

RÉUNIONS ET CONGRÈS

Tout le monde s'est
mis à courtiser les
mêmes clients

page 3

Comment faire jaillir
les bonnes idées
autour d'une table

page 5

Le congrès ultime:
celui des organisateurs...
de congrès

page 7

Photo MARTIN CHAMBERLAND, La Presse

RÉUNIONS ET CONGRÈS



Photo MARTIN CHAMBERLAND, La Presse ©

Le Palais des congrès.

Le Palais agrandi mise sur l'originalité de Montréal



DANIELLE TURGEON
collaboration spéciale

« Nos tarifs sont concurrentiels, nous n'avons pas eu d'abandon depuis le 11 septembre et nous signons tout de même des contrats pour de nouveaux événements, dit Paul Saint-Jacques. Mais il faut plus de temps qu'avant pour attirer un nouvel événement. »

Depuis que Montréal fait la promotion de son Palais des congrès nouveau et amélioré, où les travaux doivent être complétés en décembre, c'est 205 événements qu'on a réussi à attirer.

Pour donner une idée, 200 événements signifient 900 000 nuitées réservées dans les hôtels environnants et des revenus de 750 millions de dollars, si l'on calcule que chaque participant dépense en moyenne 200 \$ quotidiennement durant son séjour.

Évidemment, le directeur général du Palais, Paul Saint-Jacques, est ravi ; il indique que les objectifs prévus d'ici 2005 ont été atteints.

Fin septembre, le Palais a tenu deux congrès de taille moyenne simultanément (l'un de 5000 délégués et l'autre de 3000 délégués) et se prépare à accueillir en 2005 les 15 000 délégués du World Congress of Gastroenterologists.

Pouvoir tenir des événements en simultané avec deux pôles d'inscriptions et accueillir des congrès de 5000 délégués et plus faisaient partie des objectifs visés par l'agrandissement du Palais.

« Nous vendons présentement les événements de 2006 et plus — nous en avons déjà jusqu'en 2008 — et nous tentons d'augmenter le nombre de congrès présentement tenus aux États-Unis, dit M. Saint-Jacques. Selon nos estimations, le marché annuel est de 500 à 700 congrès américains susceptibles de se tenir à Montréal. »

Le défi est grand. L'offre est en croissance sur le marché américain, où se trouvent plusieurs centres de congrès flambant neufs... et gigantesques. Depuis le 11 septembre 2001, nos voisins du Sud ont plutôt tendance à dépenser chez eux et cherchent des déplacements moins coûteux.

Pour se différencier des centres de congrès de Toronto (près d'un million de pieds carrés au total) et des centres américains, le Palais des congrès mise sur l'originalité de la ville. Tourisme Montréal, les hôteliers et le Palais des congrès invitent les décideurs à vivre quelques jours à Montréal pendant les festivals (jazz, humour, etc.). Il semble qu'une fois sur deux, cela entraîne la signature d'un contrat. Les professeurs universitaires de renom et les spécialistes de leur discipline moussent aussi la candidature de Montréal pour la tenue d'un événement.

« Nous demeurons très forts sur le marché international, juste derrière New York et Washington. Nous avons eu 17 congrès internationaux cette année (jusqu'en novembre). Nous avons fait récemment des propositions de candidature en Australie, en Afrique du Sud et en Argentine. Dans ce cas, les associations reçoivent des candidatures, les étudient et choisissent quatre ou cinq ans à l'avance. Si nous ne sommes pas retenus une année, nous pourrions l'être plus tard. »

Le Palais des congrès souhaite aussi augmenter sa part de marché canadienne et québécoise. Et attirer de plus en plus d'expositions comme le Salon international de l'auto de Montréal, qui s'y tiendra pour la première fois du 22 novembre au 1^{er} décembre.

Rappelons qu'avec l'agrandissement, on aura doublé la surface d'exposition du Palais des congrès, qui sera passée de 100 000 à 200 000 pieds carrés, et on comptera deux fois plus de salles de réunions (59 plutôt que 28). On a construit 13 nouveaux quais de chargement, deux terminus d'autobus et deux stationnements intérieurs offrant 1600 places. Montant total investi par le gouvernement québécois : 240 millions de dollars.

J'adore

quand mon boss m'envoie à Québec!

Le côté confortable du Vieux-Québec



Stationnement gratuit • Accès Internet gratuit
1220, place George-V Ouest (coin Grande Allée), Québec www.vieuxquebec.com

1.877.999.9620

Toute l'industrie se bat pour les mêmes clients



MADELEINE GUAY
collaboration spéciale

À pareille date l'an dernier, tout juste après les attentats aux États-Unis, les intervenants touristiques se sont mis à revoir en toute hâte leurs plans stratégiques. Ceux de l'industrie des congrès n'ont pas fait exception. Bien conscients que les gens craindraient les longs périple en avion pour quelque temps, ils se sont tournés vers les marchés de proximité.

Résultat ? Les démarcheurs ont redoublé leurs efforts pour attirer la même clientèle du Québec et du Canada, sinon de l'Est des États-Unis. « On a tous eu la même idée de cibler les marchés environnants, alors la concurrence est plus vive », dit Ann Cantin, porte-parole à la Société du Centre des congrès de Québec. Sauf que les organisations ne disposent pas des mêmes atouts... ou des mêmes contraintes.

« Il existe deux grands critères pour

Les capacités d'accueil

Nombre de chambres disponibles et capacité maximale dans une même salle en banquet

	NOMBRE DE CHAMBRES	CAPACITÉ POUR BANQUET
> Montréal	20 000	5 000
> Québec	10 314	5 832
> Mont Tremblant	3 000	500
> Gatineau-Outaouais	1 627	1 226
> Laval	1 400	2 060
> Magog	1 472	525
> Chicoutimi	1 100	1 200
> Rivière-du-Loup	1 200	1 000
> Sherbrooke	1 062	850
> Rimouski	1 000	1 005
> Trois-Rivières	1 000	1 000
> Drummondville	572	1 200
> Saint-Hyacinthe	528	2 320
> Jonquière	482	1 000
> Baie-Comeau	534	700
> Victoriaville	392	1 500
> Saint-Georges	358	2 320
> Matane	234	250
> Shawinigan	106	500

Source : Association des bureaux de congrès du Québec

se démarquer en tourisme d'affaires », affirme Pierre Bellerose, porte-parole de Tourisme Montréal. Pour lui, cela se résume aux infrastructures d'accueil et au pouvoir d'attraction de la ville hôte.

En lançant les grands travaux d'agrandissement du Palais des congrès, lesquels s'inscrivent dans un projet de développement plus vaste du Quartier international, la métropole a cherché à rattraper son retard au plan technique, selon M. Bellerose. Car c'était d'abord la capacité d'accueil qu'il fallait augmenter. Le Quartier international est le projet d'aménagement urbain qui reliera le centre-ville au Vieux-Montréal et comprendra plusieurs zones publiques aménagées.

« Avec ce développement du produit touristique d'affaires, Montréal sera en mesure d'affronter les concurrents que sont Toronto ou Boston », dit-il. Et de préserver sa troisième position en tant que destination d'affaires en Amérique du Nord, derrière New York et Washington. « Nous mettons de l'avant l'efficacité typiquement nord-américaine de Montréal et son cachet latin pour promouvoir la destination auprès des gens d'affaires », dit le porte-parole.

La même stratégie promotionnelle que Québec, en fait, qui vante son caractère européen, la qualité de sa table, la chaleur de l'accueil et, depuis la tenue du Sommet des Amériques, la sécurité de la ville. « Nous avons fait la démonstration au monde entier que Québec est une ville sécuritaire », dit Ann Cantin, porte-parole du Centre des congrès de Québec.

Malgré de vastes et superbes installations, Québec n'est toutefois pas en mesure de livrer une réelle concurrence à Montréal sur les marchés internationaux, en raison d'un manque criant de liaisons aériennes. Ce n'est que tout récemment qu'un groupe de pression, le Groupe d'action sur les liaisons aériennes, a réussi à obtenir d'Air Transat un vol hebdomadaire direct entre Québec et Paris. Les prochaines étapes sont d'assurer des liens directs entre Québec et New York, Boston ou Chicago.

À Montréal, le problème des liaisons aériennes existe aussi, mais différemment. Si les marchés américains et européens sont bien desservis, les liaisons avec l'Asie font défaut. « La situation est perfectible », reconnaît Pierre Bellerose, de Tourisme Montréal.

Ailleurs au Québec, les organisateurs vendent la couleur locale. « Il faut rappeler qu'il y a une infrastructure de choix en région », dit Valérie Lalbin, présidente de l'Association des bureaux de congrès du Québec et responsable de la promotion du secteur des congrès et des groupes à l'Office du tourisme et des congrès de Trois-Rivières. « Ce n'est pas comme il y a 10 ans ! » dit-elle. En plus, les coûts d'organisation d'un congrès sont nettement moins élevés en dehors de Montréal et Québec. Par exemple, le prix d'une chambre d'hôtel peut être 25 % plus bas.

Règle générale, les régions ne cherchent pas à concurrencer les grands centres sur la scène internationale. Selon l'Association des bureaux de congrès du Québec, seulement 10 % des revenus de l'industrie hors Montréal proviennent de la clientèle étrangère.

Certaines villes-centres en région reçoivent néanmoins des congrès internationaux, souvent grâce à l'implication des professeurs d'université, comme c'est le cas à Sherbrooke et à Trois-Rivières. « Le Canada est réellement bien perçu sur la scène internationale », soutient Lynda Généreux, responsable des congrès et du tourisme sportif, Société de développement économique de la région sherbrookoise-Tourisme. Sherbrooke a déjà reçu 12 congrès internationaux en une année. L'an prochain, l'Institut universitaire de gérontologie de Sherbrooke invite des congressistes du monde entier à un événement sur les échanges cliniques et scientifiques concernant le vieillissement.

À La Malbaie, dans Charlevoix, le

Manoir Richelieu (rebaptisé Fairmont, du nom de la chaîne américaine qui l'a acheté il y a quelques années) cherche néanmoins à augmenter sa clientèle d'affaires internationale et américaine. Elle représente encore une part insignifiante des activités, selon la porte-parole Nathalie Grondin. « Nos vendeurs parcourent les États-Unis pour vendre aux entreprises ce lieu enchanteur », dit-elle. Le Manoir mise sur l'attrait des forfaits offerts conjointement avec d'autres établissements de la chaîne, comme le Château Frontenac à Québec ou l'hôtel Fairmont à Tremblant.

À Gatineau, le démarchage du marché américain vient au troisième rang des priorités, derrière la prospection du marché québécois et ontarien, et celle du marché canadien. La région vante la nature environnante. « À 10 minutes du centre-ville, nous avons de superbes lieux de villégiature », dit Pierre Normandin, directeur du Bureau des congrès de Gatineau et de l'Outaouais.

RENDEZ-VOUS À MONTRÉAL

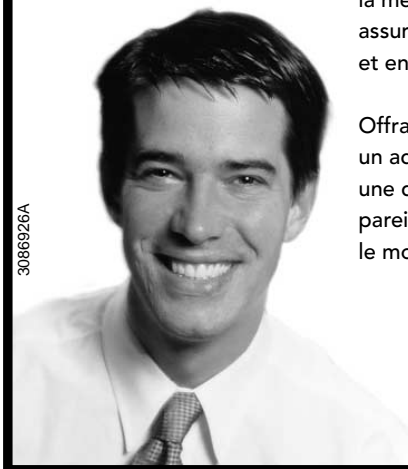
Montréal est devenu dans le circuit des grands congrès internationaux une étape incontournable. À chaque semaine, des délégations de touristes et de congressistes se retrouvent à Montréal pour y tenir des réunions d'affaires, entendre un conférencier de renommée, poursuivre une discussion dans une des meilleures tables de la ville et terminer la soirée au concert.

André Boisclair

Ministre d'État aux Affaires municipales et à la Métropole, à l'Environnement et à l'Eau et leader du gouvernement

Avec l'agrandissement de son Palais des congrès, situé au cœur du Quartier international de Montréal en plein essor, la métropole du Québec se positionne assurément dans un marché stratégique et en croissance.

Offrant une kyrielle d'activités culturelles, un accent sympathique, des quartiers invitants, une qualité de vie et une joie de vivre sans pareil, Montréal aime résolument voir le monde.



Québec

RÉUNIONS ET CONGRÈS

Des congrès plus courts et avec moins de monde

MADELEINE GUAY
collaboration spéciale

Les analystes le répètent depuis le début de l'année : les affaires vont bien au Canada. L'industrie des congrès en profite, même si elle peine encore sous l'effet du 11 septembre 2001 et du ralentissement économique chez les Américains.

Selon l'Association des bureaux de congrès du Québec (ABCQ), l'industrie québécoise des congrès a noté une augmentation des activités de congrès et rencontres d'affaires de 15 % en 2001. « L'année 2002 s'annonce aussi bonne », commente Valérie Lalbin, présidente de l'Association, qui regroupe 18 villes du Québec hors Montréal, dont Québec et Gatineau.

« Ça va bien mais l'année a été particulière. Nous examinons encore les effets du 11 septembre », dit Pierre Belle-

rose, porte-parole de Tourisme Montréal. Il faut dire que Montréal vit également une situation hors de l'ordinaire en raison de la rénovation majeure du Palais des congrès, dont l'inauguration est prévue en décembre. Si le nouveau bâtiment (qui aura 59 salles au lieu de 28) permettra de tenir des événements de plus grande envergure, le nombre de congrès a été limité ces deux dernières années en raison des travaux. L'organisation justifie ainsi la diminution importante du nombre de nuitées générées par les activités au Palais, qui sont passées de 125 216 en 2000-2001 à seulement 60 096 en 2001-2002.

Pour la même période, le Centre des congrès de Québec en a comptabilisé quatre fois plus. « Nous avons connu notre année la plus extraordinaire avec la tenue du Sommet des Amériques »,

commente Ann Cantin, porte-parole de la Société du Centre des congrès de Québec. En 10 jours, en avril 2001, cet événement international, qui a fait braver les yeux du monde entier sur Québec, a donné lieu au même nombre de nuitées habituellement générées au cours d'une année complète.

Cette année, les activités ont repris leur cours normal. Ou presque. Selon M^{me} Cantin, les événements tragiques de l'année dernière ont particulièrement affecté le démarchage. « Les impacts sont ressentis cette année et seront encore ressentis l'an prochain », dit-elle.

Moins longtemps

Les organisateurs d'événements et les démarcheurs sont préoccupés par le fait que les congrès durent moins longtemps et que les congressistes viennent en moins grand nombre. « L'achalandage est souvent coupé de moitié », affirme M^{me} Cantin. Les préoccupations en matière de sécurité après le 11 septembre, mais aussi les culbutes économiques et financières, comme la chute en Bourse des titres des entreprises technologiques, affectent toute l'industrie. « Nous recevons le nombre prévu de congrès mais ils sont moins payants, et nous n'atteignons pas nos objectifs financiers », dit M^{me} Cantin.

Le même phénomène s'observe en

dehors des grands centres. « La durée des congrès, habituellement de quatre jours et trois nuits, a été réduite à trois jours et deux nuits », signale M^{me} Lalbin, de l'Association des bureaux de congrès du Québec. Selon la porte-parole, les compagnies n'ont peut-être plus les moyens de festoyer comme avant, mais plus encore, elles n'en éprouvent plus le besoin. « Internet a modifié la donne », soutient M^{me} Lalbin. Les gens se réunissent moins. Mais lorsqu'ils le font, ils y mettent le paquet, selon la présidente de l'ABCQ. « Les organisateurs de congrès veulent que le moment soit mémorable pour leurs invités. »

À Montréal, le quart des touristes viennent pour des raisons d'affaires. Ils dépensent chaque année environ 600 millions, soit 35 % des revenus touristiques totaux de la ville.

Selon Tourisme Québec, plus de deux millions de touristes voyagent pour des raisons d'affaires au Canada chaque année, ce qui représente environ 10 % de l'achalandage touristique total. Ils

dépensent plus de 1 milliard de dollars dans la province ; ils sont donc responsables de près du quart des recettes de l'industrie touristique au Québec.

À Montréal, le quart des touristes viennent pour des raisons d'affaires. Ils dépensent chaque année environ 600 millions, soit 35 % des revenus touristiques totaux de la ville.

L'hôtel de vos séjours à Québec



La formule Classique

- Facilité** / À deux minutes des ponts sur le boulevard Laurier
- Avantage** / Stationnement intérieur gratuit et sécuritaire
- Confort** / Chambre spacieuse avec table de travail et Internet haute vitesse
- Plaisir** / Nos deux restos-bars branchés

2815, boul. Laurier
Québec G1V 4H3
fax : (418) 658-6816
www.hotelclassique.com

10 salles pour groupes de 8 à 250 personnes.


HÔTEL
Classique
1-800-463-1885



Les retombées

Nuitées et taux d'occupation de quelques centres des congrès du Québec

	NUITÉES ¹ 2001-2002	NUITÉES ¹ 2000-2001
> Palais des congrès de Montréal	60 096	125 216
> Centre des congrès de Québec	282 637 ²	176 928
> Centres des congrès de Gatineau ³	37 754	35 268

1 Du 31 mars au 1^{er} avril de l'année suivante

2 Année exceptionnelle due au Sommet des Amériques en avril 2001, qui a généré 176 942 nuitées

3 Comprend les nuitées du nouveau Centre des congrès du Hilton Lac Leamy et des hôtels de Gatineau

Source : Association des bureaux de congrès du Québec

Le *brainstorming*, toujours à la mode

DANIELLE TURGEON
collaboration spéciale

Aux États-Unis, de nombreux instituts privés et divers organismes font la promotion de la créativité et ne cessent de raffiner leurs techniques en cette matière. Et le Québec n'y échappe pas, même si le courant n'est pas encore très puissant ici.

Après une quinzaine d'années d'acalmie, reviendrait-on aux vertus de la créativité? Les entreprises sont-elles prêtes à redonner la parole aux employés, à tirer profit de leurs bonnes idées?

Pendant les années 1970 et 1980, faire jaillir les bonnes idées par différentes techniques de remue-méninges (*brainstorming*) était populaire. Propulsé par des gourous de toute nature, des formateurs en quête d'élèves et des livres à la tonne, le brainstorming avait la cote. Même les hauts dirigeants s'évadaient à la campagne ou s'offraient des sessions de gymnastique de cerveau dans des instituts réputés.

« À cette époque, les entreprises étaient ouvertes à la recherche d'idées nouvelles, explique René Bernèche, professeur au département de psychologie à l'Université du Québec (UQAM),

spécialisé en psychologie de la créativité. Puis, ce fut l'ère de l'efficacité, du rendement, de la productivité et des technocrates qui cherchaient à tout mesurer. Le côté ludique du remue-méninges n'avait plus sa place : trop difficile à mesurer. D'autant plus que le changement qui en résulte parfois avait plutôt tendance à déranger. »

Les entreprises ont alors préféré s'en tenir à de la formation utile, plus susceptible de garantir un retour immédiat sur l'investissement. De toute façon, certaines personnes mal formées qui s'étaient improvisées animateurs de remue-méninges, justement, manquaient de créativité et utilisaient toujours les mêmes techniques. Et le processus n'était appliqué qu'à moitié : on s'ébrouait dans la créativité, mais on oubliait la deuxième partie, là où il faut être très discipliné et rigoureux dans l'évaluation des idées. Ce qui menait rarement à des solutions réelles.

De plus, certaines entreprises ont investi des centaines de milliers de dollars dans la créativité et elles ne sont pas en meilleure position aujourd'hui. Par exemple, Motorola, dont le président du conseil d'administration, Robert Galvin, a signé en 1991 un livre sur la question (*The Idea of Ideas*). Cette firme a aussi fi-

nancé une Université Motorola où l'on enseignait la résolution de problèmes par la créativité.

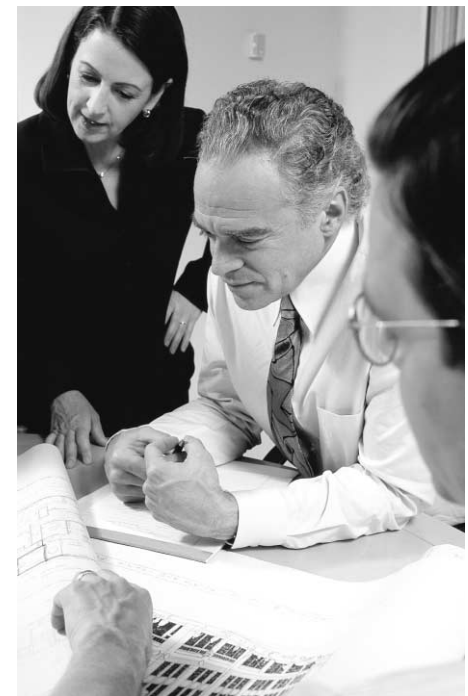
Toute cette créativité n'a pas empêché Motorola de perdre presque 1,2 milliard US en 1998 et de s'infliger une douloureuse restructuration.

Comme quoi la créativité n'est pas une panacée.

Même si elles ont parfois l'air d'un jeu, les sessions de remue-méninges peuvent toutefois rapporter beaucoup.

Structurées et bien guidées — par un vrai professionnel bien formé et non pas un imposteur — elles peuvent conduire à ce que tout le monde cherche : la bonne idée. Et ce n'est pas d'aujourd'hui que les neurologues, psychologues, sociologues et spécialistes de la gestion et des ressources humaines s'intéressent au sujet.

Voir *BRAINSTORMING* en 6



Les entreprises sont-elles prêtes à redonner la parole aux employés, à tirer profit de leurs bonnes idées ?

Comment naissent les idées

Bien que la recette d'un remue-méninges ne soit pas universelle, certaines conditions sont essentielles à sa réussite.

Un *brainstorming* efficace débute par la formation d'un petit groupe (six à 15 personnes), la présence d'un animateur chevronné et, surtout, une période d'évaluation des idées émises.

L'animateur doit bien maîtriser les différentes techniques. Il les adapte au groupe et s'assure que tous les participants vont dans le même sens au cours de la session. Si le groupe est à l'étape des idées, il doit éviter que certaines personnes critiquent les idées en apparence farfelues, ou encore qu'elles ramènent constamment leurs propres solutions sur le tapis. Un bon animateur sait aussi reconnaître les forces des personnes en présence. Certains ont beaucoup d'idées mais peu de solutions. Pour d'autres, c'est l'inverse.

La méthode Osborn-Parnes préconise une approche en six étapes :

- > 1) identifier le problème ;
- > 2) recueillir des informations ;

- > 3) clarifier le problème ;
- > 4) générer des idées ;
- > 5) trouver des solutions ;
- > 6) proposer un plan d'action.

Pour chaque étape, on procède en deux temps. D'abord, un temps où l'on « diverge » ; on propose une foule d'idées en évitant la censure. Ensuite, un temps où l'on « converge » ; le groupe trie dans le tas d'idées celles qui font consensus. Puis on résume alors une idée avec laquelle on entamera l'étape suivante.

L'animateur a toujours une foule de questions pour éviter les temps morts.

À la toute fin du processus, la méthode de Bono répartit les solutions en quatre groupes : celles que l'on peut utiliser maintenant, celles que l'on doit étudier davantage, celles qui sont vraiment innovatrices et celles qui vont à la poubelle.

Selon les adeptes du *brainstorming*, le génie n'existe pas. Il faut simplement savoir distinguer les bonnes idées des mauvaises.

IMPRESSIONNEZ VOS INVITÉS

Le Salon Montréal, situé au sommet de la plus haute tour inclinée du monde, est l'endroit idéal pour en mettre plein la vue lors de vos réunions et réceptions.

Pouvant accueillir jusqu'à 200 personnes, cette somptueuse salle offre une vue à couper le souffle sur Montréal et ses environs.

Pour information ou réservation :
Tél.: 1 877 997-0919
Courriel: reservation@rio.gouv.qc.ca

Parc olympique Québec

RÉUNIONS ET CONGRÈS

Un très petit congrès, mais un très gros budget

Seulement 35 spécialistes triés sur le volet participeront à un sommet sur la sécurité

JEAN-FRANÇOIS CLICHE
collaboration spéciale

L'importance d'un congrès ne se mesure pas toujours au nombre de participants. À ce compte, avec sa limite stricte de 35 invités, le Technology and Homeland Security Summit (THSS), qui se tiendra début novembre à Orlando, en Floride, ferait figure d'enfant pauvre. C'est donc parfois l'enjeu d'un événement, ou le nombre de dollars en cause, qu'il faut évaluer.

Et on parle ici de milliards. La firme Provizio estime qu'un grand total de 100,9 milliards de dollars américains seront investis dans la sécurité chez l'oncle Sam au cours de la seule année 2003. Peu de congressistes, donc, mais de très gros sous.

Les attentats du 11 septembre 2001 ont dopé le marché. Mais ils l'ont en même temps morcelé. C'est en effet le secteur privé (lire « des milliers de compagnies ») qui dépensera le plus pour sa protection, suivi du gouvernement fédé-

ral, qui y engloutira des dizaines de milliards. États et municipalités allongeront le reste. Les enjeux sécuritaires se sont multipliés. Le nombre d'acteurs aussi.

Pourquoi, alors, avoir choisi de restreindre le nombre de participants au THSS à, somme toute, une poignée d'invités? « C'est une question de qualité des interactions entre les participants, explique Sean Spence, directeur du sommet. Notre but est de donner plus de profondeur aux échanges. Cela ne veut pas dire qu'on ne peut avoir de discussions de qualité dans un rassemblement de plusieurs centaines de personnes. Mais il est plus difficile de trouver la bonne et d'avoir de longues conversations avec elle. »

Les adhérents devront donc passer à travers un tri très pointilleux. Chacune des candidatures, explique M. Spence, est jugée selon la position de leadership de l'aspirant, la technologie produite par son entreprise et ses perspectives d'avenir. Trente-cinq, au maximum, seront retenues.

Pour certains, d'ailleurs, les avantages

d'une telle « intimité » dépassent la seule profondeur des échanges. « Nous (l'industrie des technologies de sécurité) devons être très prudents dans ce que nous disons à propos de nos produits, dit M. Roberts. Moins nos adversaires en savent, moins ils peuvent s'adapter facilement à nos dispositifs. »

« Il y a des sujets très difficiles à aborder dans des forums plus larges que celui-là, renchérit Lynda Taskett, en charge des initiatives de sécurité nationale chez Deloitte Consulting. Vous devez parfois vous en tenir à des généralités, sans entrer dans les détails, de peur de révéler des informations stratégiques. »

Or, ces détails recèlent souvent la clé de solutions nouvelles. « Si on le réduit à sa plus simple expression, dit M. Spence, le Sommet se résumera en deux questions : « Quelles sont les technologies existantes, et comment peut-on les utiliser? » Ce qui inclut : « Comment peut-on les combiner? »

Par exemple, Centrex, compagnie invitée au Sommet et spécialisée dans la détection du bioterrorisme, pourrait (hy-

pothétiquement) s'associer à une autre entreprise présente, Evex, qui produit entre autres des détecteurs d'activité nucléaire. Les deux produiraient ainsi des capteurs plus complets susceptibles d'intéresser plus d'acheteurs.

« Ce qu'il faut comprendre, dit M^{me} Taskett, c'est qu'en matière de sécurité, les solutions à la pièce deviennent rapidement obsolètes. Il faut travailler sur la totalité du problème. Et plus nous (l'industrie des technologies sécuritaires) travaillerons ensemble, plus les solutions que nous trouverons seront holistiques. »

En ce sens, le THSS pourrait très bien servir de creuset pour de futurs *joint ventures*. « On espère, en tout cas, que ce sera le cas, admet M. Roberts. Il y a une nouvelle attitude de coopération, dans l'industrie, qui est fort intéressante. Pour notre part, nous (Millenium Sensors) sommes déjà en discussions avec une autre compagnie dont la technologie complémente très bien celle que nous produisons. »

Mais pas question, bien entendu, de s'étendre sur le sujet avec un journaliste.

AUGMENTEZ VOS VENTES

Vente stratégique^{MD}

- Conclure la vente
- Répondre aux objections
- Qualifier vos prospects
- Gérer votre clientèle
- Justifier vos prix
- Prospector avec succès
- Argumenter avec aplomb
- Développer une attitude gagnante

Durée : 2 jours

Montréal : 27-28 oct. / 12-13 nov. / 16-17 déc.
Québec : 14-15 nov. / 12-13 déc.

Gérance de vente

- Recruter des gagnants
- Entraîner votre personnel
- Évaluer leur performance
- Motiver votre équipe
- Exercer votre leadership
- Tenir des réunions stimulantes
- Organiser des concours
- Gérer vos priorités

Durée : 3 jours

Montréal : 17-18-19 fév. 2003
Québec : 18-19-20 nov.

Instructeur:
Roger St-Hilaire

Vente au détail (vente en magasin)

- Accueillir vos clients
- Qualifier vos clients
- Conclure la vente
- Répondre aux objections
- Faire la vente complémentaire
- Éviter les « 2^{ème} entrevues »

Durée : 1 jour

Montréal : 26 nov. / 21 janv. 2003
Québec : 21 oct. / 25 nov. / 27 janv. 2003

Instructeur:
Simon St-Hilaire

Relation avec la clientèle

- Traiter les plaintes avec tact
- Communiquer efficacement
- Fidéliser votre clientèle
- Maîtriser le téléphone
- Améliorer votre image
- Maintenir votre motivation

Durée : 1 jour

Montréal : 30 oct. / 3 déc.
Québec : 6 nov. / 2 déc.

Instructeur:
Roger St-Hilaire

Inscrivez-vous dès maintenant

Montréal : (514) 673-1124 / 1 800 463-7246
Québec : (418) 626-7498 Téléc. : (418) 626-6264
Internet : www.roger-st-hilaire.com
Courriel : roger@roger-st-hilaire.com



Cours de vente Roger St-Hilaire

Formateurs agréés à Emploi Québec
Membres de l'Association canadienne
des conférenciers professionnels (CAPS)

Contactez-nous pour des séminaires privés et
des conférences adaptés à votre organisation Available in
English

3083191A

BRAINSTORMING

Suite de la page 5

Le remue-méninges est encore utilisé dans la conception de produits, la création de campagnes publicitaires, la production d'émissions de télévision. Et dans certaines grandes firmes américaines qui ont des bureaux au Canada. Mais à petite échelle.

« Malheureusement au Québec, il y a encore de la résistance car les gens n'ont pas beaucoup de références. Nous ne sommes pas formés à générer des idées nouvelles. Ici, on exploite certains individus plus originaux puis on les remplace quand il faut une nouvelle approche ou une nouvelle vision, commente Jean David, président-directeur général de *Une idée dont le temps est venu*. La création est plutôt réservée à de petits groupes. »

Le concept du remue-méninges ne date pas d'hier. Dans le livre *Applied Imagination*, édité en 1953, Alex Osborn fait état du *brainstorming* qui consiste, depuis 1938, à formuler des idées de façon organisée à l'aide de diverses techniques.

Grosso modo, un groupe émet des idées sans se soucier de les évaluer, les associe et en retient certaines, qu'il va évidemment tester par une autre session de remue-méninges.

« Le processus est toujours le même : alterner l'intuitif (le cerveau droit) et le rationnel (le cerveau gauche) pour que naissent des idées nouvelles, incongrues et qui frappent l'imagination », indique René Bernèche.

Les méthodes utilisées (approches analogi-

ques, associations forcées, concassage d'une idée, etc) n'ont pas tellement varié avec le temps car elles ont fait leurs preuves. Il suffit de les utiliser en tenant compte de la nature du groupe, de son niveau de préparation et du niveau d'intervention de chaque employé dans l'entreprise.

Parmi les méthodes les plus connues, il y a celle de l'auteur Alex Osborn, un des fondateurs de l'agence de publicité BBD&O et de la Creative Education Foundation, qui soutient financièrement le Creative Problem Solving Institute. Deux fois l'an, l'institut tient un congrès — sorte de grand-messe de la créativité — où se donnent des sessions de formation, l'une à Buffalo en juin et l'autre à San Diego en février, où des gens nourrissent leur créativité, leur capacité d'innovation et leur sens du leadership. Plusieurs niveaux d'enseignement sont offerts.

La méthode d'Edward de Bono, chercheur britannique, est aussi établie depuis plusieurs années. De Bono est à lui seul une multinationale de la créativité : guides pratiques, équipe de professeurs, sessions de formation, adeptes en tous genres.

Plus près de nous, l'Université de Sherbrooke offre un cours en créativité et innovation au programme de maîtrise en ingénierie et l'Université Concordia a son programme de maîtrise en Human Systems Interventions. L'Université de Montréal a mis fin au certificat en créativité qui existait depuis 15 ans.

Le congrès ultime : celui des organisateurs de congrès

SERGE ABEL-NORMANDIN
collaboration spéciale

À première vue, l'idée d'organiser un congrès des organisateurs de congrès a quelque chose d'un peu loufoque : elle évoque vaguement l'arroseur arrosé ou le serpent qui mange sa queue. Mais allez donc demander à Anne-Marie Martin si l'organisation d'un congrès pour organisateur de congrès est absurde !

« Tout le contraire, c'est même essentiel », affirme M^{me} Martin, qui dirige le chapitre montréalais d'une étonnante association nommée Meeting Professionals International (MPI), qui est basée à Dallas et qui compte 20 000 membres dans une soixantaine de pays, dont 1200 au Canada (123 à Montréal). M^{me} Martin travaille depuis deux ans à l'organisation de Convivium 2002, qui devrait attirer environ 150 personnes (la plupart membres de MPI) du 6 au 9 novembre à l'hôtel Radisson, à Québec. Toute une commande : voilà un métier où ses pairs ne tolèrent pas d'être des cordonniers mal chaussés.

« Pour ce congrès, il faut se surpasser. Ce sont des gens qui ont tout vu, tout expérimenté. »

Toutes les personnes qui travaillent ont besoin de ce genre de réunion, qui permet de prendre du recul face au métier ; les organisateurs de congrès ne sont pas différents, dit M^{me} Martin. « Les événements de formation comme Convivium permettent aux planificateurs d'événements de se ressourcer et de saisir les dernières tendances du métier », dit-elle.

Cette « Internationale des professionnels de la réunion » à laquelle appartient M^{me} Martin existe depuis plus de 30 ans et est la plus importante organisation professionnelle de l'industrie des réunions et des congrès au monde. Mais la MPI n'est pas la seule. Du 16 au 19 mai dernier, une quarantaine de planificateurs d'événements se sont réunis à Montréal dans le cadre d'une rencontre de la Greater Washington Society of Association Executives (GWSAE). Quelques semaines plus tard, 70 autres se retrouvaient à l'hôtel Vogue pour participer à un événement de l'American Society of Association Executives (ASAE).

Convivium est la version régionale des grands congrès annuels de la MPI. Comme de raison, MPI se tape non pas un, mais trois gros congrès annuels : le dernier a eu lieu à Toronto du 21 au 24 juillet, et a réuni pas moins de 3000 délégués.

Ces congrès — l'international annuel et les plus petits qui ont lieu dans chaque région où la MPI a un chapitre — sont d'autant plus indispensables que la formation est rare en matière de coordination d'événements et de congrès, renchérit Marie-Josée Boillard, qui a présidé le plus récent Convivium (à Aylmer, dans l'Outaouais, en 2000) et qui sera la prochaine présidente de MPI-Montréal. En fait, affirme-t-elle, ces congrès étaient jusqu'à récemment la seule formation formelle disponible ici. « Les coordonnateurs d'événements étaient presque condamnés à apprendre sur le

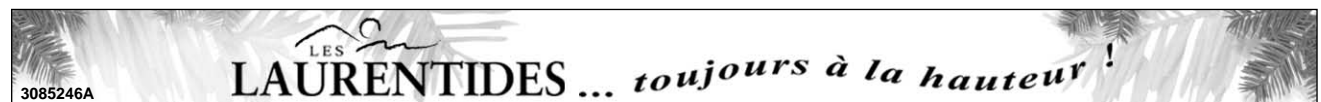
tas jusqu'à l'annonce (le 20 septembre) d'un partenariat entre MPI et l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ). »

L'organisation des congrès : arrangez-vous pour dénicher au moins un gros nom comme tête d'affiche. En fait, Convivium en a trouvé plus qu'une.

Têtes d'affiche et gros noms

MPI met en pratique un des principes de base de

Voir ULTIME en 8



VOTRE CENTRE D'AFFAIRES DANS LES LAURENTIDES

Hôtel du Lac Carling
★★★★★

FORAITS affaires à partir de 79 \$ p.p.

- Salles de réunions modernes et lumineuses
- Golf, spa et centre sportif intérieur complet
- À 70 minutes de Montréal
- Stationnement intérieur

2255, Route 327 Nord, Brownsburg-Chatham (Québec) J0V 1A0
www.laccarling.com
1 800 661-9211

UN SITE EXTRAORDINAIRE POUR VOS RÉUNIONS D'AFFAIRES

200 chambres et suites
23 salles de réunion (10 à 600 personnes)
Équipe de coordination
Centre de santé, piscine intérieure, squash, saunas, Nautilus
Golf, tennis, ski, centre équestre
Bar-Terrasse et plus encore...

à partir de 99 \$* par personne, par jour

Forfait Affaires :
Chambre en occupation double, 3 repas, 2 pauses-café, salle de réunion et service compris !
* Taxes non incluses, minimum 10 chambres/nuit.
Valable jusqu'au 30 avril 2003, selon disponibilité

HÔTEL LE CHANTECLER
1 888 916-1616
www.lechantecler.com

Sainte-Adèle, Québec, Autoroute 15 nord, sortie 67
Tél. : (450) 229-3555, poste 682
Télec. : (450) 229-1098

l'Estérel
Centre de villégiature et congrès
Resort and Convention Center

- 124 chambres climatisées
- 19 salles de réunions et de banquets avec fenêtres pouvant accommoder jusqu'à 300 pers.
- Salle à manger et de réception surplombant le lac
- Fine cuisine réputée
- Golf 18 trous de calibre international
- Tennis - sports nautiques
- Ski de randonnée - motoneige traîneaux à chiens et ski alpin
- SPA complet avec traitements de santé et de beauté

Choix de forfaits affaires disponibles et ajustés sur mesure

Dans les Laurentides à une heure au nord de Montréal
1 888 ESTÉREL.com

Vivez aujourd'hui... Travaillez pour demain.

- 225 chambres et condos
- cuisine raffinée
- centre sportif avec piscine
- 14 salles de réunion (10 - 500 pers.)
- service audio-visuel
- 36 trous de golf
- 22 pentes de ski alpin
- 22 terrains de tennis
- ski de fond / motoneige
- plage et marina privées

GRAY ROCKS
SKI • GOLF • TENNIS

1 800 567-6762
www.grayrocks.com • Télécopieur : 819-425-6725

RÉUNIONS ET CONGRÈS

| ULTIME |

Suite de la page 7

Parmi la dizaine d'ateliers seront offerts pendant le Convivium 2002, certains seront animés par des personnalités de prestige, tel le ministre responsable du Tourisme, Richard Legendre, le PDG d'Hydro Québec, André Caillé, et le général à la retraite Roméo Dallaire. « Les têtes d'affiche participent à nos événements même si nous sommes peu nombreux, car nous déplaçons beaucoup d'air ! » indique M^{me} Boilard.

Le Convivium, comme tout congrès d'organisateur de congrès, attire beaucoup (entre 40 % à 50 %) de fournisseurs (représentant de destinations, d'hôtels, de services techniques, etc.) en plus des planificateurs d'événements eux-mêmes. Occasions de maillage, ces congrès ne se veulent cependant pas des lieux de *hard sell*, une pratique très mal

vue, dit M^{me} Boilard, qui est elle-même membre de MPI à titre de fournisseur de service (Groupe de Présentation Corpav). « Les pitbulls n'y font pas vieux os », affirme M^{me} Boilard.

Cela dit, elle admet qu'à cause de leur profil particulier, les coordonnateurs d'événements sont des gens très courtisés. *A fortiori* lorsqu'ils se réunissent. Les coordonnateurs de congrès sont en effet ce qu'on appelle, dans le jargon touristique, des « multiplicateurs ». À l'instar des journalistes des sections Voyages et des agents de voyages, on estime que chaque coordonnateur d'événement conquis influencera un grand nombre d'autres gens. « Toutes les destinations souhaitent recevoir ces groupes », confirme l'un de ces courtisans, Pierre Bellerose, vice-président, Relations publi-

ques de Tourisme Montréal. « Un congrès de quelques dizaines de délégués peut se révéler extrêmement rentable pour une destination. Si quelques-uns d'entre eux décident d'y orchestrer un congrès plus tard, cela peut y attirer des centaines, voire des milliers de participants. »

Surprendre un auditoire sophistiqué et exigeant

Reste que les planificateurs d'événements ne se laissent pas facilement conquérir. « Quand on reçoit un tel congrès, la table est mise pour se surpasser. Ce sont des gens qui ont tout vu, tout expérimenté et qui ont des exigences très élevées. C'est toujours un grand défi que de recevoir ces gens qui peuvent faire et défaire des réputations », commente Pierre Labrie, directeur de l'Office du tourisme et des congrès de la Communauté urbaine de Québec. M. Labrie, qui adressera un mot de bienvenue aux délégués du 5^e Convivium, en profitera pour faire valoir tout ce qui a changé à Québec depuis la précédente édition de l'événement dans la région, en 1994. La nouveauté. Voilà effectivement un point sensible des planificateurs de congrès, toujours avides de nouvelles manières de faire les choses pour surprendre les délégués. C'est également un aspect sur lequel tablent les organisateurs du Convivium pour épater leurs difficiles collègues.

Cela explique que le gala de clôture du Convivium se déroulera dans une chapelle (une tendance actuelle favorisant la tenue d'événements dans des lieux inusités). Pour sa part, Via Rail, commanditaire du congrès, profitera du trajet Montréal-Québec pour faire valoir le train... comme lieu de réunion ! Et c'est sans compter les autres surprises.

« En plus d'avoir bien saisi les besoins des membres et d'avoir prévu un plan B pour toutes les activités, il faut



Photo MICHEL GRAVEL, La Presse ©

L'organisation d'un congrès d'organisateur de congrès est essentielle, dit Anne-Marie Martin, qui dirige le chapitre montréalais de Meeting Professionals International.

être créatif, ne pas écarter les idées folles », conclut Marie-Josée Boilard. Car, n'en doutons pas, un congrès pour organisateurs de congrès doit être un congrès idéal.

Serge Abel-Normandin est rédacteur en chef de l'hebdomadaire professionnel *Tourisme Plus*.

750 milles

Aéroplan par séjour

Plus !
membre Club Gouverneur,
obtenez :

- petit déjeuner gratuit
- appels locaux gratuits
- 15^e nuitée gratuite
- tarif corporatif préférentiel

et bien d'autres avantages* !
Adhérez gratuitement !

**** Offre en vigueur du 20 octobre au 20 décembre 2002**

GOVERNEUR HÔTELS

1-888-910-1111
www.gouverneur.com

Montréal (Place Dupuis) • Montréal (Île Charron) • Québec (Sainte-Foy)
Trois-Rivières • Sherbrooke • Saint-Georges • Chicoutimi • Rimouski
Sept-Îles • Rouyn-Noranda • Shawinigan • Saint-Jean-sur-Richelieu

* Voir tous les détails sur le site www.gouverneur.com **Aucune autre offre ne peut être jumelée à cette promotion.

À MI-CHEMIN ENTRE MONTRÉAL ET QUÉBEC

Le cadre parfait

- 71 chambres dont 6 suites
- 10 salles de réunion
- Forfait réunion sur mesure
- Golf
- Centre Amerispa
- Fine cuisine

17575, boulevard Bécancour, Bécancour (Québec) G9H 1A5 - Téléphone : 819.233.2200 - Télécopieur : 819.233.2288
Réservation : 1.800.361.1620 - aubergegodefroy.com - info@aubergegodefroy.com

Des rencontres au programme...

ÉMILIE DUBREUIL
collaboration spéciale

L'amour et les congrès ! Le sujet fait sourire et les gens de l'industrie répugnent à aborder la question. « Ce serait amusant d'en parler, mais je préfère m'abstenir », déclare un important organisateur de congrès montréalais.

À la Jeune chambre de commerce de Montréal, le comité de direction a même censuré une des membres du conseil d'administration, qui était prête à être photographiée et à accorder une entrevue. Cette femme a rencontré l'âme soeur dans un congrès il y a deux ans. Après avoir d'abord accepté et facilité l'entrevue, l'organisme est revenu sur sa décision et il a sommé la femme de tout arrêter.

On a eu peur d'« entacher l'image de la Jeune chambre », déclare le responsable des relations publiques de l'organisme, Louis-Alexandre Lacoste : « On a déjà eu assez de problèmes avec notre image, on voudrait pas avoir l'air d'une gang de gais lurons. »

Et pourtant, il n'est pas question ici d'une aventure d'un soir entre deux membres de la Jeune chambre dans la chambre à coucher. On parle d'une vraie histoire d'amour avec un grand A, entre deux jeunes gens qui se sont connus dans un congrès... et qui vivent ensemble depuis !

Bref, l'amour en congrès, c'est tabou.

Jean-Paul de La Vigne organise des Congrès à Montréal depuis 20 ans. « C'est un sujet délicat mais, effectivement, les congrès, tout comme les voyages de motivation ou les réunions de compagnie, sont des lieux propices aux rencontres. C'est très simple à comprendre. On réunit plusieurs hommes et plusieurs femmes dans un même lieu pendant quelque temps ; c'est indéniable qu'il peut se passer bien des choses. »

« Les gens qui fréquentent des congrès sont généralement très pris par leur travail en temps normal, le congrès leur permet de briser l'isolement et de s'amuser un peu. » De plus, il semble que Montréal soit perçu par nos visiteurs comme une ville romantique. Les bons restaurants, l'attitude chaleureuse des Montréalais rendraient la métropole propice aux aventures amoureuses.

La confiance en soi...

Élise Bourque est sexologue clinicienne. D'après elle, la confiance en soi est un aphrodisiaque puissant. Or, le fait de donner une conférence qui frappe dans le mille, devant une assemblée de ses pairs, donne à certains l'occasion d'afficher leur réussite. Il s'ensuit une sorte de cercle vertueux — ou vicieux, selon votre point de vue — qui a l'air de ceci : le conférencier sort de sa conférence gonflé à bloc et les femmes sont attirées par les hommes éloquentes et intelligents, surtout s'ils dégagent de la confiance. Bref, les conférenciers s'apparentent aux professeurs d'université qui séduisent leurs jeunes étudiantes. « À l'inverse, les femmes qui livrent des exposés rappellent l'image de la maîtresse d'école », soutient la sexologue.

Marjorie (*nom fictif mais cas réel*) est une jolie brune aux yeux verts. Cette charmante jeune femme travaille comme représentante d'une importante compagnie pharmaceutique. Dans le cadre de son travail, Marjorie se rend plusieurs fois par année dans des congrès organisés par sa compagnie pour faire connaître les nouveaux produits aux médecins.

« Dans nos congrès, les gens boivent énormément, dit-elle. Il y a les soupers, les coquetels, les fêtes. Les gens perdent leurs inhibitions et souvent la noce con-

tinue dans les chambres. » Depuis qu'une de ses collègues a perdu son travail à la suite d'une aventure pendant un congrès, Marjorie évite de nouer des liaisons dans les événements d'affaires. « Les relations avec des clients peuvent devenir un gros problème. Les aventures d'un soir pourraient nuire à ma carrière. »

Frank (*nom fictif*), un jeune entrepreneur dans le domaine du multimédia, partage cette opinion. « J'ai comme principe de ne jamais batifoler avec mes relations d'affaires. » Frank jure qu'il ne mange pas de ce pain-là. Par contre, il confirme que les congrès qu'il fréquente ne sont pas tristes...

Chez nos puritains voisins du Sud, l'aspect libertin des congrès alerte les dirigeants d'entreprises, qui s'inquiètent notamment des poursuites éventuelles en matière de harcèlement sexuel. Or, à Montréal, les cas de plaintes sont excessivement rares, selon M. De La Vision.

« Les gens viennent au congrès avant tout pour échanger entre collègues, pour faire du réseautage professionnel », dit-il.

M. Bellerose, le directeur des relations publiques de l'Office de tourisme et des congrès de Montréal, croit que le phénomène est difficile à cerner mais qu'aucune histoire fâcheuse, même de la part de congressistes d'origine américaine, n'est encore venue à ses oreilles en 12 ans de carrière.

Selon Élise Bourque, les congrès constituent un endroit idéal pour rencontrer l'âme soeur. « On est entre gens du même domaine, on parle le même langage, on se comprend. » Voilà pourquoi tant de couples se forment dans ce genre de rencontre. Mais les amours de congrès, selon Marjorie, c'est un peu comme les amours de vacances. « Quand on revient dans le quotidien, dit-elle, l'idylle perd de son attrait. »



Photo PC ©

Les congrès, tout comme les voyages de motivation ou les réunions de compagnie, sont des lieux propices aux rencontres. C'est très simple à comprendre. On réunit plusieurs hommes et plusieurs femmes dans un même lieu pendant quelque temps ; c'est indéniable qu'il peut se passer bien des choses...

LAVAL

pour toutes les raisons du monde

Sheraton Laval
HOTEL

Qui prend soin de vous ?
Hôtel Sheraton Laval
et Centre de Congrès
(450) 687-2440
1 800 667-2440
www.sheraton-laval.com
241 chambres et suites.
Centre de congrès :
18 salles polyvalentes pouvant accueillir
jusqu'à 2 000 personnes ;
superficie de 31 500 pieds carrés.

Hilton
Montréal/Laval

Cela se passe au Hilton !
Hilton Montréal/Laval
(450) 682-2225
1 800 HILTONS
www.hilton.com
170 chambres incluant des suites ;
21 salles de réunion dont 9 exécutives
pouvant accueillir jusqu'à 175
personnes (style théâtre).

Appelez-nous pour découvrir la vôtre

1 877 60 LAVAL

4 centres de congrès • 1 400 chambres • 72 salles de réunion • 150 000 pieds carrés d'espaces pour réunions, expositions et congrès
Activités culturelles, écotouristiques, horticoles • Magasinage et fine cuisine

Tourisme LAVAL

1 877 465-2825
(450) 682-5522
www.tourismelaval.com

Québec

3085949A

RÉUNIONS ET CONGRÈS

Le congrès, un branding haut de gamme

Axcan et Neurochem bâtissent leur renommée internationale en présentant des rencontres scientifiques



FRANÇOIS PERREULT
collaboration spéciale

Afin de se positionner et de faire connaître leurs produits, deux entreprises pharmaceutiques d'ici organisent des congrès internationaux réunissant des spécialistes et des chercheurs dans leurs secteurs d'activité respectifs.

Axcan Pharma, de Saint-Hilaire, une société de recherche, développement, production et commercialisation de produits de gastroentérologie, a adopté cette approche au cours des années 1980. Au moment de la présentation de son premier congrès international, l'entreprise se trouvait... dans le sous-sol de son fondateur et président, Léon Gosselin. Aujourd'hui, l'événement attire, bon an, mal an, plus de 300 spécialistes. Sa prochaine édition sera

présentée en novembre, à Hawaï.

« Même si le congrès a pris de l'ampleur au fil des ans, ses objectifs sont demeurés les mêmes, explique Yves Levasseur, chef du marketing. Nous désirons avoir accès à des leaders d'opinion de partout dans le monde afin de faciliter les contacts avec eux. Nous voulons également positionner Axcan comme un acteur international sérieux et crédible dans le domaine de la gastroentérologie. »

Le dirigeant précise que le congrès ne se transformera jamais en salon commercial, où Axcan fera uniquement la promotion de ses produits. « Il se veut une occasion de formation continue, précise-t-il. D'ailleurs, les participants assument eux-mêmes les frais d'inscription. Pas question d'y « pousser une pilule ». De fait, nous avons présenté trois ou quatre congrès sur *l'Helicobacter pylori* (NDLR : une bactérie causant la plupart des ulcères et liée à un risque accru de cancer gastrique) avant même de commer-

cialiser un quelconque médicament relatif à son traitement. »

Dans un souci d'objectivité, le congrès permet même aux concurrents de bénéficier d'une certaine visibilité. « En 1999, à Vancouver, le nom d'un produit concurrent à un des nôtres a été mentionné à plusieurs reprises en conférence. Et durant le dernier événement, en novembre, une trentaine de participants provenaient de concurrents d'Axcan. »

La présence visuelle d'Axcan se limite à son logo installé à quelques endroits. Et question d'afficher un maximum de crédibilité, l'entreprise confie une partie de l'organisation à un comité indépendant, lequel se charge d'inviter les conféren-

ciers. Il n'en demeure pas moins que l'événement représente pour Axcan un investissement, selon Yves Levasseur, de 500 000 \$ à 1 million de dollars. « Le montant est considérable, mais il s'inscrit dans notre stratégie de développement. »

Cela dit, bien que le congrès se veuille neutre, objectif, informatif et au service de la communauté médicale et scientifique, il permet, entre autres, de compenser certaines lacunes. « Par exemple, dit Yves Levasseur, nous n'avons pas de représentant au Japon. Comme nous invitons des sommités japonaises à notre congrès, le contact s'en trouve facilité. Cela est d'autant plus important que le cancer de l'estomac repré-

sente le principal type de cancer dans certains pays asiatiques. »

Du côté de Neurochem, le premier congrès a été présenté en octobre 2000, à Boston, en collaboration avec le Massachusetts General Hospital. À cette occasion, l'événement avait attiré quelque 70 neurologues et chercheurs. Son prochain congrès se déroulera en décembre prochain, au Royaume-Uni. Cette fois, on attend 125 participants pour discuter des progrès relatifs à l'accident cérébrovasculaire (ACV) hémorragique secondaire à l'amyloïdose cérébrovasculaire.

L'entreprise de Saint-Laurent, qui se spécialise dans le traitement de l'Alzheimer et des maladies du vieillissement associées aux amyloses, a pris cette initiative même si le plus avancé de ses produits se trouve encore au stade clinique, donc à quelques années d'une éventuelle commercialisation. « Le congrès a pour but de générer de la notoriété et de nous positionner comme une organisation sérieuse », indique Lise Hébert, directrice, communications, relations avec les investisseurs et gestion de produit.

Tout comme Axcan, Neurochem ne ferme pas les portes de son événement à ses concurrents, certains ayant présenté, il y a deux ans, les résultats de leurs découvertes ainsi que les avenues thérapeutiques possibles. « Notre objectif est de simplifier la collaboration entre les chercheurs et l'ensemble de l'industrie, explique Lise Hébert. Les retombées pour Neurochem ne se mesurent pas encore en ventes, mais plutôt en crédibilité et en une reconnaissance par la communauté médicale internationale. D'ailleurs, le journal spécialisé *Amyloid* a publié, à l'issue du premier congrès, un résumé des allocutions présentées. »

« Les retombées se mesurent en crédibilité et en une reconnaissance par la communauté médicale internationale. »

MINTO PLACE SUITE HOTEL



Nos studios et suites spacieuses avec une ou deux chambres sont assortis de cuisinettes entièrement fonctionnelles et, dans bien des cas, d'une laveuse-sécheuse dans une pièce attenante. Nous avons installé un système de sûreté et de sécurité des plus modernes. Les téléphones sont compatibles avec un ordinateur personnel et nous ne chargeons aucuns frais pour les appels locaux. Nous sommes plus qu'un hôtel: nous voulons que vous vous sentiez chez vous, loin de chez vous. **Informez-vous des rabais qui s'appliquent aux séjours prolongés!**

*Vous parlez affaires,
nous nous occupons
du reste.*



- 14 salles de réunion et de banquet bien aménagées
- Piscine intérieure et centre de conditionnement physique
- Le restaurant Noah's et le service aux chambres
- À quelques pas de la colline du parlement

Réervations:

Canada et États-Unis: 1-800-267-3377

Ottawa: (613) 782-2350

Site web: www.mintohotel.com

Courrier électronique: mpshotel@minto.com

433, avenue Laurier ouest, Ottawa (Ontario) K1R 7Y1 • (613) 232-2200 • Télécopieur: (613) 232-6962

La vidéoconférence se développe mais ne menace pas encore les vraies réunions

ÉMILIE DUBREUIL
collaboration spéciale

À l'automne 1999, Léon Gosselin, président d'Axcan Pharma, venait d'acquérir la compagnie américaine Scandipharm. Il avait un sérieux problème car sa nouvelle filiale américaine n'est pas à la porte : elle est à Birmingham, en Alabama. Durant les deux années suivantes, chacune des nombreuses visites chez Scandipharm a coûté 2000 \$ par personne, uniquement en billets d'avion, plus l'hôtel et les autres frais. Chaque voyage a aussi pris un temps fou. « Il n'y a pas de vol direct Montréal-Birmingham. Avec les correspondances, ça prenait un jour pour l'aller, un autre jour pour le retour, avec entre les deux une série de réunions sur place », dit M. Gosselin.

À l'été 2001, il a trouvé la solution : la vidéoconférence. Coût de l'équipement : 38 000 \$. « C'est cher, mais cette technologie nous a fait faire beaucoup d'économies », explique Isabelle Adjahi, directrice des communications.

Pas besoin d'être expert-comptable pour comprendre que la vidéoconférence peut devenir un outil rentable et pratique. Et depuis les attentats aux États-Unis, le système est de plus en plus utilisé par les entreprises.

Or, les démarcheurs et organisateurs de congrès ne s'en inquiètent pas trop. Pierre Bellerose, de l'Office du tourisme et des congrès de Montréal, estime que le tourisme d'affaires n'a pas été affecté. « Dans le cas des congrès, par exemple, la vidéoconférence sert souvent à la préparation de la rencontre, parfois à y donner suite, mais la nécessité des rencontres demeure », dit-il.

« Les Québécois ont besoin d'un contact humain », juge Richard Comtois, du cabinet de consultants en télécommunications Comtois et Carignan. « La vidéoconférence reste, au Québec, un service marginal avec lequel les entreprises québécoises ne sont pas très à l'aise, dit-il. Les Québécois aiment mieux se rencontrer ou téléphoner. »

Claude Dolembreux, un autre consultant, partage ce point de vue. Dans le monde des affaires québécois, pouvoir se parler face à face, sans l'intermédiaire d'une machine, reste important. Même dans une entreprise comme Radio-Canada où, on s'en doute, les spécialistes de l'audiovisuel ne manquent pas, la vidéoconférence est un service peu utilisé : seuls les gestionnaires de Montréal, Toronto et Ottawa y font appel.

Par contre, dans les grandes entreprises transnationales, on y a recours pour des raisons évidentes. C'est le cas de la firme d'ingénierie-conseil SNC-Lavalin, qui a des bureaux d'affaires ou des



Photo BERNARD BRAULT, La Presse ©

La directrice des relations avec les investisseurs Isabelle Adjahi (à droite), est photographiée au siège social d'Axcan Pharma, de Mont-Saint-Hilaire. Elle discute en temps réel avec Maggie Mason (sur l'écran télé de gauche), directrice des ressources humaines à la filiale Scandipharm, à Birmingham, en Alabama.

chantiers dans une centaine de pays. Et aussi d'Alcan, présente dans 38 pays.

La vidéoconférence a connu des débuts laborieux. Au début, l'image était saccadée et la voix interrompue car les bandes passantes étaient trop étroites. Aujourd'hui, l'équipement est moins coûteux et plus facile à utiliser. Les problèmes de bandes passantes ont presque disparu, les coûts de transmission ont

beaucoup baissé et la technologie ne cesse d'évoluer.

Par exemple, la compagnie Mitel d'Ottawa offre de doter tous les téléphones d'une entreprise d'un service de vidéo-transmission couplé à l'ordinateur du bureau. On compose un numéro de téléphone, on pèse sur un bouton et voilà : votre image est transmise et vous captez l'image de votre correspondant

sur votre écran d'ordinateur. Chaque appareil coûte la modique somme de 2000 \$.

Ici, la vidéoconférence est aussi utilisée par les universités. Ainsi, les étudiants de l'Université du Québec peuvent écouter les conférenciers de Montréal. Mais toutes les universités québécoises s'en servent, notamment pour des soutenances de thèses et des séminaires donnés à distance par des professeurs américains ou asiatiques.

Nos médecins l'utilisent également de plus en plus. S'il était arrivé malheur à Jacques Villeneuve au Grand Prix du Canada, des spécialistes de l'hôpital Sacré-Coeur auraient pu l'examiner sur-le-champ. Le centre d'urgence disposait d'une unité de vidéoconférence pour lui permettre d'entrer en relation avec le centre de traumatologie.

L'hôpital Sacré-Coeur constitue le point de référence des 23 hôpitaux au nord de Montréal pour le traitement des polytraumatisés. Selon M. Dolembreux, qui a contribué à la mise en place du système, « le personnel médical est encore réticent à utiliser l'équipement sur place, mais la période d'approvisionnement achève ».

Depuis 1998, le ministère de la Santé a investi 250 millions pour installer un réseau de télécommunications, l'un des plus sophistiqués du monde. « Ce réseau pourra servir non seulement à la gestion, mais aussi à la télémédecine, affirme M. Dolembreux. Bref, rendre disponibles partout les ressources des hôpitaux universitaires. »

DES AFFAIRES BIEN ENCADRÉES

Forfait affaires à partir de **124\$** par personne, par nuit, occupation double, incluant:

- Chambre régulière
- Petit déjeuner américain
- Déjeuner buffet
- Dîner 4 services
- Salle de réunion
- 2 services café et thé
- Frais de service



MANOIR
SAINT-SAUVEUR
HÔTEL DE VILLÉGIATURE 4 SAISONS

1 800 361.0505

3085250A

Réservez un groupe de **10 chambres** et plus pour novembre, décembre, janvier et mars et obtenez un **massage gratuit.**



BIENVENUE DANS VOTRE NOUVEAU PALAIS



Le monde entier s'y rencontre, et demain encore plus qu'aujourd'hui.

Ce lieu de vie et de lumière en plein cœur de la métropole, cet espace repensé et amélioré en fonction des besoins de ses clients, c'est le *nouveau* Palais des Congrès de Montréal. Votre Palais.

Sa superficie a doublé, son infrastructure technique, elle, a été mise au goût du jour.

Oui, votre Palais a changé. Mais soyez sans crainte, vous y retrouverez la même qualité de services professionnels et d'accueil personnalisé que vous avez tant appréciée dans le passé et qui a fait notre réputation à l'échelle de la planète.



Palais des Congrès de Montréal

WWW.CONGRESMTL.COM

