

RÉUNIONS ET CONGRÈS

SOMMAIRE

Moins de congrès et de réunions

La reprise de septembre est plutôt lente
p. 3

Mise au point chez les traiteurs

L'Association des traiteurs professionnels du Québec se dote d'un code d'éthique
p. 11

Coordination d'événements et de congrès

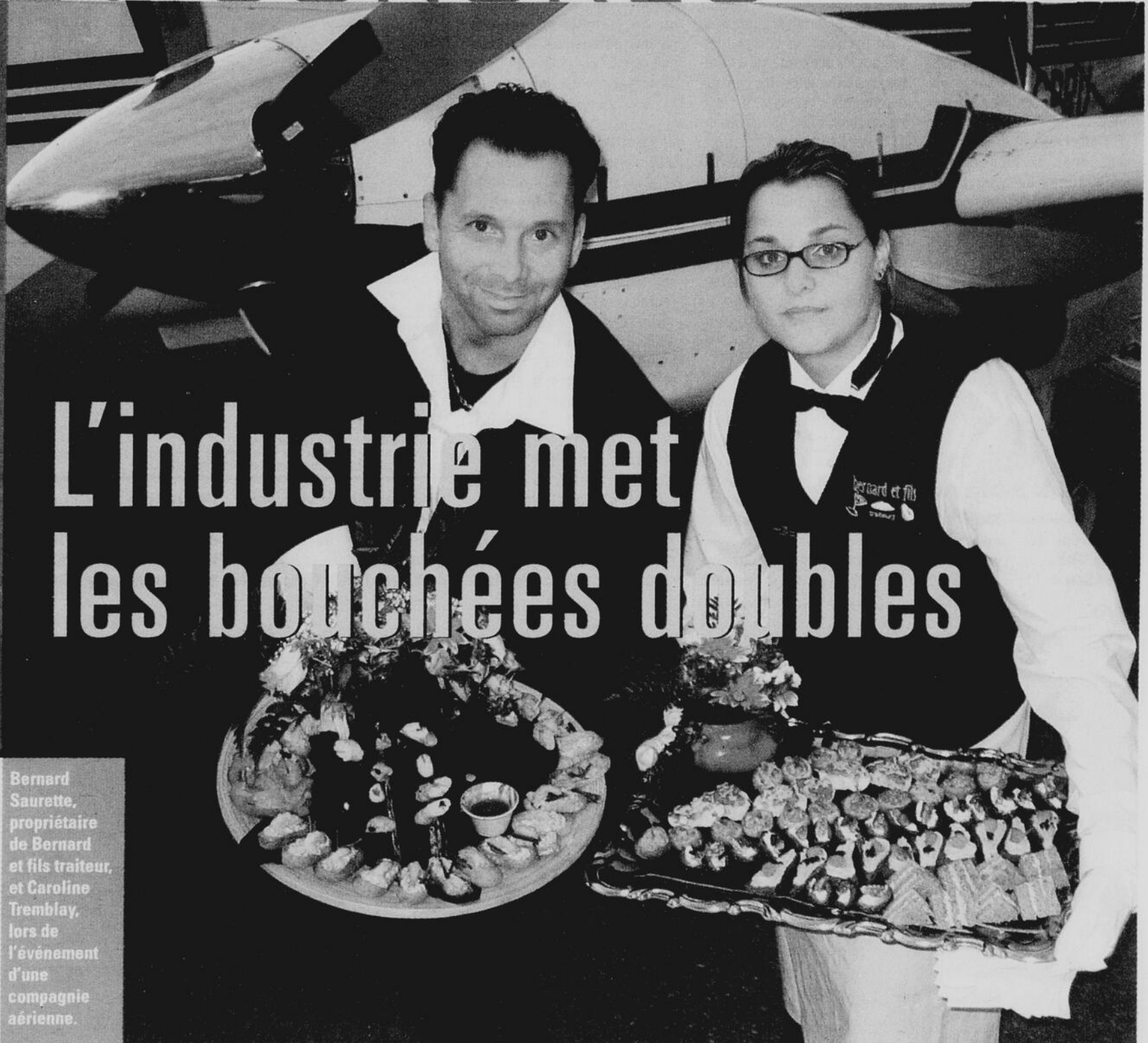
L'ITHQ offre un cours de 600 heures
p. 25

Les belles suites

Quatre lieux de rêve dans les principaux pôles d'affaires
p. 26

L'industrie met les bouchées doubles

Bernard Saurette, propriétaire de Bernard et fils traiteur, et Caroline Tremblay, lors de l'événement d'une compagnie aérienne.



Le Centre des Congrès de Drummondville

L'endroit idéal pour vos colloques, congrès, réunions.

Forfaits disponibles



- Restaurant La Verrière
- 14 salles de réunion pouvant accueillir de 10 à 1670 pers.
- Piscine intérieure et Spa
- Bar El Casino
- Vaste stationnement gratuit.
- En bordure de l'autoroute 20, sortie 177.
- À mi-chemin entre Montréal et Québec



915, rue Hains Drummondville, QC J2C 3A1
info@universel.com

Au coeur du Centre-ville de Québec

Situé à proximité du Centre des Congrès et du Centre de Foires de Québec.

- Restaurant La Serre
- Salles de réunion pouvant accueillir de 10 à 150 pers.
- Piscine intérieure et Spa
- Appareils de conditionnement physique
- Facilité d'accès par les principaux axes routiers
- **Nouveau** : Internet haute vitesse sans fil
- Stationnement intérieur



330, rue de la Couronne Québec, QC G1K 6E6
info@hotelquebec.com

Réservation: (819) 478-4971 ou 1-888-242-6273 www.bestwestern.qc.ca Réservation: (418) 649-1919 ou 1-877-468-3521

Plus de congrès et de réunions, moins de retombées

Même avec plus de 1 000 rassemblements, les revenus sont en baisse de 5 % par rapport à 2001

Alain Duhamel
alain.duhamel@transcontinental.ca

En 2002, le nombre des congrès dans les centres de congrès régionaux du Québec a atteint un sommet de 1 068. Les retombées ont toutefois été moins importantes que par le passé.

En effet, les plus récentes compilations de l'Association des bureaux de congrès du Québec (ABCQ) font état de



Valérie Lalbin, de l'Office du tourisme et des congrès de Trois-Rivières, et présidente de l'ABCQ

retombées directes de 81,5 M\$, soit une baisse de 5 % par rapport à 2001 et ce, malgré que le nombre des congrès ait franchi le millier pour la première fois.

En prenant en compte les 377 autres événements d'affaires, l'achalandage des centres de congrès s'est élevé à 1 445 rassemblements, en hausse de 11 % sur l'année précédente.

« Les régions québécoises savent tirer leur épingle du jeu », note Valérie Lalbin, de l'Office du tourisme et des congrès de Trois-Rivières, et présidente de l'ABCQ. Même si les congrès et les événements d'affaires durent moins longtemps, ils persistent et se multiplient au fil des ans. »

Bien défendre sa place

Depuis 2001, en Amérique du Nord, le tourisme d'affaires subit le contrecoup de la décélération de l'économie et des événements internationaux. Bien que les régions québécoises se tirent d'affaire, elles en ressentent les effets.

« Cette année, c'est dur pour tout le monde. On a bien senti

passer le coup, surtout dans les grands centres comme Montréal et Québec. Je crains cependant que ces villes ne viennent démarcher du côté des régions. Cela s'est déjà vu, mais nous avons la volonté de faire valoir plus agressivement l'offre des régions », ajoute-t-elle.

Une portée étendue

L'ABCQ, qui a été fondée en 1981 par les offices municipaux de tourisme et de congrès avec le concours de Tourisme Québec, étend de plus en plus ses activités pour être au service du secteur privé des réunions et congrès.

Elle regroupe 18 organismes publics provenant des principales destinations d'affaires et 37 autres membres, dits affiliés, issus du domaine hôtelier et des milieux professionnels de l'industrie des congrès et réunions en région.

La composition du nouveau conseil d'administration de l'ABCQ en témoigne puisque pour la première fois, des membres affiliés y sont représentés. Outre M^{me} Lalbin à la prési-

Les congrès et les événements d'affaires au Québec (1998-2002)



Le réseau des villes à congrès du Québec : Baie-Comeau, Drummondville, Gaspé, Gatineau, Laval, Magog, Matane, Mont-Tremblant, Québec, Rimouski, Rivière-du-Loup, Saguenay, Saint-Georges de Beauce, Saint-Hyacinthe, Shawinigan, Sherbrooke, Trois-Rivières et Victoriaville.

Année	1998	1999	2000	2001	2002
Nombre d'événements	389	398	355	312	377
Dépenses directes (000 \$)	15 869	17 111	17 174	15 154	16 695
Nombre de congrès ¹	874	875	978	992	1 068
Dépenses directes (000 \$)	53 782	56 439	61 774	71 043	64 889
Dépenses totales (000 \$)	69 652	73 551	78 948	86 198	81 585

¹ Congrès de 50 nuitées ou plus.

SOURCE : ASSOCIATION DES BUREAUX DE CONGRÈS DU QUÉBEC

TABLEAU : LES AFFAIRES

dence, le conseil d'administration nouvellement élu se compose d'Angel Trudel, de Tourisme Laval, vice-présidente, de Pierre Gilles Gauvin, de

l'Hôtel des Seigneurs de Saint-Hyacinthe, trésorier, de Raynald Tremblay, de Baie-Comeau, secrétaire, de Sonia Carignan, de l'Office du

tourisme de Drummondville, d'Arnold Lagacé, de l'Hôtel Delta de Trois-Rivières et d'Anaïs Laurent, du Rietel Matane, administrateurs. ■

L'hôtelier retenu aura toute une suite.

Lévis, l'avantage hôtelier. Avec un potentiel de marché annuel estimé à près de 8 millions \$ en revenus d'hôtellerie quatre étoiles et de congrès, Lévis vous réserve un avenir splendide jour après jour, nuit après nuit...



Les promoteurs hôteliers sont invités à joindre Philippe Meurant au 418-835-8246 ou par courriel à pmeurant@ville.levis.qc.ca

LEVIS



VILLE DE
LEVIS

Aller plus loin en affaires est monnaie courante

Organisez votre réunion à l'écart du tourbillon urbain



Les Quatre Feuilles

- Profitez :
- ✓ d'une cuisine raffinée aux saveurs champêtres
 - ✓ de 3 salles de réunion situées à flanc de montagne, au cœur des vergers de Rougemont
 - ✓ de nos forfaits corporatifs avantageux à partir de 29.00 \$ par pers.
 - ✓ d'un service personnalisé pour la réussite de vos réunions

- Table gourmande
- Événements spéciaux
- Service traiteur
- Boutique cadeaux



À seulement 30 minutes de Montréal

360, rang de la Montagne
Rougemont (Québec) JoL 1Mo
Tél. : (450) 469-3888 / 1-800-263-3887
www.lesquatrefeuilles.com

La saison automnale s'annonce plutôt tranquille

Les événements nécessitant une planification à plus court terme, comme les réunions d'affaires, sont moins touchés

Pierre Picard

dossiers@transcontinental.ca

Alors que, normalement, septembre marque la reprise des réunions d'affaires et des congrès, il semble bien que cette année la saison automnale sera plutôt tranquille. Pas de hausse importante du nombre de réunions d'affaires et d'événements. Les gens de l'industrie s'attendent même à une baisse des congrès.

« Il y aura moins de congrès internationaux ou autres au Québec cet automne, affirme **Micheline de Gongre-Royal**, pdg de l'Association des hôteliers du Québec. Bien qu'elle soit difficile à chiffrer pour l'instant, nous notons une baisse des réservations de congrès dans la plupart des centres de congrès du Québec. La tendance semble générale. Il y a de l'inquiétude chez les hôteliers. »

M^{me} de Gongre-Royal attribue cette situation aux attentats du 11 septembre 2001. « Puisque les congrès se réservent au moins un ou deux ans à l'avance, il est clair que la baisse des réservations observée cette année est une répercussion des attentats terroristes, qu'on le veuille ou non », ajoute-t-elle.

Du côté des événements institutionnels

Les événements nécessitant une planification à plus court terme, comme les réunions d'affaires, sont moins touchés. Même sur ce plan, tout n'est pas rose, affirme **Réjean Laflamme**, président de Corpotechnology.

« Dans le domaine des événements, la prochaine année sera sombre, contrairement aux trois ou quatre dernières années, lance-t-il. Tout a ralenti. Les gens font moins de rencontres d'affaires.

Lorsqu'ils en tiennent, ils courent dans tout, que ce soit les repas, l'animation ou ailleurs. Je n'avais pas vu une période aussi difficile depuis 1989. »

Il reconnaît à cet égard que « les grandes salles de 1 000 places et plus sont, jusqu'à présent, moins touchées, mais que l'on sent bien qu'il n'y aura pas de reprise dans la production d'événements cet automne. C'est la réalité et toute l'industrie s'y attendait. »

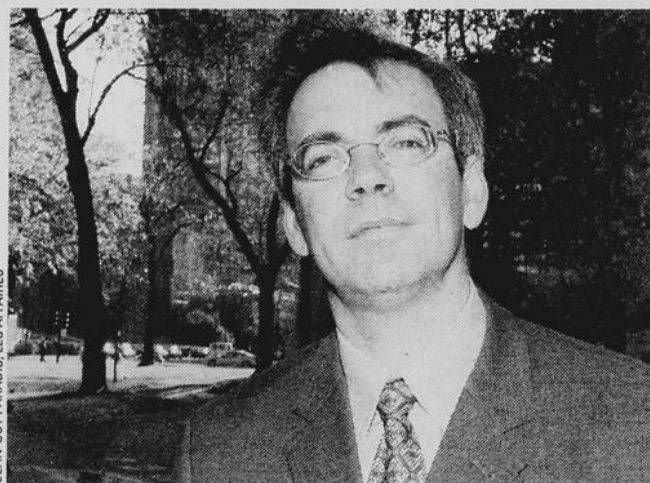
Même son de cloche du côté de **Pierre Bellerose**, vice-président, relations publiques et recherches, à **Tourisme Montréal**. « L'automne sera relativement moyen si l'on se fie aux impressions et aux discussions de corridor, dit-il. Les réunions d'affaires sont liées au dynamisme des entreprises et donc aux cycles économiques. Ces éléments ont une influence directe sur ce marché. »

Parfois, les organisateurs délaissent les hôtels pour les galeries d'art, les bains publics, les salles de spectacle et autres sites non conventionnels.

Le contexte économique

Jean-Paul de Lavison, président de JPdL, estime lui aussi qu'une partie du problème actuel de l'industrie des réunions et des congrès est d'ordre économique.

« S'il n'y avait pas eu les excuses de la guerre en Irak et du SRAS à Toronto, il y



Pierre Bellerose, de Tourisme Montréal : « L'automne sera moyen si l'on se fie aux discussions de corridor. »

aurait quand même eu un ralentissement économique et celui-ci dure depuis le printemps 2001, maintient-il. Nous avons été bien servis en excuses depuis 2001. »

Selon lui, la tendance cet automne sera que les clients exigeront de leurs organisateurs d'événements d'en faire plus avec moins. Le nombre de

réunions sera semblable à celui de l'an dernier pour la même période, mais elles rassembleront environ 5 % moins de participants. Les budgets pour les événements seront réduits de 10 %.

« En moyenne, le budget alloué sera d'environ 45 \$ par personne au lieu de 50 \$. Sur un grand volume, cela fera

mal, prévient M. de Lavison. Cette situation est principalement due aux conditions économiques, non seulement à Montréal mais aussi partout ailleurs. C'est universel. »

Un autre son de cloche

De son côté, **Michel Courtemanche**, stratège en chef du **Groupe des événements corporatifs**, soutient que les événements associatifs, surtout les congrès de l'étranger, sont légèrement en baisse, mais que les activités institutionnelles sont en hausse.

« Au Québec, les événements affichent une croissance de 15 % par année, parce que les entreprises ont compris que cela leur permet d'atteindre efficacement des clientèles ciblées, note-t-il. Avec des sommes de 400 000 \$, certains tournois de golf d'entreprises

ont un budget plus élevé que celui de plusieurs congrès.

Certains événements d'affaires peuvent coûter jusqu'à 1 M\$ et, parfois, les organisateurs délaissent les hôtels traditionnels pour les galeries d'art, les bains publics, les salles de spectacle et autres sites non conventionnels comme des bateaux. »

M. Courtemanche croit qu'il s'agit d'un secteur jeune et en expansion. « L'industrie de l'événement est la seule encore non répertoriée au Québec. On ne sait pas précisément quelle somme elle génère. Il y a environ 30 000 événements par an.

« Ce champ d'activité est intéressant pour l'industrie touristique parce que les événements d'affaires ont généralement lieu durant les périodes creuses et qu'ils ne sont pas soumis à la belle température comme le tourisme », dit-il. ■

AU PIED DU Mont-Sainte-Anne

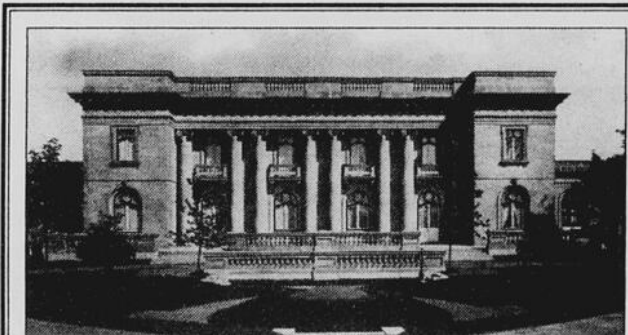
Pour vos rencontres d'affaires, louez une maison de campagne bien équipée.



De 2 à 9
chambres
à coucher,
de 2 à 7 salles
de bain,
jusqu'à
36 personnes
par maison !

Réservations : 1 800 461-2030 • Tél./Télec. : (418) 826-3331

Vous pouvez visiter chaque maison sur notre site Internet : www.chalets-village.qc.ca



Le Musée du Château Dufresne, une demeure exceptionnelle pour vos réunions et vos événements spéciaux

Situé près du Stade Olympique, le Château Dufresne vous offre ses salles aux décors uniques pouvant accueillir de 10 à 150 personnes.

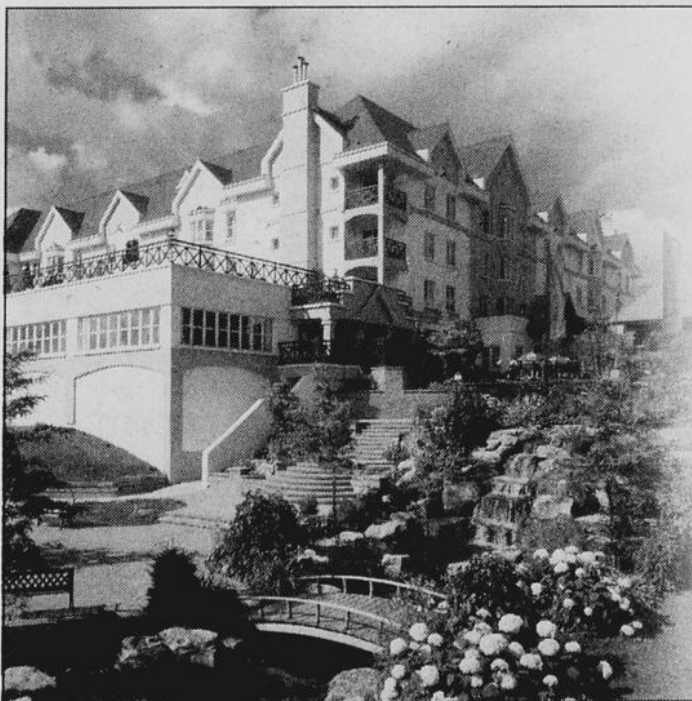
Son service personnalisé contribuera à rendre votre événement mémorable.

Surveillez l'ouverture prochaine de son tout nouveau café-terrasse.

2929 Jeanne-d'Arc, Montréal, Qc H1W 3W2

Information : (514) 259-9201

location@chateaudufresne.qc.ca



Douze mille pieds² de château pour vos congrès, réunions d'affaires et rencontres sociales...

... et tout un domaine pour vous reposer, vous faire dorloter, profiter de la vie, savourer la gastronomie du terroir, relaxer et refaire le plein d'énergie!



Château Bromont

DOMAINE HÔTELIER • RESORT HOTELS

AFFAIRES • LOISIRS • VILLÉGIATURE

1 888-BROMONT www.chateaubromont.com

Montréal et Laval en concurrence une fois de plus

Les deux villes veulent un grand centre de foires sur leur territoire

Alain Duhamel

alain.duhamel@transcontinental.ca

Les Villes de Montréal et de Laval veulent le centre des foires et expositions commerciales de la métropole dans leur île et toutes deux entendent bien plaider leur projet auprès de Québec.

À la fin de l'été, le gouvernement de **Jean Charest** n'avait pas encore activé ce dossier ni confirmé les orientations annoncées par le gouvernement péquiste en mars dernier. Rappelons que l'ancien gouvernement, s'appuyant sur des recommandations de **Tourisme Montréal**, avait proposé de

construire un centre à vocation régionale à Laval et un centre métropolitain à Montréal. Les emplacements devaient être déterminés à la suite d'une étude de sites confiée à la **Société du Palais des congrès de Montréal**.

Du côté de Laval

Les ambitions lavalloises sont plus grandes. Le projet de la Ville et du **Conseil régional de développement de Laval** porte sur un équipement métropolitain d'au moins 450 000 pieds carrés. « Nous refaisons nos devoirs et recommençons nos démarches politiques », dit **Manon Caron**, directrice générale.

« Il s'agit d'un projet de développement métropolitain. Or, si pour être métropolitain, il faut nécessairement être dans l'île de Montréal, cela veut dire que le concept de région métropolitaine n'a pas de sens. »

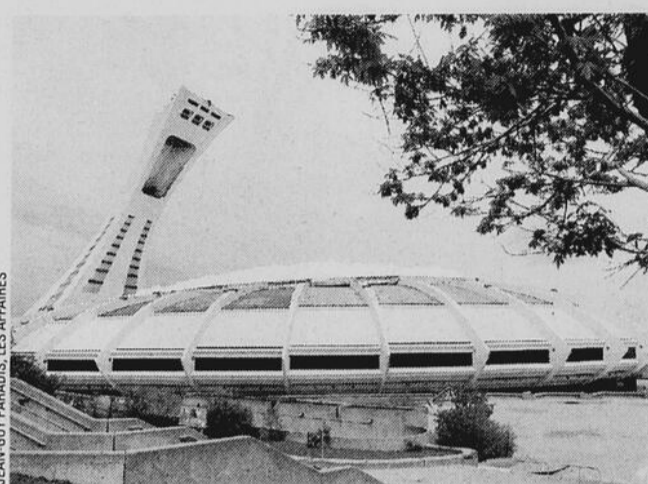
Du côté de Montréal

La Ville de Montréal réclame un centre d'au moins 500 000 pieds carrés situé dans son quartier des affaires.

« Laval ne pourrait pas devenir le centre des foires de Montréal, croit **Georges Bossé**, membre du comité exécutif responsable du développement économique. Nous allons perdre des gens, car ce n'est pas en éloignant le centre du centre-ville que nous allons attirer des exposants et des visiteurs. »

Un centre-ville élargi

Dans son rapport de mars 2003, **Tourisme Montréal** conclut que la métropole a besoin d'un centre de foires et d'expositions commerciales pour demeurer dans le circuit des villes d'affaires en Amérique du Nord.



Deux scénarios sont sur la table, dont un concerne la transformation du Stade olympique, un projet évalué à 70 M\$.

Le nombre des expositions commerciales prévues cette année s'élevait à 4 578, en hausse de 22 % par rapport à 1990.

L'an dernier, il y avait 87 projets d'expansion ou de construction de centres aux États-Unis et au Canada. À Montréal, on estime que la ville a perdu, faute d'espace, une bonne trentaine de grandes expositions au profit de sa concu-

rente, Toronto, qui dispose d'un centre de plus de 1 M de pieds carrés.

« Il est indéniable que Montréal souffre cruellement de l'absence d'espace fonctionnel de qualité », conclut **Tourisme Montréal** dans son rapport.

L'organisme retient deux scénarios : la transformation du **Stade olympique** ou la construction d'un centre de 550 000 pieds carrés dans

un site à situer dans le centre-ville élargi.

La première hypothèse, évaluée à 70 M\$ par la **Régie des installations olympiques**, rendrait disponibles quelque 638 000 pieds carrés une fois la fiabilité du toit assurée.

La seconde hypothèse coûterait aussi cher tout en mettant en valeur des terrains dans le secteur de la **Cité du Havre**, là où, un temps, la Ville et **Loto-Québec** avaient envisagé de reconstruire un casino au milieu d'un ensemble immobilier comprenant un hôtel et un centre de foires.

La Ville de Montréal privilégie la seconde hypothèse. « Il faut reconnaître que le parc olympique n'est pas l'endroit idéal », dit M. Bossé.

L'échéancier ne devrait pas dépasser cinq ans au maximum. « De trois à cinq ans me paraît un délai raisonnable, ajoute M. Bossé. Si nous tardons plus, nous perdrons encore du terrain par rapport à Toronto parce que nous serons incapables de répondre à la demande. » ■

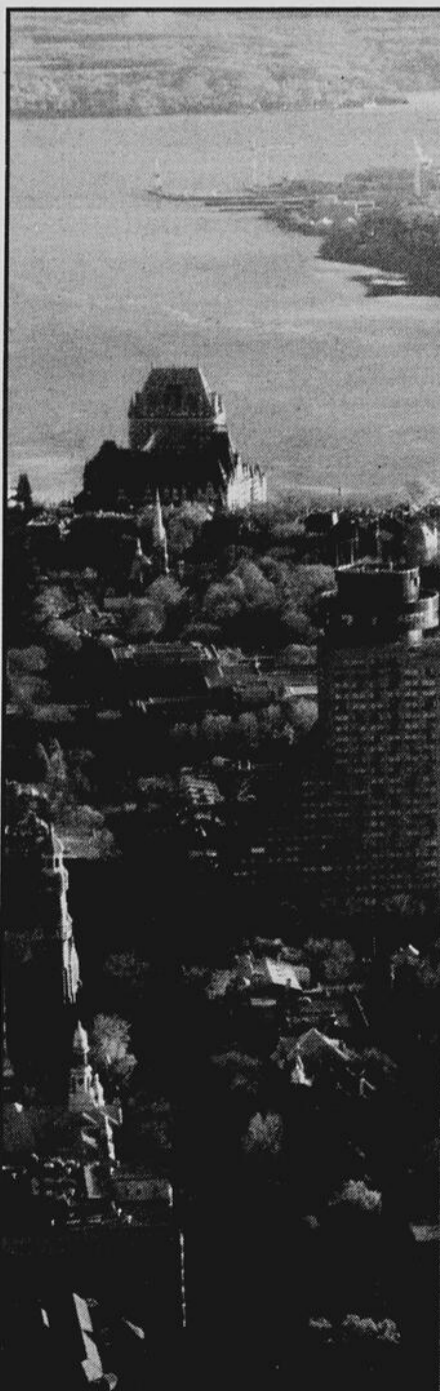
Offre spéciale **commerce**

12 numéros pour 12\$

Seulement 1\$ par mois

www.revuecommerce.com

(514) 392-2030 ou 1 800 361-7215



QUÉBEC

Destination tourisme d'affaires

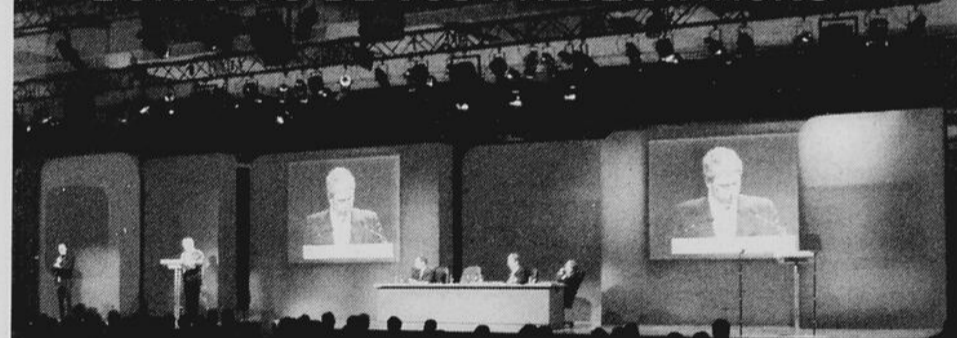
Reconnu parmi plus de 130 centres de congrès comme l'un des trois meilleurs au monde par la prestigieuse **Association internationale des palais de congrès**, le Centre des congrès de Québec et son personnel dédié vous proposent un accueil qui va droit au cœur dans un centre d'une qualité exceptionnelle où la technologie de pointe se marie parfaitement à un décor chaleureux aux dimensions humaines, le tout dans une ville unique.

Le Centre des congrès de Québec, pour assurer le succès de votre prochain événement!



CENTRE DES CONGRÈS DE QUÉBEC
Un accueil qui va droit au cœur!
 100, rue, Boulevard de la Capitale
 Québec, Québec G1R 2R1
 Téléphone: (418) 693-1111, 1-800-361-7215
 Courriel: ccq@convention.qc.ca
www.convention.qc.ca

CORPAV, UN NOM QUI CHANGE L'UNIVERS DE VOS PRÉSENTATIONS



Montréal

Laval

Québec

Winnipeg

Qu'il s'agisse de congrès, réunions, banquets ou d'événements spéciaux l'équipe de CORPAV communique votre message efficacement et selon vos besoins spécifiques.

CORPAV met à votre disposition une gamme complète de services audiovisuels et une équipe de professionnels chevronnés.

1.877.2CORPAV
www.corpav.com

CORPAV
 SERVICES AUDIOVISUELS

Les villes invitent les gouvernements à prendre part à la foire

Trois-Rivières, Gatineau et Québec ont des projets de construction et d'agrandissement

Alain Duhamel

alain.duhamel@transcontinental.ca

Outre Montréal et Laval, au moins trois autres villes invitent les gouvernements à venir à la foire avec elles.

Si les projets à l'étude à Trois-Rivières, à Gatineau et à Québec se réalisent, l'industrie des foires et expositions commerciales, confinée aux arènes, aux salles de congrès et aux anciens bâtiments de foires agricoles, profitera d'un circuit de villes d'affaires dotées de salles modernes, conformes aux normes nord-américaines.

Dans tous les cas, les villes s'attendent à ce que les gouvernements du Canada et du Québec financent, en tout ou en bonne partie, la construction de cet équipement tout comme ils l'avaient fait pour les centres de congrès. Pour l'heure, cependant, toutes attendent de connaître les intentions du gouvernement de **Jean Charest**.

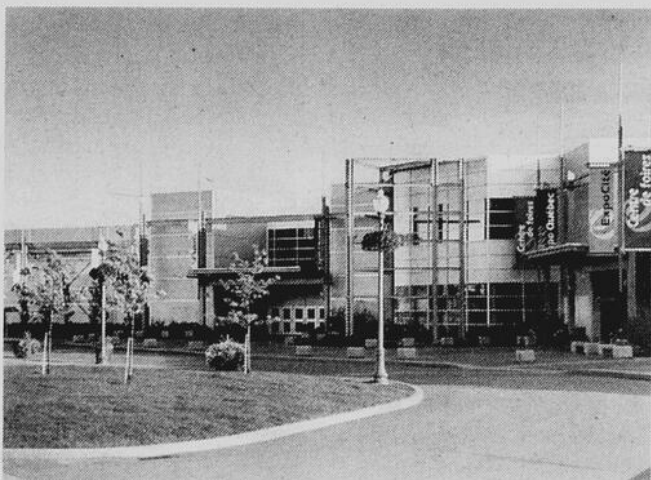
En Mauricie

Trois-Rivières n'a pas encore son centre de foires, mais l'**Office de tourisme et des congrès** a déjà persuadé au moins un événement d'affaires de s'y tenir l'an prochain.

Il s'agit d'un salon professionnel d'une quarantaine d'exposants de l'Ontario et du Québec qui reçoit environ 2 000 spécialistes et experts de la formation.

« Cela nous donne une preuve de l'attrait de Trois-Rivières », dit **Marilie Laferté**, directrice générale de l'Office de tourisme et des congrès.

« Dans l'hypothèse, probable, où le centre de foires ne serait pas prêt, il est prévu que l'événement se tiendra dans d'autres bâtiments publics. Chaque année, Trois-Rivières est l'hôte d'une bonne vingtaine de foires



Le projet d'expansion du Centre de foires de Québec est évalué à 15 M\$.

et d'expositions commerciales qui se tiennent dans le bâtiment industriel (22 000 pi²), au pavillon des sports de l'université ou dans des centres commerciaux.

Le centre de foires projeté aura une superficie d'environ 100 000 pieds carrés et coûtera près de 25 M\$. L'administration municipale a réservé le site de l'ancienne usine de **Tripap**, voisin d'un autre projet de réaménagement urbain, la **Cité de l'Émérillon**. À sa première année d'exploitation, le centre de foires pourrait accueillir une trentaine de salons grand public et professionnels qui attireront plus de 230 000 visiteurs.

En Outaouais

Gatineau voit grand; elle projette de construire un centre de foires d'environ 400 000 pi² dans le voisinage du **Casino Lac-Leamy**, où se trouvent déjà son centre des congrès, d'une capacité d'accueil de 2 300 personnes et un **Hilton**.

La ville compte au moins un partenaire de taille en **Loto-Québec**. La société d'État a annoncé son intention d'investir jusqu'à 20 M\$ dans ce projet évalué à environ 80 M\$.

Depuis, différents montages financiers se dessinent. « Nous avons plusieurs pistes pour le financement. Les portes sont ouvertes partout mais nous attendons le plan d'affaires », dit **Michel Plouffe**, chargé du dossier à la ville de Gatineau.

Les études portant sur la commercialisation, le financement et l'organisation du centre de foires devraient être terminées cet automne.

Dans la Capitale

Le **Centre de foires de Québec**, construit en 1997, constitue le centre le plus moderne au Québec et le seul qui y ait été conçu et construit expressément pour recevoir des foires et des expositions commerciales. Mais, avec 125 000 pieds carrés de superficie, il est à l'étroit.

« Si nous voulons demeurer dans le circuit, il faut agrandir le centre de foires », affirme **Claude Larose**, conseiller municipal et président d'**ExpoCité**.

Le projet d'expansion, évalué à 15 M\$, haussera à 200 000 pi² la superficie d'exposition. Au moins six salons et événements qui s'y tiennent ont besoin d'espace supplémentaire.

Il fait partie d'un projet de réaménagement plus vaste du parc des expositions de la ville où se trouvent le **Colisée Pepsi**, l'hippodrome et plusieurs autres pavillons. La ville souhaiterait qu'un hôtel doté de quelques salles de réunion

s'y établissent. L'investissement projeté, financé par des sources privée et publique, s'élève à quelque 88 M\$.

L'administration municipale avait entrepris des négociations avec le gouvernement de Québec dans le cadre de son

contrat de ville. Le changement de gouvernement ramène les parties à la case départ.

« On recommence les discussions avec le nouveau gouvernement, mais le centre de foires reste une priorité », affirme **M. Larose**. ■

La vie de château à prix modique

CHATEAU REPOTEL
à partir de **69\$**

Aéroport
Boulevard Wilfrid-Hamel
Route 141
305 N
Route 42
Pont Pierre-Laporte
312

Inclus :
• petit déjeuner
• appels locaux
• café gratuit 24 heures
• stationnement gratuit.

Club de tout repos
10^{ème} nuit sans frais
valable jusqu'au 31 décembre 2004
Ne peut être jumelé à aucune autre promotion.

QUÉBEC
www.chateaurapotel.com

(418) 872-1111 ♦ **(418) 872-1112**
Réservation: 1 800 463-5255
Angle Duplessis et Wilfrid-Hamel
Réservation: 1 866 520-2022
Angle Henry IV et Wilfrid-Hamel
Maintenant 2 hôtels à Québec pour mieux vous accueillir

espaces dalhousie
Terminal de croisières
congrès et happenings

Réunions
d'affaires
à Québec

Offrez une vision claire
Imaginez l'endroit. Lumineux, dégagé, aéré.
Quoi de mieux pour inspirer des propos éclairés et contribuer à la synergie d'un groupe!

Informez-vous sur nos forfaits d'affaires.
Invitants, clairs et accessibles, tout comme nos espaces et notre personnel.

418 648-3640
www.espacesdalhousie.com

Auberge
Authentique auberge en bois rond
Du Lac
Taureau

• 100 chambres avec cafetière, téléphone • branchement internet haute vitesse
• 10 salles de réunion fenêtrées (10 à 200 personnes)
• piscine intérieure, saunas et bain tourbillon • activités 4 saisons multiples
• centre de santé - qualité certifiée par les Relais Santé • fine cuisine régionale
• à seulement 2 heures de Montréal et 3 heures de Québec

1200 ch. Baie du Milieu, Saint-Michel-des-Saints
1-877-822-2623 ou (450) 833-1919
www.lactaureau.com info@lactaureau.com

Une année record pour le Palais des congrès de Montréal

Montréal devance New York pour le nombre de congrès internationaux qui y ont lieu

Alain Duhamel

alain.duhamel@transcontinental.ca

L'an dernier, le **Palais des congrès de Montréal (PCM)** a fait de bonnes affaires, entre autres, à l'extérieur du Québec, haussées de 70 % ses ventes.

« Ce fut notre meilleure année depuis le début », dit **Paul Saint-Jacques**, président-directeur général de la **Société du Palais des congrès de Montréal**. Nous avons dépassé les objectifs que nous avions

fixés lors de la prise de la décision d'agrandir. »

Les 187 ventes conclues devraient attirer à Montréal plus de 1,3 million de congressistes et procurer à l'hôtellerie montréalaise quelque 314 000 nuitées et des retombées économique de 259 M\$ pour les prochaines années.

En 2002-2003, le PCM agrandi a reçu 166 congrès et expositions qui ont eu des retombées de 139,8 M\$ pour l'économie métropolitaine.

De bonnes années

La progression des ventes annonce de bonnes années en 2004 et 2005, mais on ne peut rien tenir pour acquis vu le contexte du marché international, toujours sensible aux aléas économiques et politiques.

Ainsi, si le nombre de congrès se maintient, l'affluence tend à diminuer. « Il y a eu moins de congressistes que ce que les organisateurs avaient prévu. Nous restons vigilants, particulièrement en ce qui concerne le marché américain

Répartition des visiteurs d'affaires et de congrès dans la métropole

Provenance	Dépenses			
	1990	2001	1990	2001
Outre-mer	10 %	14 %	12 %	24 %
États-Unis	21 %	22 %	22 %	27 %
Canada	35 %	41 %	37 %	37 %
Québec	34 %	23 %	29 %	12 %

SOURCE : TOURISME MONTRÉAL

TABLEAU : LES AFFAIRES

où les organisateurs prennent plus de temps à se décider. »

M. Saint-Jacques s'attend à une vive concurrence de la part de Toronto, qui disposera de moyens de promotion plus importants afin de rebâtir sa notoriété après l'épisode du SRAS.

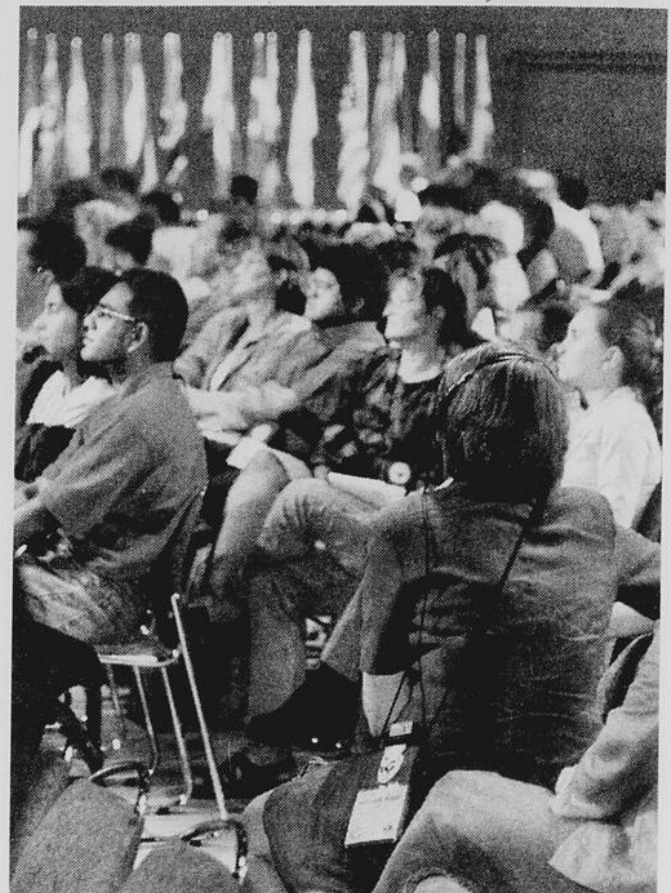
Une mission internationale

Inauguré en 1983, le PCM a pour mission d'attirer des congrès et événements internationaux. Pour souligner son 20^e anniversaire, la société a commandé à la Chaire de tourisme de l'**Université du Québec à Montréal** une étude de l'industrie des congrès et réunions. Son contenu sera

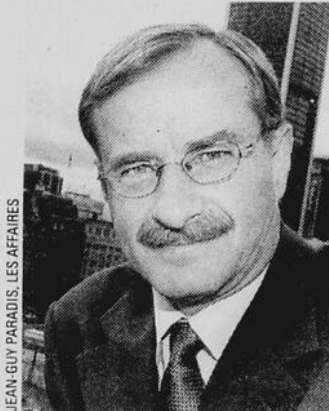
dévoilé à l'occasion d'un colloque où sont attendus quelque 300 personnes en novembre.

Le PCM a sans doute contribué à la bonne réputation de la ville hors du Québec. Dans le répertoire mondial de l'**Union des associations internationales**, Montréal est passée du 28^e rang, en 2001, au 14^e rang en 2002 pour le nombre de congrès internationaux. En Amérique du Nord, elle occupe le second rang, juste derrière Washington mais devant New York. Parmi les villes canadiennes, elle arrive au premier rang.

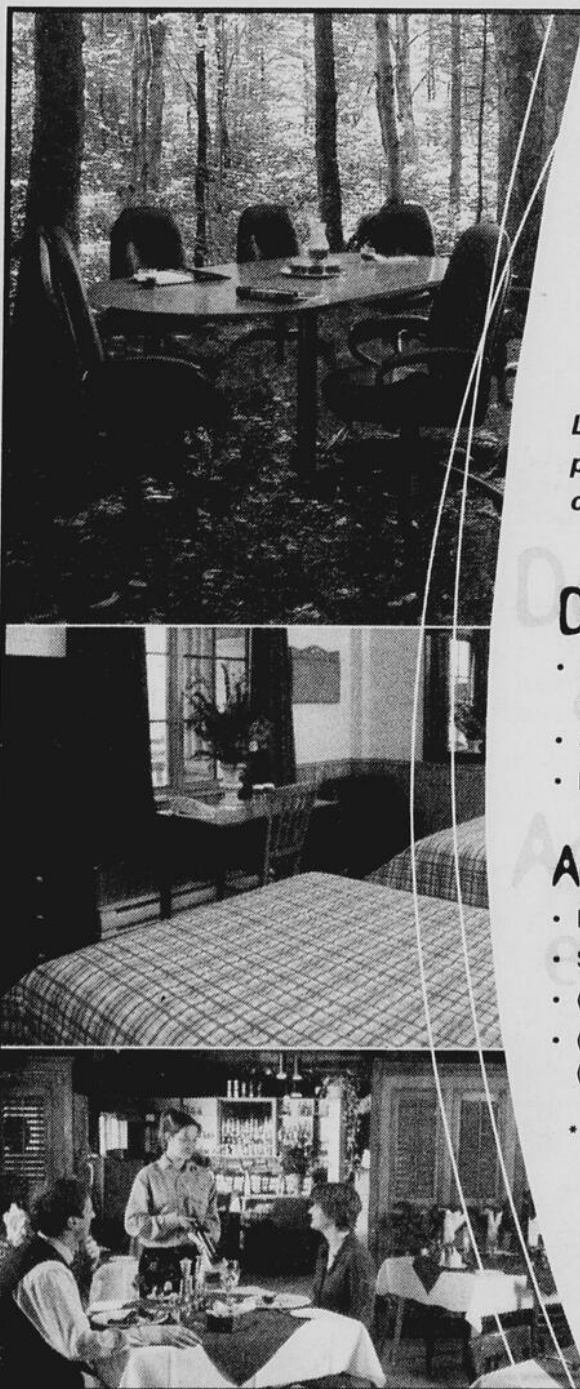
Au Québec, l'industrie montréalaise des réunions et



En 2002-2003, le Palais des congrès de Montréal agrandi a reçu 166 congrès et expositions qui ont eu des retombées de 139,8 M\$ pour l'économie métropolitaine.



Paul Saint-Jacques, pdg du Palais des congrès : « Nous avons dépassé les objectifs. »



La Station touristique Duchesnay est l'endroit idéal pour organiser des réunions d'affaires, des colloques ou des séminaires uniques et originaux.

Détente affaire

- Hébergement en Pavillon ou en auberge champêtre
- Souper table d'hôte 4 services
- Petit déjeuner buffet

à partir de **79,50 \$***

Agenda et pause-café

- Repas du midi 3 services
- Salle de réunion
- (2) pauses-café
- (1) tableau à feuilles / tableau blanc
- (1) écran

à partir de **32,00 \$***

* Prix par personne basé sur une occupation double. Frais de services inclus. Taxes non-incluses.

Tél. : (418) 875-2122
www.sepaq.com/duchesnay

RÉSEAU **Sépaq**

143, route Duchesnay
Sainte-Catherine-de-la-Jacques-Cartier (Québec) G0A 3M0
Tél. sans frais : 1 877 511-5885 Téléc. : (418) 875-2868
duchesnay@sepaq.com

Voyageurs d'affaires et leurs dépenses (Montréal, 1994-2001)

Année	Nombre (000)	Dépenses M\$
1994	959	441
1995	1 010	475
1996	1 025	501
1997	961	555
1998	1 054	582
1999	1 023	537
2000	1 102	670
2001	1 093	684

SOURCE : TOURISME MONTRÉAL
TABLEAU : LES AFFAIRES

congrès, dont le PCM est le fleuron, perd des parts de marché depuis plusieurs années.

En baisse au Québec

Une étude de **Tourisme Montréal** couvrant la période de 1990 à 2001 démontre une nette décroissance de l'affluence et des dépenses des touristes d'affaires provenant du Québec.

Le nombre des touristes d'affaires québécois a chuté, passant de 491 000, en 1990, à 253 000 en 2001.

En proportion, la clientèle québécoise, qui comptait pour plus du tiers du tourisme d'affaires en 1990, a diminué à 23 % en 2001. Leurs dépenses suivent la même courbe, fondant de 29 à 12 %.

Les parts de marché des touristes d'affaires des États-Unis, du Canada et d'outre-mer ont toutes progressé pendant la période mais, dans l'ensemble, Montréal attire moins de touristes d'affaires : 1 093 000, en 2001, par rapport à 1 456 000 en 1990.

Or, les touristes d'affaires et de congrès, qui comptent pour environ 18 % de la clientèle touristique de Montréal, rapportent environ 33 % des recettes touristiques. En 2001, le tourisme d'affaires et de congrès a rapporté 684 M\$ à l'économie montréalaise, une hausse de 51 % par rapport à 1990. ■

Offre spéciale commerce

12 numéros pour **12 \$**

Seulement **1 \$** par mois

www.revuecommerce.com

(514) 392-2030 ou 1 800 361-7215

Plus de peur que de mal au Centre des congrès de Québec

Mélanie Larouche
dossiers@transcontinental.ca

Au Centre des congrès de Québec, la direction ne cache pas que la crise du SRAS et la guerre en Irak leur ont fait craindre le pire. Fort heureusement, il y a eu plus de peur que de mal.

Si Toronto a été durement touchée par le SRAS, à Québec, la crise n'a fait que confirmer le dicton voulant que le malheur des uns fasse le bonheur des autres. Ainsi, plusieurs associations ont jeté leur dévolu sur d'autres destinations pour la tenue de leur congrès ou de leurs réunions, notamment au Centre des congrès de Québec.

« On l'a échappé belle ! dit le pdg, Claude Pinault. Nous estimons nos pertes à environ 47 000 \$, soit l'équivalent d'un congrès. Sur le plan des retombées régionales, les pertes sont évaluées à 1,5 M\$. Nous avons anticipé un impact plus important; c'est pourquoi nous considérons nous en être tirés à bon compte. »

Congrès moins nombreux mais revenus plus élevés

Au 31 août, le Centre des congrès de Québec affichait un léger retard sur le nombre de congrès tenus ou confirmés par rapport à la même période l'an dernier. En revanche, il est en avance pour ce qui est des revenus dus à ces congrès. En effet, le centre en est déjà à 82 % de son objectif annuel, qui frôle les 2,5 M\$, et l'année se termine en mars 2004.

Et en ce qui concerne les réunions, des événements de plus petite envergure, l'objectif annuel atteint déjà 86 %, avec 107 contrats signés. À la fin de son année financière, le Centre des congrès devrait avoir atteint 95 % de son budget de 5 M\$.

« Le marché a subi un revirement important, fait remarquer M. Pinault. En raison des condi-



Claude Pinault, pdg du Centre des congrès de Québec, souhaite l'amélioration des liaisons aériennes avec la Vieille Capitale.

tions économiques mondiales, les taux d'occupation ont chuté et les acheteurs exercent une pression à la baisse sur les prix et sur nos profits. Et c'est sans compter une concurrence qui s'accroît continuellement. »

La crise n'a fait que confirmer le dicton voulant que le malheur des uns fasse le bonheur des autres.

Un tournant majeur

Depuis l'éclatement de la bulle des technos, en 2000, le Centre des congrès de Québec n'a pas vraiment eu la vie facile avec, en toile de fond, une desserte aérienne déficiente. De plus, les conditions économiques difficiles ont exigé un changement de cap important de la part de l'équipe. Pour tirer son épingle du jeu, le Centre des congrès a dû développer une stratégie de vente énergique et très ciblée, concentrée sur les marchés de proximité.

« Nous visons particulièrement le marché associatif

L'atteinte des objectifs annuels (au 31 août 2003)

Marché	Proportion de l'objectif
International	114 %
Américain	100 %
Canadien	83 %
Québécois	69 %

SOURCE : CENTRE DES CONGRÈS DE QUÉBEC
TABLEAU : LES AFFAIRES

du Québec, de Toronto et d'Ottawa, et d'un peu partout au Canada, précise M. Pinault. Mais ce type de clientèle planifie bien souvent à la dernière minute. C'est pour cette raison qu'il est difficile pour nous de prévoir les ventes. »

Le défi de la notoriété

Si la notoriété de Québec est acquise en matière de tourisme d'agrément, M. Pinault est d'avis que la ville a encore du pain sur la planche en ce qui concerne le tourisme d'affaires. Il explique que cette suprématie du tourisme d'agrément provoque une dualité considérable entre les parties en saison estivale.

Selon lui, il est faux de prétendre que les réunions et congrès sont des événements printaniers ou automnaux puisqu'il s'en tient plusieurs en été. Et à Québec, bien malin qui trouvera à loger plusieurs congressistes en été !


« Bien que Québec n'ait pas encore une réputation aussi définie que Montréal pour la tenue de congrès d'envergure, son potentiel n'en demeure pas moins énorme », estime Claude Pinault. Et selon lui, cette petite mine d'or trouverait sa clé dans l'amélioration de ses liaisons aériennes, une opinion partagée par l'ensemble de la communauté d'affaires de la Vieille Capitale.

L'avenir s'annonce prometteur pour le Centre des congrès de Québec qui, en 2003, a été

classé parmi les trois meilleurs centres de congrès par l'Asso-

ciation internationale des Palais de congrès pour la

qualité de ses services et la satisfaction de sa clientèle. ■



Auberge de la gare
Le charme d'une auberge... Le cachet d'un grand hôtel...

Membre de la chaîne hôtelière
1 800 361-6162
Membre de l'Association touristique de l'Outaouais

Les chambres sont munies d'une prise pour votre modem

Nous vous offrons sans frais :

- Petite cafetière
- Appels locaux
- Stationnement
- Petit réfrigérateur
- Petit déjeuner continental

Nous disposons d'une salle pour vos réunions.

205, boul. St-Joseph, Gatineau (secteur - Hull), Qc J8Y 3X3
Tél.: (819) 778-8085 • www.aubergedelagare.ca

LES AFFAIRES 4 ÉTOILES



À partir de 124\$
Par personne, par nuit, occupation double, incluant :

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

246, chemin du Lac Millette,
Saint-Sauveur, Qc J0R 1R3
1 800 361-0505
www.manoir-saint-sauveur.com
c.michaud@manoir-saint-sauveur.com

MANOIR SAINT-SAUVEUR

L'expérience d'un congrès à Sherbrooke

Les congressistes qui séjournent dans notre région apprécient les installations d'accueil, tout en profitant de leurs moments libres pour découvrir l'environnement exceptionnel d'une destination urbaine au cœur de la nature.

L'accueil et le divertissement de vos congressistes sont notre force.

- Service d'assistance pour votre comité organisateur
- Visites d'inspection de sites potentiels
- Guide personnalisé de l'organisateur
- Outils de promotion
- Service d'accueil sur le site du congrès
- Transport entre les hôtels
- Visites touristiques et activités récréatives adaptées, randonnée canot-vélo, concert sous terre, visite guidée théâtralisée
- Dégustation de produits du terroir, de bières et de vins locaux

C'est ça, notre conception de la réussite d'un congrès!

Tourisme Sherbrooke

Tél. : (819) 822-6195 • 1 800 561-8331
(demandez le service aux congrès)
Courriel : lyndag@sdes.ca
Internet : www.tourismesherbrooke.com

Mont-Tremblant sait joindre l'utile à l'agréable

Michel De Smet
dossiers@transcontinental.ca

Comme destination touristique d'affaires, la région de Tremblant se consacre à l'accueil de congrès d'envergure intermédiaire. Comme le signale, **Yanick Beauperthuis**, chef du service des ventes aux sociétés à la **Station Mont-Tremblant**, l'infrastructure hôtelière locale et les salles de réunion disponibles sont idéales pour recevoir des groupes de 150 à 500 participants.

Par contre, grâce à une offre conjointe des hôteliers de la région, il est possible à Tremblant d'accueillir jusqu'à 1 500 participants : « Cela s'est déjà vu, il faut que les organisateurs du congrès acceptent de répartir les congressistes dans des endroits différents pour leurs réunions, la région

ne comportant pas de salles assez grandes pour contenir autant de personnes », explique **Nathalie Nolet**, gestionnaire du tourisme d'affaires à **Tourisme Mont-Tremblant**.

Un produit unique

Que ce soit pour des congrès importants ou des réunions d'affaires, la région joue ses meilleurs atouts : un positionnement exceptionnel dans l'est de l'Amérique du Nord, des infrastructures de classe internationale et un secteur de villégiature quatre saisons de renommée mondiale.

« C'est notre carte maîtresse et ça fonctionne à merveille. Un dirigeant de **Xerox**, une entreprise qui tient chaque année une importante réunion d'affaires chez nous, me confiait récemment que les employés qui sont venus au

Les principaux établissements pour les affaires

- > Les Suites Tremblant : 7 hôtels et un total de 14 salles de réunion avec accès au Centre des congrès.
- > Hôtel Club Tremblant : 112 chambres et 12 salles de réunion totalisant 10 000 pi².
- > Gray Rocks : 160 chambres et 13 salles de réunion totalisant 14 000 pi².
- > Le Grand Lodge du Lac Ouimet. 111 chambres et 13 salles de réunion totalisant 12 000 pi².
- > Le Westin Resort : 126 chambres et 6 salles de réunion. C'est le plus petit hôtel de la chaîne au monde.
- > Le Centre des congrès : 10 000 pi². Il peut accueillir 400 personnes.

TABLEAU : LES AFFAIRES

moins une fois à Tremblant quittent rarement l'entreprise dans les années subséquentes. Selon lui, le cadre est propice pour déployer des activités de motivation et de renforcement de l'esprit d'équipe », raconte **Lyne Lortie**, directrice des communications à la Station Mont-Tremblant.

M^{me} Nolet abonde dans le

même sens. C'est un endroit idéal pour donner de la formation. « Après une session de cours astreignante, les participants peuvent s'oxygéner et se détendre pleinement. »

Selon M^{mes} Lortie et Nolet, la proximité de Montréal représente un avantage complémentaire. Plusieurs congrès se déroulant à Montréal prévoient une escapade de 24 heures à Tremblant ou l'inverse.

Au total, la région du Mont-Tremblant compte trois hôtels cinq étoiles et 10 hôtels quatre étoiles offrant une capacité d'hébergement de 1 760 chambres. L'hôtel **Fairmont Tremblant** dispose de la salle de



ASSOCIATION DE VILLÉGIATURE TREMBLANT

Le Centre des congrès Tremblant offre un cadre chaleureux pour la tenue de réunion.

réunion la plus spacieuse pouvant accueillir 600 personnes.

Mais la région s'appuie également sur une infrastructure plus modeste de lieux plus intimistes pour compléter son offre d'hébergement destinée à la clientèle d'affaires. À titre d'exemple, non loin d'une pinède, l'auberge **À la croisée des chemins**, située à La Conception, propose une salle de réunion pouvant contenir jusqu'à 15 personnes. Dans une optique plus luxueuse, le nouvel hôtel **Le Quintessence**, dont l'inauguration est prévue

le 26 septembre, offrira la *nec plus ultra* d'un cinq étoiles avec une petite salle toute équipée pour les congressistes ainsi qu'un hébergement de 30 chambres.

« Nous attendons dans les prochaines semaines l'engagement financier du fédéral pour entamer les phases 3 et 4 du développement à la Station. Il est prévu de construire sur le versant est de la montagne plusieurs hôtels, des commerces et un nouveau Centre des congrès », conclut M. Beauperthuis. ■

FAIRMONT LE CHÂTEAU FRONTENAC
EST FIER DE SES 110 ANS
DE TRADITION HÔTELIÈRE



22 000 pi² d'espaces réunion équipés à la fine pointe avec liens Internet haute-vitesse, un centre d'affaires moderne et notre service personnalisé font de chaque événement une réussite. Le tout relevé d'une gastronomie conjuguant les grands classiques culinaires aux saveurs du terroir québécois, pour un séjour d'affaires imprégné d'histoire, de prestige et de charme.

FORFAIT AFFAIRES

À PARTIR DE
135\$*
PAR PERSONNE
EN OCCUPATION
DOUBLE

Comprend l'hébergement pour une nuit, petit déjeuner et déjeuner, deux pauses café, une salle de réunion pour le groupe incluant les frais de service et un surclassement à une suite junior.

VALIDE DU 19 OCTOBRE 2003 AU 30 AVRIL 2004

Pour réservations, contactez notre Bureau des ventes
au (418) 692-3861 poste 6278

Fairmont
LE CHÂTEAU FRONTENAC

1, RUE DES CARRIÈRES, QUÉBEC (QUÉBEC) G1R 4P5 www.fairmont.com

* Ce tarif est basé sur un minimum de 10 chambres par nuit. Certaines restrictions s'appliquent. La pause-café est proportionnelle au nombre de chambres occupées. Applicable pour les nouvelles réservations seulement. Forfait d'une nuit par personne en occupation double, chambre catégorie Fairmont. Taxes en sus.

Emma 2 ans, atteinte de fibrose kystique.

Noël à la Carte

Campagne de vente de cartes de Noël venant en aide à l'Association québécoise de la fibrose kystique

Pour commander ou obtenir gratuitement le catalogue :
(450) 923-9991
www.noelalacarte.com

partenaire
Transcontinental

Association québécoise de la fibrose kystique
Quebec Cystic Fibrosis Association

Canadian Cystic Fibrosis Foundation
Fondation canadienne de la fibrose kystique

Comment assurer le succès de ses réunions stratégiques

La préparation est importante, car les discussions sont menées rondement

Sylvie Lemieux

dossiers@transcontinental.ca

Parce que les réunions stratégiques (lac-à-l'épaule, réunion de planification, etc.) regroupent un nombre limité de personnes, leur organisation nécessite une logistique moins imposante qu'un congrès. Il y a toutefois certains éléments essentiels pour garantir leur succès.

La préparation

La préparation des participants constitue un ingrédient essentiel. Généralement, c'est lors de ces réunions que l'entreprise décide de ses grandes orientations ou tente de rallier ses troupes autour d'un changement majeur. Il faut donc susciter la réflexion des gens avant qu'ils entrent dans la salle de réunion.

Quelques semaines avant l'événement, les participants aux réunions de planification stratégique chez **Bell Canada** reçoivent de la haute direction des documents qui précisent les objectifs à atteindre pour les prochaines années. Les gens travaillent ensuite en petits groupes pour débroussailler le tout, cerner les contraintes ou les obstacles qui pourraient nuire à l'atteinte des résultats et élaborer un ensemble de stratégies.

Le fruit de tout ce travail est alors discuté au cours de la réunion dont le but est dégager un consensus sur un petit nombre d'actions, explique **Michel Gagné**, vice-président, recherche marketing.

Cette préparation est nécessaire pour que les réunions soient productives, affirme **Vincent Lamoureux**, chef des relations publiques chez **Merck Frosst**. « Généralement, les gens ont en main l'ordre du jour qui est très

précis. La documentation qu'on leur remet, la bible, selon le jargon du milieu, vient soutenir les discussions », dit-il.

Faire appel à un facilitateur

Les réunions stratégiques durent en moyenne deux jours. Les discussions ont donc besoin d'être menées rondement. Les entreprises gagnent alors à faire appel au service d'un facilitateur ou d'un expert en dynamique de groupe.

« Ils font en sorte que la discussion ne s'enlise pas, explique M. Gagné. Ils sont habiles pour aller chercher l'opinion des personnes qui ont tendance à rester dans leur coin ou pour retenir ceux qui prennent trop souvent le plancher. »

Les réunions

stratégiques

se déroulent à

proximité afin d'éviter

les pertes de temps.

L'accent est mis

sur le contenu.

Selon le cas, Bell mobilise une personne des ressources humaines qui a acquis cette spécialisation ou embauche une personne de l'extérieur.

La firme **Improbable** a développé une expertise dans la communication stratégique. Avec différentes techniques de développement organisationnel et des outils de créativité, elle est en mesure d'aider les entreprises à animer leurs réunions dans le but de favoriser la participation des gens.

Les activités sont plus ou moins ludiques, et elles incitent les gens à émettre des idées, des plus folles aux plus



Le but des réunions stratégiques est de dégager un consensus sur un petit nombre d'actions.

réalistes, sans perdre de vue les objectifs de la réunion.

Parmi les outils proposés, **Improbable** peut organiser une table ronde à la **Jean-Luc Mongrain** où un des animateurs de la firme incarne le très connu présentateur de nouvelles de **TQS** qui invite alors les personnes présentes à se prononcer sur un sujet donné.

« Cette technique permet entre autres d'exprimer et d'éliminer les irritants, explique **Raymond Arpin**, président d'**Improbable**, qui a aussi une formation de comédien et d'improvisateur. Cette activité doit préférablement se tenir au début de la réunion, sinon l'entreprise n'obtient pas le même degré d'engagement des participants. »

S'éloigner ou non des activités quotidiennes

En règle générale, les entreprises préfèrent s'éloigner du bureau pour tenir une réunion stratégique. En se libérant des activités quotidiennes, les participants peuvent se concentrer sur la tâche à accomplir, explique M. Gagné.

Chez **Merck Frosst**, cette pra-

tique tend à diminuer en raison du contexte économique. Dans un souci de réduction des coûts, les réunions se tiennent le plus souvent au siège social, à Montréal.

« Si on le veut, il y a moyen de s'isoler même en restant au bureau », assure M. Lamoureux. Il faut se tenir loin de son télé-

phone, refuser les rencontres imprévues et demander à son équipe de faire comme si on n'était pas là.

Même s'ils doivent s'absenter du bureau, les gens ne sont souvent pas bien loin. En effet, à la différence des congrès et des rencontres de motivation qui ont souvent lieu dans des

villes éloignées ou des destinations exotiques, les réunions stratégiques se déroulent à proximité afin d'éviter que les gens ne perdent du temps en déplacement.

Durant ces rencontres, l'accent est mis sur le contenu. Les journées de travail sont souvent longues et bien remplies. Même s'il reste peu de place pour des activités parallèles, il est quand même possible de prévoir des moments de détente. Ces activités ne doivent toutefois pas venir perturber un horaire déjà chargé.

Dans les établissements hôteliers, le personnel de la direction des congrès peut aider les organisateurs à choisir l'activité appropriée. « Nous sommes là pour enrober l'événement, précise **Patricia Brouard**, porte-parole du **Baluchon, Auberges et seigneurie**, de Saint-Paulin, en Mauricie. On peut leur suggérer différentes activités sur notre site ou les diriger vers des ressources locales. » ■

RESTAURANT



La finesse de l'art culinaire

1227 de la Montagne
Montréal, Québec, H3G 1Z2
514-398-9229
www.europea.ca

Parce que nous croyons que le Québec n'a rien à envier aux autres continents, nous mettons ses meilleurs produits en vedette.

CONFÉRENCES, FORMATIONS ET ANIMATIONS

Une ambiance sociale terne a besoin d'une équipe Vente/Service rayonnante et enthousiaste.

Le meilleur "pep-talk" en ville pour votre prochaine réunion;

Simon Blouin conférencier

Une session de formation (1%) pour vos gestionnaires;

Simon Blouin formateur agréé

Un maître de cérémonie pour une inauguration ou un congrès;

Simon Blouin animateur

Une analyse de l'ambiance dans votre organisation;

Simon Blouin consultant

Un conseiller pour se refaire un plan de succès;

Simon Blouin coach privé



www.simonblouin.com

simon@simonblouin.com

téléphone : (450) 224-1555

À MI-CHEMIN ENTRE MONTRÉAL ET QUÉBEC

Le cadre *parfait*



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

AUBERGE GODEFROY
HÔTEL • SPA • GOLF



17575, boulevard Bécancour
Bécancour (Québec) G9H 1A5
Téléphone : 819.233.2200
aubergedefroy.com

Service des ventes : 1.888.422.1620 - ventes@aubergedefroy.com

Gaspé propose mer et montagne

Alain Duhamel

alain.duhamel@transcontinental.ca

La nature et l'aventure qui font la notoriété de la Gaspésie pourraient-ils attirer aussi des touristes d'affaires ?

« Il faut accorder plus d'importance à cette clientèle, avoue Stéphane Lacroix, directeur général l'Office du tourisme et des congrès de Gaspé.

Nous en sommes à nos premiers pas et nous pensons pouvoir tirer nos marrons du feu. »

Gaspé veut se faire une place dans l'industrie en ciblant le marché des réunions et petits congrès à la recherche d'activités en mer ou en montagne.

« Vous ne pourrez faire une meilleure affaire, c'est un magnifique coin de pays. C'est notre atout ! », dit M. Lacroix.

Le centre des congrès de l'Hôtel des commandants (4 étoiles, 70 chambres) a six salles de réunion et peut accueillir jusqu'à 350 personnes. L'initiative de Gaspé élargit et diversifie l'offre gaspésienne dans le marché québécois. Auparavant, toute l'offre se concentrait à Matane qui, avec trois hôtels d'affaires, vise le marché des congrès et évé-

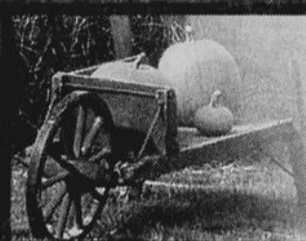
nements de plus de 200 personnes.

Aux yeux de M. Lacroix, Matane et Gaspé ne seront pas concurrentes. « Plus il y aura de partenaires dans l'est du Québec, plus l'offre sera intéressante », dit-il.

Une troisième ville complétera l'offre gaspésienne si le projet de construire un centre régional des congrès à Carleton prend forme. ■



Gaspé veut cibler le marché des réunions et des petits congrès à la recherche d'activités en mer ou en montagne.



Découvrez les
Cantons-de-l'Est...



Québec, Canada

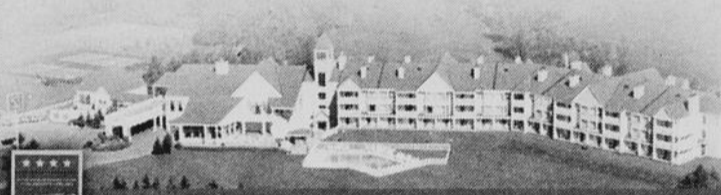
À 1 h de
Montréal!



MANOIR DES SABLES

Les Hôtels
MAGOG-ORFORD

HÔTEL CHÉRIBOURG



Salles pouvant accueillir jusqu'à 1000 invités, 32 000 pi² d'espace réunion

1 888 550-1488 • www.manoirdessables.com - www.cheribourg.com - Face au mont Orford, Aut. 10, sortie 118

AFFAIRES ET GASTRONOMIE
POUR DES RÉUNIONS
PRODUCTIVES

Auberge
WEST
BROME

- 26 chambres et suites
- 3 salles de réunion de 5 à 140 personnes
- Fine cuisine champêtre, le canard à son meilleur!
- Gymnase équipé
- Vue sur le mont Sutton



1 888 902-7663 • www.aubergewestbrome.ca

SITE EXCEPTIONNEL FACE
AU LAC MEMPHRÉMAGOG

Centre de conférences et de banquets

- Salles avec vue panoramique pouvant accueillir jusqu'à 100 personnes
- 53 chambres, dont 27 nouvelles (bain thérapeutique, plusieurs avec foyer)
- Prise télématique haute vitesse
- Cuisine renommée
- Condos adjacents à l'auberge, véritables suites exécutives

Place
l'Étoile
sur le lac
Auberge et Condos



1 800 567-2727 • www.etoile-sur-le-lac.com

UN EMPLACEMENT
À HAUT RENDEMENT!

AUBERGE CHAMPÊTRE
GASTRONOMIQUE

Victorines
du Lac

- Sur le bord du lac Mégantic
- 15 chambres avec salles de bain privées
- 2 salles de réunion (12 à 24 personnes)
- Cuisine gastronomique champêtre
- Activités à proximité



1 866 494-6904 • www.victorines.qc.ca

LA CONJONCTURE IDÉALE
POUR VOS RÉUNIONS!

- Hébergement 4 étoiles face au lac Brome, 38 chambres et suites
- 3 salles de réunion de 5 à 100 personnes
- Cuisine raffinée - française et terroir
- Piscine intérieure, sauna et bain tourbillon
- À 6 km de Knowlton
- Jeux d'équipe www.safariloowak.com

AUBERGE ET RESTAURANT
Quilliams
LAC BROME



1 888 922-0404 • www.aubergequilliams.com

TOURISME
CANTONS-DE-L'EST

Pour plus d'information sur la région des Cantons-de-l'Est :
1 800 355-5755 • www.tourismecantons.qc.ca

Bonjour Québec

Les traiteurs veulent se donner un code d'éthique

Claudine Hébert
dossiers@transcontinental.ca

L'Association des traiteurs professionnels du Québec travaille actuellement à l'élaboration d'un code d'éthique afin de permettre au grand public de mieux savoir quels sont les vrais traiteurs. Ce code, qui devrait être terminé d'ici un an, sera disponible sur le site Internet de l'association (www.traiteurs-quebec.com).

Au cours des dernières années, le terme traiteur a été un peu galvaudé. Par définition, un traiteur possède l'expérience et l'équipement nécessaires à l'organisation du plus petit au plus grand événement, peu importe l'endroit.

On a cependant constaté qu'au fil des ans plusieurs s'improvisent traiteurs, particulièrement à l'approche des *partys* de Noël.

« Les clients doivent être plus vigilants, car plusieurs entreprises qui se disent traiteurs ne sont même pas inspectées, elles sont loin d'assurer la qualité de leurs

aliments et, dans bien des cas, les gens travaillent au noir, indique le président de l'association, **Bernard Saurette**, propriétaire de **Bernard et fils traiteur**.

L'association, qui existe depuis huit ans, a récemment ajouté le qualificatif professionnel à son appellation.

De vrais professionnels

D'ici la diffusion du code d'éthique sur le Web, les clients qui le désirent peuvent prendre connaissance de la liste des membres de l'association, des traiteurs professionnels qui génèrent obligatoirement plus de 50 % de leur chiffre d'affaires à l'extérieur de leur siège social. « Et, cela va de soi, tous sont assujettis à diverses inspections de qualité et cotisent à la CSST », ajoute M. Saurette.

Yves Lévesque, propriétaire de **Dansereau Traiteur**, perçoit de plus en plus les retombées des efforts de l'association. « Il fut un temps où l'on soumissionnait contre des traiteurs dont on ne connaissait même



Pierre Carrier, d'Agnus Dei, voit d'un bon oeil la création d'un code d'éthique pour les traiteurs.

pas l'existence. Ça en était enrageant. Aujourd'hui, parce qu'ils sont mieux informés, les clients font généralement toujours appel aux mêmes traiteurs haut de gamme », souligne-t-il.

Un industrie encore fragile

Le président d'Agnus Dei, **Pierre Carrier**, voit également d'un bon oeil la nouvelle orien-

tation de l'association. « Il y a 20 ans, la profession de traiteur était limitée, car elle coûtait un peu trop cher pour la majorité des gens. Aujourd'hui, elle s'est démocratisée. Elle est devenue plus accessible. Je suis cependant conscient de la fragilité de notre industrie. Il faut constamment maintenir la qualité de nos aliments. Les clients recherchent mainte-

nant la fraîcheur. Ils veulent de plus en plus des aliments biologiques. Finie l'époque des petits sandwiches aux oeufs et au jambon. Les gens désirent une qualité de service et de produits que sont loin de garantir les traiteurs de sous-sol, qu'il faut cesser d'encourager. Cela nuit à la réputation de notre profession », estime M. Carrier.

Considéré comme l'un des plus gros traiteurs artisans de la province, Agnus Dei s'est d'ailleurs bâti une solide réputation depuis sa création il y a 17 ans.

L'entreprise, qui compte aujourd'hui plus de 80 employés, voit son chiffre d'affaires grimper de 30 % à chaque année depuis les 15 dernières années. Son secret ? « L'imagination, la créativité et surtout la bonne gestion. Mais son plus grand atout est de savoir s'entourer de professionnels qui partagent eux aussi la passion pour l'organisation d'événements », dit M. Carrier.

Pour la plupart des traiteurs professionnels, la clientèle d'entreprise représente

maintenant 80 %, et parfois plus, du chiffre d'affaires. Le traiteur fait tellement partie du quotidien des entreprises qu'il y joue de plus en plus un rôle de consultant lors de la construction de locaux.

Des cuisines parfaites

Parlez-en à Yves Lévesque. « Au cours des 10 dernières années, les grandes entreprises m'ont consulté pour l'aménagement de leur cuisine de bureau. Elles ont compris que l'aménagement d'une bonne cuisine représentait un investissement qui s'amortissait au fil des ans.

« Ces entreprises souhaitent que leur cuisine plaise aux employés, qu'elle puisse aussi être assez grande et surtout efficace pour le travail des traiteurs. J'en ai d'ailleurs convaincu plusieurs de se munir de leur propre service de vaisselle et d'un lave-vaisselle. Pour m'assurer que le modèle de cuisine convienne au plus de gens possible, je n'hésite pas à demander l'avis de mes compétiteurs. » ■



Hôtel rénové !

Nouvelle classe affaires

Forfait « Affaires »

45 SALLES POUR VOUS SERVIR



Le plus important complexe hôtelier et centre des congrès régional au Québec

Seulement 30 minutes de Montréal, en bordure de l'autoroute 20

1200, Johnson,
Saint-Hyacinthe (Québec)
J2S 7K7

Téléphones : (450) 774-3810
Sans frais : 1 866 734-4638

Montréal et les environs : (514) 334-3810 Télécopieur : (450) 774-6955
seigneurs.sthy@chipreit.com www.hoteldesseigneurs.com

HÔTEL DES SEIGNEURS
SAINT-HYACINTHE
Réunion - Congrès - Exposition

1 866 SEIGNEUR

Saint-Hyacinthe

Pour vos réunions et congrès de toute envergure!

- 15 lieux de rassemblements pouvant accueillir de 5 à 3 200 personnes.
- 11 établissements hôteliers totalisant 533 chambres.
- Plus de 30 restaurants (incluant des tables champêtres et des érablières).
- Des attraits, des activités et des événements pour agrémenter votre séjour.

Pour obtenir des conseils, du soutien et de l'assistance dans l'organisation de votre congrès, votre événement ou réunion dans notre région, contactez le Bureau de tourisme et des congrès de Saint-Hyacinthe (services gratuits).

NOUVEAUTÉS

« Guide de l'organisateur
de congrès 2002-2003 »
« Site internet complètement révisé »



Bureau de
TOURISME - CONGRÈS
de Saint-Hyacinthe

(450) 774-7276 • 1 800 849-7276 / www.tourismesainthyacinthe.qc.ca

Différentes formules pour luncher au boulot... quand il le faut

Les employés préféreront toujours la variété dans les menus

Claudine Hébert

dossiers@transcontinental.ca

Il arrive fréquemment que les réunions de création, d'échange d'idées, les rencontres à huis clos ou les derniers détails à régler d'un dossier doivent se prolonger durant l'heure du dîner. Que doit-on alors servir

aux employés, aux partenaires ou aux clients qui participent à la rencontre ?

« Surtout pas du *fast food*, lance **Stéphane Parent**, conseiller principal chez **Événement'ciel**. Du moins pas aux clients ou aux partenaires d'affaires. Les traiteurs offrent maintenant une variété de

menus composés de sandwiches (pitas, roulés, etc...) et de salades. Même si on a recours à leurs services toute la semaine, ils ont assez d'idées pour que le groupe mange des plats différents tous les jours », explique M. Parent.

Une spécialité

De l'avis de plusieurs, la tendance est aux menus thématiques. Cuisine marocaine, asiatique, espagnole, on n'a qu'à demander, et hop, les participants s'offrent un voyage autour du monde à l'heure du midi.

Le traiteur **Agnus Dei** a justement développé ce marché en pleine croissance en ouvrant sa filiale **Avec Plaisir**, qui se concentre sur la préparation de buffets froids du midi. Il y a un an, le traiteur devait préparer de cinq à six lunches par jour.

« Depuis la création d'**Avec Plaisir**, c'est plus de 60 lunches que l'on concocte chaque midi. D'autant plus que la préparation des repas du midi et ceux des événements sont deux marchés qui nécessitent

une logistique très différente », indique **Pierre Carrier**, propriétaire d'**Agnus Dei**.

Et côté service ? Favorise-t-on la formule buffet ou le service personnalisé ? « Plutôt que de miser sur un gros buffet qui entraîne une file d'attente et provoque des longueurs, on propose de plus en plus à nos

Cuisine marocaine, asiatique, espagnole, on n'a qu'à demander, et hop, les participants s'offrent un voyage à l'heure du midi.

clients de recourir à des serveurs qui offrent des bouchées sur plateaux. Plus il y a de serveurs, plus le service se fait rapidement. Du coup, on sauve du temps et cela permet de continuer de travailler tout en mangeant. Cette formule est tellement efficace qu'on l'utilise pour nos propres rencontres », dit **Julie Tremblay**,



La tendance est aux menus thématiques, comme les sushis.

directrice des projets spéciaux pour le groupe **Cossette communication-marketing**.

Par ailleurs, qu'il s'agisse d'un buffet, d'un service sur plateaux ou de boîtes à lunch, les plats doivent demeurer simples. « Les bouchées doivent être faciles à avaler. On ne veut surtout pas que les gens aient la bouche pleine. On a d'ailleurs retiré de nos menus tous les gros sushis », explique **Yves Lévesque**, propriétaire de **Dansereau Traiteur**.

Enfin, il se peut qu'un jour, la réunion à l'heure du lunch n'ait pas été prévue. Dans ce cas, on fait appel au traditionnel livreur : sushis, pizza, sous-marins ou poulet. On y va selon les goûts. Évidemment, mieux vaut commander quelque chose de rafraîchissant et de léger pour ne pas trop alourdir les estomacs et endormir les esprits. Il faut que les participants demeurent alertes. Après tout, ils sont encore au boulot... ■

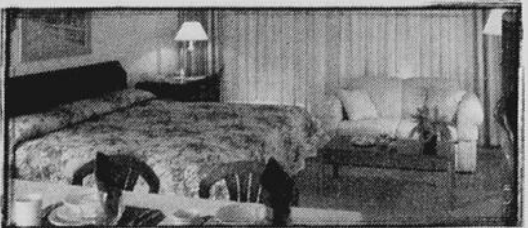
MARRIOTT RESIDENCE INN MONTRÉAL CENTRE-VILLE



Place au travail,



Place à la détente,

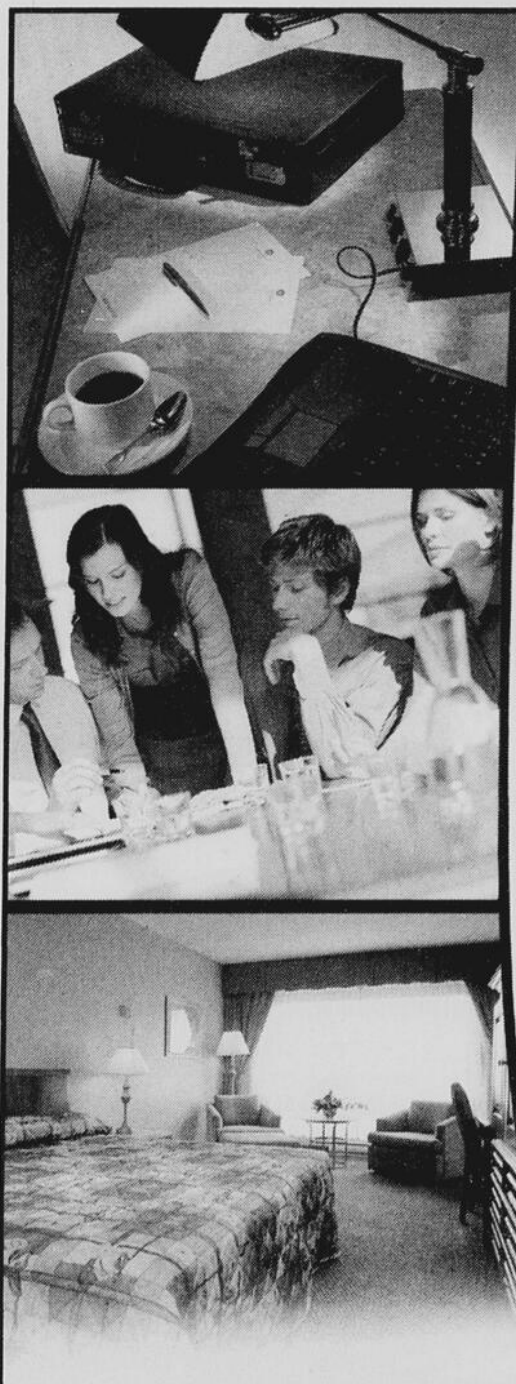


Place au bien-être.*

- Situé en plein cœur du centre-ville, à proximité du quartier des affaires, du métro Peel, de la ville souterraine, des centres commerciaux, des musées, des restaurants et du « nightlife » ;
- 190 studios et suites avec cuisine complète ;
- Petit déjeuner quotidien de style buffet et un goûter du lundi au jeudi servi au foyer, à titre gracieux ;
- Quelques commodités : service d'entretien ménager quotidien, service d'épicerie et buanderie sur place ;
- Piscine intérieure, salle de conditionnement physique et terrasse avec vue panoramique sur la ville ;
- 1 495 pieds carrés d'espace de réunion avec éclairage naturel ;
- Programme de Marriott Rewards®.



Marriott Residence Inn – Montréal Centre-ville
2045, rue Peel • Montréal, Québec • H3A 1T6
Téléphone : (514) 982-6064 • Télécopieur : (514) 844-8361
www.residenceinn-mtl.com



Club
GOUVERNEUR

Nuit et petit déjeuner

à partir de **72\$***

Gens d'affaires,
adhérez gratuitement au programme
Club Gouverneur et obtenez :

- un tarif corporatif préférentiel
 - un petit déjeuner continental
 - vos appels locaux gratuits
 - une 15^e nuitée gratuite
 - l'accès Internet haute vitesse**
- et bien d'autres avantages***

Aéroplan®

750 milles Aéroplan par séjour
13 octobre au 14 décembre 2003



GOUVERNEUR
HÔTELS

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

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

* Le prix peut varier selon les établissements. Aucune autre offre ne peut être jumelée à cette promotion.
** Dans certains établissements. *** Voir tous les détails sur le site www.gouverneur.com

La gastronomie compte beaucoup dans le choix d'un lieu

Claudine Hébert
dossiers@transcontinental.ca

Au-delà des infrastructures et de la localisation géographique, le principal critère influençant les entreprises dans le choix de leurs établissements hôteliers est la gastronomie.

Pierre Poirier, directeur de l'accueil de l'hôtel-restaurant **L'Eau-à-la-Bouche**, à Sainte-Adèle, constate l'ampleur de cette tendance depuis déjà quelques années. « La gastronomie contribue dorénavant au succès d'une réunion. Nous en sommes conscients. Plusieurs membres de conseils d'administration choisissent notre établissement pour la renommée de sa table, couronnée par un nombre impressionnant de prix. La clientèle d'affaires représente près de 65 % de notre chiffre d'affaires. Et cette proportion grimpe jusqu'à 75 % à certaines périodes de l'année. Notamment au printemps et l'automne », indique M. Poirier.

Évidemment, les entreprises sont très exigeantes et en veulent pour leur argent. La majorité d'entre elles magasinent leur destination avant de faire



À l'Auberge des 21, les petits groupes d'affaires seront invités à créer leur propre plat gastronomique en compagnie du chef.

leur choix. « La compétition ne se fait plus seulement entre établissements d'une même région. Il n'est pas rare qu'une entreprise de Montréal hésite entre les Laurentides, Lanaudière et les Cantons de l'Est pour la tenue de ses réunions », précise Pierre Poirier.

Des hôtels appréciés

Déjà synonyme de séjour dans un milieu unique depuis plus de 10 ans, la bannière québécoise **Hôtellerie Champêtre**

compte elle aussi devenir une référence gastronomique. Depuis 1999, le réseau regroupe 23 établissements répartis dans 12 régions du Québec.

« Pour le moment, la clientèle d'affaires représente 30 % du taux d'occupation au sein du réseau. Ce n'est qu'un début puisque ce marché augmente d'au moins 10 % chaque année », confie **Nathalie Gaudet**, directrice générale du réseau **Hôtellerie Champêtre**. Outre leur petit cachet exo-

tique, tous les établissements du réseau proposent des tables gastronomiques dont le contenu diffère d'un endroit à l'autre. Certains privilégient le menu champêtre, d'autres, la fine cuisine. En fait, comme nous l'explique Nathalie Gaudet, chacun possède une expertise culinaire et offre un produit adapté aux besoins et au budget de la clientèle.

Par exemple, l'**Auberge Lac-à-l'Eau-Claire**, à Saint-Alexis-des-Monts, sert une truite grillée de style BBQ. Un véritable coup de coeur...

À l'**Hôtel l'Estérel**, un chariot rempli de crèmes glacées agrémentées les pauses-café extérieures, ou encore à l'**Hôtel La Sapinière**, les dégustations de portos dans la cave à vin connaissent beaucoup de succès.

Des menus sur mesure

Il est noté que le réseau **Hôtellerie Champêtre** comptera un premier établissement où les petits groupes d'affaires seront invités à créer leur propre plat gastronomique en compagnie du chef. Cette nouveauté sera offerte sous peu à l'**Auberge des 21**, à La Baie. « Un

sejour dans l'un de nos établissements devient une façon de gâter ses membres, ses clients ou ses partenaires, dit Nathalie Gaudet. C'est un privilège qui prend des allures d'un séjour de vacances. »

Réserver les 26 chambres

À **La Pinsonnière**, à La Malbaie, les propriétaires savent qu'un dîner gastronomique constitue une façon de remercier les bons clients. Depuis un quart de siècle, l'établissement

La qualité de la table influence le choix d'un lieu pour tenir une rencontre.

de la famille **Authier**, membre de la chaîne **Relais & Châteaux**, ne cesse d'épater la clientèle avec ses gibiers, ses huîtres, son incontournable foie gras et, bien sûr, sa cave à vin, où les dégustations sont devenues une activité extrêmement populaire.

« Une bonne douzaine d'entreprises réservent d'ailleurs annuellement les 26 chambres

de l'auberge pour leur réunions d'affaires. Ils établissent leurs menus : tables gourmandes ou tables de dégustation. Nous offrons un service de traiteur pour les activités extérieures, et il nous arrive de servir leur déjeuner sur un bateau lors d'une croisière sur le fleuve », mentionne **Valérie Authier**.

Au **Fairmont Tremblant**, la place qu'occupe la gastronomie au coeur des affaires n'a rien d'étonnant. « Les gens connaissent de plus en plus la fine cuisine et les bons vins. Il fut un temps où l'hôtel proposait aux entreprises 20 choix de menus selon leurs budgets. Depuis trois ans, tout est fait sur mesure. Dès qu'un client choisit l'hôtel pour un événement, les cuisiniers travaillent avec les organisateurs », raconte **Marie-Pierre Gervais**, directrice des relations publiques de l'établissement.

Enfin, comme le note **Mme Gervais**, la gastronomie contribue tellement au succès d'un événement que lorsqu'un organisateur doit couper, ce sont les lunchs et les pauses-café qui écopent, rarement le dîner de gala. ■

Forfaits réunions

Centre de villégiature urbain 5 étoiles situé à Gatineau (Hull) à quelques minutes du centre-ville d'Ottawa.

HÔTEL
CENTRE DE CONGRÈS
THÉÂTRE :: CASINO :: SPA

Un rêve bien réel



ORGANISEZ

une réunion du 1^{er} novembre 2003 au 31 mars 2004 et profitez de cet avantageux tarif en combinant votre séjour à l'une des options suivantes: ▶

VIVA CASINO

Spectacle rythmé de danse et musique, présenté au Théâtre du Casino du 12 novembre au 31 décembre 2003.

Billets à partir de 39 \$

SOUPER DE GROUPE

à l'un des endroits suivants:

- Restaurant Arôme du Hilton Lac-Leamy
- Soupers fondue au salon Royal du Casino du Lac-Leamy avec divertissement
- Repas banquet dans l'une des salles du Centre des congrès

BONIS

- Section plénière offerte de 7 h à 17 h pour la durée de votre séjour.
- Un coupon Casino d'une valeur de 5 \$ par personne.
- Un traitement chez Amerispa pour une personne (facial, aromathérapie ou massage) pour toute réservation de nuitées.
- Surclassement dans une suite junior pour l'organisation de l'événement.

159 \$* / NUIT

CHAMBRE CLASSIQUE OU DELUXE

* Tarif par nuit, par chambre, occupation simple ou double, taxes en sus, sujet à la disponibilité. Valable pour un bloc de 10 chambres et plus.



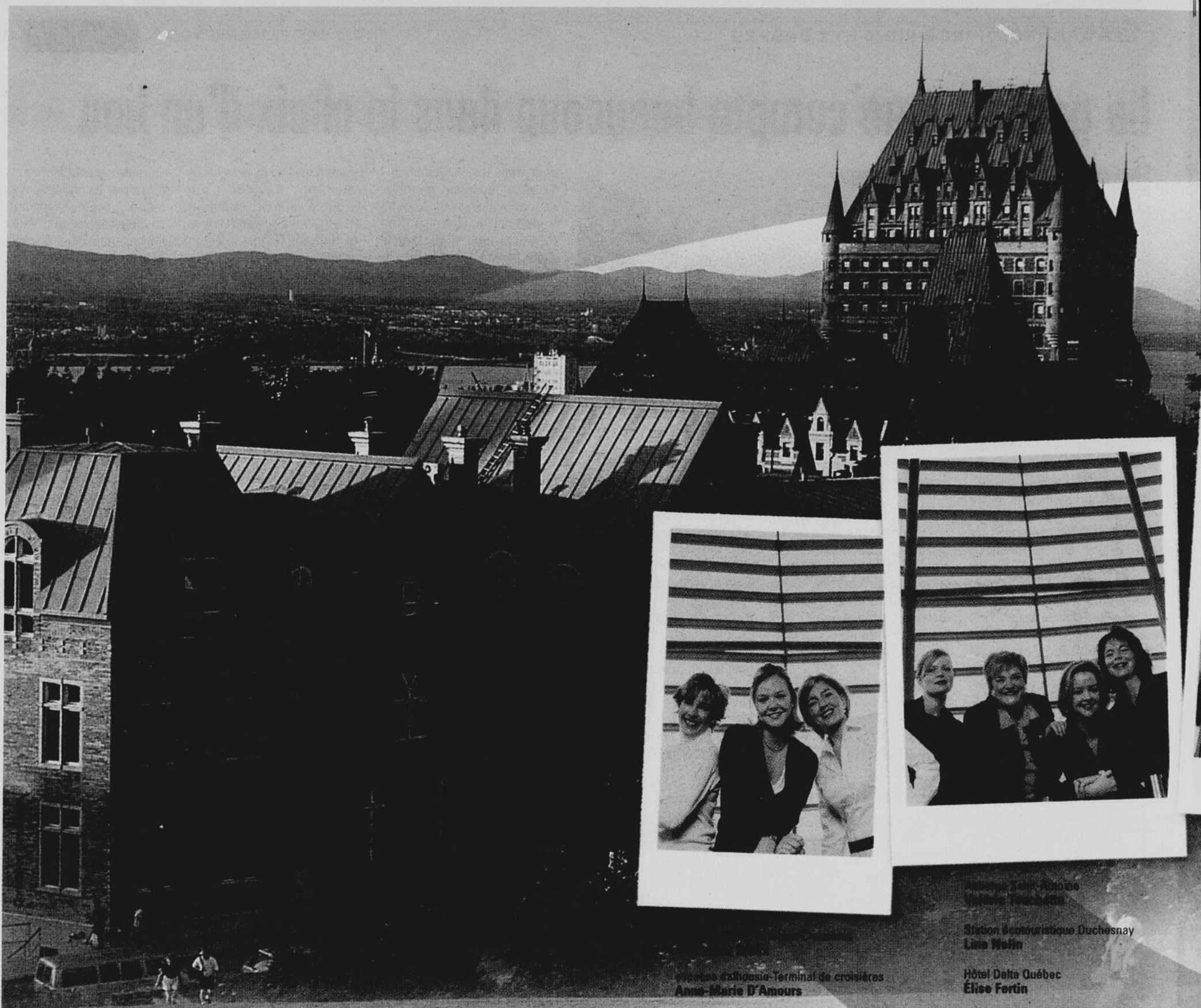
Information

Pour information, communiquez avec le département des ventes au (819) 790-6444 ou 1 866 468-7888.

www.hiltonlacleamy.com



Hilton
Lac-Leamy
Gatineau - Ottawa



espaces d'histoire-Terminal de croisières
Anne-Marie D'Amours

Hôtel Château Mont Sainte-Anne
Marie-Andrée Boivin

Auberge Saint-Antoine
Valérie Touchette

Station touristique Duchesnay
Lina Nolin

Hôtel Delta Québec
Élise Fortin

Hôtel Manoir Victoria
Lucie Charland

Confiez la préparation de votre congrès ou réunion à notre batterie d'experts.



Auberge Saint-Antoine
Valérie Touchette
1 888 692-2211
vtouchette@saint-antoine.com
www.saint-antoine.com



Château Bonne Entente
Johanne Therrien
Marie-Claude Desaulniers
1 800 463-4390
jtherrien@chateaubonneentente.com
mcdesaulniers@chateaubonneentente.com
www.chateaubonneentente.com



espaces dalhousie-Terminal de croisières
Anne-Marie D'Amours
(418) 648-3640
anne-marie.damours@espacesdalhousie.com
www.espacesdalhousie.com



Fairmont Le Château Frontenac
Gina Cuglietta
1 800 441-1414
gina.cuglietta@fairmont.com
www.fairmont.com



Groupe Dufour, Hôtels et Croisières
Helena Silva
(514) 875-2154
hsilva@groupefour.com
www.groupefour.com



Hilton Québec
Mathieu Bilodeau
(418) 648-6486
mathieu_bilodeau@hilton.com
www.hiltonquebec.com



Hôtel Château Laurier
Carole Turgeon
1 866 822-9222
caroleturgeon@vieuxquebec.com
www.vieuxquebec.com/laurier



Hôtel Château Mont Sainte-Anne
Marie-Andrée Boivin
Geneviève Chartré
1 800 463-4467
maboivin@chateaumontsainteanne.com
gchartré@chateaumontsainteanne.com
www.chateaumontsainteanne.com



Hôtel Clarion
Robert Thérien
1 800 463-5241
hotel@clarionquebec.com
www.clarionquebec.com



Hôtel Classique
Annie April
1 800 463-1885, poste 360
aapril@hotelclassique.com
www.hotelclassique.com



Hôtel Gouverneur Québec-Sainte-Foy
Marlène Beaupré
1 866 651-3030
mbeaupre@chipreit.com
www.gouverneursaintefoy.com



Hôtel Loews Le Concorde
Micheline Fiset
Raymonde Girard
1 800 463-5256
mfiset@loewshotels.com
rgirard@loewshotels.com
www.loewshotels.com



Hôtel Manoir Victoria
Lucie Charland
1 800 463-6283
lcharland@manoir-victoria.com
www.manoir-victoria.com



Hôtel Quartier
Geneviève Drolet
1 888 818-5863
gdrolet@hotelquartier.com
www.hotelquartier.com



Hôtel Delta Québec
Marie-Josée Laflamme
Andrée Gilbert
1 888 884-7777
mlaflamme@chipreit.com
agilbert@chipreit.com
www.radisson.com/quebeccityca



Manoir Montmorency
Manon Boissinot
(418) 663-3330, poste 222
boissinot.manon@sepaq.com
www.chutemontmorency.qc.ca

Incorporez!



Fairmont Le Château Frontenac
Gina Cuglietta

Hilton Québec
Anne Bois

Hôtel Loews Le Concorde
Micheline Fiset



Les hôtels JARO
Nancy Robitaille

Hôtel Quartier
Geneviève Drolet

Manoir Montmorency
Manon Boissinot



Centre des congrès de Québec
Gilles Breton

Hôtel Clarion
Danielle Delaney

Château Bonne Entente
Johanne Therrien



Hôtel Classique
Annie April

Hôtel Château Laurier
Carole Turgeon

Hôtel Gouverneur Québec-Sainte-Foy
Marlène Beaupré

Musée de la civilisation
Catherine Garneau

« La région de Québec,
pour y brasser
de grandes idées ! »



Régis Fleury

Délégué commercial
Office du tourisme et des congrès de Québec
(418) 641-6654, poste 5424
regis.fleury@cuq.qc.ca



Musée de la civilisation
Catherine Garneau
1 866 710-8031
cgarneau@mcq.org
www.mcq.org



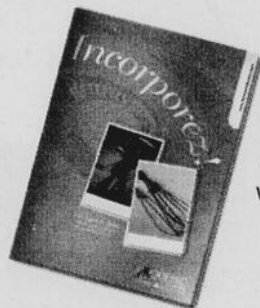
Palace Royal • Plaza Québec
Caroline Beaulieu
Annie Robitaille
1 800 567-5276
palacevente@jaro.qc.ca
directriceplaza@jaro.qc.ca
www.jaro.qc.ca



Station écotouristique Duchesnay
Line Nolin
1 877 511-5885
nolin.line@sepaq.com
www.sepaq.com/duchesnay



Centre des congrès de Québec
Gilles Breton
1 888 679-4000
gbreton@convention.qc.ca
www.convention.qc.ca



Appelez-nous
au 1 888 522-3512
pour commander
votre brochure.

www.ReunionaQuebec.com

1 888 522-3512



Québec



Dîner ou cinq-à-sept? Tout dépend du message à livrer

Claudine Hébert
dossiers@transcontinental.ca

Ce n'est pas le contenu des menus qui cause généralement d'importants maux de tête aux entreprises. Leur plus gros défi consiste à déterminer à quel moment de la journée

elles doivent tenir leurs rencontres d'affaires. Opte-t-on pour un déjeuner-conférence, un dîner-causerie ou encore un cinq-à-sept?

On peut aussi sortir des créneaux traditionnels. Il y a trois ans, une boutique montréalaise de luminaires, qui cherchait

à se démarquer de ses concurrents, souhaitait inaugurer de façon originale sa nouvelle salle de montre. **Michael Caplan**, président et directeur de la création chez **Sensix**, lui a donc suggéré la tenue d'un petit déjeuner *twilight*. Résultat? Plus de 200 personnes

ont répondu à l'invitation de cette réception particulière où l'on servait omelettes, rôties et café passé 22 h.

« Il faut toujours savoir à qui s'adresse l'événement et le type de message à livrer », souligne M. Caplan, dont la firme est souvent primée pour

son originalité et sa créativité.

Quel est l'objectif de la rencontre? Quelle structure veut-on lui donner? D'où proviennent les participants? Ce ne sont-là que quelques exemples de questions que les entreprises devraient se poser avant d'organiser un événement.

Les rencontres entre 7 h 30 et 9 h sont habituellement recommandées pour les réunions de présidents et cadres de la haute direction.

Chacun son style

« Parce que ces participants ont des horaires quotidiens chargés, le matin leur convient très bien. Il s'agit également d'un moment propice pour discuter de sujets plus arides. Les gens sont plus éveillés et attentifs », indique **Julie Tremblay**, directrice des projets spéciaux chez **Cossette Communication-Marketing**. Les organisateurs d'un petit déjeuner ont tout intérêt à indiquer sur leur invitation que la rencontre peut se prolonger jusqu'à 9 h 30. « Il n'y a rien de plus désagréable que de voir une bonne partie des invités se lever juste un peu avant 9 h parce qu'ils avaient prévu d'autres engagements à cette heure », fait savoir **Stéphane Parent**, conseiller principal chez **Événement'ciel**.

Par ailleurs, plutôt que de servir un petit déjeuner assis ou utiliser le buffet, **Dominique Houde**, d'**Agora Communications**, à Québec, propose de plus en plus à ses clients la formule des petites bouchées matinales distribuées par plusieurs serveurs. « Les gens ne sont pas confinés à une seule table et peuvent davantage réseauter avec les autres invités », mentionne cette organisatrice d'événements.

Différentes salles

Si l'entreprise veut proposer un petit déjeuner-conférence, **Dominique Houde** a également sa façon de voir les choses.

« Je recommande deux salles, une pour manger et l'autre pour écouter la conférence. De cette façon, les participants mangent d'abord et passent ensuite dans la salle où ça ne sent pas le bacon et les oeufs. Après les discours, les participants reviennent dans la première salle pour boire un dernier café et discuter des sujets abordés. »

Les rencontres sur l'heure du midi semblent ne pas avoir la cote. « Ce créneau est déjà utilisé par les associations et les chambres de commerce. »

Par contre, les cocktails dinatoires servis à partir de 17 h sont très tendance!

Ces événements peu protocolaires, qui demandent moins d'attention aux participants, se prêtent merveilleusement bien à l'annonce de bonnes nouvelles (fusion ou acquisition) ou au lancement de produits. Les gens sont décontractés, se font offrir de petites bouchées, prennent un verre, bref, ce n'est vraiment pas l'endroit pour les longs discours. ■



INTERCONTINENTAL
HOTELS GROUP



PLANIFIER UNE RÉUNION PEUT VOUS DEMANDER BEAUCOUP, MAIS BIEN ENTENDU, UN CHÈQUE-CADEAU AMERICAN EXPRESS^{MD} PEUT VOUS RESTITUER BEAUCOUP.

Ceux qui planifient une réunion trouveront aux Groupe hôtelier InterContinental^{MD} une grande diversité d'installations, depuis des installations confortables et pratiques jusqu'à des installations de luxe. Dans plus de 1 000 endroits agréables partout dans les Amériques.

Mais maintenant quand vous payez votre réunion avec votre carte American Express dans un hôtel participant d'une de nos marques vous pouvez recevoir jusqu'à 500 \$ US en chèques-cadeaux American Express. Ces chèques-cadeaux American Express peuvent être échangés partout où la carte American Express est acceptée ou être déduits du prix de la note de votre réunion. Vous aurez toute la facilité de payer avec votre carte American Express et ainsi de bénéficier d'une liste de comptes fournisseurs et de paiements simplifiés et d'un contrôle plus serré des factures.

- Un chèque-cadeau American Express de 200 \$ US quand vous acquittez la facture d'une réunion d'une valeur de 5 000 \$ US à 9 999 \$ US avec votre carte American Express.
- Un chèque-cadeau American Express de 500 \$ US quand vous acquittez la facture d'une réunion d'une valeur de 10 000 \$ US et plus avec votre carte American Express.

Vous devez simplement réserver et tenir une réunion avant le 30 décembre 2003 et envoyer votre note d'hôtel payée par télécopieur au 410-547-6508. Vous recevrez votre chèque-cadeau dans les 30 jours.

Pour planifier votre prochaine réunion, téléphonez au 1-800-MEETING, adressez-vous à votre représentant national, directement à l'hôtel ou visitez le site ichotelsgroup.com/amex.



Cartes

L'offre American Express est valable pour les réunions réservées et tenues entre le 1^{er} octobre 2002 et le 30 décembre 2003. Valable uniquement dans les hôtels InterContinental^{MD}, Crowne Plaza^{MD}, Holiday Inn^{MD} et Holiday Inn Select^{MD} en Amérique du Nord, en Amérique du Sud et dans les Antilles. Valable pour les personnes résidant dans les Amériques. Chaque chèque-cadeau a une valeur en espèces et est libellé en monnaie américaine seulement. Les chambres et les salles pour les réunions sont sous réserve des disponibilités. Les réunions sont facturées chacune dans leur totalité; plusieurs petites réunions ne peuvent pas être additionnées et être facturées ensemble comme une seule. Le prix doit être de 5 000 et 9 999 \$ pour donner droit à un chèque-cadeau de 200 \$, et de 10 000 \$ ou davantage à un chèque-cadeau de 500 \$. La réunion doit être payée au moyen d'une carte American Express, être tenue au 30 décembre 2003 au plus tard, et la facture du client doit être reçue pour le 31 janvier 2004. Il n'est pas permis de combiner plusieurs factures pour atteindre le montant requis pour le chèque-cadeau. La transaction doit s'appliquer à une seule réunion. Le titulaire de la carte doit envoyer par télécopieur ou par la poste une copie de la note d'hôtel payée à : 410-547-6508 ou à Meeting Rebates, c/o The Campbell Group, 400 East Pratt Street, Suite 500, Baltimore, MD 21202. Vous devez mentionner vos nom, adresse, numéro de téléphone et titre ainsi que le nom de la compagnie et la date de l'événement. Vous recevrez un chèque-cadeau American Express dans les 30 jours après la réception. L'offre est nulle là où elle est interdite ou limitée par la loi. Sous réserve de l'approbation de votre employeur; vous confirmez cette approbation en participant. Par leur participation, les usagers acceptent d'exonérer et de décharger de toute responsabilité et de tenir à couvert American Express TRS, Inc., Groupe hôtelier InterContinental^{MD}, leurs agences de publicité et de promotion, leurs compagnies mères, affiliées, filiales et franchisées respectives et leurs dirigeants, cadres, agents et employés pour toutes les réclamations et tous les dommages résultant de l'acceptation, utilisation, emploi abusif ou possession d'un certificat, prix ou récompense reçue. MD Marques déposées des membres de InterContinental Hotels Group. ©2002 Six Continents Hotels, Inc. Tous droits réservés. Des personnes indépendantes possèdent et/ou exploitent la plupart des hôtels.

Six conseils pour maximiser ses activités de réseautage

Sylvie Lemieux
dossiers@transcontinental.ca

Un congrès, un séminaire, un cinq-à-sept, un déjeuner-causerie, voilà autant d'occasions d'accroître son réseau de contacts. Mais ce n'est pas tout de participer à ces rencontres, il faut aussi user de stratégies pour en retirer le maximum.

Des pros du réseautage ont accepté de nous refiler quelques-uns de leurs trucs pour réseauter efficacement.

1 Élaborez un plan de match

Avant de participer à une activité, il faut déterminer si elle portera fruit ou non. Après tout, le temps est précieux. Une fois qu'on a décidé d'y aller, il vaut mieux bien se préparer.

« Avant de me rendre sur place, je réfléchis à ce que je veux y faire, explique **Roxane Duhamel**, présidente de **RD Marcom**, une firme de consultation en marketing et communications. Au lieu de laisser place au hasard, je me fixe des objectifs précis. Par exemple, sachant à quel public l'événement est destiné, je peux repérer des gens à qui je veux me présenter, peut-être parce qu'ils oeuvrent dans un secteur qui m'intéresse et sur lequel je veux obtenir plus d'information. Je décide également combien de nouvelles rencontres je veux faire, trois, quatre ou cinq, rarement plus pour éviter de me disperser. »

2 Ne partez pas sans elles

Munissez-vous toujours d'une bonne provision de cartes d'affaires. Gardez-les à portée. Certains les distribuent sans compter. **Éric Rhéaume**, conseiller principal au **Groupe Rhéaume**, ne les donne qu'aux personnes qui la demandent.

« Tendre sa carte à quelqu'un est un privilège, dit M. Rhéaume, qui se spécialise dans l'organisation de tournois de golf et autres événements. Si une personne nous la demande, c'est qu'elle est intéressée. »

3 Apprenez à vous présenter efficacement

Vous n'avez que quelques secondes pour laisser une bon-

ne impression. « Il faut préparer une courte entrée en matière qui présente vous et votre entreprise, explique **Alex Harper**, un ancien directeur général de la **Chambre de commerce de Saint-Laurent**. Ce n'est pas le temps de faire de la vente. Une fois notre présentation faite, on invite notre interlocuteur à faire de même. »

La carte de l'humour peut se révéler efficace à la condition que ce soit naturel et approprié à la circonstance. Pratiquez-vous avant de partir. N'hésitez pas à améliorer votre formule de présentation tant qu'elle ne tape pas dans le mille.

Ce n'est pas tout de parler; il faut aussi savoir écouter pour apprendre à connaître les gens, conseille M. Rhéaume.

4 Faites-vous voir au cours de l'événement

Évitez de vous confondre avec la tapisserie. Après tout, vous êtes là pour rencontrer des gens et pour être vu. **Éric Rhéaume** repère toujours un endroit passant et s'y installe. « De cette façon, je rencontre beaucoup de personnes et certaines m'interpellent. Cela crée des occasions », dit-il.

« À l'arrivée, on prend le temps de balayer la salle d'un regard franc et assuré », conseille M^{me} Duhamel. On projette alors l'impression d'être une personne qui a confiance en elle... même si on est rongé par la timidité. « Beaucoup de gens éprouvent de la gêne. On est donc plusieurs à faire partie du club des timides », assure M^{me} Duhamel.

« Avec la pratique, on vient à se sentir moins gêné, ajoute M. Harper. Quand on a moins d'assurance, il faut se rappeler les occasions où l'on a fait bonne impression. »

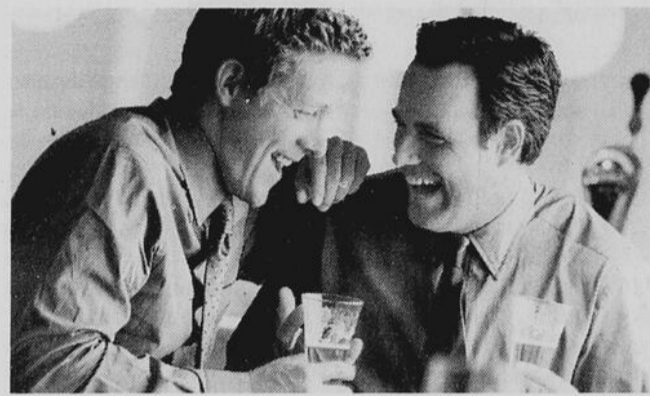
5 Engagez-vous à l'égard de la personne

Prenez un engagement envers la personne que vous venez de rencontrer et avec qui vous voulez maintenir un contact. Vous connaissez un ouvrage qui pourrait l'intéresser? Vous avez une personne vers qui la diriger? Dites-lui que vous allez la contacter pour lui transmettre l'information. Fixez un délai pour la joindre et respectez-le.

« Il ne faut pas être toujours la personne qui demande mais aussi celle qui offre et rend service. De plus, on se dote ainsi d'un bon prétexte pour lui reparler et apprendre à mieux la connaître », rappelle M^{me} Duhamel, qui fait aussi partie de l'équipe de formatrices en réseautage de **Lise Cardinal**, conférencière et auteure de *Comment bâtir un réseau de contacts solide* et *Réseautage d'affaires : mode d'emploi*.

6 Effectuez un suivi des rencontres

Il est essentiel d'effectuer un suivi des contacts qu'on a établis. Une journée ou deux après l'événement (pas plus), M. Rhéaume envoie une lettre écrite à la main aux personnes



qu'il a rencontrées. « Cela a plus d'impact qu'un courriel, dit-il. Les personnes savent ainsi que je l'ai rédigée moi-même. Une fois sur deux, on me reparle de ma lettre quand je revois les gens. »

La liste de contacts doit aussi être mise à jour réguli-

rement. Chaque semaine, M^{me} Duhamel consacre du temps à l'ajout des coordonnées des personnes récemment rencontrées, à la modification de celles qui ont changé. L'exercice lui permet de déterminer les gens dont elle est sans nouvelles et

La carte de l'humour peut se révéler efficace à la condition que ce soit naturel et approprié à la circonstance.

qu'il serait approprié de recontacter.

Réseauter demande du temps. À une époque où la vie est devenue une course contre la montre, il est donc facile de prétexter le manque de temps quand on néglige son réseau. « Si on s'y consacre intelligemment, le réseautage permet aussi de gagner du temps, affirme M^{me} Duhamel. Quand on a un réseau de contacts étendu, il suffit parfois de deux ou trois appels téléphoniques pour obtenir une information qu'autrement on aurait mis une journée à trouver. » ■

Ayez « Affaires » en Montérégie

réunions, congrès, formation...

*Heureux, satisfait, reposé, souriant
J'y suis... j'y reviens*



Sur les berges

de la rivière Richelieu,

là où vos projets prennent leur envol,

L'Auberge Harris simplifie vos réunions d'affaires

par un éventail de petites attentions



Saint-Jean-sur-Richelieu
(450) 348-3821
1 800 668-3821
www.aubergeharris.com

*L'endroit idéal, pour vos colloques,
congrès, réunions*

Ses équipements

de pointe, son personnel compétent et discret,
le Relais Gouverneur Saint-Jean-sur-Richelieu
peut satisfaire vos exigences en organisant
vos journées d'études et vos réunions d'affaires



Saint-Jean-sur-Richelieu
(450) 348-7376
1 800 667-3815
www.relaisgouverneur-st-jean.com

GOVERNEUR
RELAIS
SAINT-JEAN-SUR-RICHELIEU

Pour vos affaires



À 45 minutes

de Montréal, restaurant fine cuisine,
bar, piscine intérieure, bain tourbillon,
sauna, centre de conditionnement, billard,
esthétique, coiffure, forfaits réunion d'affaires

Salaberry-de-Valleyfield
(450) 373-1990
1 877 882-8818
www.plazavalleyfield.com

HÔTEL PLAZA VALLEYFIELD

Une réunion en vue?

Planifiez

vos réunions en 60 secondes.
Choisissez le forfait-réunion qui vous convient!
Contactez notre service de banquets
qui saura répondre à toutes vos questions

Longueuil
(450) 646-8100
1 800 263-0159
www.holiday-inn.com/yul-longueuil

Holiday Inn
Montréal - Longueuil



www.tourisme-monteregie.qc.ca

TOURISME
MONTERÉGIE

SOLEX
VOYAGES TRAVEL

Le voyage d'affaires... c'est notre expertise!
Au service des entreprises depuis 1965, experts en voyages corporatifs et forfaits vacances.

6796, boul. St-Laurent Montréal H2S 3C7 Tél.: 277-5252 Fax: 272-4006	5596, Jean-Talon Est St-Léonard H1S 1L9 Tél.: 253-1342 Fax: 253-2604
--	--

http://www.sol-ex.com courriel: info@sol-ex.com
Pour informations et cotations communiquez avec Sol'ex sans engagement ni frais.

Québec 1-866-469-0069

Souvenirs d'un repas inoubliable

Cinq gens d'affaires se rappellent l'événement qui les a marqués

Claudine Hébert

dossiers@transcontinental.ca

Parmi tous les galas, conférences de presse, lancements, cocktails dinatoires et autres événements auxquels il nous est permis d'assister, il y en a toujours un qui finit par nous marquer.

Nous avons demandé à cinq gens d'affaires de nous raconter leur plus beau souvenir d'un événement au cours duquel le plaisir de boire et de manger

a pris un tout autre sens. Des réceptions inoubliables qui mettent l'eau à la bouche.

Un cocktail coloré

Je n'oublierai pas de sitôt l'un des lancements de produits de L'Oréal. Pour présenter ses toutes nouvelles teintes de mèches pour cheveux, L'Oréal avait fait appel aux services du traiteur Senses, bien connu des Torontois et des gens d'affaires de Vancouver. Pour l'occasion, ce traiteur, réputé pour

ses présentations généreuses et originales, avait décidé de mettre en valeur chacune des 18 couleurs du nouveau produit colorant en les intégrant dans son choix de menus. Chaque couleur est donc devenue un thème pour un breuvage ou une bouchée. Au cocktail d'entrée, il s'agissait d'un verre de champagne servi avec des canneberges pour présenter la teinte canneberge. Il y avait des petites bouchées au gingembre pour la couleur du

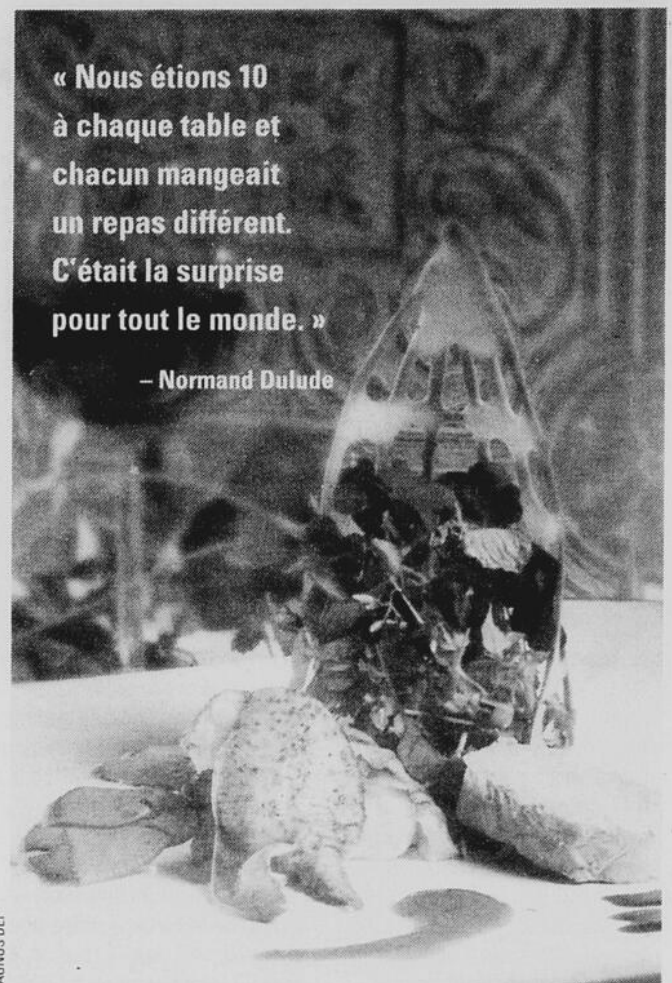
même nom et des cafés latte pour les teintes café et moka. C'était super, sans compter le raffinement de la vaisselle, l'ambiance et le look des serveurs, tous aussi soignés et courtois les uns que les autres.

Julie Tremblay,
directrice des projets spéciaux,
Cossette Communication-
Marketing

La table des chefs
L'événement le plus extraordinaire auquel j'ai assisté

« Nous étions 10 à chaque table et chacun mangeait un repas différent. C'était la surprise pour tout le monde. »

— Normand Dulude



AGNUS DEI

demeure le Gala des Ambassadeurs au Palais des congrès il y a environ cinq ans. Chaque année le Club des ambassadeurs du Palais des congrès remercie les différents intervenants qui ont permis à Montréal d'obtenir de grands événements et des congrès.

Ce gala rassemble les meilleurs cuisiniers des grands hôtels de la ville. La soirée nous permet d'apprécier tout l'exotisme et la diversité des meilleurs plats servis en ville. Nous étions 10 à chaque table et chacun mangeait un repas différent. C'était la surprise

pour tout le monde. On nous donnait une carte sur laquelle était indiqué où l'on devait aller chercher ses entrées, son plat principal et son dessert.

Je ne pouvais malheureusement pas piger dans l'assiette des autres, mais je me suis permis de prendre quelques bouchées dans celle de mon épouse... Ce fut une soirée exceptionnelle à laquelle je souhaiterais définitivement être convié à chaque année.

Normand Dulude,
président du Groupe
DBSF, groupe-conseil en
développement touristique

LAVAL

pour toutes les raisons du monde



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



Cela se passe au Hilton !
Hilton Montréal/Laval
(450) 682-2225
1 800 HILTONS
www.hilton.com
169 chambres incluant des suites ;
21 salles de réunion dont 9 exécutives pouvant
accueillir jusqu'à 120
personnes en style théâtre.



L'alliance du confort et de l'élégance
Le St-Martin Hôtel et Suites
(450) 902-3000
1 866 904-6835
www.lestmartin.com
75 chambres et suites ;
3 salles de réunion
dont une de conférence exécutive
pouvant accueillir jusqu'à
130 personnes en style théâtre
et 85 personnes en banquet ;
superficie de 1 215 pieds carrés.



4 centres de congrès

1 600 chambres

76 salles de réunion

150 000 pieds carrés d'espaces pour réunions, expositions et congrès

Activités culturelles, écotouristiques, horticoles

Magasinage et fine cuisine

1 877 GO LAVAL

Tourisme
LAVAL

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



Les affaires...
en pleine nature

- 44 chambres
- Excellente cuisine régionale
- Vaste sélection de vin
- 4 salons de réunion avec fenêtres vue sur le lac
- Attractions touristiques
- Golf, ski, motoneige



1-800-463-8489

www.manoirlacetchemin.com

1415 Route 277, Lac Etchemin, G0R 1S0

À 1 heure de la
ville de Québec



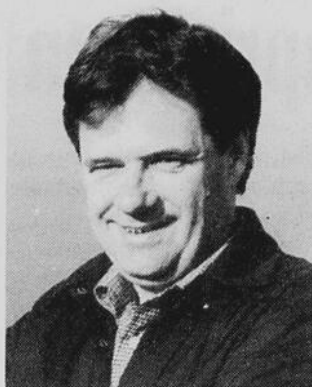
Julie Tremblay, de Cossette Communication-Marketing



Normand Dulude, du Groupe DBS



Marie Morneau, de Hill & Knolton Ducharme Perron



Bernard Gendron, de Voyages Gendron/Flectour



Olivier Schlegel, de Swiss International Air Lines

Un cocktail dînatoire gourmand

Je garde un bon souvenir de l'inauguration de l'exposition *Odyssée Canada* à la Maison de la découverte sur les Plaines d'Abraham. Le traiteur **Deux Gourmandes et un Fourneau** était sur place. Les propriétaires, deux jeunes femmes très créatives, nous ont fait découvrir des petites bouchées qui n'avaient rien de banal ou de prévisible. Je repense encore à ces hors-d'œuvre d'agneau aux pêches ou ces petites bouchées *carpaccio* de boeuf assaisonné. Mais ce que je ne suis surtout pas près d'oublier, ce sont ces tartines de roquette, d'avocat et de parmesan. C'était à se mettre à genoux! Enfin, tout était succulent et les serveurs, tous habillés en noir, ont fait preuve d'un très grand professionnalisme. Pas étonnant d'ailleurs que les invités aient fait une razzia sur les cartes d'affaires de la jeune entreprise.

Marie Morneau, conseillère principale chez Hill & Knowlton Ducharme Perron

Un pow wow mémorable
Chaque année, au printemps, l'ensemble de l'industrie

touristique américaine, c'est-à-dire les compagnies aériennes, les hôtels, les attractions touristiques et j'en passe, invite plus de 5 000 voyageurs du monde entier à leur *pow wow*, un événement promotionnel. Celui qui s'est tenu à New Orleans, en Louisiane, m'a définitivement marqué. Pour l'occasion, les organisateurs ont complètement fermé l'une des rues du quartier français pendant toute une soirée. Peu importe où l'on entrait, que ce soit un restaurant, un bar ou encore une pâtisserie, on pouvait manger ce qu'on voulait. À volonté. Même les restaurants qui n'avaient pas pignon sur rue avaient installé une cuisine mobile sous un kiosque. Je n'ai pas pu résister. J'ai dû manger à une vingtaine d'endroits. En plus, il y avait des orchestres de jazz un peu partout. Il y avait même un spectacle aérien au-dessus des rues.

Ça fait déjà huit ans de cela et juste à y penser j'en ai encore des frissons. C'était *big!* Il fallait bien des Américains pour organiser un tel événement!

Bernard Gendron, président de Voyages Gendron/Flectour

Le dernier repas
J'ai eu l'occasion de participer

à plusieurs dîners et galas mémorables. Des événements mondains à caractère social tout aussi éblouissants les uns que les autres. Je pense, entre autres, au *Gala des Jonquilles*, au *Gala du Musée d'art contem-*

porain. Mon meilleur souvenir de repas, qui est en même temps le plus triste, demeure la dernière fête de Noël avec les employés de **Swiss Air**, juste avant que l'entreprise ferme ses portes. Même si on n'avait

plus le budget pour souligner ce type d'événement, je suis quand même allé acheter de la fondue au fromage, de la viande de grison et autres charcuteries dans une boucherie suisse ainsi que du vin

chaud que j'ai préparé moi-même avec des raisins et des amandes. J'ai mis mon tablier et j'ai servi à manger à la vingtaine d'employés réunis dans la salle de conférences de nos bureaux à Montréal. Ce fut un moment très intense, très émouvant. Encore aujourd'hui, les employés qui ont réussi à se trouver un emploi chez Swiss me disent qu'il s'agit de leur plus beau dîner de Noël.

Olivier Schlegel, directeur général pour le Canada pour Swiss International Air Lines

LES LAURENTIDES... toujours à la hauteur!

Situé au coeur de l'action, entre Montréal et Tremblant, notre complexe hôtelier est le choix des voyageurs pour l'agrément... Et les affaires, bien sûr!

- 50 chambres
- 10 salles de réunion pour 2 à 275 personnes
- Bar Le Prélude avec musicien
- Salle à manger pour tous les goûts
- Piscine extérieur chauffée

CHAMBRES AFFAIRES parfaitement équipées :

- lit king
- bureau de travail avec chaise ergonomique
- prise modem et vidéo
- téléphone sans fil et boîte vocale
- mini bar, cafetière
- planche et fer à repasser

NOTRE OFFRE AFFAIRES +

89.95 \$

incluant :

- le petit déjeuner complet
- le café à la chambre
- le Journal de Montréal à votre porte
- les appels locaux

L'HÔTEL BEST WESTERN ST-JÉRÔME

Hébergement Québec: 3 étoiles

Sortie 43 de l'autoroute 15 des Laurentides

420 Mgr Dubois St-Jérôme, Québec J7Y 3L8

Sans frais : 1-800-718-7170
Téléphone : 450-438-1155
Télécopieur : 450-438-9440
Courriel : bwestern@laurentides.net

CHOISISSEZ LE MEILLEUR. CHOISISSEZ LE BEST!

HÔTEL Club Tremblant
VILLEGIATURE • SPA • CONGRÈS
RESORT • SPA • CONFÉRENCE
★★★★

- Réunion
- Conférence
- Banquet
- Exposition
- Congrès

JA

Information : s.plante@clubtremblant.com
121, rue Cuttle, Ville de Mont-Tremblant
HotelClubTremblant.com - 1 800 567-8341

Pour le **SUCCÈS** de vos **RÉUNIONS D'AFFAIRES**

Hôtel La Sapinière

Val-David (Québec)

Renseignez-vous auprès de notre service des congrès.

- 70 chambres et suites
- Cuisine de distinction
- Prestigieuse cave à vin

FORFAITS affaires à partir de 79\$ P-P.

- Maintenant 8 salles de réunion
- Golf, spa et centre sportif intérieur complet
- À 70 minutes de Montréal
- Stationnement intérieur

1244, Chemin de La Sapinière Val-David (Québec) J0T 2N0
(800) 567-6635 Ligne SANS FRAIS
Site INTERNET (section AFFAIRES): <http://www.sapiniere.com>

UN LUXE ABORDABLE DANS LES LAURENTIDES

Hôtel du Lac Carling

★★★★★

FORFAITS affaires à partir de 79\$ P-P.

- Maintenant 8 salles de réunion
- Golf, spa et centre sportif intérieur complet
- À 70 minutes de Montréal
- Stationnement intérieur

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

Réunion au sommet

Forfait réunion

à partir de **99\$*** par personne, par nuit (occ. double)

- chambre pour 1 nuit
- 3 repas
- 2 pauses-café
- salle de réunion
- service

Accès Internet haute vitesse sans fil disponible!

23 salles de réunion (10 à 600 personnes), équipe de coordination, centre de santé / spa, piscine intérieure, squash...

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

* Taxes en sus. Minimum 10 chambres par nuit. Valable jusqu'au 20 décembre 2003, sur réservation et selon la disponibilité.

Sainte-Adèle • Autoroute 15 Nord • Sortie 67

L'anniversaire d'entreprise, un prétexte pour dire merci

Claudine Hébert
dossiers@transcontinental.ca

Peu importe qu'une entreprise célèbre son 1^{er}, son 25^e, voire son 100^e anniversaire, l'événement est devenu un prétexte incontournable pour dire merci aux employés, aux clients, aux partenaires et aux fournisseurs. Mais encore faut-il choisir les stratégies efficaces

pour que l'anniversaire rapporte à l'entreprise.

De l'avis de tous les organisateurs d'événements et cabinets de relations publiques questionnés à ce sujet, la célébration d'un anniversaire constitue un excellent moyen d'accroître la notoriété de l'entreprise. Il faut cependant retenir que cet événement se célèbre de deux façons

distinctes : une fête pour les employés et la communauté et une autre pour les clients, fournisseurs et partenaires.

« En général, la fête pour les employés se déroule sous la forme de célébration familiale. Il s'agit souvent d'une fête sous chapiteau avec animation où l'on sert un gros barbecue ou un méchoui. On invite les conjoints et conjointes ainsi que les enfants. De plus en plus d'entreprises profitent également de cette occasion pour organiser une journée portes ouvertes. Non seulement pour les familles des employés mais aussi pour la communauté », explique Marie Morneau, conseillère principale de Hill & Knowlton Ducharme Perron.

Marie Morneau et son équipe ont justement organisé, le printemps dernier, une troisième journée portes ouvertes pour la Raffinerie Jean-Gaulin, à Lévis. Une initiative qui avait obtenu un énorme succès lors des 20^e et 25^e anniversaires, en 1990 et 1995. Plus de 5 000 personnes se sont ainsi déplacées pour profiter



LES IMPRESSARIOS CORPORATIVES ALAIN PANNETON
Pour faire plaisir aux employés, une soirée de gala au cours de laquelle on présente un spectacle. Ici, le Duo Extasia.

des visites guidées en autobus dans les nouvelles installations de l'entreprise.

« La formule portes ouvertes avait également porté fruit en 1993 lorsque le Château Frontenac avait célébré son 100^e

Même les invitations nécessitent une attention particulière, car elles doivent être punchées.

anniversaire. Les gens faisaient la file jusqu'au funiculaire afin de visiter l'hôtel. Ces journées permettent définitivement de développer de belles relations entre le public et l'entreprise », ajoute M^{me} Morneau.

Il ne faut pas oublier les clients

La fête pour les clients, partenaires et fournisseurs est célébrée avec beaucoup plus d'éclat. « Plusieurs entreprises considèrent ce genre de fête comme une dépense superflue. Erreur. C'est ce genre d'événement qui rapporte le plus à

l'entreprise. Beaucoup plus d'ailleurs qu'un placement média », soutient Stéphane Parent, conseiller principal pour Événement'ciel.

« Lors d'un anniversaire, l'entreprise ne doit pas lésiner sur les dépenses. C'est l'occasion d'organiser une soirée de gala au cours de laquelle on présente un spectacle, on sert un repas de quatre-à-sept services, selon le budget. Il faut que ce soit un traitement VIP pour les clients, les fournisseurs et les partenaires. On doit se servir de cette soirée pour les épater. Il est important que les vendeurs et les représentants de l'entreprise accueillent les participants de la soirée », ajoute M. Parent.

Même les invitations nécessitent une attention particulière. Elles doivent être punchées. Stéphane Parent se rappelle cette fête où l'on avait convié les invités au paradis. Dans les enveloppes, on avait glissé un petit bout de barbe à papa blanche pour représenter un morceau de nuage. Inutile de dire que cette idée a obtenu plus de succès qu'une invitation par courriel... ■

Shawinigan
Une découverte affair'ing

Située au coeur d'une nature généreuse, Shawinigan possède un réseau d'hébergement et de restauration exceptionnel, un centre de congrès des plus modernes et des équipements à la fine pointe de la technologie.

Que ce soit pour un congrès, un colloque, un événement ou une réunion d'affaires, en choisissant Shawinigan, vous serez assuré d'avoir à votre disposition toutes les ressources qui vous permettront de faire de votre activité une réussite.

BUREAU DE CONGRÈS
SHAWINIGAN

794, 5^e Rue,
bureau 111, C.P. 395,
Shawinigan (Québec)
Canada G9N 6V1

Téléphone : (819) 537-1937
Sans frais : 1 888 537-1937

Télécopieur : (819) 537-6260

ELD

Centre de la Mauricie
SHAWINIGAN

cldcm.tourisme@cldshawinigan.qc.ca
www.tourismeshawinigan.qc.ca

Un impact affair'ing



1^{er} Colloque sur l'industrie des congrès
UN MONDE NOUVEAU À SAISIR

À 20 ans, on prend l'avenir au sérieux

À l'occasion de son 20^e anniversaire, le Palais des congrès de Montréal présente le Premier Colloque sur l'industrie des congrès. Joignez-vous à cette grande réflexion qui réunira des centaines d'acteurs de la scène québécoise et internationale des congrès et du tourisme d'affaires.

En primeur, les résultats d'une étude commandée à la Chaire de Tourisme de l'UQAM, d'une ampleur encore jamais vue au Québec.

Soyez-y!
Le mardi 18 novembre 2003

Pour information et inscription :
www.congresmtl.com/colloque

Québec
• Ministère des Affaires municipales, du Sport et du Loisir
• Tourisme Québec

TOURISME Montréal

UQAM Chaire de Tourisme
École des sciences de la gestion
Université du Québec à Montréal

Palais des congrès de Montréal

Dix conseils pour réussir votre fête de Noël

Claudine Hébert

dossiers@transcontinental.ca

Pour la plupart des entreprises, le *party* de Noël constitue le seul moment de l'année où tous les employés sont réunis dans une même salle, qu'importe le secteur. Puisque cette fête très attendue sert, en quelque sorte, de récompense aux employés, l'entreprise a fortement intérêt à ne pas rater son coup. Voici 10 conseils pour une soirée réussie.

1 Parlez-en aux traiteurs et aux organisateurs, le succès d'un *party* de Noël passe par le choix d'un thème original. Que l'on s'inspire d'un film hollywoodien, d'une époque ou même du milieu de travail, les soirées thématiques ont actuellement la cote.

2 On essaie si possible de trouver une salle non conventionnelle qui sorte de l'univers de l'entreprise, un endroit inusité où l'on recrée l'ambiance désirée. Le Cosmodôme, les anciens pavillons d'Expo 67, le Jardin Botanique sont de bons exemples.

« Il n'y a pas si longtemps, on a organisé un *party* de Noël sous le thème « Extravaganza », au **Métropolis**. C'était dans le style de *Moulin Rouge*. Pour recréer l'atmosphère, on a placé de longs rideaux rouges et on a joué énormément avec l'éclairage. En fait, le choix de la salle est important, mais l'éclairage représente souvent 60 % du décor », dit **Julie Tremblay**, directrice des projets spéciaux chez le groupe **Cossette Communication-marketing**.

3 La formule du traditionnel souper avec D.J. est complètement dépassée, soutient **Stéphane Parent**, conseiller principal chez **Événement'ciel**. Les entreprises doivent miser sur les services d'un animateur pour égayer la salle, pour présenter les petits sketches préparés par les employés et la direction, et pour animer un karaoké dans la soirée. Évidemment, il n'y pas de *party* sans musique ni plancher de danse.

4 Même si certains hôtels du centre-ville peuvent accueillir jusqu'à 15 groupes

différents pendant une même soirée, on réserve le plus tôt possible notre salle pour éviter les mauvaises surprises. Surtout si l'on souhaite organiser une soirée les 5 et 6 ou 11 et 12 décembre, les deux vendredis et samedis qui seront les plus en demande pour les *partys* de Noël de bureau.

5 On suggère de moins en moins les échanges de cadeaux. « Non seulement les gens se connaissent moins, mais ça évite bien souvent les farces plates », indique **Marie Morneau**, conseillère principale chez **Hill & Knowlton Ducharme Perron**.

6 On profite de la journée du *party* de Noël pour faire un peu de *team building* (consolidation d'équipe) Des suggestions d'activités ?

Les glissades du **Village Valcartier** ou une initiation au curling. On souhaite augmenter le taux d'adrénaline de nos employés ? On leur propose un après-midi de karting électrique intérieur à Saint-Basile-le-Grand. On veut quelque chose de plus

relax, de plus zen ? Direction spa Le Scandinave, à Tremblant, pour une demi-journée dans les bains et une heure de massage, avant d'aller faire la fête dans un resto du village de Tremblant. On recherche une activité qui mêle histoire, légendes et fantômes ? Le Musée Stewart propose aux groupes son Sentier des noctambules. Une mémorable balade nocturne dans l'île Sainte-Hélène qui se conclut par un souper dans les locaux du musée.

7 De l'avis général des organisateurs, les employés s'amuse davantage lorsqu'ils ne sont pas accompagnés de leur conjoint.

8 L'époque des *partys* bar ouvert semble révolue. Place aux soirées avec coupons (de deux à quatre) qui donnent droit à des consommations. Non seulement les entreprises évitent de gaspiller leur argent pour des participants qui boivent moins, mais ça limite les abus.



qui sauvent jusqu'à 20 % des frais de service d'un repas traditionnel aux tables, mais aussi pour le traiteur, qui a beaucoup plus de facilité à servir tout le monde en même temps. Bref, cette formule demande moins de logistique tout en étant aussi efficace », explique **Bernard Saurette**, propriétaire de **Bernard & Fils Traiteur**. De plus, les gens ne sont pas confinés avec le même petit groupe pendant tout le repas. On les équipe d'une assiette munie d'un clip pour tenir leur verre, et ils se laissent rassasier par les serveurs.

10 « Même si l'entreprise traverse des moments difficiles (compressions, négociations de convention collective, fermeture du bureau), elle se doit de trouver des moyens d'organiser une fête de Noël, insiste **Daniel Girouard**, un des associés des **Productions Organizeu**. Au-delà des affaires et de l'image de l'entreprise, il ne faut pas oublier l'aspect humain. » ■

Que l'on s'inspire d'un film hollywoodien ou d'une époque, les soirées thématiques ont actuellement la cote.

9 La formule cocktail dînatoire est en voie de reléguer aux oubliettes celle du repas conventionnel assis. « C'est une formule gagnante, non seulement pour les clients

Affaires et plaisir



TREMBLANT
Mont-Tremblant, Québec

À PARTIR DE **99\$*** /PERS. /NUIT

offre valide jusqu'au 15 décembre 2003

* Groupe de 20 personnes et plus. Prix par personne du dimanche au jeudi en occupation simple dans une chambre d'hôtel. Minimum de 2 nuits. Stationnement gratuit (une voiture par unité)

TREMBLANT EST LA DESTINATION DE CHOIX POUR TOUS LES GROUPES D'AFFAIRES

- Salles de réunion et équipement d'avant-garde
- Service de planification de congrès et de réceptions
- Savoureux éventail d'expériences gastronomiques
- Activités quatre-saisons hors du commun

À COMPTER DU 16 DÉCEMBRE!

Profitez de nos forfaits corporatifs incluant 1 billet de ski pour la durée du séjour

LE WESTIN RESORT
TREMBLANT, QUÉBEC

LES SUITES TREMBLANT
INTRA WEST

RENSEIGNEZ-VOUS SUR NOS FORFAITS D'AFFAIRES 1 888 681-5978 WWW.TREMBLANTHOTELS.COM/GROUPES

L'abc de la commandite de congrès

Nathalie Vallerand
dossiers@transcontinental.ca

Les résultats d'une commandite sont difficiles à chiffrer et la commandite de congrès n'échappe pas à la règle.

Toutefois, les congrès ont un atout indéniable : ils regroupent sous un même toit, pendant deux, trois ou quatre jours, une clientèle très ciblée.

C'est sans doute pourquoi les congrès d'importance n'ont pas de difficulté à dénicher des entreprises disposées à leur verser une somme d'argent en échange d'un peu de visibilité.

« Plus une entreprise est présente, plus les gens retiennent son nom et sont susceptibles de l'appeler lorsqu'ils cherchent un fournisseur, soutient **Monique Léonard**, présidente

de **Merlicom**, une firme spécialisée en recherche et gestion de commandites. Ils ont l'impression de la connaître. »

Choisir les bien nantis

Si la plupart des commanditaires ont un lien avec l'industrie qu'ils soutiennent, il arrive que certains oeuvrent dans un tout autre secteur d'activité, par exemple un fabricant de

lingerie qui commandite un congrès dans le domaine du droit. « On voit régulièrement des entreprises d'articles de luxe s'associer à des congrès réunissant des avocats, des médecins ou autres professionnels fortunés », signale **Dev Sharma**, directeur des ventes et du marketing à la firme montréalaise d'organisation de congrès **JPdL**.



Des objets promotionnels déposés sur les tables rejoignent toutes les personnes présentes.

Vos réunions,
à la perfection.

SOFITEL
ACCOR HOTELS & RESORTS

Sofitel Montréal, partenaire du succès de vos réunions d'affaires. Conseil d'administration, événement d'envergure? L'équipe professionnelle du Sofitel vous offre un service personnalisé dans les moindres détails. Une localisation exceptionnelle sur la rue Sherbrooke, 6900 pieds carrés d'espace de conférence, des chambres spacieuses au luxe contemporain, des installations à la fine pointe de la technologie et une cuisine du marché assurent le succès de vos réunions. Faites l'expérience de l'Art de Vivre à la Française au Sofitel Montréal. Pour organiser votre événement, appelez-nous au (514) 285 9000.

Sofitel Montréal – 1155, rue Sherbrooke Ouest

1 800 SOFITEL • www.sofitel.com • www.accorhotels.com

Sofitel, c'est plus de 160 adresses prestigieuses à travers le monde. En Amérique du Nord: New York, Philadelphie, Minneapolis, Miami, Houston, San Francisco Bay, Los Angeles, Chicago O'Hare, Chicago Water Tower et Washington (DC).



Leader européen et groupe mondial de l'hôtellerie et des Services

« Les commanditaires de notre congrès annuel sont vus par 3 000 élus municipaux, signale **Jacques Dupuis**, directeur des ventes à la **Fédération québécoise des municipalités (FQM)**. C'est plus rapide que d'aller cogner à des centaines de portes. »

Pas étonnant que les firmes d'ingénieurs, d'avocats, d'assurances et autres ouvrent volontiers leur portefeuille. Ainsi, les commanditaires principaux du congrès de la FQM des 2, 3 et 4 octobre prochain, à Québec, sont **Sécurité Financière Desjardins**, les ingénieurs **Roche Groupe-conseil**, le ministère des **Affaires municipales** et le réseau des **Sociétés d'aide au développement des collectivités**. La FQM peut aussi compter sur toute une série de commanditaires associés qui financent un volet particulier du congrès : bloc-notes et stylos remis aux participants, porte-documents, pause-café, repas, soirée d'ouverture ou de clôture.

La visibilité varie selon la commandite

Pour sa part, l'**Ordre des conseillers en ressources humaines et en relations industrielles agréés du Québec (OCRHRIAQ)** tire annuellement des revenus de 1M\$ en commandites, dont une bonne partie provient de son congrès. Cette année, l'événement, qui se tiendra à Montréal les 20 et 21 octobre, est commandité principalement par le site Internet de recherche d'emplois **Monster**. Deux commanditaires secondaires offrent aussi leur soutien financier, et plusieurs entreprises font des commandites à la pièce, par exemple la compagnie d'assurances **La Personnelle**, qui offre le cocktail.

« C'est donnant, donnant, explique M^{me} Léonard. Plus le montant de la commandite est élevé, plus la visibilité est importante. »

Ainsi, en plus de voir leur logo exposé un peu partout, les commanditaires majeurs sont conviés à remettre des prix, à souhaiter la bienvenue, à présenter des conférenciers ou ils sont remerciés publiquement. Ils peuvent aussi avoir une place à la table d'honneur

ou un stand gratuitement.

Souvent, la possibilité d'insérer un document promotionnel dans la pochette des congressistes est un privilège réservé aux commanditaires. Ceux-ci peuvent aussi être conviés au cocktail VIP et être aux meilleures loges lors des soirées de gala. Un conseil : le commanditaire doit s'assurer que les avantages auxquels il aura droit ainsi que la visibilité qui lui sera conférée soient détaillés dans le contrat.

Des spécialités de la vente de commandites

L'association qui chapeaute le congrès peut vendre les commandites elle-même ou faire appel à une firme spécialisée dans la recherche et la gestion de commandites, comme Merlicom.

Par ailleurs, certaines firmes oeuvrant dans l'organisation d'événements, comme JPdL, prennent également en charge le volet de la commandite. Pour chaque congrès, on prépare un plan décrivant les commandites disponibles et la visibilité correspondante. Il est possible de bâtir un programme sur mesure selon le budget de l'entreprise. « Si une entreprise veut donner 5 000 \$, je vais lui trouver quelque chose qui vaudra 5 000 \$ », dit M^{me} Léonard.

La valeur de la commandite est principalement déterminée par le nombre de délégués et par leur pouvoir décisionnel ou d'influence face à l'achat de biens et de services. Les montants offerts peuvent varier de 500 \$ pour la possibilité d'insérer un article promotionnel dans le sac des congressistes à plusieurs dizaines de milliers de dollars pour une commandite majeure. Il est aussi possible d'offrir une commandite en biens ou en services.

« Nous développons une relation privilégiée avec nos commanditaires, signale M. Dupuis. Tout au long de l'année, par exemple, nous sommes portés à faire appel à eux pour donner une formation ou animer une séance d'information destinée à nos membres. La visibilité que nous leur procurons va bien au-delà du congrès. » ■

Des trucs pour bien faire la promotion de votre événement

Il faut parfois s'y prendre trois ans à l'avance pour des congrès majeurs

Nathalie Vallerand
dossiers@transcontinental.ca

Quand il s'agit de promouvoir son congrès, l'Ordre des conseillers en ressources humaines et en relations industrielles agréés du Québec ne laisse rien au hasard. Sa stratégie commence six mois avant l'événement et se poursuit jusqu'à deux semaines avant.

La première étape consiste à envoyer à ses membres un courriel pour annoncer le congrès et offrir un tarif préférentiel de préinscription. Puis, à partir de la fin juin, soit trois mois et demi avant l'événement, les membres reçoivent un courriel hebdomadaire, chaque fois différent, traitant d'un volet particulier du congrès.

« Cela nous permet de faire connaître les thèmes qui seront abordés et d'interpeller les membres intéressés par la rémunération, le recrutement, les relations de travail ou tout autre aspect de notre secteur d'activité », explique Florent Francoeur,

président-directeur général de l'ordre professionnel. Cet envoi de courriels prend fin deux semaines avant l'ouverture du congrès.

En annonçant le congrès trois ans avant sa tenue, on crée un intérêt pour la destination.

L'événement, qui réunira quelque 1 000 personnes les 20 et 21 octobre au Palais des congrès de Montréal, est aussi publicisé sur le site Internet de l'Ordre et un dépliant est produit. L'Ordre expédie aussi ce dépliant à des milliers d'autres personnes dont il a les coordonnées en banque.

« Au fil des ans, nous nous sommes constitué des listes d'envoi composées notamment des coordonnées des gens qui assistent à nos formations mais qui ne sont pas membres,

indique M. Francoeur. Nous leur envoyons également deux ou trois rappels par télécopieur, car les télécopies, contrairement aux courriels, sont susceptibles d'être affichées et lues par plusieurs cadres dans l'entreprise. »

De plus, l'Ordre conclut des ententes avec d'autres associations pour que celles-ci insèrent son dépliant dans leurs envois aux membres.

Enfin, il achète à quelques reprises de l'espace publicitaire dans un hebdomadaire spécialisé dans les affaires afin de rejoindre le plus possible son public cible.

Pour sa part, la Fédération québécoise des municipalités, qui organise un congrès annuel de 3 000 délégués à Québec, consacre un numéro entier de sa revue *Quorum* à son événement.

Grands congrès

Du côté des grands congrès internationaux ou canadiens, la promotion est un travail de longue haleine. « Il n'est jamais trop tôt pour commen-



Florent Francoeur : « Nous concluons des ententes avec d'autres associations pour qu'elles insèrent notre dépliant dans leurs envois aux membres. »

cer à annoncer un tel événement, affirme Jean-Paul de Lavison, président de JPdL, une firme spécialisée dans l'organisation de grands congrès. « On n'en fait jamais trop puisque les gens ont plein de bonnes raisons pour ne pas venir. Il faut donc leur vendre l'idée d'y assister longtemps à l'avance. »

Par exemple, en annonçant le congrès trois ans avant sa tenue, on crée un intérêt pour la destination et on permet à son public-cible de mijoter des projets.

Ainsi, l'un décidera d'assister au congrès de Montréal en 2006 parce que c'est l'année de ses 40 ans et qu'il n'a jamais visité cette ville. Une autre personne, recrutée par un chasseur de têtes, négociera avec son nouvel employeur sa participation au congrès dont elle entend parler depuis si longtemps.

En plus des communiqués aux médias et des annonces dans les revues spécialisées et sur son site Internet, il faut notamment profiter des événements internationaux dans le même domaine pour faire sa promotion. C'est une stratégie souvent utilisée par Hydro-Québec quand elle organise un congrès international.

« Nous faisons une liste des événements visant le même public-cible, et nous choisissons les plus significatifs pour y tenir un stand, explique Lise

Pinsonneault, conseillère en communication et en organisation de congrès chez Hydro-Québec. Nous organisons aussi des soirées où nous faisons la promotion de Montréal sur le plan touristique. Il nous est même déjà arrivé de présenter des prestations d'artistes québécois pour donner le goût aux gens de venir ici. »

Hydro-Québec fait aussi appel à ses employés qui voyagent dans le cadre de leurs fonctions ou qui sont en poste à l'étranger soit pour faire des présentations formelles sur le congrès soit tout simplement pour en parler avec leurs relations d'affaires. « Ces gens-là ont un grand pouvoir d'influence sur leur réseau », affirme M^{me} Pinsonneault.

Une autre tactique consiste à faire équipe avec les diverses sections locales de l'association dont on fait partie. « Lors d'un congrès en Australie, j'ai vu des gens de New York promouvoir auprès des autres délégués un congrès qui aura lieu à Montréal », illustre M. de Lavison. ■

www.centremontroyal.com



Quand hospitalité
rime avec

haute technologie

- La toute dernière **technologie**
- Un environnement **ergonomique**
- Une cuisine **exceptionnelle**
- Plus de **3 000 chambres d'hôtel** à votre portée.
- **17 salles de conférence polyvalentes**
- **Un auditorium ultramoderne de 730 sièges fixes**

Le Centre Mont-Royal au cœur de Montréal.
Un centre multimédia pour conférences et événements spéciaux.
Au-delà de toutes vos attentes!

Centre **Mont-Royal**



Téléphone : (514) 844-2000
Sans frais : 1 866 844-2200
Télécopieur : (514) 843-8500
info@centremontroyal.com



Pour que vos conférences atteignent des sommets inégalés

Organisateurs, vous ne devriez pas oublier les assurances

Pierre Picard

dossiers@transcontinental.ca

Au cours d'un congrès, plusieurs convives souffrent d'un empoisonnement alimentaire. Qui sera poursuivi, l'organisateur de l'événement ou l'hôtel? Au cours d'un banquet d'affaires, un des invités s'avance vers le disc-jockey pour lui adresser une demande spéciale et, dans son enthousiasme, il échappe le contenu de son verre sur la console. Qui paiera pour les dégâts? Au cours d'un spectacle offert dans le cadre d'un colloque, l'artiste perd pied sur la scène et se fracture la cheville. Sur qui rejettera-t-on la responsabilité?

Peu importe les réponses à ces questions, il est fréquent que l'organisateur de l'événement soit la première personne contre qui on intente une poursuite. Selon le magazine *Indispensable* du Groupe des événements corporatifs, l'organisateur d'événements est en relation avec une gamme de fournisseurs, comme le responsable du site, le traiteur et les intervenants liés à l'audiovisuel et à l'animation.

Il est le maître d'oeuvre vers qui se tournent les regards quand quelque chose va mal.

Trois sortes d'assurances

Il existe trois types d'assurances pour les organisateurs d'événements : l'assurance responsabilité civile générale, l'assurance des biens et l'assurance en cas d'annulation de l'événement. L'assurance responsabilité civile est de loin la plus répandue dans ce domaine. Le montant de couverture moyen est de 2 M\$ et les primes annuelles varient de 2 000 à 4 000 \$.

« En assurance, les réunions et congrès sont un petit marché spécialisé. Le risque est évalué pour chaque cas. Il va de soi qu'il n'est pas le même pour couvrir des feux d'artifice ou une exposition de livres, lance Jean-Claude Duchamps, président d'Assurances Jean-Claude Duchamps. La base de la police d'assurance reposera sur ce qui est négocié entre l'organisateur de l'événement et le responsable du site, comme le nombre de visiteurs et le type d'activités. »

Les intervenants du milieu



Tous devraient s'assurer contre les conséquences d'un accident, par exemple, un artiste qui trébuche et se blesse.

reconnaissent que l'idéal serait que chacun soit assuré pour son champ de responsabilité, organisateurs d'événements et fournisseurs de toutes sortes. Or, la réalité est tout autre.

Tous ne sont pas assurés

Réjean Laflamme, président de Corpotechnologie, organise des événements depuis plus de 25 ans. Il souligne que les primes exigées en assurance responsabilité civile sont relativement peu élevées et que tous les fournisseurs avec lesquels il travaille détiennent cette assurance.

Il est d'avis que les organisateurs d'événements eux-

mêmes n'ont pas toujours une assurance responsabilité civile. « Au début des années 90, il y avait une trentaine de boîtes en organisation d'événements au Québec. Aujourd'hui, on en trouve plus de 600, précise-t-il. Il y a donc eu une prolifération d'entreprises de sous-sol. Je ne suis pas certain que ces dernières aient une assurance. »

De son côté, Jean-Paul de Lavison, président de JPdL, une entreprise de 60 employés établie à Montréal, Québec, Mont-Tremblant et Toronto, s'étonne que « plus de 75 % des clients ne demandent pas une preuve d'assurance à leur organisateur d'événements. C'est

un aspect négligé. Souvent pour éviter des coûts, le client choisira l'organisateur le moins cher. Celui-là ne sera peut-être assuré. »

Dans le secteur de l'événement depuis 1982, JPdL exige de tous ses fournisseurs une preuve d'assurance. « Cette pratique demande beaucoup d'efforts, insiste-t-il. Chez nous, une personne est chargée de faire ces vérifications à temps plein. C'est systématique. »

Des coûts élevés

Michel Courtemanche, stratège en chef au Groupe des événements corporatifs, explique que des endroits comme le Palais des congrès de Montréal et les centres de congrès en province exigent que les organisateurs d'événements leur fournissent une preuve d'assurance.

« À part cela, jamais on ne me demande une preuve d'assurance, même pas les hôtels, insiste-t-il. Cela constitue une véritable zone grise. Si un artiste se blesse sur une scène, on peut s'attendre à un jeu de chaises musicales pour savoir qui sera responsable.

Dans notre domaine, peu d'entreprises ont des assurances. Les clients devraient pourtant l'exiger. »

Si les primes en assurance responsabilité civile sont relativement abordables, il en est tout autrement de celles en assurance des biens.

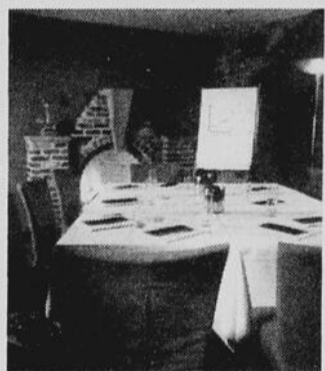
« C'est exagéré à cet égard, décrit Réjean Laflamme. Il en coûte par exemple 1 000 \$ pour assurer 10 000 \$ de biens. Nous avons décidé de prendre le risque de ne pas assurer notre équipement audiovisuel et informatique à cause des coûts trop élevés. »

Finalement, l'assurance annulation est plus répandue si la réunion ou le congrès comporte un volet spectacle, comme le précise le magazine du Groupe des événements corporatifs. Les principales causes d'annulation sont les suivantes : l'événement dépend de la performance de un ou de plusieurs artistes qui ne peuvent exécuter leur prestation, la température empêche la tenue d'un événement et un accident crée un dommage important au site où doit se dérouler l'activité. ■

Priori

Après tout, chacun ses priorités...

HÔTEL
LE PRIORI



Congrès ou réunion d'affaires,
vos raisons de faire escale à l'Hôtel Le Priori de Québec
sont toujours les meilleures!

Situé dans le Vieux-Port de Québec, sous les toits de l'édifice historique datant de 1734 qui l'abrite, l'Hôtel Le Priori joue des contrastes de la pierre, des boiseries, de l'ardoise et de l'acier inoxydable pour créer une atmosphère où luxe et bien-être sont en vedette. Après tout, chacun ses priorités...

- 21 chambres
- 5 suites de luxe
- 2 salles de conférence
- Restaurant «Toast!»

Hôtel Le Priori

15, rue du Sault-au-Matelot, Québec (Québec) G1K 3Y7
Téléphone: 1 (800) 351-3992 (418) 692-3992 Télécopieur: (418) 692-0883
Site Internet: www.hotellepriori.com Courriel: prioribiz@videotron.ca

ÉVADEZ-VOUS

...en congrès

Rivière-du-Loup



Il faut absolument revenir en vacances...

Rivière-du-Loup

Carrefour touristique d'importance

Deux centres de congrès quatre étoiles

Plus de 1000 chambres disponibles

40 salles pouvant accueillir jusqu'à

1000 personnes en style école

Plus de 90 restaurants

Centres de santé

Coordination de vos programmes conjoints(es),
tour de ville « circuit patrimonial », visite des attractions
et sites touristiques.

Pour en connaître davantage sur notre destination congrès,
n'hésitez pas à visiter notre nouveau site Internet et
sa section Oser et s'évader au :
www.tourismerviviereduloup.ca
ou contactez-nous aux coordonnées suivantes :



Office du tourisme et des congrès
de Rivière-du-Loup

Téléphone : 1-888-825-1981
Télécopieur : 418-868-1666
Courriel : otcrdl@qc.aira.com



L'ITHQ forme des chefs d'orchestre d'événements spéciaux

Mélanie Larouche
dossiers@transcontinental.ca

Parce que l'industrie des événements et congrès au Québec prend de l'ampleur depuis quelques années, l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec (ITHQ) a décidé de prendre les choses en main. Elle inaugurerait donc, l'an dernier, un programme de formation appelé Coordination d'événements et de congrès. Il s'agit d'une attestation d'études collégiales (AEC) de 600 heures qui s'adresse principalement à des gens du milieu touristique et des communications qui désirent se spécialiser dans ce domaine.

Le coordonnateur du programme, Claude Lafrenière, a oeuvré aux Services alimentaires de Tennis Canada pendant huit ans. Pour lui, la mise sur pied d'une telle formation devenait ni plus ni moins une nécessité. « L'organisation des congrès est un monde méconnu. Les gens qui évoluent dans cette sphère d'activité sont de véritables chefs d'orchestre qui travaillent huit jours sur sept. Ils agissent à la fois comme

coordonnateur et gestionnaire, ils doivent se montrer constants, dynamiques et être parfaitement bilingues. On attend beaucoup d'eux, et ils sont sollicités de toutes parts. »

Développé en collaboration avec les gens des milieux concernés, le programme de Coordination d'événements et de congrès de l'ITHQ jouit du soutien technique de la section montréalaise du Meeting Professionals International (MPI), un organisme important du milieu de l'événement présent dans 64 pays. Dans le cadre de ce partenariat, qui accorde crédibilité et visibilité au programme, l'ITHQ bénéficie des services d'enseignants du MPI.

Emplois à la carte

Si le Palais des congrès de Montréal, de par sa vocation première, présente une importante concentration d'événements d'envergure, la profession touche cependant un éventail beaucoup plus large de possibilités d'emploi. « Il y a aussi les PME et les grandes entreprises, souligne M. Lafrenière. Ces nouvelles compé-

tences de coordonnateur concernent non seulement le monde des affaires mais aussi les milieux touristique et culturel. Même les restaurateurs sont à leur façon des organisateurs d'événements. »

Il met d'ailleurs l'accent sur Montréal qui est une véritable championne de la tenue d'événements d'envergure : congrès,

« Quand il y a de l'argent, que l'économie roule bien, on se réunit davantage. Et l'inverse est également vrai. »

réunions, conférences de presse, fêtes, festivals, salons, expositions, foires commerciales, symposiums, vernissages, défilés de mode, etc. Selon lui, la métropole génère à elle seule un énorme potentiel d'emploi.

« Beaucoup de gens sont appelés à travailler à leur propre compte, fait remarquer Hélène Pigeon, enseignante

au programme et membre du conseil d'administration du MPI à Montréal. Le marché se développe bien, il y a de plus en plus d'infrastructures pour répondre aux besoins. Ce secteur d'activité suit l'économie et l'évolution de la société de très près. Quand il y a de l'argent, que l'économie roule bien, on se réunit davantage. Et l'inverse est également vrai. »

Triés sur le volet

Toujours dans le but de conserver un taux de placement avantageux, l'ITHQ tient à ne jamais former trop d'élèves à la fois. Le programme, qui est offert à temps partiel ou à temps plein, est donc fortement contingenté. Les étudiants sont rigoureusement sélectionnés selon les différents atouts et diverses aptitudes qu'ils possèdent déjà. « La clientèle est réduite mais très crédible, explique M. Lafrenière. Nous voulons former des gens solides et dynamiques, qui seront efficaces dès que leur programme sera terminé. »

Ainsi, au terme de cette formation, les finissants auront



Claude Lafrenière souligne que les gens qui travaillent à l'organisation d'événements « agissent à la fois comme coordonnateur et gestionnaire, ils doivent se montrer constants, dynamiques et être parfaitement bilingues ».

acquis les notions nécessaires au soutien et au développement complet d'un événement : planification d'un projet, logistique, programmation, communication, gestion, évaluation et suivi.

Bien qu'un premier bilan soit difficile à faire, le programme n'en étant qu'au début de sa deuxième année, M^{me} Pigeon le considère à point. Il donne un bon aperçu du milieu et les

bons outils pour y oeuvrer. Il progressera au même rythme que l'industrie. »

Claude Lafrenière est aussi fier du taux de placement. « Nous n'avons aucune difficulté à garnir notre banque d'employeurs potentiels. Avant même d'avoir lancé le programme, un e douzaine d'employeurs nous avaient fait part de leur intention d'accueillir des stagiaires. » ■

Retrouvez la grande cuisine de Jacques Le Pluart en version bistro, terrasse et grande table au rez-de-chaussée de l'Hôtel Château Laurier

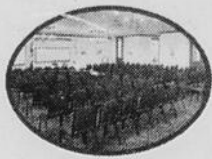
LA CLOSERIE
RESTAURANT

1210, Place George-V Ouest à Québec
Côté GRANDE TABLE (418) 523 9975
Côté BISTRO (418) 523 4465

J'adore

quand mon boss m'envoie à Québec!

Le côté confortable du Vieux-Québec



Stationnement gratuit • Accès Internet gratuit

1220, place George-V Ouest (coin Grande Allée), Québec www.vieuxquebec.com

1.877.333.1854

L'hôtel de vos séjours à Québec



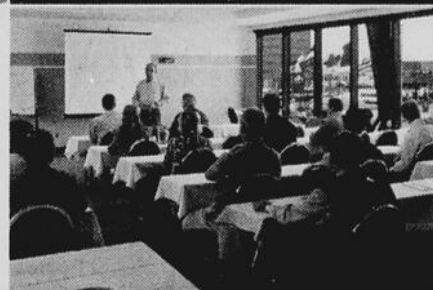
La formule Classique

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

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

www.hotelclassique.com

10 salles pour groupes de 8 à 250 personnes.




HÔTEL
Classique
1-800-463-1885

Quatre belles suites dans les principaux pôles d'affaires

Les luxueuses suites d'hôtel ont été créées pour accueillir les rois, les reines, les princes et les princesses. Les vedettes rock et les stars d'Hollywood y trouvent également refuge. Tout comme d'ailleurs plusieurs chefs d'État et de nombreux présidents de grandes entreprises. Pour ce cahier Réunion et Congrès, on vous propose un aperçu de quatre luxueuses suites, situées dans les principaux pôles d'affaires, soit Québec, Montréal, Gatineau-Ottawa et la Ville reine, Toronto. De quoi faire rêver...

Claudine Hébert dossiers@transcontinental.ca



Château Frontenac

Fairmont Le Château Frontenac

Adresse : 1, rue des Carrières, Québec (Québec) G1R 4P5
Nom de la suite : Sir William Cornelius Van Horne
Superficie : Environ 2 000 pieds carrés
Tarif : À partir de 1 899 \$ la nuit
Nombre de pièces : Sept pièces réparties sur deux étages, incluant un salon, une salle à manger, une cuisinette, une chambre principale, une salle de bain complète, ainsi qu'une salle de bain et une chambre pour les invités.

Style : Fortement influencée par un décor européen.
Ce qui la caractérise : La suite est située dans l'aile Riverview, soit la plus grande tourelle du Château. Il s'agit de l'une des sections originales du légendaire établissement hôtelier. On est charmé par son mobilier antique, son foyer décoratif, ses bordures en bois, l'architecture de son grand salon de forme ronde et de l'opulent décor de la salle de bain en marbre avec bain à remous.

Particularité : La suite est équipée d'Internet haute vitesse.

Qui a dormi dans la suite ? Céline Dion, Vicente Fox (président du Mexique) et bien d'autres personnalités

Nombre de chambres et de suites dans l'hôtel : 618 chambres dont 33 suites
Contact : Alex Kassatly, directeur général : (418) 692-3861.

Hôtel Le St. James

Adresse : 355, rue Saint-Jacques, Montréal (Québec) H2Y 1N9
Nom de la suite : L'appartement-terrasse
Superficie : 3 500 pieds carrés

plus une terrasse de 1 500 pieds carrés
Tarif : 5 000 \$ la nuit
Nombre de pièces : Huit pièces, incluant un grand salon, une salle à manger, deux chambres à coucher dotées de leur salle de bain privée, une bibliothèque, une cuisine et une salle de lavage.

Style : Cet appartement de type *penthouse* jouit d'un décor classique reflétant l'ambiance du 19^e siècle. Les pièces sont meublées de plusieurs objets d'art, de meubles antiques restaurés, de tapis

persans et de marqueterie italienne.

Ce qui la caractérise : On y accède par un ascenseur privé. La chambre principale est dotée d'un foyer, de draps *Frette* et d'une couette en duvet. Les salles de bain privées, aménagées par le designer *Michael S. Smith*, nous séduisent avec leur plancher, leurs murs de marbre Oniciato vert jade et leur écran à plasma. Il est à noter que la salle à manger peut accueillir 12 personnes; elle est idéale pour un conseil d'administration. On aime aussi la terrasse dont la vue panoramique sur le Vieux-Port est tout à fait sublime.

Particularités : Les salles de bain sont équipées des articles de toilette *Penhaligon's*, de *Londres*, et *Hermès*. On trouve dans la suite plusieurs écrans à plasma, une chaîne stéréo *Bang & Olufsen* et l'accès à Internet haute vitesse.

Qui a dormi dans la suite ? Il y a eu bien sûr les Rolling Stones. Pour les autres, la direction de l'hôtel préfère taire leur identité, qui sont pour la plupart des personnalités d'affaires, des chefs d'entreprises, des stars de cinéma et des vedettes de rock.

Nombre de chambres et de suites dans l'hôtel : 60 chambres dont 37 suites
Contact : Élisabeth Glimenaki, directrice ventes et marketing : 1 866 841 3111. elizabeth@hotellstjames.com



Hôtel St. James

PLUS QU'UN CONGRÈS...
L'évasion
 au bord du Saint-Laurent!

Forfaits affaires et congrès sur mesure
 À partir de **160\$** (occ. simple)
 Incluant :
 • 1 nuitée
 • 3 repas, pauses café
 • salle de réunion
 • salon privé pour 28 personnes
 • service inclus (taxes en sus)

Tourisme mauricie
 À 10 minutes de Trois-Rivières

L'AUBERGE DU LAC SAINT-PIERRE
 POINTE-DU-LAC

PRIX DU TOURISME QUÉBÉCOIS
 Accueil Gastronomique

RÉSEAU
 Hôtellerie Champêtre MEMBRE

30 chambres luxueuses • Fine cuisine réputée
 Accueil attentionné • Site enchanteur

1911, Notre-Dame (route 138) Pointe-du-Lac (Québec) Canada G0X 1Z0
www.aubergelacst-pierre.com lacstpierre@tr.cgocable.ca
 Tél. : (819) 377-5971 - Fax : (819) 377-5579
 Réservations : 1 888 377-5971 (sans frais)

AMERICAN EXPRESS

NOUVEAU
 meetings ●●●●
PlannerPlus
 Réunions & Congrès

Bureau affilié indépendant opéré par Voyagex Inc.
 Planificateur d'événements

Claude Turcotte
claudet@voyagex.ca
 450.928.4815
 1.800.531.0691

AU CŒUR DU VIEUX-QUÉBEC
RÉUNIONS
 FORFAIT
 10 CHAMBRES ET PLUS

- Chambre de catégorie supérieure avec 1, 2 ou 3 repas
- Salle de réunion
- 2 pauses-café par jour
- Appels locaux sans frais
- Frais de service
- 7 salles de réunions pour des groupes jusqu'à 200 personnes
- Restaurant fine cuisine à « La Table du Manoir »
- Resto-bistro « Le Saint-James »
- Piscine intérieure / club santé / sauna
- Stationnement intérieur avec service de valet

À PARTIR DE **73\$***
 PAR PERSONNE, PAR JOUR EN OCCUPATION DOUBLE

HÔTEL MANOIR VICTORIA

* Taxes en sus.
 44, côte du Palais, Vieux-Québec (Québec) Canada G1R 4H8 Tél.: 418.692.1030
 Fax: 418.692.3822 Courriel: admin@manoir-victoria.com www.manoir-victoria.com

PROGRAMME CORPORATIF À PARTIR DE 99\$ PAR CHAMBRE, PAR NUIT 1 800 463.6283



Royal York

Fairmont Royal York

Adresse : 100, Front Street West, Toronto (Ontario) M5J 1E3

Nom de la suite : Suite Royale
Superficie : 5 000 pieds carrés

Tarif : À partir de 1 899 \$
Nombre de pièces : Sept pièces, incluant notamment un salon, une salle de séjour, deux chambres à coucher avec salle de bain privée et une salle à manger.

Son Style : Un décor opulent impérial tout à fait unique à l'intérieur de l'hôtel.

Ce qui la caractérise : Les meubles de la salle de séjour font partie du décor de la suite depuis l'ouverture de l'hôtel, en 1929. On craque pour les plafonds moulés, les nombreuses peintures à l'huile, les miroirs, les tapis tissés et l'imposant foyer en chêne blanc. La salle à manger, qui peut recevoir 10 personnes, sert à l'occasion de réceptions de mariage.

Nombre de chambres et de suites dans l'hôtel : 1365 chambres, dont 69 suites.

Contact : Francisco Gomez, directeur général : (416) 368-2511.
royalyorkhotel@fairmont.com

Hilton Lac-Leamy

Adresse : 3 boul. du Casino, Gatineau (Québec) J8Y 6X4

Nom de la suite : Suite Royale
Superficie : 1 694 pieds carrés

Tarif : 2 500 \$ la nuit
Nombre de pièces : cinq pièces, incluant une salle à manger avec une cuisine, un salon, une chambre à coucher, une salle de bain et une salle d'eau.

Ce qui la caractérise : Située au dernier étage de l'hôtel, la suite Royale donne une vue sur la colline parlementaire et le lac de la Carrière. Outre son plancher en marbre noir, cette suite retient l'attention grâce à son piano à queue,

sa chambre principale dotée d'un foyer, sa salle à manger pouvant recevoir 10 personnes, son bar et son balcon privés et sa salle de bain très moderne munie d'une douche multi-jets. La suite comprend également plusieurs oeuvres

d'art provenant de la collection Loto-Québec.

Particularité : La suite est équipée d'Internet haute vitesse.

Qui a dormi dans la suite ? Céline Dion et plusieurs personnalités du monde

artistique et politique.

Nombre de chambres et de suites dans l'hôtel : 349 chambres, dont 37 suites.

Contact : Simon Desmarais, directeur de l'hébergement : (866) 488-7888.
info@hiltonlacleamy.com



Hilton Lac-Leamy



Hôtel-Suites Le Faubourg

161 suites spacieuses • Cuisine toute équipée • Petit-déjeuner continental de luxe en gratuité

Internet haute vitesse à titre gracieux • Centre d'affaires • Salon de réunion (3)

Maintenant un participant du programme Aéroplan^{MD}

155 boul. René-Lévesque Est, Montréal (Québec) H2X 3Z8

T : (514) 448-7100 F : (514) 448-7101

1 888 561-7666 www.hotelfaubourg.com

Aéroplan^{MD}

Approuvé par :



Enviabable

pour le service.

Réservez en ligne, communiquez avec votre agent de voyages ou appelez VIA Rail Canada au **1 888 VIA-RAIL (1 888 842-7245)** ou **ATS 1 800 268-9503** (malentendants).

QUÉBEC • MONTRÉAL • OTTAWA • LONDON • TORONTO • KINGSTON

www.viarail.ca

LES GENS QUI VOUS TRANSPORTENT

Marque de commerce propriété de VIA Rail Canada inc.

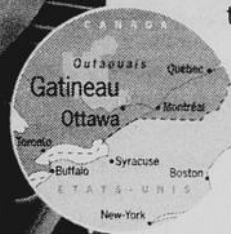
VIA 
VIA Rail Canada^{INC.}

J'attends avec impatience notre prochaine réunion...



à Gatineau
et dans la
magnifique
région de l'Outaouais

La nouvelle ville de Gatineau et la région de l'Outaouais vous offrent 650 nouvelles chambres d'hôtel et un nouveau Centre de congrès à la fine pointe de la technologie. Découvrez également nos attractions de renommée internationale – le Musée canadien des civilisations, le train à vapeur Hull-Chelsea-Wakefield et le magnifique Casino du Lac-Leamy qui agrémenteront votre séjour. Informez-vous dès maintenant... et réservez votre réunion.



Tourisme Outaouais

1 800-567-9824

reunion@tourisme-outaouais.ca



Hilton
Lac-Leamy

Gatineau – Ottawa
3, boulevard du Casino
Gatineau (Québec)
(819) 790-6444
1 866 488-7888
www.hiltonlacleamy.com

Un rêve bien réel.

HÔTEL • THÉÂTRE • CASINO • RESTAURANTS • SPA

Reunissez-vous au **Holiday Inn**
Plaza la Chaudière



- 13 salles de réunion à votre disposition
- Salle de bal pouvant accommoder jusqu'à 450 personnes, style théâtre
- Internet haute vitesse dans toutes nos salles
- Installation pour téléconférences
- Informez-vous sur le programme « Miles pour réunions » Holiday Inn

2, rue Montcalm, Gatineau J8X 4B4
saleschaudiere@rosdevhotels.com
819 778-3880 ou 1 800 567-1962



Holiday Inn
Plaza la Chaudière
Gatineau-Ottawa



Vous recherchez l'atmosphère d'un centre de villégiature mais devez être près du centre-ville et de ces attractions ?

Le Château Cartier vous offre le meilleur des deux mondes :

- 90 suites, 39 chambres standards;
- 22 salles de réunion, totalisant 23 000 pieds carrés;
- Stationnement gratuit;
- Club Santé et Spa complet;
- Parcours de golf de 18 trous, avec champs de pratique

À seulement
sept minutes du
centre-ville de
Ottawa/Gatineau

Château Cartier
RELAIS • RESORT

1 800 807-1088 • 778-0000

www.chateaucartier.com

100 RAISONS
DE SE RÉUNIR
À MONTEBELLO !



Pour réservations,
composez le (819) 423-6341
www.fairmont.com

AJOUTEZ 100\$ PAR NUIT PAR PERSONNE
À VOTRE TARIF DE CHAMBRE ET
PROFITEZ DE TOUS LES AVANTAGES
D'UN FORFAIT RÉUNION CLÉS EN MAIN.

Votre forfait Réunion* comprend: un petit déjeuner buffet, deux pauses-café (café et thé), un déjeuner buffet ou conférence, un dîner trois services (menu fixe), deux salles de réunion incluant les frais de service, le stationnement gratuit ainsi que l'accès à notre centre sportif et à notre piscine intérieure.

OUTAOUAIS
Fairmont
LE CHÂTEAU MONTEBELLO

* Ce forfait est basé sur un minimum de 10 chambres par nuit. Certaines restrictions s'appliquent. Taxes en sus. Valable jusqu'au 30 avril 2004, du dimanche au jeudi, disponibilité limitée. Non-valable pour les périodes des fêtes et de Pâques.

DONNEZ UNE DIMENSION
HISTORIQUE
À VOS ÉVÉNEMENTS



MUSEE CANADIEN
DES CIVILISATIONS
100, rue Laurier, Gatineau (Québec) J8X 4H2
www.civilisations.ca

Banquets et événements spéciaux
(819) 776-7018
banquets@civilisations.ca

Canada



Situé face
au **Casino**
du Lac Leamy



75, rue Edmonton, Gatineau, secteur Hull (Québec) J8Y 6W9
Tel.: 819.777.7538 • Téléc.: 819.777.0277 — www.ramadaplaza-casino.com



- Petit-déjeuner buffet complet & stationnement gratuits
- Bain à jets d'air et foyer électrique dans toutes les 174 chambres et suites à deux niveaux
- Salles de conférence (10 à 325 pers.)
- Restaurant 360 places LE BIFTHÈQUE

1.800.296.9046

Québec

AIR CANADA

VIA
VIA Rail Canada

OUTAOUAIS
vivez-le!