

RAPPORT ANNUEL 2015

destination
SHERBROOKE.com







TABLE DES MATIÈRES

- 4** Introduction
- 6** Gouvernance
- 10** Destination Sherbrooke, en bref
- 14** Portrait du tourisme à Sherbrooke
- 20** Innovation et développement
- 26** Promotion, accueil,
tourisme d'affaires et sportif
- 42** Centre de foires de Sherbrooke
et opérations
- 48** L'expertise d'une équipe
- 52** États financiers

Une année de raffinement et consolidation

L'année 2015 en fut une de consolidation pour Destination Sherbrooke.

La poursuite des efforts pour atteindre la mission, qui consiste à faire rayonner Sherbrooke par la mise en valeur et le développement d'attraits récréotouristiques durables, a permis à l'organisation de démontrer son implication dans le développement touristique ainsi qu'auprès des clientèles qu'elle dessert.

À l'heure où le web gagne du terrain, le bureau d'information touristique (BIT) accueille de plus en plus de visiteurs. Le savoir-faire et la connaissance des préposés à l'information touristique font que Destination Sherbrooke peut proposer une expérience client hors du commun. Sur cette lancée, l'embauche d'une ressource dédiée au marché de groupes a permis à notre organisation de miser encore plus sur l'accueil et le développement de cette clientèle.

Dans le but de s'adapter et de demeurer à l'affût des nouvelles tendances, la direction Promotion, Accueil, Tourisme d'affaires et sportif de l'organisme a procédé à la refonte de ses outils de communication : applications mobiles et refonte web démontrent la capacité

de Destination Sherbrooke à innover. Une réflexion a été entamée afin de soutenir et attirer davantage d'événements d'affaires, ce qui a résulté en la mise en place du Fonds d'aide aux congrès et événements (FACE). L'organisation a également mis sur pied différentes campagnes sur des nouveaux marchés, notamment celui du nord-est américain afin de séduire de nouvelles clientèles.

En ce qui a trait à l'aspect plus régional de la mission de Destination Sherbrooke, notons la mise en place d'initiatives telles que *Carticipe*, *La Bonne IDée*, *Parcours* et le réseau *Greeters Sherbrooke* qui ont rallié et fait appel aux citoyens. Quoi de mieux que de découvrir Sherbrooke accompagné d'un Sherbrookoïse ou d'une Sherbrookoïse?

Finalement, la deuxième édition de l'initiative gourmande *Sherbrooke met la table* a su séduire les touristes et attirer les citoyens de Sherbrooke qui découvrent eux aussi les trésors de leur gastronomie locale. Un bel exemple qui résume bien la mission combinée de Destination Sherbrooke!

Grâce à cette présence forte sur différents marchés, Destination Sherbrooke poursuit sa mission de développement économique. La contribution et l'expertise du personnel demeurent, rappelons-le, une des grandes forces de l'organisation. Leur engagement, leur dévouement et leur travail remarquable rendent possible la réalisation de projets générateurs d'emplois pour la ville de Sherbrooke.

Merci à chacun et à chacune d'entre vous, votre passion contribuera sans aucun doute à faire de Sherbrooke un endroit accueillant, dynamique, à l'image de ses gens.

« Le savoir-faire et la connaissance des préposés à l'information touristique font que Destination Sherbrooke peut proposer une expérience client hors du commun. »

Rémi Demers,
président du conseil d'administration
de Destination Sherbrooke



GOUVERNANCE

Conseil d'administration

Comité exécutif

Comités consultatifs

Comités de travail



01

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Président

Rémi Demers

1^{ère} vice-présidente

Sylvie-Luce Bergeron

2^e vice-président

Laval Chartré (jusqu'au 18 novembre)

René Houle (nommé le 18 novembre)

Trésorier

Charles Gagnon (jusqu'au 28 octobre)

Laval Chartré (nommé le 18 novembre)

Secrétaire

Serge Paquin

ADMINISTRATEURS ET ADMINISTRATRICES

Joëlle Beaupré

Danielle Berthold

Nadia Choubane

Diane Delisle

André L'Espérance (jusqu'au 15 mai)

Marc-André Mouton (nommé le 4 mai)

Claude Morin (nommé le 7 juillet)

Nicolas Taillefer

Jacques Therriault (jusqu'au 22 avril)

Un poste vacant au 31 décembre 2015

Yves Vermette, directeur général Ville de Sherbrooke

Denis Bernier, directeur général de Destination Sherbrooke

ADMINISTRATEURS AYANT QUITTÉ EN COURS D'ANNÉE

Jacques Therriault

André L'Espérance

Charles Gagnon

COMITÉ EXÉCUTIF

Président

Rémi Demers

1^{ère} vice-présidente

Sylvie-Luce Bergeron

2^e vice-président

Laval Chartré (jusqu'au 18 novembre)

René Houle (nommé le 18 novembre)

Trésorier

Charles Gagnon (jusqu'au 28 octobre)

Laval Chartré (nommé le 18 novembre)

Secrétaire

Serge Paquin

MEMBRE AYANT QUITTÉ EN COURS D'ANNÉE

Charles Gagnon

COMITÉ DE SUIVI

Ce comité assure l'arrimage entre les activités de l'organisation et les services municipaux concernés. Le comité de suivi s'acquitte également des autres responsabilités que le conseil d'administration peut lui confier occasionnellement.

MEMBRES

René Allaire, Ville de Sherbrooke
 Paul Beaudoin, Destination Sherbrooke
 Denis Bernier, Destination Sherbrooke
 Luc Dumoulin, Ville de Sherbrooke
 Mario Grenier, Destination Sherbrooke
 Jean-François Ouellet, Destination Sherbrooke (jusqu'en juillet)
 Carole Pelletier, Destination Sherbrooke
 Myriam Rioux-Denis, Destination Sherbrooke

COMITÉ INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT

Ce comité évalue les projets en développement et assure l'arrimage avec les normes et les projets municipaux. Le comité s'acquitte également des autres responsabilités que le conseil d'administration peut lui confier occasionnellement.

MEMBRES

René Allaire, Ville de Sherbrooke
 Denis Bernier, Destination Sherbrooke
 Luc Dumoulin, Ville de Sherbrooke
 Jean-François Ouellet, Destination Sherbrooke (jusqu'en juillet)
 Carole Pelletier, Destination Sherbrooke
 Myriam Rioux-Denis, Destination Sherbrooke



DESTINATION SHERBROOKE EN BREF

Mission

Valeurs et principes

Vision

Clientèles



02

Notre mission :
faire rayonner Sherbrooke par la mise en
valeur et le développement durable d'attraits
récréotouristiques



VALEURS ET PRINCIPES

Respect
Transparence
Rigueur
Équité
Intégrité
Leadership
Concertation et partenariat
Considération et valorisation des personnes
Innovation et créativité
Souplesse et dynamisme
Développement durable

VISION

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

CLIENTÈLES

Destination Sherbrooke dessert une vaste clientèle régionale, nationale et internationale, dont notamment :

- Les excursionnistes et les touristes
- Les clientèles particulières (congrès, salons, foires, événements sportifs et culturels, etc.)
- Les citoyens de Sherbrooke

PORTRAIT DU TOURISME À SHERBROOKE

Portrait global du tourisme à Sherbrooke
Indice sectoriel – hébergement
L'accueil au bureau d'information touristique



03

2 298 800

VISITES-PERSONNES

188 M \$

EN RETOMBÉES
TOURISTIQUES
GÉNÉRÉES PAR LES
VISITEURS

3 800

EMPLOIS DIRECTS OU
INDIRECTS RELIÉS À
L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

PORTRAIT GLOBAL DU TOURISME À SHERBROOKE*

- 2 298 800 visites-personnes âgées de 18 ans ou plus
- 1 442 900 nuitées-visites-personnes
- 188 300 000 \$ de dépenses
- valeur en emplois : 3 800 emplois directs ou indirects

* Données préliminaires de 2014. Selon les données de Statistique Canada 2014 analysées par la firme Pragma Tourisme-conseil sur les voyages au Canada des visiteurs âgés de 18 ans ayant effectué un déplacement minimal d'au moins 40 km pour se rendre à Sherbrooke

** Les statistiques 2015 seront disponibles au début de l'année 2017

INDICE SECTORIEL – HÉBERGEMENT

CHAMBRES	2015
SHERBROOKE*	
DISPONIBLES	291 081
VENDUES	151 569
TAUX D'OCCUPATION	52 %
CANTONS-DE-L'EST**	
TAUX D'OCCUPATION	42 %

Les données sont présentées à titre indicatif.

*En 2015, Destination Sherbrooke a changé sa méthodologie de collecte d'information, ce qui rend impossible la comparaison avec les données d'années antérieures. Janvier à mai 2015 : Statistiques compilées par Destination Sherbrooke à partir de données reçues de la part de six gestionnaires d'établissements d'hébergement de 3 à 4 étoiles (46 % du parc hôtelier de Sherbrooke), sur une base volontaire. Juin à décembre 2015 : Statistiques fournies par l'Institut de la statistique du Québec.

** Institut de la statistique du Québec

En 2015, le secteur hôtelier sherbrookoïse a connu une meilleure performance que le secteur hôtelier de la région des Cantons-de-l'Est. Son taux d'occupation annuel a atteint 53 % devançant ainsi la région par onze points de pourcentage.

L'ACCUEIL AU BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE (BIT)

L'ACHALANDAGE

26 519 personnes ont fréquenté le bureau d'information touristique (BIT) pour obtenir des renseignements. On constate une augmentation de 15 % de l'achalandage par rapport à l'année 2014 (23 283 vs 26 519).

Juillet et août ont été les mois les plus achalandés du bureau d'information touristique représentant 53 % de l'achalandage annuel.

LA PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE

Les visiteurs (touristes et excursionnistes) ont représenté 73 % de la clientèle du BIT, une augmentation de six points de pourcentage par rapport à 2014.

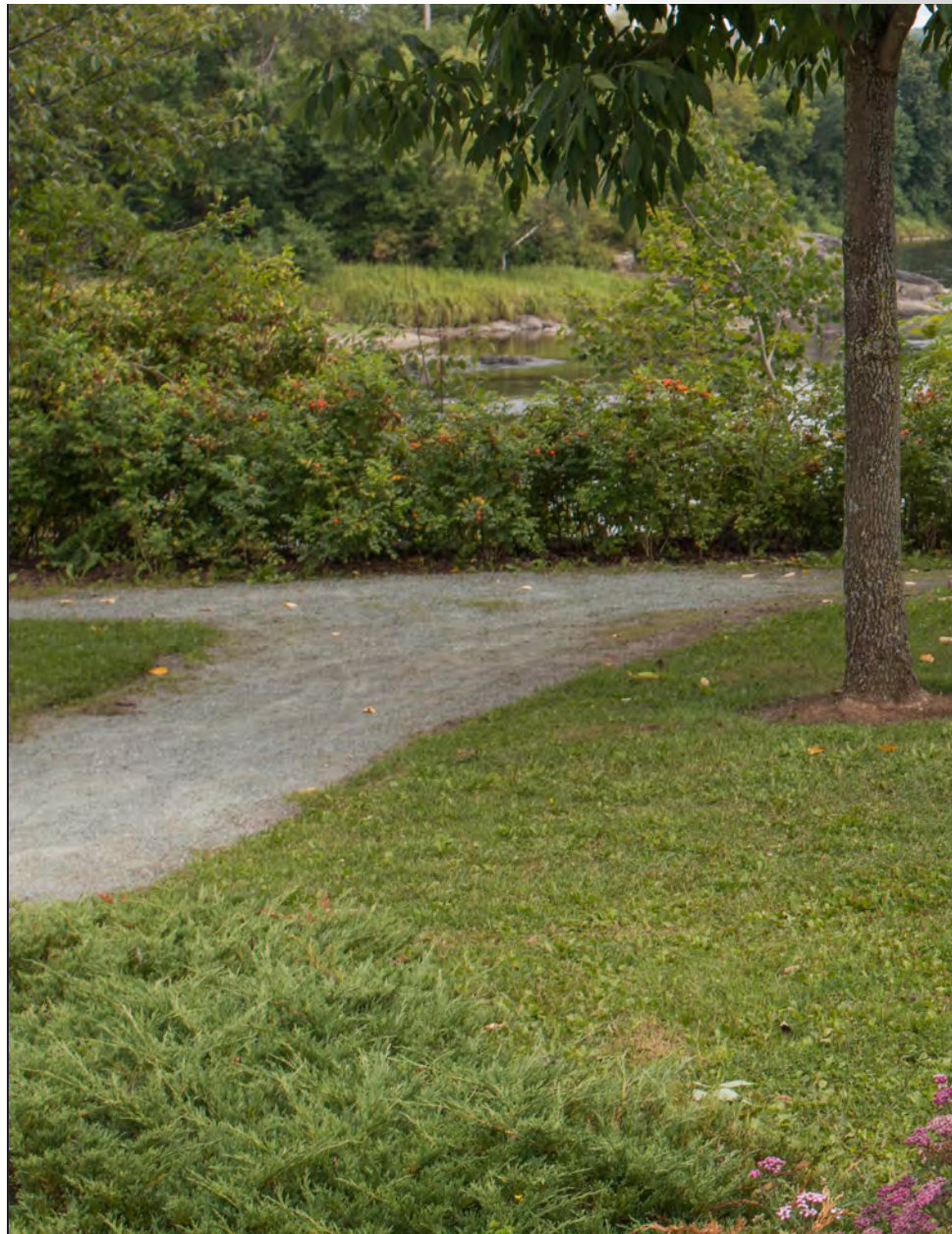
Entre 2014 et 2015, le nombre de visiteurs en provenance de la France a augmenté de 3 % et une augmentation de 27 % du nombre de visiteurs en provenance des États-Unis est observée.

LA DESTINATION DE LA CLIENTÈLE

En 2015, Sherbrooke était la destination du voyage pour 73 % des visiteurs qui ont fréquenté le BIT par rapport à 66 % en 2014, une augmentation de 7 %.

DURÉE DU SÉJOUR DE LA CLIENTÈLE

En 2015, la majorité des visiteurs ayant fréquenté le bureau d'information touristique étaient à Sherbrooke pour la journée seulement (sans nuitée) ou encore pour de courts séjours de une à trois nuitées.





INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT

Plan directeur de Parcours

Fonds de développement récréotouristique FDRT

Veille stratégique – Carticipe – La Bonne IDée

Accompagnement et soutien aux promoteurs

Circuit des murales

Collaboration – représentation – membership



04

La direction Innovation et développement a, au cœur de ses mandats, la structuration de Parcours, le réseau de parcs nature de la ville de Sherbrooke. La veille stratégique et l'accompagnement de promoteurs intéressés à développer de nouveaux produits et attraits touristiques sont autant de manières d'y parvenir. De plus, Destination Sherbrooke a également à sa disposition le Fonds de développement récréotouristique (FDRT), afin de soutenir les initiatives de développement des acteurs du milieu et leur permettre d'être davantage attractifs.

PLAN DIRECTEUR DE PARCOURS

Le plan directeur de Parcours est le fruit de plusieurs mois de travail et le cumul de nombreuses étapes :

- Réalisation d'une analyse du potentiel attractif
- Réalisation d'une étude de l'achalandage potentiel
- Estimation du coût des projets
- Rédaction et mise en page du document
- Adoption du plan directeur au conseil d'administration
- Présentations du plan directeur au comité plénier et au conseil municipal
- Tenue d'une présentation publique



AMÉNAGEMENTS :

- Reconstruction du belvédère Hydro-Sherbrooke
- Réalisation d'études de pré faisabilité et géotechnique pour l'implantation de divers aménagements, dont une passerelle signature dans la gorge de la Magog
- Octroi de mandats pour réaliser des études préliminaires pour documenter certains projets d'aménagement présentés au plan directeur de Parcours, dont le projet d'attrait majeur au lac des Nations et l'aménagement d'un centre national d'entraînement de patinage de descente extrême (*Ice Cross Downhill*).

ANIMATIONS :

- Poursuite du projet-pilote de vélo des neiges au parc du Mont-Bellevue et à la base de plein air André-Nadeau
- Définition du tracé du corridor bleu des rivières Massawippi et Saint-François et préparation d'un plan concept pour une aire de mise à l'eau pour embarcations légères dans l'arrondissement de Lennoxville
- Réflexion sur l'offre actuelle et potentielle en matière de cyclotourisme
- Collaboration à la tenue de la première édition de la Coupe Riders à Sherbrooke

FONDS DE DÉVELOPPEMENT RÉCRÉOTOURISTIQUE (FDRT)

Les événements ou attrait suivants se sont partagé les 228 166 \$ injectés par le FDRT en vue de bonifier l'offre récréotouristique de Sherbrooke.

- Bouffe ton Centro
- Chemin des Cantons
- Classique Pif Vacances Transat
- Coupe Riders
- Découvertes savoureuses
- Demi-Marathon
- Festival du cinéma du monde de Sherbrooke
- Festival des traditions du monde de Sherbrooke
- Fête du lac des Nations
- Halte des Pèlerins
- Rendez-vous d'Howard
- Repêchage 2015 de la LHJMQ
- Sherblues & Folks
- Sherbrooke t'en bouche un coin
- Sporobole
- Théâtre des Petites Lanternes

En cours d'année, un bénéficiaire a choisi de remettre sa subvention en raison de modification majeure apportée à son projet. La somme remise a donc été reportée pour les projets de l'année 2016.

Forte des commentaires recueillis au fil des premières années d'existence du FDRT, l'équipe d'Innovation et développement a procédé à une sérieuse révision du Fonds. Au terme de cet exercice, la nouvelle mouture du Fonds proposait trois volets aux demandeurs souhaitant obtenir un soutien financier pour l'année 2016 :

- Volet « Émergence » pour soutenir les nouveaux produits touristiques
- Volet « Performance touristique » pour soutenir les produits qui démontrent leur performance et leur attractivité en matière touristique
- Volet « Promotion » pour soutenir les initiatives de promotion hors région visant à attirer des visiteurs à Sherbrooke

VEILLE STRATÉGIQUE – CARTIPE – LA BONNE IDÉE

Outre les méthodes classiques de veille stratégique (web, médias sociaux, revues spécialisées, visites et démarchage), la direction Innovation et développement a eu recours à la plateforme participative Cartiipe par laquelle les citoyens étaient invités à soumettre leurs idées et leurs suggestions de projets à caractère touristique. Par la suite, le concours la Bonne IDée invitait la population à voter pour son projet préféré, le but étant de trouver le projet le plus populaire et tenter de le réaliser tout en tenant compte des divers paramètres de faisabilité. Le projet retenu : la vague de surf au centre-ville de Sherbrooke.

- Rencontre avec les initiateurs du projet et avec la Fédération québécoise de canoë-kayak en eau vive (FQCCKEV)
- Analyse de pertinence touristique
- Étude de faisabilité technique

ACCOMPAGNEMENT ET SOUTIEN AUX PROMOTEURS

L'implication du milieu et les investissements privés sont d'une importance capitale pour le développement touristique de Sherbrooke. La direction Innovation et développement peut soutenir des promoteurs par divers moyens, dont la réalisation d'analyse de pertinence touristique et l'émission de lettre d'appui.

CIRCUIT DES MURALES

Le circuit des murales s'est enrichi de dix murales réalisées dans le cadre du deuxième Symposium d'art mural de Sherbrooke. Ces murales ont été installées dans l'arrondissement de Lennoxville.

COLLABORATION – REPRÉSENTATION – MEMBERSHIP

Les membres de l'équipe Innovation et développement ont participé à divers événements stratégiques ou collaboré avec des intervenants de premier choix en matière de développement touristique, dont :

- Aventure écotourisme Québec
- Festival et événements Québec et Société des attractions touristiques du Québec (FEQ/SATQ)
- Table d'échange des villes événementielles
- Tourisme Cantons-de-l'Est
- Ville de Sherbrooke

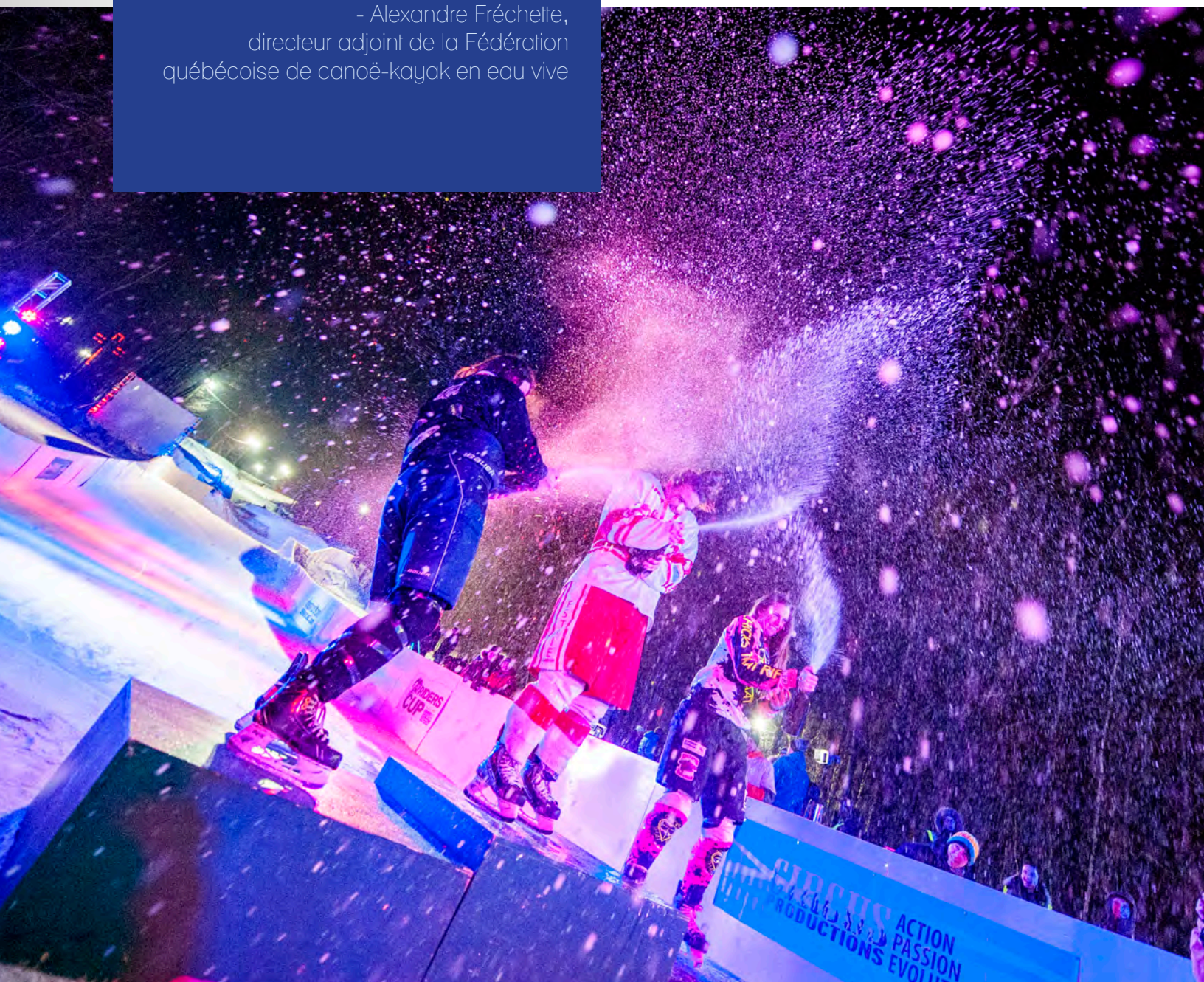
« L'équipe de Destination Sherbrooke est dynamique et innovatrice. Il est très agréable de travailler avec une équipe disponible, à l'écoute, et proactive qui nous a permis d'avancer! Sans elle, le projet de vélo des neiges serait probablement encore à l'étude. »

- Jean-Francois Deshaies,
président de l'organisme Sentiers
Sherbrooke



« Le surf de rivière est une opportunité salubre et unique pour Sherbrooke. Il nous fait plaisir de collaborer avec une équipe ambitieuse, experte, dynamique et rigoureuse pour y arriver! »

- Alexandre Fréchette,
directeur adjoint de la Fédération
québécoise de canoë-kayak en eau vive



PROMOTION, ACCUEIL, TOURISME D'AFFAIRES ET SPORTIF

Marché des congrès et du savoir

Indice sectoriel congrès et événements

Tourisme sportif et événementiel

Marché des voyages de groupes

Marketing et communications

Expérience client



05

MARCHÉ DES CONGRÈS ET DU SAVOIR

Les délégués de Destination Sherbrooke mettent en valeur les infrastructures, les produits et les attraits touristiques de la ville de Sherbrooke auprès des planificateurs d'événements d'envergure. En plus de démarcher différents clients à l'échelle provinciale, nationale et internationale, ils offrent un soutien aux planificateurs dans l'organisation de leurs événements.

PROSPECTION DE CLIENTÈLES

- 427 clients sollicités (marché des congrès et tourisme du savoir)
- Sept dossiers de mise en candidature qui ont mené à la signature d'importants congrès

« Nous tenons à remercier Destination Sherbrooke pour son accueil et son aide dans le processus d'organisation. Votre présence et expertise a grandement facilité l'organisation du congrès. »

-AESTQ

Association pour l'enseignement de la science et de la technologie au Québec

ACTIVITÉS COMMERCIALES

- Dîner ambassadeurs au Delta Sherbrooke. Parmi les cinq organismes rencontrés, trois ont octroyé un congrès à Sherbrooke pour 2016 et 2018 pour près de 200 nuitées projetées
- Organisation d'un dîner au Delta Montréal
- Présence aux deux salons des destinations d'affaires de l'Association des professionnels en congrès du Québec (APCQ)
- Salons :
 - » Salon de l'événement corporatif Momentum
 - » Salon Tête-à Tête à Ottawa
- Activités avec le Club Affaires de Tourisme Cantons-de-l'Est;
 - » Tournées de familiarisation pour le marché de Montréal.
 - » Événements découvertes pour les marchés de Montréal et Québec

CONGRÈS MARQUANTS DE 2015

Mai : Congrès de l'Association des chefs en sécurité incendie du Québec (950 participants et 1 230 nuitées générées)

Mai : Conseil général de la Centrale des syndicats du Québec (900 participants et 550 nuitées générées)

Mai : Congrès et 50^e anniversaire de la Fédération du commerce – CSN (450 participants et 458 nuitées générées)

Juin : Rassemblement annuel et 50^e anniversaire du Mouvement des Coursillos francophone du Canada (980 participants et 564 nuitées générées)

Septembre : Congrès de la Chambre des notaires du Québec (420 participants et 440 nuitées générées)

Octobre : Congrès de l'Association pour l'enseignement de la science et de la technologie du Québec (402 participants et 211 nuitées générées)

Octobre : Colloque de l'Association des gestionnaires des établissements de santé et de services sociaux (325 participants et 301 nuitées générées)

« Je tiens à vous remercier de votre engagement et dévouement à l'égard de l'organisation de notre congrès »

-Denis Boudreau,
Conseil des machinistes du Québec

SOUTIEN AUX PLANIFICATEURS

En 2015, 69 comités organisateurs ont reçu un soutien offert par l'équipe du tourisme d'affaires et sportif de Destination Sherbrooke (services offerts pour les congrès signés entre 2015 et 2017).

INDICE SECTORIEL CONGRÈS ET ÉVÉNEMENTS

TYPES DE MARCHÉS	NOMBRE			PARTICIPANTS			NUITÉES*		
	2015	2014	ÉCART %	2015	2014	ÉCART %	2015	2014	ÉCART %
CONGRÈS	53	37	+ 43	13 243	12 988	+ 2	10 317	8 729	+ 18
ÉVÉNEMENTS SPORTIFS	53	56	- 5	26 325	35 112	- 25	12 423	15 116	- 18
AUTRES ÉVÉNEMENTS**	16	11	+ 45	13 262	11 407	+ 16	6 139	3 669	+ 67
TOTAL				52 830	59 507		28 879	27 514	

* Les statistiques des nuitées/chambres sont compilées par Destination Sherbrooke à partir de données reçues de la part des gestionnaires d'établissements d'hébergement sur une base volontaire.

** Compétitions culturelles, compétitions académiques et événements grand public.

TOURISME SPORTIF ET ÉVÉNEMENTIEL

La déléguée au Tourisme sportif et événementiel met en valeur les infrastructures d'accueil et sportives ainsi que les produits et attraits touristiques de la ville de Sherbrooke auprès des organisateurs d'événements. En plus de démarcher différents organisateurs et projets par le biais d'activités commerciales et de planification, elle offre un soutien aux organisateurs d'événements dans notre ville.

ÉVÉNEMENTS MARQUANTS DE 2015

- **Janvier** : Jeux du commerce (1 050 participants et 1152 nuitées)
- **Janvier** : Super Coupe du Québec de judo (500 participants et 90 nuitées)
- **Mars** : Tournoi de tennis Futures de Sherbrooke (90 participants). L'événement s'est déroulé sur une période de 9 jours
- **Mai** : Festival des harmonies et orchestres symphoniques (6 467 participants et 2 455 nuitées)
- **Mai** : Assises et Repêchage de la LHJMQ (1000 participants et 1 003 nuitées)
- **Juin** : Demi-marathon de Sherbrooke (3 856 participants)
- **Août** : Championnat canadien de ski nautique (105 participants)
- **Août** : Championnat canadien de baseball U18 (165 participants et 555 nuitées)
- **Octobre** : Tournée Hockey d'ici de Rogers (271 nuitées)

PROSPECTION DE CLIENTÈLES

Tout au long de l'année, cent représentants d'associations, d'institutions et d'événements ont été rencontrés ou contactés.

ACTIVITÉS COMMERCIALES

- Marché des événements sportifs de l'Alliance canadienne du tourisme sportif
- Activité commerciale en collaboration avec l'Association des professionnels en congrès

- du Québec auprès des associations sportives du Regroupement loisir Québec à Montréal
- Deux *blitz* téléphoniques en collaboration avec le Delta Sherbrooke et le Grand Hôtel Times
- Sept dossiers de mise en candidature

JEUX DE LA FRANCOPHONIE 2021

Destination Sherbrooke s'est impliquée dans la préparation de la candidature de la ville de Sherbrooke à titre de ville d'accueil des Jeux de la Francophonie en 2021. En collaboration avec ses partenaires, Destination Sherbrooke a participé à l'élaboration du plan d'affaires, à la préparation du dossier de mise en candidature ainsi qu'à la visite des experts du comité organisateur.

SOUTIEN AUX ORGANISATEURS

53 comités organisateurs (pour les événements confirmés en 2015 et 2016) ont reçu du soutien technique et promotionnel à plusieurs niveaux d'intervention : rencontres d'encadrement, appels de soumissions d'hébergement, de transport, d'activités touristiques et sociales.

PLANIFICATION

Destination Sherbrooke participe activement au sein du comité de planification des événements majeurs – CPEM, notamment par la recherche et qualification d'événements sportifs potentiels pour le plan stratégique de travail de ce comité piloté par Excellence sportive Sherbrooke.

« Le Forum Spey a connu un succès bien au-delà de nos espérances. Votre contribution a été remarquable. Nous ferons le nécessaire pour renouveler la tenue de nos activités à Sherbrooke l'an prochain »

- Jean-Pierre Tétrault
Forum Spey 2015



MARCHÉ DES VOYAGES DE GROUPES

PROSPECTION DE CLIENTÈLES

Au cours de l'année 2015, 85 clients ont été sollicités.

ACTIVITÉS COMMERCIALES

- Bourse Bienvenue Québec à Sherbrooke : 125 organisateurs/acheteurs de voyage de groupes présents, 55 rendez-vous formels, une dizaine d'occasions d'affaires prospectées et un catalogue des principaux acheteurs reçu pour qualifications ultérieures.
- En tant que région hôte de la Bourse Bienvenue Québec 2015, Destination Sherbrooke a collaboré à l'organisation du souper officiel de la Bourse Bienvenue Québec 2015. Au total, 375 participants œuvrant dans le domaine du voyage en groupes étaient présents.

MARKETING ET COMMUNICATIONS

PROMOTION

Image de marque

L'énoncé de positionnement « Nature urbaine » s'est cristallisé en 2015. Court et fort, il transcende désormais l'ensemble de nos publications et de nos publicités. Il est la pierre angulaire de notre *branding* touristique et est maintenant accolé aux marchés de groupe, congrès et événements.

Campagne publicitaire sur les ondes de Radio-Canada

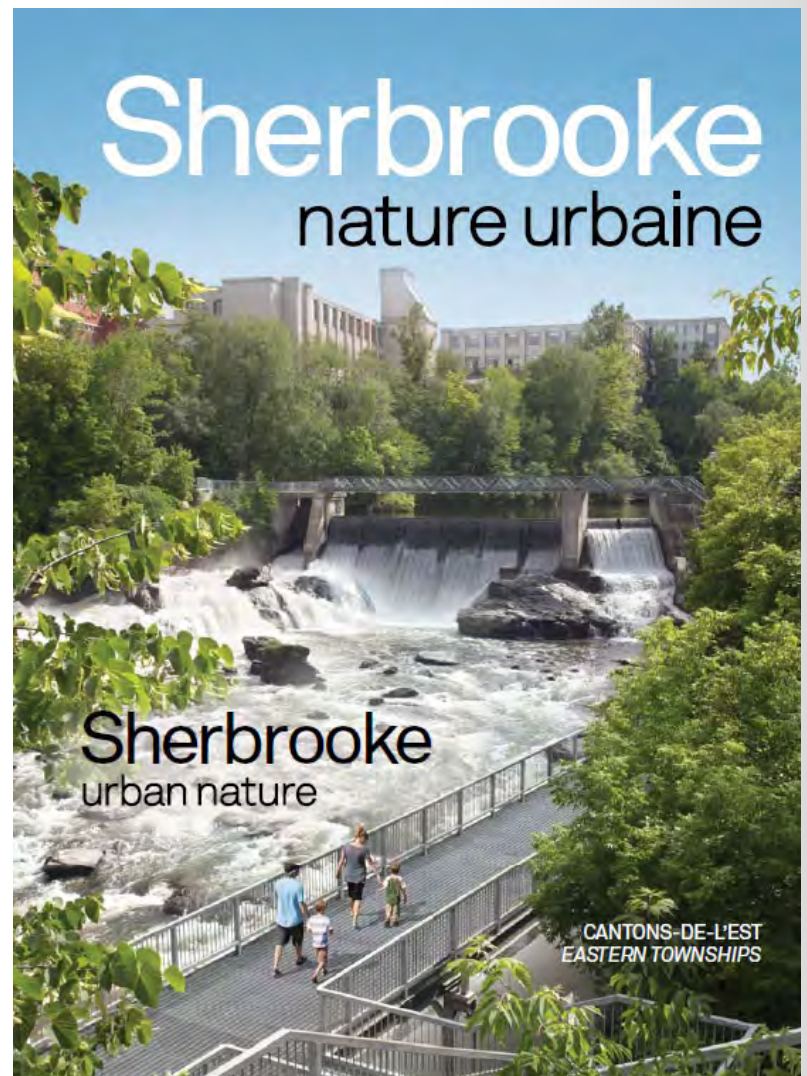
Pour une deuxième année, Destination Sherbrooke a créé une publicité de 60 secondes mettant en valeur les incontournables de Sherbrooke. La diffusion a eu lieu tout l'été à la télévision de ICI Radio-Canada de Montréal, de Québec et d'Ottawa, de même que sur ICI RDI, ICI ARTV et ICI Explora.

Marché américain

Destination Sherbrooke a saisi d'intéressantes opportunités de visibilité sur le marché américain, principalement dans la portion nord de la Nouvelle-Angleterre :

- Renforcement du positionnement de Sherbrooke, par le biais d'une intervention terrain auprès de voyageurs et de spécialistes du marché de groupe américains, à l'occasion du *Boston Globe Travel Show*.
- Collaboration à trois événements musicaux majeurs ayant lieu à Sherbrooke afin d'attirer les visiteurs américains, en axant la promotion sur les grands noms présents.
- Achat d'un cahier spécial dans le *Burlington Free Press*, en collaboration avec le Carrefour de l'Estrie, afin de faire la promotion de nos commerces en soulignant le taux de change avantageux. Nous avons profité de l'occasion pour publiciser notre initiative gourmande Sherbrooke met la Table.

Les trois initiatives ont été soutenues financièrement en collaboration avec Tourisme Cantons-de-l'Est et Développement économique Canada.



MAGAZINE TOURISTIQUE
2015
TOURIST MAGAZINE

destination
SHERBROOKE.com

PUBLICATIONS

Magazine touristique

Tirée à 75 000 exemplaires, l'édition 2015 du guide touristique de Sherbrooke a pu bénéficier d'une entente de distribution spéciale de la part de Tourisme Québec. Il est reconnu comme étant l'un des plus beaux magazines touristiques au Québec, notamment en raison de sa grille graphique de style magazine et de l'organisation de l'information.

Coupons-rabais

En 2015, 20 attraits de Sherbrooke et des environs ont offert, par le biais d'un dépliant réalisé par Destination Sherbrooke, des coupons-rabais. Destiné essentiellement à la clientèle familiale, il est tiré à 50 000 exemplaires.



destination
SHERBROOKE.com

nature urbaine
urban nature

PROJETS ET INITIATIVES

Corridor bleu

Découvrir Sherbrooke par ses rivières, telle est l'expérience proposée par le Corridor bleu. En 2015, la campagne promotionnelle de cet attrait a permis de propulser au rang de grand succès de l'été cette nouvelle activité tout en faisant rayonner Sherbrooke et sa nature urbaine.

Spectacle *Cow-boys, de Willie à Dolly*

Forte de son succès, la série de représentations du spectacle *Cow-boys, de Willie à Dolly* était de retour pour une deuxième année à la place Nikitotek. L'ajout d'un toit au-dessus des gradins pour en faire un théâtre couvert est, sans contredit, la grande nouveauté de 2015. Le spectacle a également été revampé ce qui a attiré et conquis les foules. Considérant l'augmentation significative des spectateurs provenant de l'extérieur de Sherbrooke (11 %) - dont 90 % sont venus spécifiquement pour assister au spectacle - et une croissance de leurs dépenses de l'ordre de 63 %, les retombées économiques liées à *Cow-boys, de Willie à Dolly* sont évaluées à près de 1,7 M\$.

« L'ajout d'un toit à la place Nikitotek est vraiment un outil de vente extraordinaire qui nous a permis de faire plus de démarchage auprès des groupes! »

- Robert Doré,
Québec Issime

Sherbrooke met la table

Initiée par Destination Sherbrooke en 2014, Sherbrooke met la table est une promotion gourmande qui a rallié le milieu sherbrookoïse de la restauration. Pendant dix jours, du 13 au 22 novembre 2015, les restaurants participants ont offert des menus table d'hôte trois services à 15 \$ le midi et à 25 \$ ou 35 \$ le soir. Inspirée d'événements comme MTL à table ou encore la *New York Restaurant Week*, cette initiative a pour but de rendre les bonnes tables accessibles. Cette année, Sherbrooke met la table s'est associée avec *PUR vodka*, une vodka ultra premium produite au Québec et plusieurs fois récompensée à travers le monde. De fait, certains restaurants participants ont proposé des cocktails à base de PUR vodka. Des créations uniques développées spécifiquement pour s'agencer aux différents menus présentés dans le cadre de Sherbrooke met la table. Véritable succès, cette deuxième édition a doublé son nombre de restaurants participants et été appuyée par une campagne promotionnelle tant traditionnelle que web. Cette dernière a d'ailleurs généré plus d'un million d'impressions publicitaires sur internet et les médias sociaux.

« L'année prochaine, j'espère pouvoir offrir l'expérience Sherbrooke met la table pendant quinze jours! Nous avons même été contraints de refuser quelques tables, car nous étions pleins à craquer! »

- Marilynne Beauchemin
du restaurant Comme chez Soi.

WEB

Destination Sherbrooke gère et maintient son portail internet, de même que les sites du Centre de foires de Sherbrooke et de la place Nikitotek. En 2015, plusieurs éléments du site web de Destination Sherbrooke ont été retravaillés afin d'améliorer l'expérience de l'utilisateur. On note l'ajout de vidéos ainsi que du flux Instagram sur la page d'accueil. Par ailleurs, des efforts soutenus ont été consacrés à la publication de billets dans le blogue tout au long de l'année.

NOS SITES WEB EN CHIFFRES

	VISITES	% DE NOUV. SESSIONS	PAGES VUES
DESTINATION SHERBROOKE	440 089	70,02 %	1 497 717
CENTRE DE FOIRES	79 775	70,38 %	203 539
BLOGUE	13 751	65,52 %	22 703
PLACE NIKITOTEK	13 673	73,13 %	35 206
SHERBROOKE EST COWBOYS	28 649	79,77 %	53 924
SHERBROOKE MET LA TABLE	33 398	73,88 %	205 724

Réseaux sociaux

Véritable incontournable de la communication et de la promotion sur le web, Destination Sherbrooke est présente sur les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, YouTube, Flickr et Instagram. Les réseaux sont alimentés par le personnel de Destination Sherbrooke.

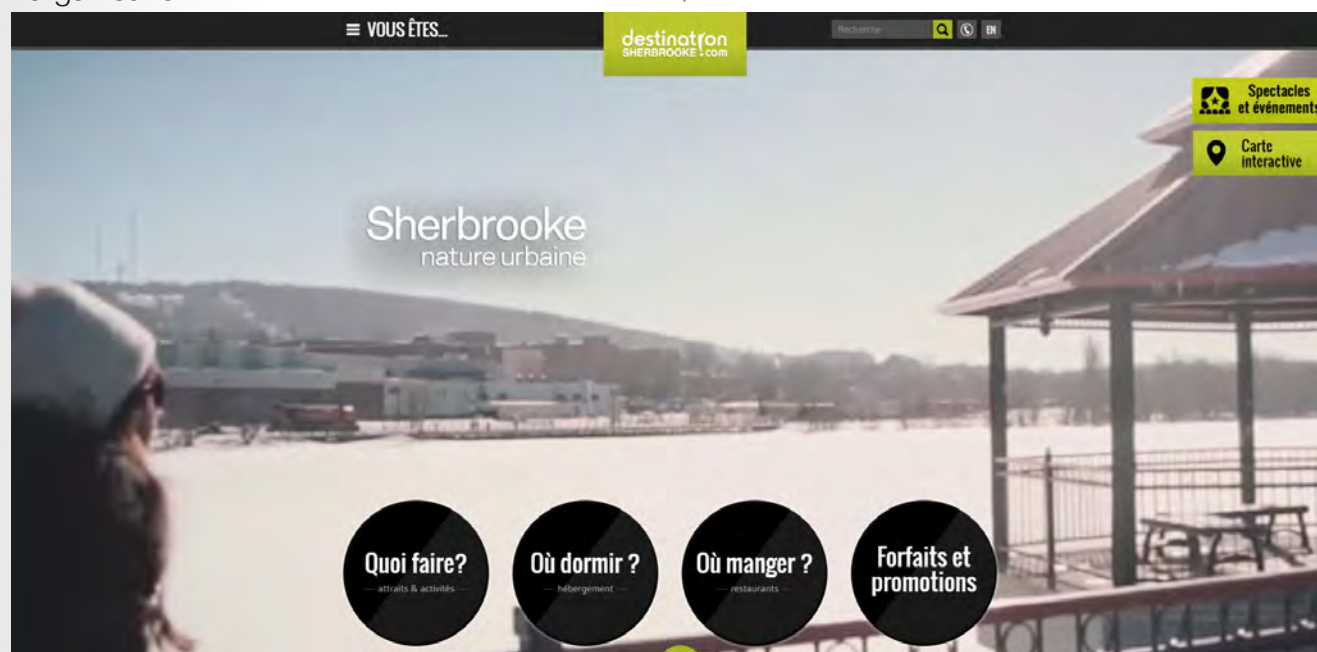
COMMUNICATIONS

L'équipe des communications assure le suivi avec les médias et les partenaires de l'industrie touristique, tout en faisant la promotion, auprès de la presse, des activités touristiques qui font rayonner Sherbrooke. Il appuie à la fois les communications internes et externes de l'organisation.

Relations avec les médias et événements

L'équipe des communications a répondu aux demandes des médias en lien avec les différents projets et initiatives de l'organisation. En plus d'offrir un soutien en communication à ses différents partenaires, l'équipe a organisé et collaboré au succès de différents événements de presse, tels que :

- Lancement réseau *Greeters* Sherbrooke
- Lancement de La Bonne IDée
- Journée de l'industrie touristique
- Ouverture de la saison du marché public du marché de la Gare de Sherbrooke
- Inauguration du toit de la place Nikitotek
- Lancement des applications mobiles et du circuit des murales de l'est



BUREAU DU CINÉMA ET DE LA TÉLÉVISION (BCTQ)

Associé au Bureau du cinéma et de la télévision du Québec depuis 2014 à titre d'antenne régionale, le Bureau du cinéma et de la télévision de Sherbrooke (BCTS) a poursuivi ses efforts de collaboration avec l'organisation centrale et les autres bureaux régionaux dans le but de promouvoir le Québec et ses régions comme lieux de tournage.

Outre la participation à des initiatives publicitaires communes, le BCTS a assuré une présence à des événements phares du cinéma au Québec (Ciné-Québec, Fantasia).

La présence d'un stagiaire à l'été 2015 a permis une amélioration significative de la banque de photos, instrument de travail fondamental qui compte maintenant plus de 10 000 images. Elle a aussi permis de constituer des albums et ainsi répondre, dans les délais prescrits, à plusieurs dizaines de scénarios.

Le Bureau du cinéma et de la télévision de Sherbrooke a aussi collaboré à l'avènement du tournage de la télésérie américaine *Quantico* sur différents plateaux de l'Université de Sherbrooke et à la mise en place d'une activité de recrutement de figurants qui a attiré plus de 400 personnes au Centre de foires de Sherbrooke en août dernier.

D'autres tournages de moins grande envergure (courts métrages et publicités), ont également eu lieu dans différents endroits de la ville pour des retombées approximatives de plusieurs dizaines de milliers de dollars.







EXPÉRIENCE CLIENT

BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE

Le bureau d'information touristique (BIT) est opérationnel sept jours par semaine sur une base annuelle. Sur place, un superviseur accompagné de préposés à l'information touristique répondent aux différentes demandes des visiteurs et des citoyens.

Au cours de l'année 2015, le personnel d'accueil a traité plus de 15 600 demandes de renseignements touristiques tant au comptoir que par téléphone, par la poste ou par courriel.

Par ailleurs, le personnel d'accueil a apporté un soutien technique aux tours guidés des Productions Traces et Souvenances ainsi qu'aux tours guidés en voitures anciennes animés par Mario Lamoureux. Près de 2 000 personnes ont fréquenté le BIT grâce à ces tours.

SHERBROOKE GREETERS

En février 2015, Destination Sherbrooke présentait aux citoyens le réseau *Greeters* Sherbrooke, un concept innovant directement inspiré du tourisme participatif. En développant ce projet, Sherbrooke devenait la toute première ville au Québec à offrir

une telle activité et la troisième au Canada à joindre le *Global Greeter Network* qui possède plus de 110 réseaux dans une vingtaine de pays sur les cinq continents.

De ce fait, 23 citoyens bénévoles motivés et ambassadeurs ont été recrutés pour accompagner les visiteurs le temps d'une balade à travers la ville. Pour faciliter leurs interventions, Destination Sherbrooke leur a dispensé une formation afin de les sensibiliser à l'importance de l'accueil et de leur rôle en tant que citoyens ambassadeurs. Aussi, de nombreux outils d'information leur ont été fournis afin qu'ils soient au fait des activités touristiques sherbrookoises.

Un site internet a également été développé pour mettre en valeur cette nouvelle offre et permettre des inscriptions en ligne. D'avril à décembre 2015, 61 balades ont été enregistrées avec un taux de satisfaction global de 98 %. Ce résultat dépasse largement les objectifs fixés, et ce, principalement grâce à l'excellente couverture de presse qui a mis en lumière l'implication des citoyens au cœur du tourisme dans leur ville. D'après un rapport d'analyse réalisé par Mesure Média, les retombées médiatiques (gain de réputation) en lien avec le réseau *Greeters* Sherbrooke ont atteint plus de 100 000 \$. Le réseau *Greeters* Sherbrooke a reçu le prix Azimut Or 2015 lors des Journées annuelles de l'accueil touristique organisé par Tourisme Québec.

SERVICES D'ACCUEIL ET DE RENSEIGNEMENTS TOURISTIQUES SUR LES SITES D'ÉVÉNEMENTS/ CONGRÈS

Sur les sites de congrès et d'événements, quatorze demandes ont été traitées par le personnel d'accueil, dont neuf affectations pour l'installation de présentoirs de documentations touristiques.

« Je tenais à vous remercier de votre accueil et aussi de celui de toute l'équipe du bureau d'information touristique. Grâce à vous, nous avons passé un très bon moment à Sherbrooke. Vous avez répondu à toutes nos questions et vous nous avez judicieusement conseillé pour des visites. La présence d'un *Greeter* dans une ville ou un quartier est un plus et je souligne cette initiative de la ville de Sherbrooke. Également, le bureau d'information touristique y joue un rôle important. Ce sont les premiers contacts que nous avons comme touristes avec les gens et ce sont toujours des souvenirs que nous conservons surtout si ces gens sont charmants. »

- Yolande Desjardins,
Saint-Jérôme

SERVICES DE FORMATION

Toujours soucieuse de la qualité de l'expérience du visiteur, l'équipe de l'expérience client a cette année poursuivie la bonification de son programme de formation en accueil qui est offert gratuitement aux gestionnaires et aux employés de première ligne. Le programme a été adapté à la notion du citoyen ambassadeur. Ateliers de sensibilisation à l'accueil et à la connaissance du milieu sherbrookoise, calendrier des événements et outils d'autoformation, le programme est désormais diversifié et flexible. En 2015, la mise en place de la formation a suscité de l'intérêt de la part des gestionnaires puisque 1 300 personnes œuvrant au sein de 32 organismes y ont pris part. Avec un taux élevé de satisfaction, les employés dits de première ligne élèvent leur service à la clientèle et deviennent de dignes représentants de la destination Sherbrooke.

ÉVÈNEMENT « J'AIME SHERBROOKE »

Le 3 octobre 2015, plus de 100 citoyens se sont donné rendez-vous au bureau d'information touristique pour la deuxième édition de l'événement « J'aime Sherbrooke ». En compagnie d'un *greeter*, ils ont pu prendre part à des circuits personnalisés en famille, en couple ou entre amis, pour découvrir ou redécouvrir Sherbrooke à travers ses musées, ses attraits, ses boutiques, ses cafés et ses microbrasseries. Le but avoué de cette journée était d'initier les Sherbrookoïses à certains attraits locaux afin de les rendre fiers de leur ville et de faire d'eux de véritables citoyens ambassadeurs.



« La chasse aux lutins fut fort amusante et une agréable manière de découvrir cette belle ville! »

- Stéphane Côté,
Lac Beauport (Québec)
Décembre 2015

PATROUILLE VOLONTAIRE À VÉLO SUR LE RÉSEAU CYCLABLE DES GRANDES-FOURCHES

Sur le vaste réseau de sentiers polyvalents qui sillonne le territoire sherbrookoïse, Destination Sherbrooke est en charge de l'équipe de patrouille volontaire qui compte une cinquantaine de bénévoles. Ils assurent une vigie, prêtent assistance et orientent les cyclistes sur l'ensemble du réseau sherbrookoïse. Pour faciliter leurs interventions, ils ont reçu trois formations préparatoires dans le domaine des premiers soins, de la mécanique et de l'information touristique. Au cours de la saison estivale 2015, les patrouilleurs ont également recueilli de l'information par le biais d'un sondage sur la provenance et le profil des utilisateurs du réseau cyclable en collaboration avec la firme Extract recherche marketing.

La patrouille volontaire à vélo en quelques chiffres, en 2015 :

4

CLINIQUES DE MÉCANIQUE ET DE SÉCURITÉ À VÉLO

4 985

HEURES TOTALES D'IMPLICATION BÉNÉVOLE

3 789

HEURES DE PATROUILLE

3 671

INTERVENTIONS, DONT 1 600 ACTES D'INFORMATION TOURISTIQUE

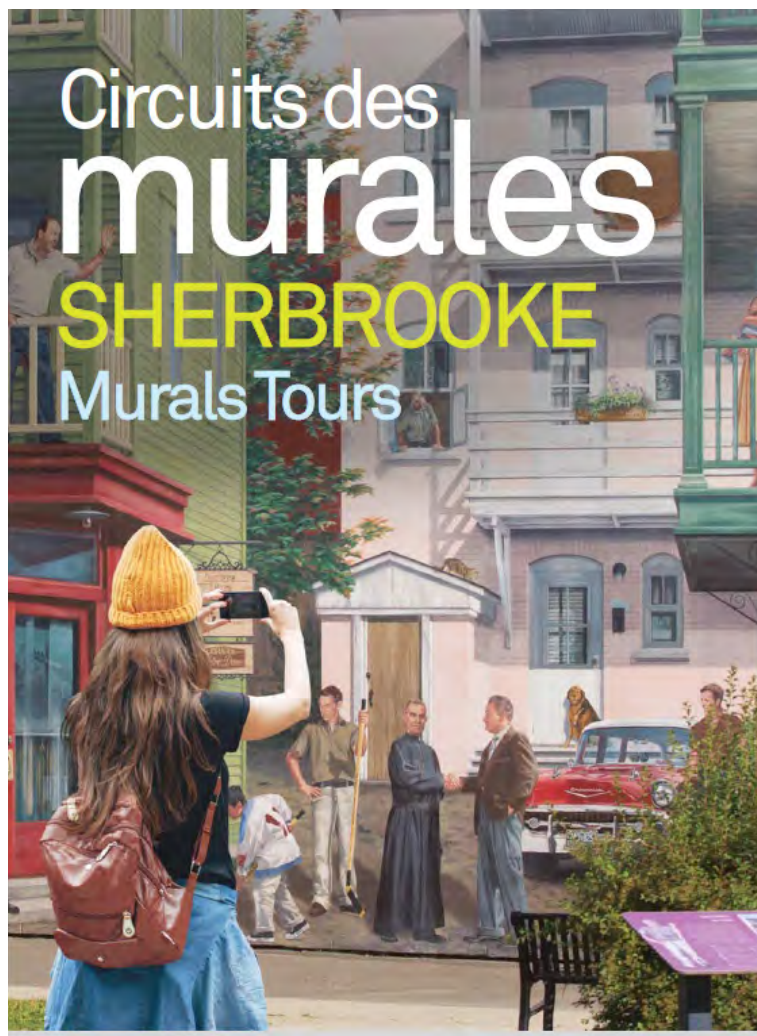
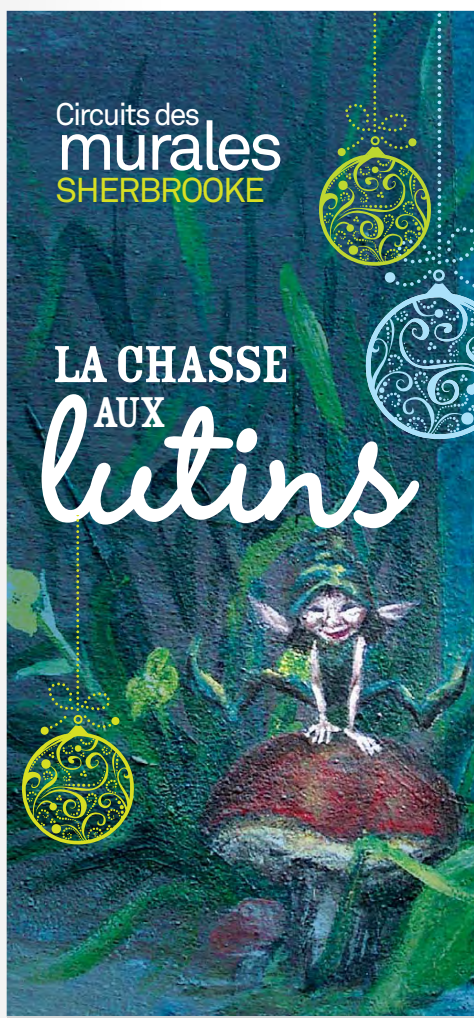
30

ACCOMPAGNEMENTS DE GROUPES CYCLISTES

PUBLICATIONS

L'équipe de l'expérience client a procédé à la mise à jour, l'édition et la production de publications indispensables pour l'accueil des visiteurs, notamment :

- Cartes napperons - plan de la ville, restauration et centre-ville
- Cartes postales
- Guide des ressources de Sherbrooke
- Dépliant - Circuits des murales
- Dépliant - Chasse aux lutins



CENTRE DE FOIRES ET OPÉRATIONS

*Centre de foires de Sherbrooke
Opérations*



06



CENTRE DE FOIRES DE SHERBROOKE

Pour sa cinquième année d'activité, le Centre de foires de Sherbrooke a été l'hôte de 61 événements, une hausse de 49 % comparativement à 2014.

BILAN DES ACTIVITÉS AU CENTRE DE FOIRES DE SHERBROOKE

	2015	2014
JOURS D'ACTIVITÉ (montage, événements, démontage)	209	132
ESPACE LOUÉ (pi²)	1 760 619	1 530 044
NOMBRES D'ACTIVITÉS RÉALISÉES	61	41
REVENU ANNUEL	1 118 188 \$	914 581 \$

QUELQUES SALONS TENUS AU CENTRE DE FOIRES DE SHERBROOKE EN 2015

- Salon des métiers d'art de l'Estrie
- Salon ARISQ (Association des représentants de l'industrie du sport du Québec)
- Salon du livre de l'Estrie
- Salon national des animaux de compagnie
- Salon camping, chasse et pêche

QUELQUES ÉVÉNEMENTS TENUS AU CENTRE DE FOIRES DE SHERBROOKE EN 2015 :

- Découvr'ART (au profit de la Société de l'Alzheimer de l'Estrie)
- Gala des Grands chefs de l'Estrie (au profit de la Société canadienne du cancer)
- Souper de Noël de BRP
- Party Halloween, ABYSS
- Relâche ton fou

GESTION

- Les revenus de 2015 ont connu une progression de 18 % par rapport à ceux de 2014.
- Les retombées économiques pour l'année 2015 sont évaluées à 6 110 150 \$, comparativement à 5 891 100 \$ en 2014.
- Des nouveaux salons et événements étaient confirmés au 31 décembre 2015 pour l'année 2016, notamment le Salon de l'auto (février 2016) et une soirée au profit de la Maison Aube-Lumière (avril 2016).
- L'équipe du Centre de foires a visité 21 salons provinciaux, nationaux et internationaux au cours de l'année dans le but de rencontrer des promoteurs et sonder leur intérêt à venir à Sherbrooke.
- Le *Guide du promoteur* a été mis à jour, le site web revampé et un support communicationnel est désormais offert aux différents promoteurs.

OPÉRATIONS

LE CENTRE DE FOIRES DE SHERBROOKE

Doté de 60 000 pi² de surface d'exposition, le Centre de foires de Sherbrooke possède des installations ultramodernes, polyvalentes et modulables. Bénéficiant d'une position géographique idéale au centre d'un réseau commercial majeur, il est un véritable catalyseur du développement des affaires. Une équipe de professionnels cumulant plusieurs années d'expérience travaille dans le souci de répondre aux besoins des exposants, des visiteurs et des organisateurs. La gestion du Centre de foires de Sherbrooke est assurée par Destination Sherbrooke.

LA PLACE NIKITOTEK

Situé au confluent des rivières Magog et Saint-François, en plein cœur du centre-ville de Sherbrooke, le théâtre couvert de la place Nikitotek est devenu l'endroit tout désigné à Sherbrooke pour la tenue de spectacles estivaux. La gestion du site où on retrouve un chapiteau d'accueil avec terrasse extérieure, un bloc sanitaire mobile climatisé haut de gamme, une billetterie, des loges et des entrepôts a été confiée à Destination Sherbrooke. En 2015, un toit d'une valeur de près d'un million de dollars (financé par Québec Issime) a été construit pour couvrir la place Nikitotek. Une étude de son a été réalisée en divers endroits de la ville afin de s'assurer que les niveaux de décibels générés par le spectacle *Cow-boys, de Willie à Dolly* respectaient les normes établies.

LE MARCHÉ DE LA GARE DE SHERBROOKE

L'été, c'est un marché extérieur public qui accueille une douzaine de producteurs maraichers et autant d'artisans. On y trouve des fruits et des légumes cultivés fièrement par des gens d'ici. L'hiver, c'est un marché de Noël considéré parmi les meilleurs arrêts du Québec. Le marché de la Gare de Sherbrooke c'est aussi quatre commerçants ouverts à l'année qui vous proposent une variété de produits du terroir.







destinatron
SHERBROOKE .com

07

PERSONNEL PERMANENT EN DATE DU 31 DÉCEMBRE 2015

DIRECTION GÉNÉRALE ET ADMINISTRATION

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

CENTRE DE FOIRES ET OPÉRATIONS

Paul Beaudoin, directeur du Centre de foires et des opérations
Louis Brien, superviseur des opérations
Ève Desruisseaux, assistante aux opérations
Manon Ethier, secrétaire au Centre de foires
Jean-François Fortier, appariteur-manutentionnaire
Pierre Fortin, coordonnateur des services
Christian Gagné, superviseur des plateaux
Dominique Gagnon, conseiller commercial, salons et expositions
Slavko Uletilovic, entretien
Jessica Veillet, assistante aux opérations
Marin Villevieille, assistant aux animations/appariteur-manutentionnaire

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT

Myriam Rioux-Denis, agente de développement

PROMOTION, ACCUEIL, TOURISME D'AFFAIRES ET SPORTIF

Lynn Blouin, directrice à la promotion, à l'accueil et au tourisme d'affaires et sportif
Patrick Arseneau, Agent web et médias sociaux
Vicky Bélanger, superviseure à l'expérience client
Amélie Boissonneau, coordonnatrice aux communications
Josianne Côté, déléguée aux congrès
Louise Gauvin, conseillère en séjour touristique
William Hogg, représentant marché de groupes
Josyane Maurice, secrétaire au tourisme d'affaires et sportif
Julie Nadeau, déléguée au tourisme sportif et événementiel
Isabelle Pinet, secrétaire aux communications et à la réception
Robin Poulin Lemieux, coordonnateur marketing
Caroline Synnott, déléguée aux congrès et au tourisme du savoir
Hélène Vandenberghe, coordonnatrice à l'expérience client
Marie-Claude Vidal, déléguée à la promotion et à la communauté d'affaires

PERSONNEL AYANT QUITTÉ EN COURS D'ANNÉE

Geneviève Daigle Langevin, chargée de projets web et médias sociaux

Gaétan Gagnon, manœuvre

François Hébert, assistant aux animations/
appariteur-manutentionnaire

Jean-François Ouellet, directeur à l'innovation
et au développement

PERSONNEL DE REMPLACEMENT

Josée Dupuis, déléguée aux congrès

Valérie Laliberté, coordonnatrice aux
communications

Sovathmoly Uth, commis à l'administration

STAGIAIRES

Pamela Benoit, assistante de recherche (ID)

Ève Chamberland, stagiaire PATAS
(communications et marketing)

David Fouquette, stagiaire PATAS (BCTS)

Sarah-Yan Soucy, stagiaire PATAS
(communications et marketing)

Merci

au personnel de Destination
Sherbrooke pour son engagement
remarquable en 2015!

Merci également à tous les
employés temporaires et à tous
les bénévoles : votre implication
rend possible la concrétisation de
multiples projets!

Finalement, merci à nos partenaires,
à nos clients et à tous les
ambassadeurs de Sherbrooke de
contribuer au rayonnement de notre
ville!

ÉTATS
FINANCIERS
2015



Destination Sherbrooke
États financiers
au 31 décembre 2015

Destination Sherbrooke
États financiers
au 31 décembre 2015

Rapport de l'auditeur indépendant	2 - 3
États financiers	
Résultats	4 - 5
Évolution de l'actif net	6
Flux de trésorerie	7
Situation financière	8
Notes complémentaires	9 - 14



Rapport de l'auditeur indépendant

Aux administrateurs de
Destination Sherbrooke

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

Téléphone : 819 822-4000
Sans frais : 1 800 567-6958
Télécopieur : 819 821-3640
www.rcgt.com

Nous avons effectué l'audit des états financiers ci-joints de l'organisme Destination Sherbrooke, qui comprennent l'état de la situation financière au 31 décembre 2015 et les états des résultats, de l'évolution de l'actif net et des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, ainsi qu'un résumé des principales méthodes comptables et d'autres informations explicatives.

Responsabilité de la direction pour les états financiers

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

Responsabilité de l'auditeur

Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur les états financiers, sur la base de notre audit. Nous avons effectué notre audit selon les normes d'audit généralement reconnues du Canada. Ces normes requièrent que nous nous conformions aux règles de déontologie et que nous planifions et réalisons l'audit de façon à obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers ne comportent pas d'anomalies significatives.

Un audit implique la mise en œuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournis dans les états financiers. Le choix des procédures relève du jugement de l'auditeur, et notamment de son évaluation des risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Dans l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en considération le contrôle interne de l'entité portant sur la préparation et la présentation fidèle des états financiers afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité. Un audit comporte également l'appréciation du caractère approprié des méthodes comptables retenues et du caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que l'appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

Opinion

À notre avis, les états financiers donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'organisme Destination Sherbrooke au 31 décembre 2015 ainsi que des résultats de ses activités et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, conformément aux Normes comptables canadiennes pour le secteur public.

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

Sherbrooke
Le 25 mai 2016

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

Destination Sherbrooke

Résultats

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015

					2015	2014
	Fonction- nement	Marché de la Gare	Centre de Foire	Place Nikitotek	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Produits						
Apports						
Contribution - Ville de Sherbrooke						
Fonctionnement	2 274 082		22 000	342 068	2 638 150	3 210 150
Fonds de développement récréotouristique	210 000				210 000	210 000
Commandites				375 176	375 176	542 470
Autres subventions	26 760		20 000		46 760	40 550
Amortissement des apports reportés afférents aux immobilisations corporelles	24 819				24 819	24 819
Honoraires de gestion		194 429	1 076 188		1 270 617	1 047 618
Autres produits	103 128			11 247	114 375	110 271
Honoraires de gestion - Programme triennal d'immobilisations	24 439				24 439	96 959
Publicité	73 781				73 781	62 267
Bar, restauration et produits dérivés						15 158
Intérêts	15 955				15 955	25 525
	2 752 964	194 429	1 118 188	728 491	4 794 072	5 385 787

Destination Sherbrooke

Résultats

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015

					2015	2014
	Fonction- nement	Marché de la Gare	Centre de Foire	Place Nikitotek	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Charges						
Salaires et charges sociales	1 499 052	45 036	691 410	103 563	2 339 061	3 100 155
Publicité, promotion et outils d'information	275 159	8 317	40 764	525 015	849 255	1 036 933
Entretien, réparations et location d'équipement	80 666	40 724	36 702	33 610	191 702	229 173
Soutien aux congrès et événements	114 730		14 087		128 817	209 616
Contribution - Fonds de développement récréotouristique	221 166				221 166	197 166
Autres	43 286	10 395	1 301		54 982	130 407
Activités d'animation	444 343				444 343	111 512
Sous-traitants	5 891		13 538	15 784	35 213	109 028
Honoraires professionnels	39 143		8 649		47 792	80 701
Fournitures de restauration			65 556		65 556	69 846
Outillage, équipement et matériel	3 954		18 110	8 460	30 524	65 752
Frais de transport, location de véhicules	15 048		12 870	1 468	29 386	55 954
Télécommunications	23 959		6 950	1 893	32 802	47 785
Fournitures de bureau et impression	23 189		4 316		27 505	37 002
Loyer				38 698	38 698	30 400
Frais de représentation et comité de travail	25 771	63	5 072		30 906	34 722
Frais bancaires	2 398		6 823		9 221	26 565
Location de stationnement		14 673	10 000		24 673	24 612
Frais de formation	17 360		3 948		21 308	20 063
Associations et abonnements	10 540	53	1 873		12 466	15 241
Assurances	13 278		5 667		18 945	12 995
Taxes et permis			5 273		5 273	6 954
Créances douteuses (recouvrées)	264	528	(6 035)		(5 243)	(1 379)
Amortissement des immobilisations corporelles	75 108		9 441		84 549	96 083
	2 934 305	119 789	956 315	728 491	4 738 900	5 747 286
Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges	(181 341)	74 640	161 873	-	55 172	(361 499)

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Destination Sherbrooke

Flux de trésorerie

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
	\$	\$
ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT		
Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges	55 172	(361 499)
Éléments hors caisse		
Amortissement des immobilisations corporelles	84 549	96 083
Perte sur la cession d'immobilisations corporelles	22 693	
Amortissement des apports reportés afférents aux immobilisations corporelles	(24 819)	(24 819)
Variation nette d'éléments du fonds de roulement		
Comptes clients et autres créances	44 078	(81 468)
Frais payés d'avance	142	(8 402)
Comptes fournisseurs et autres dettes de fonctionnement	(56 795)	(22 941)
Apports reportés afférents au fonctionnement	(261 000)	290 500
Flux de trésorerie liés aux activités de fonctionnement	<u>(135 980)</u>	<u>(112 546)</u>
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS		
Immobilisations corporelles et flux de trésorerie liés aux activités d'investissement en immobilisations	<u>(38 344)</u>	<u>(48 469)</u>
Diminution nette de l'encaisse	(174 324)	(161 015)
Encaisse au début	<u>534 211</u>	<u>695 226</u>
Encaisse à la fin	<u><u>359 887</u></u>	<u><u>534 211</u></u>

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Destination Sherbrooke
Situation financière
 au 31 décembre 2015

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
	\$	\$
ACTIF		
Court terme		
Encaisse	359 887	534 211
Comptes clients et autres créances (note 3)	386 219	430 297
Frais payés d'avance	17 672	17 814
	<u>763 778</u>	<u>982 322</u>
Long terme		
Immobilisations corporelles (note 4)	442 760	511 658
	<u>1 206 538</u>	<u>1 493 980</u>
PASSIF		
Court terme		
Comptes fournisseurs et autres dettes de fonctionnement (note 5)	408 063	464 858
Apports reportés afférents au fonctionnement (note 6)	29 500	290 500
	<u>437 563</u>	<u>755 358</u>
Long terme		
Apports reportés afférents aux immobilisations corporelles (note 7)	173 737	198 556
	<u>611 300</u>	<u>953 914</u>
ACTIF NET		
Grevé d'affectations d'origine interne (note 9)	45 702	96 223
Investi en immobilisations	269 023	313 102
Non grevé d'affectation	280 513	130 741
	<u>595 238</u>	<u>540 066</u>
	<u>1 206 538</u>	<u>1 493 980</u>

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Pour le conseil,

Administrateur

Administrateur

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2015

1 - STATUTS ET OBJECTIFS DE L'ORGANISME

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

2 - PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES

Base de présentation

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

Estimations comptables

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

Actifs et passifs financiers

Évaluation initiale

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

Évaluation ultérieure

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

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

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2015

2 - PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (suite)

Constatation des produits

Apports

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

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

Honoraires de gestion

Les produits d'honoraires de gestion sont constatés selon les modalités prévues dans les ententes conclues avec la Ville de Sherbrooke, lorsque la prestation de services est achevée, que les honoraires sont déterminés ou déterminables et que le recouvrement est raisonnablement assuré.

Produits de publicité et autres produits

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

Immobilisations corporelles

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

Amortissement

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

	<u>Méthodes</u>	<u>Taux et période</u>
Usine d'épuration	Dégressif	5 %
Équipement informatique, matériel roulant, logiciels	Dégressif	30 %
Équipement d'événement, équipement et outillage, bateaux et pédalos, remise	Dégressif	20 %
Améliorations locatives	Linéaire	15 ans

Réduction de valeur

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

Destination Sherbrooke
Notes complémentaires
 au 31 décembre 2015

3 - COMPTES CLIENTS ET AUTRES CRÉANCES

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
	\$	\$
Comptes clients		
Ville de Sherbrooke	15 254	114 068
Corporation de développement de l'aéroport de Sherbrooke (CDAS) inc.	30 311	
Autres	149 952	157 547
Taxes à la consommation à recevoir	190 702	158 682
	<u>386 219</u>	<u>430 297</u>

4 - IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	<u>2015</u>		<u>2014</u>	
	Coût	Amortis- sement cumulé	Valeur comptable nette	Valeur comptable nette
	\$	\$	\$	\$
Usine d'épuration	153 977	72 160	81 817	86 123
Équipement informatique	206 719	128 836	77 883	69 414
Matériel roulant	132 875	125 911	6 964	31 914
Logiciels	25 458	18 409	7 049	10 070
Équipement d'événement	78 083	38 740	39 343	45 630
Équipement et outillage	347 684	301 681	46 003	57 503
Bateaux et pédalos	82 881	74 196	8 685	10 856
Remise	10 622	9 358	1 264	1 580
Améliorations locatives	372 245	198 493	173 752	198 568
	<u>1 410 544</u>	<u>967 784</u>	<u>442 760</u>	<u>511 658</u>

5 - COMPTES FOURNISSEURS ET AUTRES DETTES DE FONCTIONNEMENT

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
	\$	\$
Comptes fournisseurs et charges à payer		
Ville de Sherbrooke	74 283	32 587
Autres	187 805	192 922
Salaires à payer	46 214	115 741
Retenues à la source à payer	99 301	123 148
Dépôts de garantie	460	460
	<u>408 063</u>	<u>464 858</u>

Destination Sherbrooke
Notes complémentaires
 au 31 décembre 2015

6 - APPORTS REPORTÉS AFFÉRENTS AU FONCTIONNEMENT

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
	\$	\$
Solde au début	290 500	
Montant constaté aux résultats	(290 500)	
Montant encaissé pour le prochain exercice	29 500	290 500
Solde à la fin	29 500	290 500

Les apports reportés afférents au fonctionnement représentent des ressources non utilisées qui, en vertu d'affectations d'origine externe, sont destinées à couvrir les charges de fonctionnement du prochain exercice.

7 - APPORTS REPORTÉS AFFÉRENTS AUX IMMOBILISATIONS CORPORELLES

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

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
	\$	\$
Solde au début		
Apport de Tourisme Sherbrooke	198 556	223 375
Amortissement de l'exercice	24 819	24 819
Solde à la fin	173 737	198 556

8 - FACILITÉS DE CRÉDIT

L'organisme bénéficie d'une ouverture de crédit d'un montant autorisé de 275 000 \$, au taux préférentiel plus 2,5 % (5,2 %; 5,5 % au 31 décembre 2014) et renégociable le 30 juin 2016. L'emprunt est garanti par un cautionnement de la Ville de Sherbrooke. L'organisme n'a versé aucune contrepartie en échange de ce cautionnement.

L'organisme bénéficie d'une facilité de crédit maximum de 50 000 \$ au taux préférentiel plus 3,5 % (6,2 %; 6,5 % au 31 décembre 2014).

9 - AFFECTATION GREVANT L'ACTIF NET

Le conseil d'administration, à sa session tenue le 27 janvier 2016, a affecté à même les ressources non affectées un montant de 45 702 \$ pour financer la réalisation des projets prévus initialement en 2015 et qui seront réalisés au cours du prochain exercice.

Au 31 décembre 2014, le conseil d'administration avait affecté un montant à même les ressources non affectées de 96 223 \$ pour financer la réalisation de projets à même les opérations de fonctionnement. Par conséquent, cette affectation interne assume une partie du déficit de fonctionnement qui s'élève à 181 341 \$ pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015.

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2015

10 - OPÉRATIONS CONCLUES AVEC UN APPARENTÉ

La Ville de Sherbrooke est apparentée à l'organisme du fait qu'elle a le pouvoir de définir ou de modifier les mandats de l'organisme.

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

Les honoraires de gestion provenant de la Ville de Sherbrooke s'élèvent à 1 270 617 \$ (1 047 618 \$ en 2014). Il s'agit d'opérations conclues dans le cours normal des activités et elles sont évaluées à la valeur d'échange.

11 - INSTRUMENTS FINANCIERS

Objectifs et politiques en matière de gestion des risques financiers

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

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

Risques financiers

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

Risque de crédit

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

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

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

	2015	2014
	\$	\$
Encaisse	359 887	534 211
Comptes clients	195 517	271 615
	<u>555 404</u>	<u>805 826</u>

Destination Sherbrooke

Notes complémentaires

au 31 décembre 2015

11 - INSTRUMENTS FINANCIERS (suite)

Risque de crédit

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

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

Il n'y a aucun actif financier déprécié aux 31 décembre 2015 et 2014.

Risque de liquidité

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

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

Au 31 décembre 2015, les échéances contractuelles des passifs financiers de l'organisme échoient à moins de six mois.

Valeur comptable des actifs et des passifs financiers par catégorie

Les actifs et passifs financiers de l'organisme, totalisant respectivement 555 404 \$ et 408 063 \$ (805 826 \$ et 464 858 \$ au 31 décembre 2014), ont tous été classés dans la catégorie des instruments financiers évalués au coût après amortissement.



Crédits photos : Toutes les photos proviennent de la banque de photos appartenant à Destination Sherbrooke