (1-800-463-4467), près de Québec.

Dans les deux cas, la formule est axée sur le loisir :

salle d'exercice pour une meilleure condition physique, piscine intérieure, tourbillon et une multitude d'activités extérieures.

Bien sûr, le ski alpin est à l'honneur. Aussi bien au Tremblant Club qu'à l'Hôtel Château Mont Sainte-Anne, on met l'accent sur l'organisation de compétitions amicales et d'activités de groupe.

« Notre objectif est de créer un esprit d'équipe au jeu, pour favoriser un bon climat de détente lorsque les discussions d'affaires reprennent autour des tables », affirme la directrice des ventes de l'Hôtel Château Mont

Sainte-Anne, Louise Richard.

Quant aux forfaits pour les réunions d'affaires, ils comprennent l'hébergement, les trois repas, les deux pauses-café, la salle de réunion, l'équipement audiovisuel et le libre accès aux activités.

Au Tremblant Club, les prix sont de 138 \$ (condo à une chambre), de 127 \$ (condo à deux chambres) en occupation simple jusqu'au 18 décembre, et de 109 \$ à l'Hôtel Château Mont Sainte-Anne (89 \$ en occupation double), jusqu'au 15 décembre.

Et que dire de la vie de château pour quelques

jours ? Dans l'Outaouais, le Château Montebello (819-423-6341), à Montebello, pourrait certainement répondre aux aspirations des plus exigeants.

## Une réunion d'affaires à la royale

Situé sur une superficie de 65 000 acres de conifères, le Château Montebello, tout en poutres de bois rond, constitue un véritable éden. La décoration et le mobilier des chambres relèvent de la plus haute distinction et le service à l'hôtel est de première classe.

Quant aux loisirs, ils ne manquent pas : en hiver, la pêche sur glace, le patin, la motoneige et les randonnées en traîneau figurent au programme.

Le forfait travail au vert comprend l'hébergement, la salle de réunion, l'équipement audiovisuel, l'accès gratuit aux activités sportives, deux pauses-café et trois repas par jour (257 \$ en occupation double et 188 \$ en occupation simple). Ces tarifs sont en vigueur du 15 octobre au 23 décembre 1994.

**BERNARD GAUTHIER**

## LES LAURENTIDES... TOUJOURS À LA HAUTEUR

**VAL-DAVID**  
UN VÉRITABLE CLIMAT DE  
**PAIX ET DÉTENTE**  
PROFITEZ À LA RÉFLEXION ET AUX BONNES DÉCISIONS

Pour vos séminaires, vos réunions d'entreprise, vos rencontres professionnelles, quittez la ville, sortez de l'environnement quotidien et maximisez les résultats escomptés.

- SITUÉ SUR LE BORD D'UN LAC
- UNE HEURE DE MONTRÉAL
- CUISINE RAFFINÉE
- SALLES CLIMATISÉES POUR VOS RÉUNIONS
- ACCUEIL DE 10 000 PERSONNES
- ÉQUIPEMENT AUDIOVISUEL COMPLET

À partir de 95\$/pers. occupation double

**La Sapinière**  
1244 Chemin de La Sapinière, Val-David (Québec) J0T 2N0  
Val David (819) 322-2020 Ligne SANS FRAIS (800) 567-6635  
Toronto (416) 889-7531 Télécopieur (819) 322-6510

FORFAITS ADAPTÉS SELON VOS BESOINS

**MONT BLANC**  
Pour vos réceptions ou conférences, pensez Mont Blanc.

Tarif affaires 1994 : hébergement, trois repas par jour, salles de réunions équipées, deux pauses café, accès aux piscines, spa, tennis et salle de jeux.

Taxes et service inclus.

Prix en occupation double : à partir de 106 \$ par pers./jour

Bar spacieux, hébergement luxueux, 6 terrains de golf à proximité, 35 pistes de ski alpin.

cuisine raffinée  
atmosphère chaleureuse

**AUBERGE MONT BLANC**  
Route 117 Saint-Faustin  
1-800-567-6715 • (819) 688-2444  
de Montréal (514) 476-1862

Découvrez le charme européen  
**Hôtel du Lac Carling**

Centre de villégiature et de congrès à vous couper le souffle. À une heure de Montréal et une heure trente d'Ottawa.

- 100 chambres tout confort
- Salles de réunions à la fine pointe de la technologie
- Centre sportif complet à l'intérieur
- Activités sportives hivernales
- Cuisine française de renom
- Collection d'art privée, antiquités
- Forfaits et promotions disponibles

Appellez sans frais 1-800-661-9211

**Hôtel du Lac Carling**  
Route 327 Nord, Pine Hill (Québec) J0V 1A0  
Tél.: (514) 533-9211 • Téléc.: (514) 533-4495

POUR VOS RÉUNIONS D'AFFAIRES

OPTÉZ POUR LA FORMULE «Plein-air affaires»  
DE L'AUBERGE LE PETIT BONHEUR  
près de Ste-Agathe, dans les Laurentides

FORFAIT DE BASE : 89.00 \$ par jour/personne en occupation double incluant l'hébergement, les repas et les activités sportives et récréatives, taxes en sus.

SERVICES PROFESSIONNELS (en sus)  
• Audio-visuel • Secrétariat et traduction • Divertissement

UN EXCELLENT RAPPORT QUALITÉ-PRIX !  
Renseignez-vous pour connaître la gamme complète de nos services  
ligne directe de Montréal : 875-5555  
ailleurs au Canada : 1-800-567-6788

Le choix qui va de soi

**GRAY ROCKS**  
SKI • GOLF • TENNIS

Pour votre prochaine rencontre, profitez du savoir-faire de notre personnel aux ventes

C.P. 1000, Saint-Jovite (Québec) J0T 2H0  
Tél. : 819-425-2771 • 1-800-567-6767 • Téléc. : 819-425-3474

Forfait affaires  
**La vie à St-Sauveur**  
À partir de 92,00 \$ PAR JOUR PAR PERSONNE

Incluant :  
• chambre pour une nuit  
• 3 repas (petit déjeuner, déjeuner et dîner)  
• les frais de services  
• une salle de réunion  
• 2 pauses-café

• accès aux piscines intérieure et extérieure, centre de conditionnement, bain tourbillon, sauna, courts de tennis et de squash  
• LA VIE À ST-SAUVEUR

129,00\$ par jour, en occupation simple (taxes en sus)  
\* Tarif pour les mois de mars et avril seulement

Informez-vous de notre promotion «FAITES LE TOUR DU MONDE»

**HÔTEL Manoir Saint-Sauveur**  
246, Chemin du Lac Millente, Saint-Sauveur-des-Monts (Québec) Tél.: (514) 227-1811 Fax: (514) 227-8512  
1-800-361-0505

Bonjour!

Association touristique des Laurentides (ATL)

Gouvernement du Québec  
Ministère du Tourisme

VOYAGES D'AFFAIRES

# Réunions d'affaires dans un centre de villégiature : pour une meilleure concentration

**M**algré toutes les activités et les divertissements que les centres de villégiature offrent, ils favorisent la concentration des participants à des réunions d'affaires; on dit que les résultats en sont améliorés.

Il y a autant de raisons de choisir un établissement plutôt qu'un autre qu'il y a de participants. Tout est question de goût et est fonction des objectifs recherchés.

Cependant, tous les organisateurs et participants que le journal LES AFFAIRES a interrogés s'entendent pour dire que les résultats des séjours sont satisfaisants.

## La nature

C'est notamment le cas de **Luce Bernier**, adjointe administrative dans une caisse populaire à Laval. Plusieurs fois l'an, elle participe à des colloques et à des réunions d'affaires, à l'extérieur de son milieu de travail.

Ce qu'elle recherche avant tout, c'est un environnement propice à la détente. Récem-

ment, elle avait choisi **Le Baluchon** (Saint-Paulin), pour vivre une nouvelle expérience. « À cet endroit, la nature est prédominante.

« Le centre hôtelier est situé dans un cadre environnemental absolument exceptionnel, entouré de montagnes et de collines, si bien que les participants sont prédisposés à une meilleure concentration au cours des discussions. »

Pour **Steward Geddes**, directeur des comptes clients à la **Banque de Montréal**, l'intimité d'une auberge revêt un caractère plus important comme choix d'un endroit pour tenir des réunions d'affaires : « À l'**Auberge Le Malard** (lac Brôme), le service est personnalisé, la présentation des plats est exceptionnelle et l'ambiance diffère réellement des grands centres de villégiature. C'est un endroit intime pour les petits groupes. »

De leur côté, les administrateurs et gestionnaires de la **Caisse populaire Saint-Vincent-de-Paul**, à Laval, se

réunissent chaque année dans un centre de villégiature, pour apprendre à mieux se connaître. En juin dernier, ils ont choisi l'**Hôtel Motel La Roche Pleureuse** (Île-aux-Coudres).

Selon le directeur général de la Caisse, **Yves Dufour**, les résultats sont intéressants. « Cette expérience d'isolement crée des liens plus étroits, en permettant d'améliorer la communication personnelle entre nous.

« De plus, cela facilite l'intégration des nouveaux dirigeants de la Caisse. Inévitablement, les résultats se repercutent de façon positive lors de nos prises de décisions au travail. »

## Pour gens d'affaires actifs

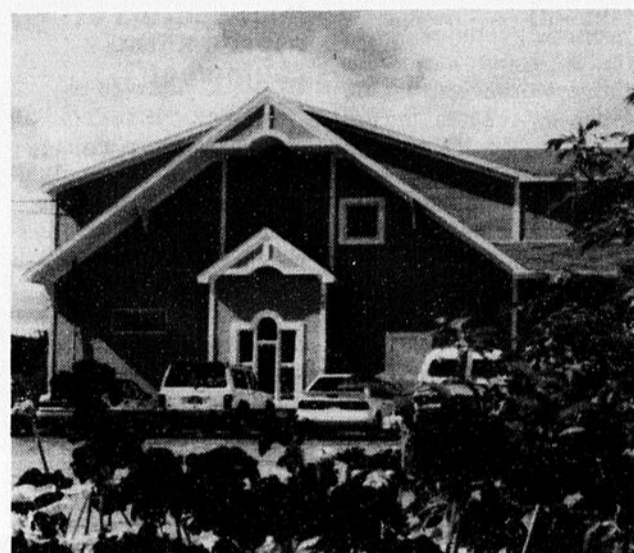
Si, pour les uns, le calme est une valeur convoitée, pour d'autres, l'animation et la participation à de nombreuses activités sportives sont importantes. Tout dépend des individus et de l'entreprise.

Dans le cas d'**Imperial Tobacco**, les 75 représentants des ventes du Québec ont logé à l'**Hôtel Château Mont Sainte-Anne** (Québec) en juin dernier, en raison notamment de la tenue annuelle du tournoi de golf de la compagnie.

Pour **André Roy**, superviseur à l'administration des ventes, le centre de villégiature se prêtait parfaitement aux objectifs : « Peu d'endroits au Québec peuvent accueillir un si grand nombre de participants.

« Aussi, la proximité du terrain de golf nous permettait de nous y rendre à pied. C'était un élément majeur dans notre décision. »

Pour **Claude Daigle**, directeur administratif des ventes à l'**Assurance-Vie Desjardins**, le **Tremblant Club** (Mont Tremblant, dans les Laurentides) répondait parfaitement à ses objectifs pour la tenue du congrès annuel portant sur la motivation au travail : « Le centre de villégiature pouvait accueillir nos 300 participants et planifier



Le centre hôtelier Le Baluchon, à Saint-Paulin, offre un cadre environnemental exceptionnel.

les activités nécessaires pour les trois jours de congrès.

« Avec la collaboration des employés de l'hôtel, nous avons même organisé diverses compétitions, comme des courses de pédalos le samedi matin.

« Bien que le séjour ait été de courte durée, j'ai remarqué une grande motivation

de mes employés lors du retour au travail le lundi suivant. Même que déjà, on parle avec enthousiasme du congrès de l'an prochain. Le moins que l'on puisse dire, c'est que le sujet suscite bien des discussions ! »

**BERNARD GAUTHIER**



... NOS CLIENTS SONT DES PROFITEURS!

... en effet et ils sont fiers de l'être

... ils profitent:

- de notre important pouvoir d'achat
- du professionnalisme et de l'expertise de notre personnel
- des 22 ans d'expérience du plus important réseau d'agences de voyages au Québec
- des conseils judicieux de nos gestionnaires spécialisés en voyages d'affaires
- de l'expertise de notre personnel de réservations
- de notre force en tarification internationale
- des outils de contrôle que nous leur fournissons

... JOIGNEZ LES RANGS DE NOTRE CLIENTELE SATISFAITE ET VOUS AUSSI PROFITEZ DE NOUS!

Pour connaître, le Club Voyages de votre ville ou de votre quartier qui sera en mesure de bien vous servir au niveau de vos déplacements d'affaires, veuillez communiquer avec Gordon Truchon, au (514) 987-1768



Forfait "gîte et petit déjeuner"

**\$ 69<sup>95</sup>\***

\* Offre d'une durée limitée, taxes en sus.

**comprenant:** Une chambre pour une nuit en occupation simple ou double, le buffet déjeuner et le stationnement!

**plus**

**Les enfants accompagnés de leurs parents mangent gratuitement!**

Réservations **1-800-567-9607**

C'est dans l'**Outaouais** que commencent les vraies vacances!

Soyez au centre des activités!

- Une promenade sur la colline parlementaire
- Du vélo dans le Parc de la Gatineau
- Une visite du Musée canadien des Civilisations
  - Un tour en train à vapeur
  - Une soirée au Théâtre de l'Île
- Et beaucoup, beaucoup plus encore!

L'HOTEL  
**CENTRE VILLE**  
HULL • OTTAWA  
ANCIENNEMENT RAMADA

(Québec) J8X 4E9 (819) 778-6111