

A photograph of a woman and a child standing on a concrete bridge with black metal railings. The woman is wearing a blue jacket and the child is wearing a patterned dress. They are looking towards the camera. In the background, there are green plants, trees, and a building with orange and grey walls under a blue sky with white clouds. The text 'Rapport annuel 2021' is overlaid on the left side of the image.

# Rapport annuel 2021

À propos . Portrait touristique . Faits saillants . Projets

**destination**  
**SHERBROOKE.com**

# Table des matières

À propos de Destination Sherbrooke	3
1. Mot de la présidente du conseil d'administration et du directeur général	4
2. Organisation	6
2. 1 Gouvernance	6
3. Portrait du tourisme à Sherbrooke	7
3. 1 Visiteurs et retombées	7
3. 2 Taux d'occupation (comparatif 2019-2020-2021)	8
3. 3 Indice sectoriel congrès et événements et liste des principaux événements	9
3. 4 Fréquentation du Bureau d'information touristique et actes de renseignements	11
4. Développement et structuration de l'offre	14
4. 1 Développer ou structurer des projets innovants et attractifs	14
4. 2 Initier les amorces d'intégration de la destination sur deux marchés émergents	20
5. Soutien à l'entrepreneuriat	22
5. 1 Élaborer et mettre en œuvre une stratégie d'accompagnement et de financement au bénéfice des entrepreneurs(euses) pour notamment inciter l'investissement privé	22
5. 2 Accentuer le soutien des projets touristiques en phase d'idéation, d'incubation et d'implantation	26
6. Accueil	27
6. 1 Diversifier les points d'accueil et les moyens d'accès à l'information touristique	27
7. Promotion de la destination	29
7. 1 Repositionner Sherbrooke comme destination congrès par la mise en valeur de l'adaptabilité de ses lieux	29
7. 2 Redéfinir et accentuer l'accompagnement à offrir aux organisateurs d'événements sportifs	32
7. 3 Mettre en lumière les nouveaux attraits estivaux et hivernaux	33
7. 4 Miser sur des offres accessibles et sécuritaires	38
8. Centre de foires de Sherbrooke	39
8. 1 Tableau de location et fréquentation (comparatif 2019-2021-2022)	39
8. 2 Principaux événements	39
8. 3 Plan d'action	40
9. États financiers	42

# À propos de Destination Sherbrooke

## À propos de Destination Sherbrooke



### Une courte introduction sur notre organisme

Destination Sherbrooke est l'organisme paramunicipal qui contribue à faire rayonner Sherbrooke par la mise en valeur et le développement d'attrait touristiques. À la fois interlocuteur privilégié en matière de développement touristique, gestionnaire de sites touristiques et agent de promotion de la ville sur différents marchés, l'organisation se distingue par sa mission unique. C'est grâce à une présence forte et constante que Destination Sherbrooke poursuit sa mission de développement économique. En exerçant continuellement un rôle de leader dans l'industrie touristique en région, l'organisation reste innovante, tout en occupant une place de choix dans le développement de projets mobilisateurs.

Destination Sherbrooke participe au développement de Sherbrooke comme destination touristique, assure le leadership sur le plan de l'accueil et de la promotion des attrait et joue le rôle d'agent rassembleur auprès des membres et partenaires, notamment les attractions, les établissements d'hébergement et de restauration, de même que les fêtes et les festivals.

Organisme paramunicipal  
Destination Sherbrooke

Bureau administratif  
Domaine Howard, pavillon 1  
1300, Boul. de Portland,  
C. P. 610  
Sherbrooke (Québec) J1H 5H9

# 1. Mot de la présidente du conseil d'administration et du directeur général

## Vers une dynamique nouvelle qui placera le tourisme au cœur du développement économique et entrepreneurial de Sherbrooke

Comme chaque année, le temps est venu de jeter un regard sur ce qui aura marqué l'année 2021 de Destination Sherbrooke, votre organisme de promotion et de développement touristique.

D'abord, force est d'admettre que l'année 2021 a été marquée par la présence insistante de la Covid-19. Ce faisant, celle-ci a révélé l'importance cruciale du tourisme pour une grande ville comme Sherbrooke. Les multiples vagues de fermeture et de réouverture des entreprises nous ont fait prendre conscience que le tourisme doit occuper une place de choix dans l'économie sherbrookoise. Parce que sans retombées touristiques, les entreprises d'ici en ressentent directement les contrecoups : moins de revenus, bien sûr, mais également moins de ressources pour œuvrer aux opérations de celles-ci.



Après de nombreux mois à naviguer dans l'incertitude de la pandémie, nous sommes aujourd'hui ravis de constater la place qu'occupera le tourisme dans le nouvel organe de développement économique que sera le Quartier général de l'entrepreneuriat.

Si 2020 a été une année de grandes perturbations pour Destination Sherbrooke, 2021 a vu naître une synergie nouvelle entre Destination Sherbrooke et les autres organismes dédiés au développement économique que sont Entreprendre Sherbrooke et Sherbrooke Innopole. Cette collaboration renouvelée s'est installée en cours d'année tout naturellement, notamment grâce à l'implication du Bureau de coordination de développement économique comme si la voie vers cette nouvelle dynamique d'action avait été pavée à l'avance.

## Action et réaction

Mais revenons à la Covid-19 qui s'est invitée à plusieurs reprises dans la planification de l'année 2021. Chaque annonce a apporté son lot de conséquences. Et chaque assouplissement a nécessité un réajustement rapide. C'est dans ce contexte imprévisible que nos équipes ont navigué en mettant toujours le visiteur et l'entrepreneur au cœur de leurs interactions. Bref, l'adaptabilité a été la clé, et ce, dans tous les projets de l'organisation.

Du côté des congrès, des réunions d'affaires et des événements sportifs, l'accompagnement a dû être accru et surtout, l'équipe a dû faire face à de nombreuses annulations et de nouvelles planifications. En promotion et en communication, les messages et les interventions ont dû chaque fois être réfléchis en fonction du contexte. Le Bureau d'information touristique a dû valser avec des fermetures et réouvertures, tout en se renouvelant dans sa façon de livrer l'information aux visiteurs. L'équipe du Centre de foires de Sherbrooke a quant à elle été un acteur de premier plan dans la gestion de la pandémie en devenant le plus grand centre de vaccination contre la Covid-19 en région avant de voir les événements reprendre peu à peu, puis cesser de nouveau. Ces casse-têtes ont certes démontré toute l'agilité de nos équipes.

## Aller de l'avant

Pendant ce temps et surtout après avoir fait face à de nombreuses incertitudes liées à la pandémie et au manque de main-d'œuvre, l'industrie touristique d'ici s'est transformée. De fait, il devenait impératif pour Destination Sherbrooke de se doter d'une nouvelle planification stratégique à l'image du contexte actuel, en misant sur les forces et les particularités de Sherbrooke. Si l'aboutissement des travaux voit le jour à la fin du printemps 2022, une bonne partie de l'année 2021 a été consacrée à bien réfléchir sur les enjeux et les défis qui attendent le tourisme à Sherbrooke.

Dans la foulée de ce grand chantier, nous avons réalisé plus que jamais à quel point notre ville peut s'appuyer sur une base solide : un milieu de vie attrayant, une communauté dynamique et des infrastructures de qualité. Au cours des prochains mois et des prochaines années, il faudra continuer de se doter de stratégies mobilisatrices et d'action structurante pour soutenir la communauté touristique d'ici.

Pour se faire, Destination Sherbrooke continuera à rendre Sherbrooke attractive aux yeux des touristes, des promoteurs et des entrepreneurs en restant partie prenante de projets mobilisateurs qui donnent à Sherbrooke sa couleur si unique et authentique.

En terminant, nous tenons à remercier sincèrement l'équipe permanente de Destination Sherbrooke qui a su relever tous les défis de la dernière année avec passion, rigueur et créativité. Merci également aux bénévoles impliqués dans le conseil d'administration, mais également ceux des initiatives d'accueil de Destination Sherbrooke. Votre contribution est essentielle au bon fonctionnement de nos divers projets et implications. Merci, merci et encore merci! Maintenant, il ne reste plus qu'à souhaiter que le ciel s'éclaircisse et que le tourisme recommence à briller de plein feu.

**Sylvie L. Bergeron**  
Présidente  
Destination Sherbrooke

**Denis Bernier**  
Directeur général  
Destination Sherbrooke

## 2. Organisation

### 2.1 Gouvernance

---

#### I. Préparer ou réviser les différents mécanismes de gestion administrative pour se conformer à la nouvelle convention de délégation intervenue entre Destination Sherbrooke et la Ville de Sherbrooke.

Des révisions ont été apportées à de nombreux documents relatifs aux politiques de Destination Sherbrooke :

- Préparation d'un nouvel organigramme;
- Révision et modifications de certaines descriptions de poste;
- Rédaction et mise à jour des politiques de gestion.

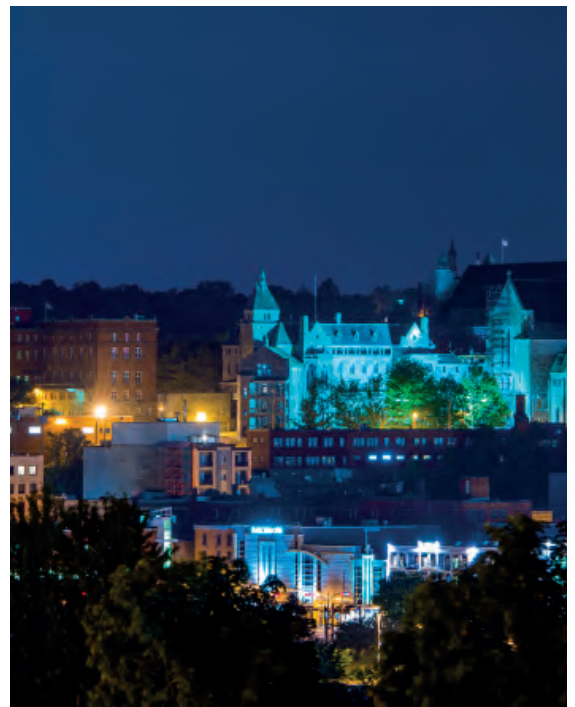
#### II. Élaborer la vision du positionnement touristique de Sherbrooke pour la prochaine décennie qui constituera la base de la planification stratégique de l'organisation pour les prochaines années.

Plusieurs étapes de la démarche de planification stratégique ont été franchies.

- Mise en place du comité de pilotage;
- Embauche des firmes de consultants;
- Mise en place et réalisation du plan de travail;
- Consultations et sondages;
- Analyse des tendances, des comparatifs et de la concurrence.

#### III. Procéder à la formation du conseil d'administration et du comité exécutif.

Selon la nouvelle entente de gestion et de gouvernance, les nominations de membres ont été entérinées par le conseil municipal.



## 3. Portrait du tourisme à Sherbrooke

### 3.1 Visiteurs et retombées

#### I. Profil 2019 - Région de Sherbrooke

Les visiteurs\* québécois au Québec, âgés de 18 ans ou plus, qui ont parcouru 40 km ou plus en partance de leur résidence en 2019 et qui ont visité la région sherbrookoise avaient le portrait global suivant :

- **1 208 000 visites-personnes âgées de 18 ans ou plus\***
- **580 000 nuitées-personnes**
- **79 132 000 \$ de retombées touristiques**
- **1 502 emplois directs ou indirects-année[1]**

Statistique Canada ne publiera pas de données sur le tourisme en 2020, car les statistiques sont fort incomplètes en raison de la pandémie. Pour cette raison, Destination Sherbrooke doit s'appuyer sur les données de l'année 2019

Année	2017	2018	2019
Visites-personnes*	8 789	6 347	3 309
Nuitées-personnes	3 717	2 736	1 589
Dépenses	697 610 \$	477 038 \$	216 800 \$

Source : Statistique Canada

\* Englobe les touristes et les excursionnistes.

[1] En 2019, en vertu de l'économétrie touristique du Québec, il se créait près de 19 emplois directs ou indirects par chaque million de dollars de recettes touristiques.



## 3.2 Taux d'occupation (comparatif 2019-2020-2021)

### Taux d'hébergement Sherbrooke vs Cantons-de-l'Est

	Sherbrooke	Cantons-de-l'Est
2021	41,5 %	41,9 %
2020	32,6 %	33,2 %
2019	51,6 %	46,3 %



### Taux d'hébergement moyen par mois Sherbrooke

	Jan.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
2021	14 %	21 %	30 %	29 %	26 %	39 %	66 %	73 %	61 %	55 %	52 %	33 %
2020	38 %	47 %	26 %	7 %	14 %	26 %	55 %	66 %	45 %	28 %	22 %	17 %
2019	50 %	53 %	46 %	52 %	65 %	56 %	62 %	72 %	62 %	60 %	67 %	39 %

# 3.3 Indice sectoriel congrès et événements et liste des principaux événements

## Indice sectoriel congrès



Nombre de congrès			Nombre de participants			Nombre de nuitées		
2020	2021	Écart	2020	2021	Écart	2020	2021	Écart
9	8	-11,2 %	1 757	808	-54,1 %	1 979	1 975	-0,2 %

Année	Nombre de congrès 40 + nuitées	Nombre de participants	Nombre de nuitées	Dépenses touristiques
2021	8	808	1 975	691 250 \$
2020	9	1 757	1 979	692 650 \$
2019	44	10 163	11 873	4 108 058 \$
2018	33	10 188	8 850	4 108 058 \$
2017	45	12 387	9 023	2 977 590 \$

## Informations supplémentaires

- 8 congrès annulés (Covid-19) = 764 050 \$ de pertes en dépenses touristiques;
- 10 congrès reportés (Covid-19) = 832 300 \$ de pertes en dépenses touristiques;
- 11 congrès présentés en mode virtuel (Covid-19) : 912 450 \$ de pertes en dépenses touristiques.
- C'est donc dire que la pandémie a occasionné une perte à Sherbrooke de 2 508 800 \$ en dépenses touristiques pour l'année 2021 du côté du tourisme d'affaires.
- Les congrès qui ont eu lieu en 2021 étaient de plus petite envergure. L'événement le plus significatif en ce qui concerne le nombre de participants et le débordement dans les hôtels a été le conseil général du Conseil des syndicats du Québec qui a eu lieu du 15 au 17 décembre au Delta Sherbrooke. (300 participants et 490 nuitées)

## Événements principaux

- » Environnement protégé LHJMQ - Présenté à deux reprises (Mars) – 414 nuitées;
- » Tournoi de baseball Pee-Wee de Fleurimont (Août) – 441 nuitées;
- » Camp estival de Volleyball Québec – (Août) – 1 540 nuitées;
- » Championnat canadien junior courte piste de patinage de vitesse – (Novembre) – 168 nuitées.



## Indice sectoriel événements

Marché	Nombre				Participants				Nuitées			
	2019	2020	2021	Écart 2020 vs 2021	2019	2020	2021	Écart 2020 vs 2021	2019	2020	2021	Écart 2020 vs 2021
Événements sportifs	55	24	14	-42 %	31 848	12 767	6 226	-51 %	9 075	2 741	4 083	+49 %
Autres événements	16	5	4	-20 %	12 945	3 033	400	-87 %	5 878	1 118	1 816	+62 %



## 3.4 Fréquentation du Bureau d'information touristique et actes de renseignements

### Nombre de jours d'ouverture

En 2021, la pandémie de Covid-19 a occasionné la fermeture du service au comptoir du bureau d'information touristique pendant 180 jours. Notre personnel d'accueil a donc été présent au comptoir pendant seulement 184 jours. Toutefois, notre service de renseignement au téléphone, par courriel et par la poste a été maintenu durant toute l'année.

Nombre de jours d'ouverture	2018	2019	2020	2021	2018 vs 2021
	Année régulière	Rénovations majeures du BIT	Pandémie Covid-19	Pandémie Covid-19	%
Service au comptoir	362	268	218	184	-49 %
Service téléphone, courriel, poste	362	361	364	364	1 %

### L'achalandage

Au cours de l'année 2021, 7 799 demandes de renseignements touristiques ont été traitées tant au comptoir que par téléphone, par la poste ou par courriel. Au total, 13 167 personnes ont fréquenté le bureau d'information touristique (BIT) pour obtenir des renseignements. On constate une diminution de 34 % de l'achalandage occasionné particulièrement en raison de la pandémie de Covid-19, par rapport à l'année 2018, année régulière avant pandémie (20 085 vs 13 167). On peut toutefois constater une belle remontée de 30 % de l'achalandage par rapport à 2020, première année de la pandémie Covid-19 (10 105 vs 13 167).

Achalantage du BIT	2018	2019	2020	2021	2018 vs 2021
	Année régulière	Rénovations majeures du BIT	Pandémie Covid-19	Pandémie Covid-19	%
Nombre de personnes ayant fréquenté le BIT	20 085	18 356	10 105	13 167	-34 %
Nombre de demandes de renseignements	11 685	9 430	5 464	7 799	-33 %

### Information demandée

En 2021, le circuit des murales demeure l'activité touristique la plus demandée et continue sa progression depuis 2018 passant de 46 % des demandes en 2018 à 54 % des demandes en 2021. La demande pour le produit vélo a aussi fait un bon important passant de 5 % des demandes en 2018 à 12 % des demandes en 2021. C'est une augmentation de 74 % en 4 ans.



Information demandée (%)	2018	2019	2020	2021	2019 vs 2021
	Année régulière	Rénovations majeures du BIT	Pandémie Covid-19	Pandémie Covid-19	%
Guides/Brochures	N/D	53 %	52 %	41 %	-22 %
Directions routières	N/D	39 %	31 %	50 %	30 %
Circuit des murales	46 %	51 %	50 %	54 %	7 %
Circuit Art et mosaïques	N/D	21 %	22 %	27 %	26 %
Promenades urbaines	16 %	16 %	23 %	23 %	40 %
Vélo	5 %	7 %	10 %	12 %	74 %

## La provenance de la clientèle

Globalement, en 2021, les visiteurs hors Sherbrooke (touristes et excursionnistes) ont représenté 77 % de la clientèle totale du BIT. C'est un constat qui se maintient sensiblement pareil d'une année à l'autre malgré la période pandémique.

Toutefois, étant donné la réouverture graduelle des frontières durant la période pandémique, on peut constater un retour graduel de la clientèle ontarienne, américaine et européenne francophone, ce qui laisse présager un brin d'optimisme pour la prochaine année!

Provenance	2018	2019	2020	2021	2018-2021
	Année régulière	Rénovations majeures du BIT	Pandémie Covid-19	Pandémie Covid-19	%
Sherbrooke	4 693	3 431	2 293	2 967	-37 %
Ontario	570	482	121	424	-26 %
États-Unis	1 043	965	43	72	-93 %
Europe francophone (France-Belgique-Suisse)	1 389	2 523	79	183	-87 %
Total des visiteurs du BIT de toutes provenances	20 085	18 356	10 105	12 938	-36 %
Proportion de visiteurs (touristes et excursionnistes - hors Sherbrooke)	77 %	81 %	77 %	77 %	0 %

## 4. Développement et structuration de l'offre

### 4.1 Développer et structurer des projets innovants et attractifs

#### I. Résultats et bilan du cyclotourisme et du vélo libre-service

##### La Véloroute des Grandes-Fourches

Réalisation de la carte vélo avec le nouveau nom et l'image de marque Véloroute des Grandes-Fourches, en 4 expériences.

Intégration de nos 4 expériences vélo dans l'application web Ride With GPS : Le circuit des Grandes-Fourches (54 km-intermédiaire), la boucle de la Magog (13 km-facile), l'axe de la Massawippi (30 km aller-retour-facile) et l'axe de la Saint-François (25 km aller-retour-facile).

##### Cyclotourisme

En concertation avec les MRC environnantes et la Table régionale vélo, nous avons travaillé à l'amélioration de l'offre vélo et de ses connectivités avec Sherbrooke :

- Participation à la structuration de l'offre du corridor Montréal-Sherbrooke-Centre du Québec;
- Participation à la mise en œuvre de la démarche qualité / circuit;
- Participation à la mise en œuvre d'une stratégie d'accueil de notre clientèle cycliste dont le but est d'offrir un accueil authentique et chaleureux et de créer un sentiment d'appartenance à la démarche de la part de nos attraits et de nos commerçants;
- Participation à la réalisation du plan de développement du vélo de montagne/ vélo à pneus surdimensionnés;
- Participation à la réalisation de nouveaux circuits de gravier.



## Banc d'essai de vélos électriques en libre-service

- Basés au Bureau d'information touristique, dix vélos électriques et deux trottinettes électriques de type Geebee étaient à la disposition du public pour le banc d'essai 2021;
- 576 réservations au total, ce qui équivaut à 90 % de la capacité du banc d'essai;

Selon un sondage de satisfaction réalisé auprès des participants, à la suite de leur expérience :

- Les participants étaient majoritairement des femmes (56 % F vs 46 % H);
- 72 % des participants appartenaient au groupe d'âge des 45 ans et plus;
- 91 % des participants étaient des citoyens de Sherbrooke et 9 % étaient des visiteurs (touristes et excursionnistes) résidant hors de la ville de Sherbrooke;
- Le banc d'essai a atteint un taux de satisfaction très élevé; entre 93 % et 96 % des répondants ont indiqué être satisfait à très satisfait;
- de la qualité du service (96 %);
- de la facilité d'utilisation du véhicule (95,5 %);
- du respect des automobilistes sur le trajet effectué (95,5%);
- du site web et de la réservation en ligne (87 %);
- de l'expérience globale (92,6 %).



## II. Étincelles une activité hivernale multimédia par Moment Factory

Du 10 décembre 2021 au 9 janvier 2022 au parc Jacques-Cartier

Mise de l'avant dans le cadre du plan de relance 2021, l'activité Étincelles, une installation multimédia interactive signée Moment Factory, s'est inscrite dans une volonté affirmée de renforcer le pouvoir attractif de Sherbrooke en période hivernale en s'ajoutant, comme élément phare, aux Balades scintillantes, à la Chasse aux lutins à CentrOville, au marché de Noël et aux spectacles du réveillon du Nouvel An organisés par Animation centre-ville.

Les trois objectifs du projet :

- Accroître la saisonnalité touristique et l'attractivité de Sherbrooke;
- Raviver l'espace public en période hivernale;
- Animer la période des fêtes 2021-2022.





### Les bons coups

- Satisfaction générale à l'égard de la première édition;
- Atteinte de l'objectif principal visant à raviver l'espace public et à offrir des moments de divertissement et de magie aux Sherbrookoises et Sherbrookoises, ainsi qu'aux personnes en visite, après une période de grisaille pandémique de près de deux ans;
- Choix du site très adéquat pour la mise en place d'un tel parcours déambulatoire et très apprécié de la clientèle;
- Belle interaction entre les espaces en ce qui concerne les aménagements. La zone de détente a été une zone « coup de cœur » pour plusieurs Sherbrookoises et Sherbrookoises qui avaient l'impression de redécouvrir leur parc Jacques-Cartier;
- Excellent positionnement dans le calendrier (saisonnalité des expériences présentées sur le territoire);
- Excellente campagne marketing qui a donné une très belle image de Sherbrooke dans le temps des fêtes;
- Support financier de la Ville de Sherbrooke, du Mouvement Desjardins et de Développement économique Canada;
- Collaboration artistique avec le milieu scolaire;
- Belle implication des organismes bénévoles et bon retour au sein de la communauté et tellement apprécié.
- Excellente gestion du passeport vaccinal par les bénévoles impliqués.

## Les points de vigilance

- De façon générale, l'expérience a été appréciée, mais pas assez longue;
- Les attentes des visiteurs étaient très élevées (peut-être justement en raison de la grande efficacité de la campagne marketing). L'image de marque de Moment Factory est également très forte;
- Planification du temps de montage plus long qu'anticipé;
- Logistique d'installation et d'utilisation de certains équipements (écrans interactifs, gestion des balles, électricité, etc.) en période de froid et en présence de rafales;
- Irrégularité de la présence des concessionnaires alimentaires;
- Plateforme de réservation (Reservit) non adaptée aux besoins, notamment pour les annulations par le participant;
- Signalisation sur le site pas suffisamment efficace pour diriger la clientèle de manière optimale;
- Gestion globale des opérations durant la période des Fêtes (plusieurs fournisseurs étaient fermés).



## III. Sherbus

Sherbus, le tour guidé de Sherbrooke en autobus, a fait un retour pour une deuxième saison. Du 25 juin au 25 septembre, les sorties du Sherbus ont eu lieu les vendredis après-midi, les samedis et les dimanches. Ce tour de ville guidé d'une durée approximative de 2 heures permet de découvrir certains attraits touristiques de la ville et d'en apprendre davantage sur son histoire et son patrimoine.

Pour cette deuxième saison, les départs du Sherbus ont eu lieu au Marché de la Gare de Sherbrooke. Sur leur route, les passagers ont fait une pause au Centre culturel et du patrimoine Uplands, de même qu'à la Halte des Pèlerins. Ils ont découvert les attraits du centre-ville de Sherbrooke, du Vieux-Nord et de Lennoxville.

## Résultats

Nombre de sorties : 93

Nombre total de passagers : 2 026



## Sondage

- Les participants à l'activité ont reçu, en fin de saison, un sondage d'appréciation;
- Nombre de répondants : 219;
- Évaluation globale : 90 % ont donné une note de 8 et plus sur 10 sur l'expérience globale;
- Information présentée : 99 % des passagers ont jugé pertinente l'information présentée lors du tour;
- Provenance : 33,5 % des participants provenant de l'extérieur, tandis que 66,5 % se sont identifiés comme résidant à Sherbrooke.

## 4.2 Initier les amorces d'intégration de la destination sur deux marchés émergents

---

### I. Démarche de la clientèle LGBT+

L'année 2021 a permis de clore une démarche amorcée en 2020 dans le cadre d'une évaluation réalisée conjointement par la Chambre de commerce LGBT+ du Canada et Ressources Humaines Tourisme Canada auprès d'une quinzaine de villes de taille moyenne au Canada afin de déterminer leur potentiel d'intégration au marché touristique LGBT+.

Le rapport d'audit a été déposé en mars 2021 et des amorces ont été faites auprès de la communauté sherbrookoise afin, notamment, de soutenir et collaborer à la mise en place et la promotion de l'événement Fièrè la fête en août 2021.

Une collaboration s'est aussi installée et des placements publicitaires ont été réalisés dans la revue FUGUES dans le cadre de Fièrè la fête, mais aussi de Sherbrooke met la table.

Un plan d'action plus précis sera élaboré en cours d'année 2022.



## II. Démarche en tourisme durable

Le tourisme durable occupera une place prépondérante dans les actions de Destination Sherbrooke au cours des prochaines années. En vue de l'adoption, en 2022, d'une Politique de tourisme durable par le conseil d'administration, Destination Sherbrooke a su documenter les meilleures pratiques dans l'industrie touristique.

### **Printemps 2021**

Formation : *Professional Certificate – Global Sustainable Tourism Council*

### **Automne 2021**

Consultation : Université de Sherbrooke et Ville de Sherbrooke

Participation : Membre du comité Virage écoresponsabilité des acteurs du développement économique de la Ville de Sherbrooke

Rédaction : Politique de tourisme durable de Destination Sherbrooke



## 5. Développement et structuration de l'offre

### 5.1 Élaborer et mettre en œuvre une stratégie d'accompagnement et de financement au bénéfice des entrepreneurs(euses) pour notamment inciter l'investissement privé

---

#### Fonds de performance et de promotion touristique (FPPT)

Depuis 2012, Destination Sherbrooke, par le biais du Fonds de performance et de promotion touristique (FPPT), a soutenu et continue de soutenir l'industrie touristique sherbrookoise afin d'en améliorer la performance en termes d'attractivité et de retombées économiques ainsi que d'augmenter la notoriété de Sherbrooke comme destination touristique sur le plan provincial, national et international.

La création, en 2021, de la Division des événements de la Ville de Sherbrooke apporte un vent de changement dans la gestion du soutien financier offert aux organisateurs d'événement à portée touristique sherbrookoise. En effet, à compter de 2022, la Division des événements sera l'unique porte d'entrée pour les événements, petits et grands, alors que Destination Sherbrooke conservera le volet Performance dédié aux attraits à portée touristique ainsi que le volet Promotion accessible autant aux événements qu'aux attraits.

### Une transition toute en douceur... pour le volet Performance

L'automne 2021 en fut un de transition. Destination Sherbrooke et la Division des événements ont convenu conjointement que l'appel de projets 2021 pour les éditions 2022 se tiendrait suivant la même formule que par les années passées, autant pour les événements que pour les attraits. L'appel de projets, l'analyse des dossiers, le choix des bénéficiaires et l'attribution des montants étaient sous la gouverne de Destination Sherbrooke, avec la collaboration d'une représentante de la Division des événements. À compter de janvier 2022, la Division des événements prendra le relais pour les bénéficiaires de type « événementiel » alors que Destination Sherbrooke poursuivra le processus avec les bénéficiaires de type « attraits ».

### Et pour le FPPT volet Promotion?

Le volet Promotion, édition 2022, sera toujours disponible. Comme par le passé, un promoteur peut déposer une demande de soutien financier dans les tous les volets du FPPT, pourvu qu'il respecte les critères spécifiques de chacun. Le promoteur devra faire des demandes distinctes, une pour chacun des volets.



## Financement accordé au volet performance pour l'année 2021

Nom du projet	Date du projet	Soutien accordé 2021	Soutien versé 2021
Festival des traditions du monde	Du 11 au 15 août	18 500 \$	18 500 \$
Festival cinéma du monde de Sherbrooke	Du 3 au 10 juin	17 250 \$	17 250 \$
Fête du lac des Nations	Du 14 au 17 juillet	19 750 \$	19 750 \$
Carnaval de Sherbrooke (Note A)	Du 26 au 28 février	10 000 \$	5 000 \$
Festibière (Note B)	Du 8 au 12 août	10 250 \$	2 563 \$
Sherblues	Du 7 au 11 juillet	10 250 \$	10 250 \$
Classique Pif (Note C)	Annulée	22 250 \$	0 \$
Halte des Pèlerins	À l'année	17 250 \$	17 250 \$
Sherbrooke t'en bouche un coin	Du 21 au 27 juin	16 250 \$	16 250 \$
Festival des harmonies	Du 20 au 23 mai	22 750 \$	22 750 \$
Rendez-vous d'Howard	Du 10 au 12 septembre	9 750 \$	9 750 \$
Chemin des Cantons (2017-2021)	À l'année	20 166 \$	20 166 \$
<b>Total du soutien financier du volet Performance touristique (Note D)</b>		<b>194 416 \$</b>	<b>159 479 \$</b>

**Note A** Événement tenu en mode virtuel, ce qui donnait droit à 50 % du montant accordé

**Note B** Événement modifié, ouvrant droit à 25 % du montant initialement accordé

**Note C** Événement annulé en raison de la Covid-19, aucune somme versée

**Note D** Les montants non attribués ont été reportés en 2022



## Financement accordé au volet promotion

Demandeur	Demandes et réponses		Résultats	
	Montant de la campagne proposée	Engagement maximal confirmé	Placements admissibles réalisés	Total du soutien financier 2021
Festival cinéma du monde	16 089 \$	8 045 \$	15 215 \$	7 608 \$
Festival des traditions du monde	31 318 \$	10 000 \$	22 600 \$	10 000 \$
Rendez-vous d'Howard (mars)	22 000 \$	5 420 \$	567 \$	284 \$
Rendez-vous d'Howard (septembre)	22 200 \$	5 420 \$	2 549 \$	1 275 \$
Fête du Canada	17 700 \$	3 860 \$	1 037 \$	537 \$
Fête du lac des Nations	43 000 \$	10 000 \$	18 974 \$	9 487 \$
Sherblues	19 082 \$	9 451 \$	19 351 \$	9 451 \$
Sherbrooke t'en bouche un coin	77 000 \$	4 745 \$	9 489 \$	4 745 \$
		56 941 \$	89 783 \$	43 386 \$



## II. Fonds d'aide aux congrès et événements (FACE)

### Année 2021 :

4 engagements confirmés et réalisés en 2021 pour un montant de 25 000 \$

### Année 2022 :

Pour le moment, nous avons 13 engagements listés pour l'année 2022 pour un montant approximatif de 101 000 \$.

## 5.2 Accentuer le soutien des projets touristiques en phase d'idéation, d'incubation et d'implantation

### I. À propos du tableau de bord et de la fiche de l'entrepreneur

Une fiche projet de même qu'un tableau de bord ont été élaborés pour le suivi des projets entrepreneuriaux. Ils sont présentement à la phase test.

### II. Nombre d'interactions

Une vingtaine d'entrepreneurs ont été soutenus durant la dernière année.



## 6. Accueil

### 6.1 Diversifier les points d'accueil et les moyens d'accès à l'information touristique

#### I. Agents mobiles

- 466 heures de présence au centre-ville, entre le 16 juillet et le 6 septembre 2021 (53 jours);
- Un total de 1 396 personnes ont bénéficié des services de nos agents mobiles (moyenne de 26 personnes rencontrées par jour);
- Les agents mobiles ont réalisé 476 interventions auprès de groupes de personnes, majoritairement sans enfant (72 %) et âgées entre 36 ans et 65 ans (57 %);
- Provenance : 81 % des personnes rencontrées au centro résidaient hors de la ville de Sherbrooke et 24 % d'entre elles provenaient de Montréal.

#### Gestion du réseau Sherbrooke Greeters

Nos 10 ambassadeurs de l'art de vivre sherbrookoïse, gentiment surnommés *Greeters*, ont su, pour une septième année consécutive, créer des moments mémorables avec les visiteurs en partageant avec eux leur passion pour la ville de Sherbrooke.

Balades <i>Greeters</i>	2019	2020	2021	2019 à 2020	2020 à 2021
Nombre de balades	77	13	36	-83 %	277 %
Nombre de visiteurs	206	60	84	-85 %	280 %



## Gestion de la patrouille volontaire à vélo

### Outiller les patrouilleurs à vélo afin de maximiser leur rôle d'ambassadeur

Au printemps 2021, nos 45 patrouilleurs ambassadeurs ont bénéficié gratuitement d'une formation complète en prévention et secourisme (RCR), en réparations mécaniques et en accueil touristique, et ce, malgré les contraintes sanitaires en vigueur pour éviter la propagation du coronavirus. Ils ont aussi appris à bien connaître la Véloroute des Grandes-Fourches qui s'étend sur 96 km. Ils ont donc été outillés pour assurer la sécurité des usagers, prodiguer des premiers soins et accueillir les touristes en leur donnant toute l'information dont ils ont besoin pour faciliter et agrémenter leur séjour parmi nous. Trois cliniques ont été organisées par les patrouilleurs cette année, sur le rappel des règles du Code de sécurité routière, sur la réparation mécanique et l'information touristique. Ils ont accompagné aussi des groupes scolaires sur la Véloroute des Grandes-Fourches, pour assurer leur sécurité et les assister, au besoin, en mécanique vélo.



Patrouille volontaire à vélo	2019	2020	2021	2019 vs 2020	2019 vs 2021
Premiers soins	38	29	39	-24 %	-3 %
Prévention	1 869	375	637	-80 %	-66 %
Mécanique	326	221	326	-32 %	0 %
Information touristique	1 087	320	492	-71 %	-55 %
Nombre total d'interventions	3 320	945	1 494	-72 %	-55 %
Nombre d'heures totales de patrouille	4 919	2 290	4 107	-53 %	-17 %
Nombre d'heures totales de formation	1 038	64	892	-94 %	-14 %
Nombre d'heures totales d'implication bénévole	5 956	2 354	4 999	-60 %	-16 %

## 7. Promotion de la destination

### 7.1 Repositionner Sherbrooke comme destination congrès par la mise en valeur de l'adaptabilité de ses lieux

---

#### I. Journée virtuelle : bilan du webinaire

Le 30 septembre dernier, l'équipe de tourisme d'affaires de Destination Sherbrooke a tenu un événement virtuel unique en son genre. Présentations et conférences d'experts se sont succédé afin d'aider les organisateurs de congrès et événements d'affaires de partout au Québec à mieux se préparer à la relance, tout en mettant en lumière les nombreuses infrastructures et possibilités technologiques que Sherbrooke a à offrir. L'événement s'est tenu en direct du studio permanent Le Pont numérique du Centre des congrès du Delta Sherbrooke et a été webdiffusé sur la plateforme Zoom Webinaire HD.



## Les avantages du webinaire

1. Notoriété : cette initiative a été une option créative performante et efficace afin que Sherbrooke puisse garder sa notoriété de premier rang auprès des clients lorsque vient le temps de sélectionner une destination pour leur prochain congrès;
2. Mise à jour de la base de données et priorisation des dossiers ayant du potentiel;
3. Importante visibilité de Destination Sherbrooke dans le réseau des organisateurs de congrès de réunions d'affaires;
4. Événement très formateur qui a donné une expérience d'un premier événement majeur complètement virtuel et écoresponsable facilitant l'accompagnement des clients dans cette nouvelle réalité post pandémie;
5. Création de contenu promotionnel pour les partenaires.



En date du 14 décembre 2021, 240 vues du webinaire ont été enregistrées dans le YouTube de Destination Sherbrooke et un total de 157 inscriptions à l'événement réparties comme suit :

- 113 inscriptions de clients potentiels qui représentent 107 organisations issues des milieux associatifs, corporatifs, judiciaires et médicaux;
- 28 inscriptions de partenaires et de compétiteurs;
- 6 inscriptions de clients non potentiels pour Sherbrooke.

Notre équipe a contacté les 107 organisations qui se sont inscrites à l'événement après le webinaire. Voici les résultats obtenus :

- 3 nouvelles demandes de cahiers de candidats à la suite du webinaire;
- 5 associations avec qui nous étions déjà en contact avant le webinaire ont signé leur congrès à Sherbrooke suite à l'événement. Ces événements représentent 655 500 \$ en dépenses touristiques pour la ville de Sherbrooke;
- 15 clients avaient déjà signé leur événement à Sherbrooke avant de participer au webinaire;
- 26 nouveaux prospects représentant 1 806 000 \$ de dépenses touristiques potentielles pour la ville de Sherbrooke au cours des prochaines années;
- 95 % des participants étaient satisfaits ou très satisfaits de l'événement;
- En plus d'offrir une conférence abordant à la fois la norme du Bureau de normalisation du Québec, l'engagement social et les efforts entamés par Destination Sherbrooke en matière de tourisme durable, soulignons que l'événement a été attesté niveau 4 de la norme BNQ 9700-253 – Gestion responsable.

## II. Campagne promotionnelle pour les congrès et événements

Afin d'appuyer la relance des congrès et des réunions d'affaires, une campagne de placements publicitaires est venue appuyer les efforts de l'équipe des délégués. Au total, 17 738 \$ ont été investis dans les médias suivants : Journal Les Affaires, La Presse+, RDI, TVA et Google Adwords.



## 7.2 Redéfinir et accentuer l'accompagnement à offrir aux organisateurs d'événements sportifs

---

### I. Liste des nouveaux services

Afin d'innover dans notre accompagnement aux organisateurs d'événements, nous avons développé un projet de fonds qui viendrait combler des besoins bien souvent présents.

Le Fonds de soutien bénévole à l'organisation d'événements présenté par Destination Sherbrooke, en partenariat avec la Division des sports de la Ville de Sherbrooke, permettrait aux organismes sportifs admissibles de bénéficier d'une expertise et/ou d'un support en ressources humaines afin d'assurer le succès de leur événement.

Ce fonds aurait pour but :

- De contribuer à relancer l'accueil d'événements sportifs et ainsi, les retombées économiques pour la ville de Sherbrooke.
- De bonifier l'aide aux entrepreneurs (les organisateurs d'événements).

Les demandes budgétaires supplémentaires faites à cet effet n'ont cependant pas été acceptées pour l'année 2022. Ce projet est donc en attente pour le moment.

### II. Rencontre d'information

Dans la dernière année, il y a eu plusieurs changements dans les structures qui touchent le monde événementiel.

- Création de la Division des événements à la Ville de Sherbrooke et embauche d'une direction.
- Nouvelle direction à la Division des sports.
- Nouvelle direction chez Excellence sportive Sherbrooke.
- Nouveau conseil municipal.

Nous avons amorcé des discussions avec la Division des sports, la Division des événements et Excellence sportive Sherbrooke afin de s'assurer que nous avons tous la même vision et aussi, afin de clarifier nos mécanismes de collaboration. Ce travail est encore en cours.

## 7.3 Mettre en lumière les nouveaux attraits estivaux et hivernaux

### I. Campagnes promotionnelles :

#### Campagne estivale

La campagne estivale de Destination Sherbrooke s'est appuyée sur deux éléments clés, soit l'aide à la nuitée (voir p. 38) pour les hôteliers et les *roadtrips*. De plus, le vélo et les attraits axés sur la nature ont davantage été mis de l'avant en raison des contraintes sanitaires reliés à la Covid-19.

#### Guide touristique

- 92 pages;
- Bilingue;
- 30 000 copies imprimées;
- 69 annonceurs;
- Distribution chez nos partenaires annonceurs et dans les présentoirs du réseau À l'affiche 2000 dans la région des Cantons-de-l'Est, Montréal et la Rive-sud.



#### Les *roadtrips* au milieu des comtés

Trois itinéraires thématiques ont été mis de l'avant en collaboration avec Tourisme Memphrémagog et Tourisme Vallée de la Coaticook. Au départ de Sherbrooke, des choix de parcours inusité, *vintage* et agrotouristique. Cette campagne a été soutenue par des placements faits dans les sites web de Québecor, de même que dans Tourisme Cantons-de-l'Est, Bell Média, La Presse et Le Reflet du Lac. Parallèlement, une déclinaison des contenus a été faite dans les réseaux sociaux, de même que dans le blogue de Destination Sherbrooke.

#### Site web

En 2021, les visites dans le site web de Destination Sherbrooke ont augmenté de 11,5 % par rapport à 2020 et ont baissé de seulement 11 % par rapport à l'année 2019 considérée comme une année touristique normale.

- 244 427 visiteurs
- 663 127 pages vues

Les pages les plus visitées :

1. Quoi faire à Sherbrooke ?
2. Où manger à Sherbrooke ?
3. Étincelles de Moment Factory
4. La Balade scintillante
5. Événements

## Sherbrooke met la table

Après avoir annulé l'édition 2020 de Sherbrooke met la table en raison de la situation pandémique, Destination Sherbrooke a présenté en 2021 une édition renouvelée de la promotion, et ce, malgré toutes les contraintes en place.

Le recrutement des restaurants participants a été plus difficile étant donné les capacités restreintes dans les salles à manger, ainsi que la pénurie de main-d'œuvre qui frappe le milieu de la restauration.

### Le concept cette année Sherbrooke met la table 2021

22 restaurateurs de Sherbrooke (vs 25 en 2019) offraient des menus table d'hôte trois services à 20 \$ le midi et à 30 \$ et/ou 40 \$ et/ou 50 \$ le soir. La durée de la promotion a été de 16 jours, soit du 15 au 30 octobre 2021. Les clients étaient encore bien au rendez-vous! Les restaurateurs nous ont confirmé que leurs établissements étaient très achalandés.

Deux offres spéciales ont également été ajoutées : un rabais de 15 % sur une nuitée dans les établissements hôteliers participant à la campagne et un concours alléchant pour mettre les projecteurs sur la promotion.



## Campagne promotionnelle

Sherbrooke met la table a jouti encore une fois d'une promotion accrue grâce à une stratégie de contenus unique mettant en vedette les artisans restaurateurs de chaque établissement. Grâce à une entrevue diffusée dans le blogue de Destination Sherbrooke et propulsée dans les réseaux sociaux, chaque restaurant a ainsi eu sa visibilité dans le web.

Parallèlement, une stratégie multiplateforme a été déployée :

- Publicités télévisées : TVA et Radio-Canada
- Radio : Cogeco, Bell et WKND Montréal
- La Tribune, Le Reflet, Le Progrès de Coaticook, Granby Express
- FUGUES
- La Maison du cinéma
- Événements et attractions Québec
- Mont Orford
- Facebook et Instagram



## Site internet

- Au niveau de l'achalandage du site internet, nous avons connu une diminution des visites. En 2019, nous avons eu 47 227, alors qu'en 2021, nous en avons eu 28 933.
- Du côté démographique, les données sont légèrement différentes, cette année : bien que l'intérêt prononcé de la part des 25-34 ans soit toujours présent, ce sont les 55 à 64 ans qui ont surtout visité le site. On remarque même que les hommes sont les principaux intéressés (65 % contre 35 % de femmes).
- En termes de provenance des visiteurs, les résultats sont très semblables à ceux de 2019, majorité de Sherbrooke et des visites de Montréal et de Québec.

## Chasse aux lutins à CentrÔville

Date de l'activité : du 4 décembre 2021 au 9 janvier 2022

À la suite du succès de l'édition 2020 de la Chasse aux lutins à CentrÔville, Destination Sherbrooke et Entreprendre Sherbrooke ont fait revivre ce concept unique pour une deuxième édition. La Chasse aux lutins à CentrÔville vise à dynamiser le centre-ville pendant la période des fêtes, tout en faisant vivre une activité mémorable aux petits et aux grands.

La Chasse aux lutins à CentrÔville est une quête avec jeu-questionnaire à travers le centre-ville de Sherbrooke. Les vitrines d'une dizaine de commerces et locaux vacants sont décorées et illuminées selon différentes thématiques du temps des fêtes et du monde des lutins formant ainsi un circuit ayant une trame narrative unique et interactive.

Si la mobilisation des commerçants et la reddition des comptes passent par l'équipe d'Entreprendre Sherbrooke, la conception de l'activité, la définition du circuit, l'arrimage de la trame narrative, le site web, le jeu-questionnaire et la promotion sont pris en charge par l'équipe de Destination Sherbrooke.

### Résultats

- Près de 15 000 participants et participantes;
- Deux niveaux de quête : jeu d'observation pour les plus petits et charade pour les plus grands et les adultes;
- 21 énigmes;
- 4 vitrines imaginées par des artistes sherbrookoïses;
- Des intégrations dans l'espace urbain.

### Campagne promotionnelle

La promotion de la Chasse aux lutins à CentrÔville s'est déployée presque strictement sur le web et dans les réseaux sociaux. Voici quelques exemples :

- Vidéo promotionnelle vue 69 000 fois dans Facebook et repartagée par la Ville de Sherbrooke et Centre-ville Sherbrooke;
- Des intégrations de contenus dans les blogues de Destination Sherbrooke et de Centre-ville Sherbrooke;
- Des publications vues plus de 300 000 fois dans les réseaux sociaux de Destination Sherbrooke.



## Balade scintillante

Mise en place et promotion de la deuxième édition de La balade scintillante, un concours de décorations de Noël haut en couleurs où les plus belles décorations résidentielles ou commerciales sont mises en valeur à travers une carte interactive. Même si cette deuxième édition a été moins commercialisée que la première, cette activité occupe déjà une place de choix dans le cœur des gens d'ici et d'ailleurs. Cette activité est présentée en collaboration avec Entreprendre Sherbrooke.

### Résultats

- Plus de 70 000 visionnements de la carte interactive (vs 90 000 en 2020);
- Près de 260 résidences et commerces participants (vs 325 en 2020);
- Une nouvelle formule de distribution des prix au hasard plutôt qu'aux votes du public;
- Une promotion exclusivement sur les réseaux sociaux.



## 7.4 Miser sur des offres accessibles et sécuritaires

### I. Aide à la nuitée

Afin de soutenir le milieu de l'hébergement, durement touché par une première année de pandémie, le programme d'aide à la nuitée présenté au Bureau de coordination de développement économique de la Ville de Sherbrooke dans le cadre de son plan de relance 2021, avait pour but d'offrir au visiteur potentiel une part équivalant à 15 % du prix de la nuitée réservée, cette part étant retournée directement à l'hôtelier ou à l'hôte (gites).

Jumelée à la campagne de Passeports-Attraits menée par le gouvernement du Québec, cette proposition permettait au consommateur de bénéficier de rabais importants à la fois sur son séjour et sur les activités choisies sans pour autant pénaliser l'exploitant.

D'abord réservée à la promotion estivale, l'offre a pu aussi s'appliquer à Sherbrooke met la table puis à Étincelles, une portion des sommes attribuées au départ étant toujours disponible. Au final, c'est près de 10 000 \$ sur une somme allouée de 20 000 \$ qui a bénéficié aux établissements sherbrookoïses.

Le résiduel devrait, en 2022, faire l'objet d'une proposition, à être approuvée par le Bureau de coordination de développement économique, bénéficiant cette fois aux attraits.

### II. Voyage en groupes

Nombre de tours	17
Nombre de nuitées	1 024
Dépenses touristiques	299 000 \$
Prospection de clientèle	223

**Fonds d'aide au congrès et événements  
- volet voyageur**

**2021 - 4 engagements versés pour un montant  
de 7 500 \$**



## 8. Centre de foires de Sherbrooke

### 8.1 Tableau de location et de fréquentation (comparatif 2019-2021-2022)

	2019	2020	2021
Nombre de salons	20	4	4
Nombre d'événements	47	14	32
Nombre de jours d'occupation des lieux	221	165	469
Nombre de pieds carrés loués	1 936 248	564 651	734 331
Nombre de visiteurs	139 248	n/a	n/a
Revenu total	1 046 699 \$	145 235 \$	612 063 \$

### 8.2 Principaux événements

- Salon national des animaux de compagnie du 26 au 28 novembre;
- Salon du cadeau du 3 au 5 décembre;
- Vaccination Covid-19;
- Clinique de vaccination de la grippe saisonnière;
- Salon de la Famille du 11 au 12 septembre;
- PoutineFest du 2 au 5 septembre.

## 8.3 Plan d'action

---

### I. Administrer et superviser la gestion du Centre de foires de Sherbrooke en mettant l'emphase sur la relance des activités post-Covid-19.

Les différents paliers d'annonces gouvernementales permettant aux promoteurs de réaliser à plein potentiel leur salon, exposition ou événement auront été très contraignants. Ce n'est qu'à l'automne 2021 que certains assouplissements ont permis la tenue de salons et événements ouverts au public. Cependant, à la mi-décembre, le Gouvernement annonçait le retour du couvre-feu et revoyait à la baisse le nombre de personnes pouvant être regroupé dans un même lieu. En somme, l'imprévisibilité des contraintes sanitaires a eu de grands impacts sur le déroulement des activités.

Le Centre de foires aura été le principal lieu de vaccination contre la Covid-19 à Sherbrooke pour les 10 premiers mois de l'année 2021. Parallèlement, des réunions et événements de plus petite envergure ont eu lieu, mais toujours dans le strict respect des décrets gouvernementaux en matière de santé publique.

### II.Élaborer des stratégies favorisant la mise en place d'incitatifs auprès des promoteurs afin d'accentuer la relance.

Afin de minimiser les impacts, l'équipe du Centre de foires de Sherbrooke a pris la décision de faciliter la venue des promoteurs par la mise en place d'incitatifs. Parmi ceux-ci, mentionnons le soutien publicitaire, la gratuité de la première journée de montage d'un événement et l'assouplissement/modulation des méthodes de paiement. De plus, afin de faciliter la compréhension et l'application des règles sanitaires en vigueur, l'accompagnement auprès des promoteurs a été accru.



### III. Minimiser les pertes financières

Une attention particulière a été mise sur les dépenses liées aux éléments périssables. De plus, le contrôle serré des dépenses en ressources humaines a amené certains employés à faire une demande de prestation d'assurance-emploi.



### IV. Optimiser les ressources pour assurer la relance

À la suite de la mise sur pause des activités telles que salons, expositions et événements par le Gouvernement du Québec et la Santé publique, certains membres de l'équipe du Centre de foires ont choisi de réorienter leur carrière. Afin d'éviter une vague de départs trop importante, les membres de l'équipe qui recevaient de l'assurance-emploi ont tous été rappelés à temps plein à partir du mois de mai.

## 9. États financiers



**Destination Sherbrooke**  
**États financiers**  
**au 31 décembre 2021**

**Destination Sherbrooke**  
**États financiers**  
**au 31 décembre 2021**

Rapport de l'auditeur indépendant	2 - 4
États financiers	
Résultats	5 - 6
Évolution de l'actif net	7
Flux de trésorerie	8
Situation financière	9
Notes complémentaires	10 - 14

## Rapport de l'auditeur indépendant

Aux administrateurs de  
Destination Sherbrooke

---

Raymond Chabot  
Grant Thornton S.E.N.C.R.L.  
Bureau 350  
2207, rue King Ouest  
Sherbrooke (Québec)  
J1J 2G2

T 819 822-4000  
Sans frais : 1 800 567-6958

### Opinion

Nous avons effectué l'audit des états financiers de l'organisme Destination Sherbrooke (ci-après « l'organisme »), qui comprennent l'état de la situation financière au 31 décembre 2021 et les états des résultats, de l'évolution de l'actif net et des flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, ainsi que les notes complémentaires, y compris le résumé des principales méthodes comptables.

À notre avis, les états financiers ci-joints donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de l'organisme au 31 décembre 2021 ainsi que des résultats de ses activités et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date, conformément aux Normes comptables canadiennes pour le secteur public.

### Fondement de l'opinion

Nous avons effectué notre audit conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada. Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers » du présent rapport. Nous sommes indépendants de l'organisme conformément aux règles de déontologie qui s'appliquent à notre audit des états financiers au Canada et nous nous sommes acquittés des autres responsabilités déontologiques qui nous incombent selon ces règles. Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

### Responsabilités de la direction et des responsables de la gouvernance à l'égard des états financiers

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

Lors de la préparation des états financiers, c'est à la direction qu'il incombe d'évaluer la capacité de l'organisme à poursuivre son exploitation, de communiquer, le cas échéant, les questions relatives à la continuité de l'exploitation et d'appliquer le principe comptable de continuité d'exploitation, sauf si la direction a l'intention de liquider l'organisme ou de cesser son activité, ou si aucune autre solution réaliste ne s'offre à elle.

Il incombe aux responsables de la gouvernance de surveiller le processus d'information financière de l'organisme.

### **Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des états financiers**

Nos objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers pris dans leur ensemble sont exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, et de délivrer un rapport de l'auditeur contenant notre opinion. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter toute anomalie significative qui pourrait exister. Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce qu'elles, individuellement ou collectivement, puissent influencer sur les décisions économiques que les utilisateurs des états financiers prennent en se fondant sur ceux-ci.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, nous exerçons notre jugement professionnel et faisons preuve d'esprit critique tout au long de cet audit. En outre :

- nous identifions et évaluons les risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, concevons et mettons en œuvre des procédures d'audit en réponse à ces risques, et réunissons des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative résultant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne;
- nous acquérons une compréhension des éléments du contrôle interne pertinents pour l'audit afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'organisme;
- nous apprécions le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que des informations y afférentes fournies par cette dernière;

- nous tirons une conclusion quant au caractère approprié de l'utilisation par la direction du principe comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments probants obtenus, quant à l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou situations susceptibles de jeter un doute important sur la capacité de l'organisme à poursuivre son exploitation. Si nous concluons à l'existence d'une incertitude significative, nous sommes tenus d'attirer l'attention des lecteurs de notre rapport sur les informations fournies dans les états financiers au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas adéquates, d'exprimer une opinion modifiée. Nos conclusions s'appuient sur les éléments probants obtenus jusqu'à la date de notre rapport. Des événements ou situations futurs pourraient par ailleurs amener l'organisme à cesser son exploitation;
- nous évaluons la présentation d'ensemble, la structure et le contenu des états financiers, y compris les informations fournies dans les notes, et apprécions si les états financiers représentent les opérations et événements sous-jacents d'une manière propre à donner une image fidèle.

Nous communiquons aux responsables de la gouvernance notamment l'étendue et le calendrier prévus des travaux d'audit et nos constatations importantes, y compris toute déficience importante du contrôle interne que nous aurions relevée au cours de notre audit.

*Raymond Chabot Grant Thornton S.E. N.C. R. L.* <sup>1</sup>

Sherbrooke  
Le 27 avril 2022

---

<sup>1</sup> CPA auditeur, CA permis de comptabilité publique n° A108652

## Destination Sherbrooke

### Résultats

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2021

	2021		2020
	Fonction- nement	Centre de Foires	Total
	\$	\$	\$
<b>Produits</b>			
Apports			
Contribution - Ville de Sherbrooke			
Fonctionnement	2 642 781		1 781 325
Fonds de développement et de support à l'entrepreneur	300 000		310 000
Agence du développement économique du Canada	50 582		
Autres subventions	14 427		8 422
Amortissement des apports reportés afférents aux immobilisations corporelles	26 886		24 819
Honoraires de gestion		616 929	372 077
Publicité	116 378		69 564
Commandites	25 000		
Autres produits	25 569		7 067
Intérêts	7 691		8 322
	<b>3 209 314</b>	<b>616 929</b>	<b>2 581 596</b>

## Destination Sherbrooke

### Résultats

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2021

			2021	2020
	Fonction- nement	Centre de Foires	Total	Total
	\$	\$	\$	\$
<b>Charges</b>				
Salaires et charges sociales	1 266 059	606 003	1 872 062	1 851 513
Activités d'animation et projets spéciaux	684 538		684 538	115 580
Publicité, promotion et outils d'information	229 689	17 754	247 443	210 607
Contribution - Fonds de développement récréotouristique	202 871		202 871	192 643
Soutien aux congrès et événements	109 857		109 857	77 000
Technologies de l'information et communication	62 399	18 536	80 935	79 540
Entretien, réparations et location d'équipement	4 138	32 260	36 398	29 943
Fournitures de bureau et impression	28 106	1 666	29 772	24 648
Frais de représentation et comité de travail	19 249	273	19 522	17 093
Assurances	13 944	5 444	19 388	15 695
Autres	11 390	2 127	13 517	14 614
Associations et abonnements	10 668	725	11 393	12 118
Honoraires professionnels	36 243		36 243	16 384
Frais bancaires	3 644	6 570	10 214	9 064
Sous-traitants		4 887	4 887	7 864
Frais de transport et location de véhicules	3 946	142	4 088	4 559
Frais de formation	2 185	1 680	3 865	2 895
Outillage, équipement et matériel	1 079	1 663	2 742	5 658
Taxes et permis		965	965	2 434
Créances douteuses (recouvrées)	1 315	(1 832)	(517)	15 652
Fournitures de restauration				(2 967)
Location de stationnement				20 998
Perte sur la radiation d'immobilisations corporelles	1 170		1 170	
Amortissement des immobilisations corporelles	53 171	3 207	56 378	60 493
	<b>2 745 661</b>	<b>702 070</b>	<b>3 447 731</b>	<b>2 784 028</b>
<b>Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges</b>	<b>463 653</b>	<b>(85 141)</b>	<b>378 512</b>	<b>(202 432)</b>

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

## Destination Sherbrooke

### Évolution de l'actif net

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2021

				2021	2020
	Grevé d'affectations d'origine interne	Investi en immobi- lisations	Non grevé d'affectation	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$
Solde au début	258 751	152 219	534 773	945 743	1 148 175
Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges	(258 751)	(30 662)	667 925	378 512	(202 432)
Affectations d'origine interne					
Acquisition d'immobilisations		42 531	(42 531)		
Apports reportés afférents aux immobilisations corporelles		(31 744)	31 744		
Autre affectation (note 8)	309 281		(309 281)		
Solde à la fin	309 281	132 344	882 630	1 324 255	945 743

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

## Destination Sherbrooke

### Flux de trésorerie

pour l'exercice terminé le 31 décembre 2021

	<u>2021</u>	<u>2020</u>
	\$	\$
<b>ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT</b>		
Excédent (insuffisance) des produits par rapport aux charges	378 512	(202 432)
Éléments hors caisse		
Amortissement des immobilisations corporelles	56 378	60 493
Perte sur la radiation d'immobilisations corporelles	1 170	
Amortissement des apports reportés afférents aux immobilisations corporelles	<u>(26 886)</u>	<u>(24 819)</u>
	<u>409 174</u>	<u>(166 758)</u>
Variation nette d'éléments du fonds de roulement		
Comptes clients et autres créances	(83 737)	87 212
Frais payés d'avance	(859)	10 252
Comptes fournisseurs et autres dettes de fonctionnement	260 021	(188 750)
Produits reportés		(44 013)
Autres apports reportés	<u>20 000</u>	
	<u>195 425</u>	<u>(135 299)</u>
Flux de trésorerie liés aux activités de fonctionnement	<u>604 599</u>	<u>(302 057)</u>
<b>ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS</b>		
Acquisition d'immobilisations corporelles et flux de trésorerie liés aux activités d'investissement en immobilisations	<u>(42 531)</u>	
<b>ACTIVITÉS DE FINANCEMENT</b>		
Apports reportés afférents aux immobilisations corporelles et flux de trésorerie liés aux activités de financement	<u>31 744</u>	
<b>Augmentation (diminution) nette de l'encaisse</b>	<u>593 812</u>	<u>(302 057)</u>
Encaisse au début	<u>876 793</u>	<u>1 178 850</u>
Encaisse à la fin	<u><u>1 470 605</u></u>	<u><u>876 793</u></u>

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

# Destination Sherbrooke

## Situation financière


au 31 décembre 2021

	<u>2021</u>	<u>2020</u>
	\$	\$
<b>ACTIF</b>		
Court terme		
Encaisse	1 470 605	876 793
Comptes clients et autres créances (note 3)	120 327	36 590
Frais payés d'avance	19 013	18 154
	<u>1 609 945</u>	<u>931 537</u>
Long terme		
Immobilisations corporelles (note 4)	186 844	201 861
	<u>1 796 789</u>	<u>1 133 398</u>
<b>PASSIF</b>		
Court terme		
Comptes fournisseurs et autres dettes de fonctionnement (note 5)	398 034	138 013
Autres apports reportés	20 000	
	<u>418 034</u>	<u>138 013</u>
Long terme		
Apports reportés afférents aux immobilisations corporelles (note 6)	54 500	49 642
	<u>472 534</u>	<u>187 655</u>
<b>ACTIF NET</b>		
Grevé d'affectations d'origine interne	309 281	258 751
Investi en immobilisations	132 344	152 219
Non grevé d'affectation	882 630	534 773
	<u>1 324 255</u>	<u>945 743</u>
	<u>1 796 789</u>	<u>1 133 398</u>

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Pour le conseil,

  
Administrateur

  
Administrateur

# Destination Sherbrooke

## Notes complémentaires

au 31 décembre 2021

---

### **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.

#### **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. Le passif lié à la fraction des produits provenant des honoraires de gestion encaissée mais non encore gagnée est comptabilisé à l'état de la situation financière à titre de produits reportés.

# Destination Sherbrooke

## Notes complémentaires

au 31 décembre 2021

### 2 - PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (suite)

#### *Produits de commandites*

Les produits de commandites sont constatés à la condition qu'un accord existe entre les parties, que les activités ont eu lieu, que le montant est déterminé ou déterminable et que le recouvrement est raisonnablement assuré.

#### *Produits de publicité et autres produits*

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

### **Actifs et passifs financiers**

#### *Évaluation initiale*

L'organisme comptabilise un actif financier ou un passif financier dans l'état de la situation financière 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.

### **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, équipement disponible à la location, 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 2021

**3 - COMPTES CLIENTS ET AUTRES CRÉANCES**

	<u>2021</u>	<u>2020</u>
	\$	\$
Comptes clients		
Ville de Sherbrooke		10 564
Autres	<b>15 514</b>	26 026
Contribution de l'Agence du développement économique du Canada à recevoir	<b>50 582</b>	
Taxes à la consommation à recevoir	<b>54 231</b>	
	<u><b>120 327</b></u>	<u>36 590</u>

**4 - IMMOBILISATIONS CORPORELLES**

	<u>2021</u>			<u>2020</u>
	Coût	Amortis- sement cumulé	Valeur comptable nette	Valeur comptable nette
	\$	\$	\$	\$
Usine d'épuration	<b>153 977</b>	<b>93 833</b>	<b>60 144</b>	63 309
Équipement informatique	<b>317 958</b>	<b>280 271</b>	<b>37 687</b>	45 755
Matériel roulant				1 170
Logiciels	<b>53 591</b>	<b>44 861</b>	<b>8 730</b>	9 768
Équipement d'événement	<b>78 083</b>	<b>67 770</b>	<b>10 313</b>	12 891
Équipement et outillage	<b>350 429</b>	<b>337 600</b>	<b>12 829</b>	16 036
Équipement disponible à la location	<b>114 625</b>	<b>82 671</b>	<b>31 954</b>	2 846
Remise	<b>10 622</b>	<b>10 291</b>	<b>331</b>	414
Améliorations locatives	<b>372 245</b>	<b>347 389</b>	<b>24 856</b>	49 672
	<u><b>1 451 530</b></u>	<u><b>1 264 686</b></u>	<u><b>186 844</b></u>	<u>201 861</u>

**5 - COMPTES FOURNISSEURS ET AUTRES DETTES DE FONCTIONNEMENT**

	<u>2021</u>	<u>2020</u>
	\$	\$
Comptes fournisseurs et charges à payer		
Ville de Sherbrooke	<b>78 533</b>	11 073
Autres	<b>197 141</b>	33 729
Salaires à payer	<b>31 445</b>	20 751
Retenues à la source à payer	<b>90 435</b>	71 561
Dépôts de garantie	<b>480</b>	480
Taxes à la consommation à payer		419
	<u><b>398 034</b></u>	<u>138 013</u>

# Destination Sherbrooke

## Notes complémentaires

au 31 décembre 2021

### 6 - APPORTS REPORTÉS AFFÉRENTS AUX IMMOBILISATIONS CORPORELLES

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

	<u>2021</u>	<u>2020</u>
	\$	\$
Solde au début	49 642	74 761
Montant encaissé	31 744	
Montant constaté aux résultats	<u>(26 886)</u>	<u>(24 819)</u>
Solde à la fin	<u>54 500</u>	<u>49 942</u>

### 7 - FACILITÉS DE CRÉDIT

L'organisme bénéficie d'une ouverture de crédit d'un montant autorisé de 275 000 \$, au taux préférentiel plus 2,5 % (4,95 % aux 31 décembre 2021 et 2020) et renégociable le 30 juin 2022. L'emprunt est garanti par un cautionnement de la Ville de Sherbrooke. L'organisme n'a versé aucune contrepartie en échange de ce cautionnement.

### 8 - AFFECTATION GREVANT L'ACTIF NET

Le conseil d'administration, à sa session tenue le 23 février 2022, a affecté à même les ressources non affectées un montant de 309 281 \$ pour financer la réalisation des projets prévus initialement en 2021 et qui seront réalisés au cours du prochain exercice. Ces projets sont principalement en lien avec le fonds d'aide aux congrès et événements et au fonds de performance et promotion touristique.

### 9 - OPÉRATIONS CONCLUES AVEC L'ORGANISME EXERÇANT LE CONTRÔLE

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

Les honoraires de gestion provenant de la Ville de Sherbrooke s'élèvent à 616 929 \$ (372 077 \$ en 2020). Il s'agit d'opérations évaluées à la valeur d'échange.

### 10 - 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.

# Destination Sherbrooke

## Notes complémentaires

au 31 décembre 2021

### 10 - INSTRUMENTS FINANCIERS (suite)

#### 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 et autres créances (excluant les taxes à la consommation à recevoir), 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 et autres créances (excluant les taxes à la consommation à recevoir) 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 :

	<u>2021</u>	<u>2020</u>
	\$	\$
Encaisse	<b>1 470 605</b>	876 793
Comptes clients et autres créances (excluant les taxes à la consommation à recevoir)	<b>66 097</b>	36 590
	<b><u>1 536 702</u></b>	<b><u>913 383</u></b>

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.

Au 31 décembre 2021, la valeur comptable brute des comptes clients dépréciés totalise 14 371 \$ (16 308 \$ au 31 décembre 2020). Ces comptes clients sont présentés aux états financiers, déduction faite d'une provision pour créances douteuses de 14 371 \$ (16 308 \$ au 31 décembre 2020).

#### 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 2021, les échéances contractuelles des comptes fournisseurs et autres dettes de fonctionnement de l'organisme échoient à moins de six mois.

**destination**  
**SHERBROOKE .com**