

RÉUNIONS ET CONGRÈS

LES GENS DERRIÈRE L'ÉVÉNEMENT PAGES 8 À 11



OÙ S'INSTALLERA
LE CENTRE DE FOIRES
DU GRAND MONTRÉAL?

NOTRE DOSSIER
EN PAGES 6 ET 7

RÉUNIONS ET CONGRÈS

Montréal bat New York

SIMON DIOTTE
COLLABORATION SPÉCIALE

Montréal a le vent dans les voiles. La métropole québécoise a déclassé New York au deuxième rang nord-américain des destinations de réunions et congrès internationaux en 2002, en se classant tout juste derrière la championne américaine, Washington, selon les chiffres de l'Union des associations internationales (UAI). Montréal se classe normalement au troisième rang.

La cité de Gerald Tremblay a accueilli 87 conférences internationales en 2002, contre 88 pour Washington, 78 pour New York et 56 pour Vancouver. À l'échelle internationale, Montréal se classe au 14^e rang, derrière les grandes capitales européennes comme Paris, Bruxelles, Londres et Vienne.

Comment Montréal est-elle parvenue à devancer New York? « Les conséquences du 11 septembre peuvent expliquer cette deuxième place, mais il faut aussi mentionner le coût prohibitif des réunions à

New York, ce qui favorise nettement Montréal », croit Michel Archambault, titulaire de la Chaire de tourisme de l'UQAM et auteur d'une étude sur l'industrie des congrès.

Par contre, peu de gens pensent que la métropole québécoise pourra maintenir cette position exceptionnelle. « La place naturelle de Montréal est au troisième rang. La performance de 2002 est circonstancielle : l'incertitude de l'économie américaine, les mauvaises relations Europe—États-Unis, la guerre au terrorisme et la guerre en Irak qui se préparait ont avantagé Montréal au détriment de New York. En 2003, Montréal devrait retrouver sa troisième position », pense François Goulet, vice-président principal des ventes à Tourisme Montréal.

Le but de Tourisme Montréal est donc de maintenir Montréal au troisième rang en tenant Toronto et Vancouver, ses principaux concurrents, à l'écart. « C'est une lutte qui s'annonce ardue. Vancouver vient de doubler sa superficie de congrès et

devient très agressive sur les marchés internationaux. Qui plus est, elle profitera de la visibilité des Jeux olympiques d'hiver de 2010 », analyse M. Goulet.

Pas de doute, Montréal posséderait les atouts pour se maintenir au sommet. Par contre, cela ne signifie pas que l'on doive se reposer sur ses lauriers. Selon M. Goulet, il faut se préparer à l'avenir en pensant déjà au prochain agrandissement du Palais des congrès et poursuivre les investissements pour rendre Montréal encore plus attrayante.

« Jusqu'à maintenant, on a investi un milliard en infrastructure dans le Palais, dans le quartier international et dans la Grande Bibliothèque, entre autres, mais il faudrait investir un autre milliard pour consolider le tout », estime M. Goulet.

Ce dernier appréhende les mois à venir puisque le gouvernement libéral ne semble pas se préoccuper du tourisme d'affaires. « Pour rester compétitif, il faut continuer d'être dynamique : la salle de l'OSM et



PHOTO ARMAND TROTTIER, LA PRESSE

Les événements du 11 septembre et le coût prohibitif des réunions à New York favorisent nettement Montréal, croit Michel Archambault, titulaire de la Chaire de tourisme de l'UQAM.

le quartier des spectacles sont des projets intéressants. Sauf qu'en ce moment, le gouvernement ne parle que de santé et d'éducation », déplore-t-il.

Le succès de Montréal au niveau des rencontres internationales passe aussi par la poursuite des efforts pour at-

tirer les organisations internationales chez nous, pense Michel Perrault, vice-président organisations internationales à Montréal International. Plus il y aura de sièges sociaux ici, plus il y aura de congrès. C'est aussi simple que cela !

MINTO PLACE  SUITE HOTEL

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



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

Réservations:

Canada et États-Unis: 1-800-267-3377

Ottawa: (613) 782-2350

Site web: www.mintohotel.comCourrier électronique: mpshotel@minto.com

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

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

Montréal
international

La présence d'organisations internationales à Montréal donne un sérieux coup de pouce. « Depuis une quinzaine d'années, Montréal a triplé le nombre d'organisations internationales sur son territoire, dont l'Agence mondiale antidopage et l'Institut de statistique de l'UNESCO. Ces organisations internationales (on en compte plus de 70 dans la métropole) attirent des congressistes, ce qui a sans doute aidé Montréal à surclasser la Grosse Pomme », explique Michel Perrault, vice-président organisations internationales à Montréal International.

Montréal est devenue la ville internationale du Canada. Six grandes organisations gouvernementales ont leurs sièges sociaux ici, contre deux à Ottawa et Toronto. Montréal peut aussi compter sur ses quatre universités et sa position de leader en recherche pharmaceutique.

Une industrie en pleine mutation

SIMON DIOTTE
COLLABORATION SPÉCIALE

Le souvenir du 11 septembre 2001, la guerre en Irak, l'incertitude économique aux États-Unis, le SRAS, la concurrence accrue entre les destinations d'affaire et les nouvelles technologies bouleversent l'industrie des congrès. Résultat : les gouvernements, les offices de tourisme et des congrès, les hôteliers et les fournisseurs de services doivent travailler de concert afin de bonifier leur offre et se démarquer de la concurrence. Dans le futur, c'est le *branding* de la destination qui primera pour attirer les congressistes.

Telles sont les conclusions de l'étude de la Chaire de tourisme de l'UQAM sur l'industrie des congrès, qui a été dévoilée en novembre dernier au Palais des congrès de Montréal lors du premier colloque organisé sur le sujet, auquel participaient 400 professionnels de l'industrie.

« On assiste à un boom dans l'offre. Des nouvelles destinations comme Séoul, Prague, Saint-Petersbourg et le Cap font leur apparition sur le marché des congrès et livrent une forte concurrence aux destinations bien établies, comme Montréal et les capitales européennes. Ce que nous indique l'étude, c'est que nous n'évoluons plus en vase clos », affirme Michel Archambault, le directeur de cette recherche.

Alors que l'offre augmente au



PHOTO FOURNIE PAR LE SERVICE D'INFORMATION DE PRAGUE

De nouveaux centres de congrès, comme celui de Prague, livrent une forte concurrence aux destinations bien établies, comme Montréal, qui se classe au 14^e rang des destinations internationales.

niveau mondial, la tendance va vers des congrès de moindre envergure, de moins longue durée et géographiquement décentralisés. « Puisque l'offre dépasse la demande, on assiste à une guerre de prix. Certaines destinations offrent leurs salles pour presque rien », dit M. Archambault.

Dans cette industrie hautement compétitive, Montréal tire néanmoins son épingle du jeu. La métropole québécoise se classe au 14^e/₈ rang des destinations internationales et se situe au 2^e rang à ce chapitre en Amérique du Nord, derrière Washington, mais devant New York. Au niveau international, Paris, Bruxelles et Londres dominent.

En 2002, Montréal fut l'hôte de 385 événements attirant

290 000 participants. Les deux tiers des réunions provenaient du Québec et du Canada, 24 % de l'international et 11 % des

États-Unis. Le Québec a accueilli en 2001 un peu plus de 2,2 millions de touristes d'affaires, générant plus de 1,3 milliard de dollars en dépenses.

L'étude indique aussi que les congressistes, disposant de moins d'argent et de temps, recherchent des services plus efficaces et veulent des sessions intensives bien ciblées. Les congrès de l'avenir traiteront de sujets plus spécialisés et de haut niveau. Signe de cette tendance, c'est le secteur médical, paramédical et pharmaceutique qui constitue depuis quelques années la thématique la plus populaire.

« Il est à prévoir que le succès d'un congrès dépendra de la qualité d'information que les congressistes pourront aller chercher », analyse M. Archambault.

Selon l'étude, les congressistes choisissent leur destination

congrès en fonction des coûts reliés à la restauration et à l'hébergement, l'accès aérien, la facilité d'accès, la facilité d'accès pour les participants une fois à destination et la qualité des établissements d'hébergement.

Autre constatation, les nouvelles technologies changent la donne. « Maintenant les congressistes magasinent, ils comparent les tarifs d'établissements d'hébergement et réservent en ligne de plus en plus fréquemment. Cette situation complexifie grandement le travail des planificateurs de congrès », conclut l'étude.

Que doivent faire Montréal et le Québec pour continuer à se démarquer dans cette industrie? L'étude ne le dit malheureusement pas. « Les études de marché sont la première étape qui mène à l'adoption d'une stratégie plus large », explique M. Archambault. C'est donc à suivre...

Aéroplan

1000 milles Aéroplan^{MD} par séjour

Club
GOUVERNEUR

- Petit déjeuner continental ou 5^s de rabais au restaurant^{††}
- 15^e nuitée gratuite
- Accès Internet haute vitesse**
- Et autres avantages[†]

Nuit et petit déjeuner
À partir de **75 \$***

GOUVERNEUR
HÔTELS

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

* Le prix peut varier selon les établissements. Aucune autre offre ne peut être jumelée à cette offre. En vigueur du 1^{er} janvier au 31 mars 2004.
 ** Dans certains établissements.
 † Voir tous les détails sur le site www.gouverneur.com
 †† Appliquable seulement lors de votre séjour à l'hôtel où vous séjournez.
 MD Aéroplan est une marque déposée d'Air Canada.

AU CŒUR DU VIEUX-QUÉBEC

RÉUNIONS

FORFAIT

10 CHAMBRES ET PLUS

3171719

- 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 /spa
- Stationnement intérieure avec service de valet
- Accès internet haute vitesse gratuit

À PARTIR DE

73 \$*

PAR PERSONNE, PAR JOUR EN OCCUPATION DOUBLE

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

HOTEL
MANOIR VICTORIA

* Taxes en sus

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

RÉUNIONS ET CONGRÈS

Les jeudis et les vendredis gagnent en popularité

SIMON DIOTTE
COLLABORATION SPÉCIALE

Les emplois stables sont de moins en moins répandus, les horaires de neuf à cinq se raréfient et les congrès n'ont plus exclusivement lieu en début de semaine. Quelques destinations congrès remarquent un léger déplacement des réunions plus près de la fin de la semaine, alors que traditionnellement, elles se déroulaient plus tôt. On voit parfois même des congrès qui empiètent sur le samedi.

« Ce phénomène se produit en

même temps que la diminution du temps des congrès », remarque Marina Pellerin, de l'Office des congrès de Rimouski. Cette tendance serait due, croit-elle, au fait que les compagnies ont de moins en moins de personnel pour effectuer le même travail. « En chevauchant sur la fin de semaine, le temps de travail se trouve moins amputé », avance-t-elle comme explication.

Cette migration des congrès vers le jeudi, vendredi et samedi a des répercussions au niveau des activités paracongrès.

Pour les destinations de villégiature, comme Mont-Tremblant, les conjoints ou les conjointes et parfois même les enfants accompagnent plus souvent les délégués et prolongent quelquefois leur séjour. Selon des organisateurs de congrès, l'inclusion de la famille permettrait de faire augmenter le taux de participation. D'autres affirment que cela n'a aucune influence, surtout dans le marché corporatif.

Pour les planificateurs de réunions, c'est un nouveau défi qui s'ajoute. « On doit

trouver des activités pour divertir les accompagnateurs », raconte Pascale Martel, de l'Office de tourisme et congrès de Beauce. Selon la période, cette tâche peut s'avérer des plus complexes. En plein été, les activités paracongrès abondent, ce qui n'est guère le cas en saison morte dans plusieurs régions du Québec. Ce n'est peut-être pas un hasard si l'activité la plus populaire à Saint-Georges de Beauce est le cours de cuisine avec le chef du Georgesville !

Pas encore le samedi...

Ce déplacement ne veut pas dire que les congrès les samedis et dimanches gagnent en popularité. L'Association des bureaux de congrès du Québec ne constate pas une hausse de ce côté. Le marché corporatif continue à privilégier la semaine alors que les associations,

groupes religieux et groupes professionnels, profitent des jours de repos pour se réunir.

Est-ce une bonne idée d'organiser des congrès le week-end ? Deux courants s'affrontent. Il y a ceux qui ne veulent absolument pas que l'on touche à leur week-end et les autres qui trouvent qu'il s'agit d'une belle façon de voyager et de découvrir d'autres régions du Québec, résume Gilles Lafrenière, du CLD-Shawinigan.

Pour les hôtels, ça ne semble pas un créneau intéressant à développer.

« Les fins de semaine, les hôtels se remplissent déjà de vacanciers qui paient le plein tarif. L'intérêt d'attirer les congrès est moindre : c'est donc un marché que l'on développe moins », affirme Valérie Lalbin, présidente de l'Association des bureaux de congrès du Québec.

La colline parlementaire,
0 minute.

Le Centre des congrès,
1 minute.

Le Vieux-Québec,
2 minutes.



Localisé au cœur de l'action, sur la colline parlementaire et à quelques minutes du Centre des congrès de Québec, l'Hôtel Château Laurier dispose de 4 salles de réunion largement fenêtrées pouvant accueillir jusqu'à 200 personnes.



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

Jacques Le Pluart
Chef Propriétaire

LA CLOSERIE
RESTAURANT



1220, Place George-V Ouest, Québec
1-866-822-9222

www.vieuxquebec.com

Bien placé... pour parler affaires!

Internet haute vitesse gratuit • Salles de réunion • Stationnement gratuit

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**
aubergegodefroy.com

Service des ventes : **1.888.422.1620** - ventes@aubergegodefroy.com

TREMBLANT
Mont-Tremblant, Québec

PLANIFIEZ VOTRE RÉUNION DANS UN ENVIRONNEMENT UNIQUE

TREMBLANT VOUS OFFRE :

- 1 800 UNITÉS D'HÉBERGEMENT (LA MAJORITÉ SONT CLASSÉS 4 ET 5 ÉTOILES) POUR UNE CAPACITÉ DE PRÈS DE 6 000 PERSONNES
- 2 CENTRES DES CONGRÈS, 41 SALLES DE RÉUNION À VOTRE DISPOSITION SUR LE SITE TOTALISANT 33 300 PI CA, ÉQUIPEMENT AUDIOVISUEL À LA FINE POINTE DE LA TECHNOLOGIE
- ACTIVITÉS EXTÉRIEURES : GOLF, TENNIS, ACTIVITÉS NAUTIQUES ET CROISIÈRES, VÉLO, RANDONNÉE PÉDESTRE, SKI ALPIN ET PLANCHE À NEIGE, MOTONEIGE ET PLUS ENCORE...

CENTRE DES CONGRÈS TREMBLANT 1 888 811-5881 • WWW.TREMBLANT.COM

Fini la crainte des nouvelles technologies

SIMON DIOTTE
COLLABORATION SPICIALE

Internet et les nouvelles technologies de communication ont longtemps été perçus comme des menaces pour l'industrie des congrès. Pourquoi se déplacer quand on peut assister à une réunion devant son écran d'ordinateur? Mais c'était sans compter sur le pouvoir du réseautage et les facilités qu'apportent les nouvelles technologies au niveau de l'organisation.

Jusqu'à maintenant, c'est au plan des inscriptions que l'effet d'Internet a été le plus grand. Aujourd'hui, 69 % des associations l'utilisent à cette fin. Les réservations se font généralement à partir d'un site Web qui a été spécialement conçu pour le congrès. Pour les planificateurs, ce mode d'inscription représente

une substantielle économie de temps et d'argent. Les délégués y trouvent également de nombreux avantages : inscription 24 heures sur 24 de partout dans le monde et confirmation instantanée.

« La beauté de la chose, c'est que l'on peut garder plus facilement contact avec les délégués en mettant continuellement à jour le site Web et en leur envoyant des bulletins d'information par messagerie électronique. C'est donc un puissant outil de marketing », affirme Dev Sharma, de JPdL.

En cas de crise, le site Internet permet de maintenir un lien de confiance avec les délégués. Lise Pinsonneault en sait quelque chose. Cette coordonnatrice d'événements chez Hydro-Québec a dû réagir rapidement à la crise du SRAS à Toronto pour sauver le congrès de la Commission internationale des grands

barrages, qui se tenait à Montréal.

« Sur le site Internet, on a mis entre autres un lien avec Santé Canada qui donnait l'heure juste sur la situation. Sans cet outil, la gestion de crise n'aurait pas été aussi simple », dit-elle.

L'argent économisé grâce au Net est-il réinvesti ailleurs? Non, indique M^{me} Pinsonneault, mais dans la mesure où les compagnies réservent de moins en moins d'argent pour les congrès, il s'agit peut-être d'une solution pour les maintenir.

On commence aussi à percevoir la *webdiffusion* comme un autre outil pouvant venir à la rescousse des congrès. « À l'avenir, on pourra accommoder ainsi les gens qui ne veulent assister qu'à une seule conférence », indique M. Sharma. Quant à Lise Pinsonneault, elle l'envisage comme



PHOTO PRESSE CANADIENNE

Les nouvelles technologies profitent aux congressistes à maints égards.

une solution pour contourner les problèmes de sécurité. La diffusion en ligne des conférences ne devrait pas, selon les experts, nuire à l'industrie des congrès. « Il ne faut jamais sous-estimer le pouvoir du réseautage et des contacts personnels », dit M. Sharma.

D'autres innovations technologiques s'incrument dans le quoti-

dien des congressistes. Les présentations visuelles des conférenciers deviennent de plus en plus étoffées. Peu d'entre eux se contentent aujourd'hui d'un simple micro. Au minimum, ils utilisent Power Point. Très en vogue, les systèmes de votation électronique révolutionnent aussi les présentations en les rendant plus interactives.

L'envers de la médaille

Malgré leurs indéniables bienfaits, les nouvelles technologies comportent leur lot d'effets néfastes. Le magasinage en ligne des chambres d'hôtels par les congressistes en quête de meilleurs tarifs cause bien des maux de tête. Une partie des revenus des associations dépend de la réservation, par leur entremise, des chambres d'hôtels. Si celles-ci ne trouvent pas preneurs, les planificateurs de congrès s'en trouvent pénalisés.

« Un bras de fer oppose actuellement organisateurs et hôteliers. À mon avis, les hôtels devront faire preuve de plus de souplesse dans les années à venir pour s'adapter à cette nouvelle réalité », affirme Lise Pinsonneault, coordonnatrice d'événements chez Hydro-Québec.

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



3198333A

La guerre des centres de foires

SIMON DIOTTE
COLLABORATION SPÉCIALE

Qu'ont en commun Montréal, Laval, Gatineau, Trois-Rivières et Sherbrooke ? Toutes ces villes se battent pour obtenir un centre de foires sur leur territoire, tandis que Québec veut doubler la superficie du sien. Sinon, prédisent les représentants des villes et les promoteurs, le peu d'espace d'exposition adéquat risque de freiner le développement de l'industrie des foires commerciales au Québec, ce qui entraînera des conséquences économiques négatives pour l'ensemble de la province.

En 2000, Montréal a perdu au moins 21 nouveaux événements faute d'espace pour les recevoir. Dans les années à venir, la métropole risque d'en perdre davantage si on ne construit pas un centre de foires de calibre international. La même situation se répète partout ailleurs dans les grands centres du Québec.

Le temps presse, clament les promoteurs, mais le gouvernement libéral, élu en 2003, veut prendre le temps d'étudier chaque dossier. En attendant, les foires québécoises doivent se tenir dans des centres désuets, comme la Place Bonaventure à Montréal, ou déménager vers d'autres lieux, comme l'on fait récemment les salons de l'imprimerie et du meuble, qui ont déménagé leurs pénates à Toronto.

Si le Québec accuse un tel retard dans la construction de centre de foires, c'est parce qu'on a trop longuement accordé la priorité aux centres des congrès, dit Pierre Bellerose, de Tourisme Montréal. « Au Québec, on confond encore centre des congrès et centre de foires. Pourtant, il s'agit de deux marchés totalement différents. Les congrès exigent des infrastructures complexes, alors que les foires exigent de l'espace, beaucoup d'espace d'exposition », dit-il.

Contrairement aux congrès, les foires sont des activités rentables et répétitives. Elles reviennent tous les ans, à la même date, apportant leur lot de nuitées et de retombées économiques pour la région. D'où l'importance de les conserver et d'en attirer davantage.

À l'extérieur du Québec, on a rapidement compris l'importan-



En 2000, Montréal a perdu au moins 21 nouveaux événements faute d'espace pour les recevoir. Actuellement, 2,75 millions de pieds carrés de surface d'exposition sont disponibles au Canada, dont 1,4 million de pieds carrés à Toronto seulement. On aperçoit ci-dessus quelques-uns des « participants » d'une foire hivernale qui se déroulait dans la Ville reine.

PHOTO PRESSE CANADIENNE

ce économique des expositions, une industrie en pleine expansion où se réunissent de plus en plus les représentants des compagnies pour vendre et transiger. « Les foires sont des happenings, où se prennent de plus en plus les décisions sur l'import et l'export », explique Michel Archambault, de la Chaire de tourisme de l'UQAM.

En Amérique du Nord, les grandes expositions ont connu une croissance de 22 % au cours des 13 dernières années. Pendant la même période, la taille moyenne des expositions s'est accrue de 44 %. Actuellement, 2,75 millions de pieds carrés de surface d'exposition sont disponibles au Canada, dont 1,4 million de pieds carrés à Toronto seulement.

Des 20 principaux événements canadiens, seulement deux se déroulent à Montréal. Mais

pour combien de temps ? Selon la revue américaine *Trade Show Week*, la métropole québécoise a perdu, entre 1996 et 2000, 30 % des foires de petite taille et 20 % des foires de taille moyenne. C'est pour cette raison que Tourisme Montréal fait de la construction d'un centre de foires une de ses priorités.

Actuellement, seule Québec possède un centre de foires respectant les standards de l'industrie, situé sur le site d'ExpoCité. Construit en 1997, ce centre rentable possède 125 000 pieds carrés d'espaces d'exposition, mais il ne répond déjà plus aux besoins. Un projet d'agrandissement de 15 millions de dollars est sur la table, ce qui ajouterait 100 000 pieds carrés en surface d'exposition. « L'agrandissement permettrait de tenir deux expositions en même temps », explique Gaétan Marcoux, di-

recteur des ventes d'ExpoCité. Les promoteurs souhaitent une décision au plus tard en 2004, pour que l'agrandissement soit fonctionnel en 2006.

Gatineau a dans sa mire la construction d'un lieu d'exposition de 400 000 pieds carrés au coût de 100 millions de dollars. Loto-Québec serait intéressée à y investir une somme importante. Les études démontrent que le centre va générer, dès sa première année d'exploitation, 100 000 nuitées supplémentaires dans la région. Les trois ordres de gouvernement se rembourseront ainsi en sept ans, soutient Michel Plouffe, chargé du projet.

À Trois-Rivières, on mise sur un centre de 100 000 pieds carrés, qui serait construit sur le site de l'ancienne usine Tripap. Au coût de 30 millions de dollars, il serait rentable dès sa

deuxième année d'exploitation, disent les études. Il permettrait aussi la création de 271 emplois permanents.

Dans la région montréalaise, Laval et Montréal se battent pour l'obtention de subsides pour construire un centre de foires (voir autre texte), tandis que Longueuil vient d'abandonner temporairement l'idée. Finalement, à Sherbrooke, une étude est en cours sur les besoins de la région.

Existe-t-il un marché pour tous ces projets ? Oui, pense André Joncas, spécialiste de l'industrie des foires. « Un centre de foires constitue un élément structurant qui répond à des besoins spécifiques locaux. Maintenant que toutes les études ont été faites, il est grand temps d'agir, sinon, dites adieu aux retombées économiques ! » conclut-il.

Le Stade, la Cité du Havre ou Laval?

SIMON DIOTTE
COLLABORATION SPÉCIALE

L'agrandissement du Palais des congrès de Montréal complété, tous les regards se tournent maintenant sur la construction d'un autre équipement dont la métropole québécoise a grandement besoin : un centre de foires de calibre international. Montréal a besoin d'au moins 820 000 pieds carrés pour se classer parmi les grandes villes d'exposition en Amérique du Nord. Trois emplacements se font la lutte pour l'accueillir : le Stade olympique, la Cité du Havre et la ville de Laval.

Tourisme Montréal a commandé une étude, dévoilée en mars 2003, affirmant que le centre d'exposition devrait être construit le plus près possible du coeur de l'activité économique, dans une zone attrayante et devrait être desservi par une station de métro ou un système de transport à haute densité. Mais au lieu de susciter l'adhésion, les résultats de cette étude sèment plutôt la division.

Plusieurs intervenants du milieu trouvent carrément absurde l'idée de transformer le Stade olympique en centre de foires de 638 000 pieds carrés, un projet de 70 millions de dollars mis de l'avant par la Régie des installations olympiques (RIO).

« Peut-on imaginer un ingénieur creuser 40 portes de garage dans le Stade olympique ? », ironise André Joncas, spécialiste des centres de foires. Selon lui, l'époque où l'on recyclait de vieilles bâtisses pour en faire des centres de foires est bel et bien terminée. « Partout dans le monde, on fait du neuf », fait-il remarquer. Autre problème, la RIO cherche toujours la solution aux sempiternels problèmes du toit et les Expos, malgré les pronostics, n'en finissent plus de mourir !

L'autre solution préconisée par Tourisme Montréal, c'est la Cité du Havre, un projet de plus de 100 millions. Encore là, l'idée

suscite beaucoup de scepticisme. « Construire un tel bâtiment dans le centre-ville ne semble pas raisonnable. La qualité d'un centre de foires, c'est qu'il soit facilement accessible en camion et de disposer d'une grande quantité d'espaces de stationnement. Est-ce possible à un coût raisonnable là-bas ? J'en doute », dit M. Joncas.

Pierre Bellerose, de Tourisme Montréal, croit au contraire qu'il s'agit là des seules solutions valables. « Au niveau du tourisme d'affaires, Montréal est une destination attrayante, contrairement à Chicago, qui est un marché d'acheteurs. Pour attirer les foires, on doit donc miser sur l'environnement intéressant de Montréal. Près de l'autoroute 15, à Laval, ça ne répond pas à ces critères », soutient-il.

À Laval, on n'est pas du tout du même avis. « L'étude de Tourisme Montréal est de la foutaise ! Aucun centre de foires au monde n'est construit dans un centre-ville. On les construit en périphérie puisqu'ils grugent trop d'espace. Ça prend du stationnement et un accès facile aux aéroports, pas une bouche de métro ! » affirme Manon Caron, directrice générale du Conseil régional de développement de Laval.

La guerre Montréal-Laval serait un faux débat, pense M^{me} Caron. « Le Grand Montréal a besoin d'au moins 1,2 million de pieds carrés de surface d'exposition, même si on en construit 400 000 à Laval, on en aura toujours besoin de 800 000 autres ! La construction rapide d'un centre à Laval permettrait donc de sauver les meubles. »

Pour Louis Bernard, de l'Association des professionnels en exposition du Québec (APEQ), peu importe l'emplacement, il presse le gouvernement d'agir. « Les autres villes concurrentes de Montréal possèdent déjà leurs centres d'exposition ultramodernes. Ici, on est organisé en deux de pique ! Ce n'est vraiment pas drôle de faire des affaires au Québec », se plaint-il.



PHOTO LE SOLEIL ©

Selon André Joncas, spécialiste des centres de foires, l'époque où l'on recyclait de vieilles bâtisses est bel et bien terminée. « Partout dans le monde, on fait du neuf », fait-il remarquer. C'est ce qu'on a fait en construisant le Centre de foires de Québec, où se tient notamment depuis quelques années le Salon fleurs, plantes et jardins.

PROJETS DE CENTRES DE FOIRES AU QUÉBEC

	Montréal	Laval	Gatineau	Trois-Rivières	Québec
Pieds carrés	RIO : 638 000 p.c. Cité du Havre : 550 000 p.c.	400 000 p.c.	400 000 p.c.	100 000 p.c.	Agrandissement de 100 000 p.c.
Besoin estimés	1,2 million p.c. (812 000 p.c. pour maintenir sa position concurrentielle)	1,2 million p.c. (région métropolitaine)	1 million p.c.	150 000 p.c.	n.d.
Coûts	RIO : 70 M\$ Cité du Havre : de 100 à 125 M\$	66 M\$	moins de 100 M\$	30 M\$	15 M\$
Site	Stade olympique ou Cité du Havre	À confirmer	À confirmer	Ancienne usine Tripap	ExpoCité

RÉUNIONS ET CONGRÈS

LES GENS DERRIÈRE L'ÉVÉNEMENT

La jeunesse
au service
du tourisme d'affaires

Découvrez les
Cantons-de-l'Est...
À 1 h de Montréal!



Québec, Canada ©

**AFFAIRES ET GASTRONOMIE
POUR DES RÉUNIONS
PRODUCTIVES**

- 26 chambres et suites
- 3 salles de réunion de 5 à 140 personnes
- Fine cuisine champêtre,
le canard à son meilleur!
- Gymnase équipé, activités planifiées
- Piscine chauffée
- Située entre Knowlton et Sutton



128, route 139, Autoroute 10, sortie 68
1 888 902-7663 • www.aubergewestbrome.ca



Aigusez... votre sens des affaires



www.manoirdessables.com

Les Hôtels
MAGOG-ORFORD



www.cheribourg.com



Nouveau décor!

Salles pouvant accueillir jusqu'à 1000 invités, 32 000 pi² d'espace réunion
Face au mont Orford • Autoroute 10/Sortie 118 • 1 888 550.1488

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



SIMON DIOTTE
COLLABORATION SPÉCIALE

Théoriquement, Pascale Martel, 25 ans, est déléguée commerciale à l'Office de tourisme et congrès de Beauce. Mais en pratique, elle est aussi coordonnatrice d'événements, agente d'information, formatrice et femme à tout faire lors des congrès. Voilà la réalité des travailleurs en tourisme d'affaires en région.

Mais ne croyez pas qu'elle s'en plaigne, bien au contraire : cette position lui permet de vivre constamment de nouvelles expériences. « Au travail, pas une seule journée ne ressemble à une autre. Lundi, je peux rencontrer des clients potentiels, alors que le mardi, je peux courir à la quincaillerie pour dépanner les organisateurs de congrès. La polyvalence dans ce métier, c'est indispensable ! » raconte-t-elle.

« C'est du cas par cas. Il faut trouver le petit détail qui va toucher le coeur du client. Si le courant passe, on risque d'obtenir le congrès », dit Pascale Martel, qui a trouvé sa voie en région.

Touche à tout, M^{me} Martel l'a toujours été. Cette bachelière en gestion internationale de l'Université Laval a travaillé auparavant comme agente de développement pour le Regroupement des trappeurs de la Côte-Nord, puis comme directrice de la Chambre de commerce de Forestville. Elle a également étudié pendant quelques mois en Belgique.

À la suite de ces expériences de travail, cette native de Pont-Rouge, dans le comté de Portneuf, a déménagé il y a quelques mois dans la dynamique région beauceronne pour s'occuper du tourisme d'affaires. Rapidement, elle a constaté qu'il n'est pas facile d'attirer les Québécois à Saint-Georges, ville principale de la région. Tout comme elle auparavant,

les Québécois connaissent peu le pays beauceron. « Ils savent que c'est le royaume de la PME et que le taux de chômage y est bas, mais c'est à peu près tout », fait-elle remarquer.

Pas de solutions miracle

Les Beaucerons n'ont pas le fleuve Saint-Laurent comme force d'attraction. Alors, pour convaincre associations et entreprises d'y tenir leurs réunions et congrès, il n'y a pas de solutions miracle. « C'est du cas par cas. Il faut trouver le petit détail qui va toucher le coeur du client. Tout se joue dans la relation que l'on développe avec les gens. Si le courant passe, on risque d'obtenir le congrès », soutient M^{me} Martel.

Cependant, il faut tout de même connaître ses limites. La ville de Saint-Georges, avec un parc hôtelier de 300 chambres, ne peut pas accueillir tous les congrès. La

Beauce veut tout de même obtenir sa part du gâteau dans ce marché. En 2002, le nombre de congrès et d'événements en région au Québec s'est élevé à 1445, en hausse de 11 % par rapport à 2001.

Compétition féroce

Sauf que les régions compétitionnent de plus en plus entre elles. L'Office de tourisme et congrès de Beauce ne compte que quatre employés, en incluant Pascale Martel, pour se vendre et se démarquer. L'Office tente maintenant d'encourager

les associations locales à vendre leur coin de pays comme destination congrès. Pour ce faire, M^{me} Martel organise des déjeuners conférences sur le sujet. « Aux associations locales, on dit que nous sommes là pour les aider et les soutenir. Qu'elles n'aient pas plus de travail si elles attirent un congrès chez nous », dit-elle.

Selon M^{me} Martel, deux qualités sont essentielles pour oeuvrer dans ce domaine : la patience et le souci du détail. « On doit prendre le temps d'écouter les clients même si on n'en a pas », dit-elle. Son ambition : elle rêve de devenir directrice de l'Office. Une vraie beauceronne d'adoption !

RÉUNIONS ET CONGRÈS



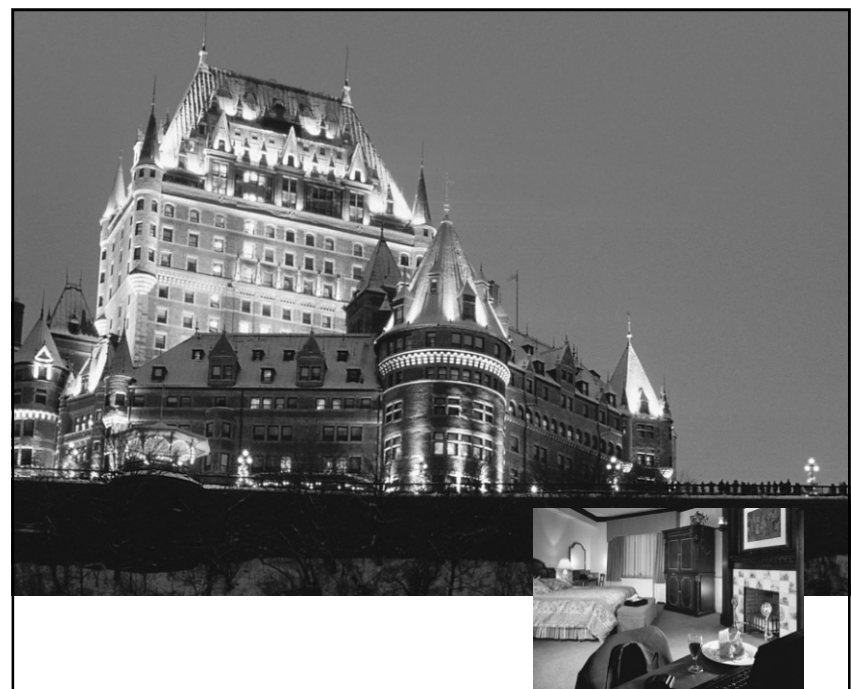
La polyvalence est indispensable dans ce métier, raconte Pascale Martel, 25 ans, déléguée commerciale à l'Office de tourisme et congrès de Beauce.

PHOTO LUCE DALLAIRE. COLLABORATION SPÉCIALE

LP[2]

LP[2]

Tous les jeudis dans **LA PRESSE**



SAISISSEZ UNE OCCASION UNIQUE

Pour célébrer 110 ans de tradition hôtelière, le grand château de Québec vous ouvre ses portes à un prix historique. L'accueil princier ne sera que le point de départ d'un séjour qui fera la réussite de votre événement.

FORFAIT CLASSE AFFAIRES

à partir de

110\$*
par personne

COMPREND

- L'hébergement dans une chambre Fairmont
- Petit déjeuner continental servi dans une salle de réunion
- Déjeuner d'affaires
- Service inclus

WEEK-END
GRATUIT

Réservez votre prochaine réunion d'affaires au Fairmont Le Château Frontenac avant le 31 mars 2004 et recevez en prime un forfait week-end gratuit.**

Fairmont
LE CHÂTEAU FRONTENAC
QUÉBEC

Pour réservations ou plus d'information, contactez Patricia Lamontagne, directrice ventes et service (418) 691-2150

www.fairmont.com

* Ce tarif est basé sur un minimum de 10 chambres et un maximum de 40 chambres par nuit, occupation double. Certaines restrictions s'appliquent. Valable du 1er janvier au 16 mai 2004, disponibilité limitée. Non-valable les week-ends du Carnaval. Taxes en sus.

** Dépôt et contrat signé requis.

RÉUNIONS ET CONGRÈS



PHOTO MICHEL GRAVEL, LA PRESSE ©

Après 14 ans d'expérience en traduction simultanée, Liliane Di Virgilio ne craint plus les troubles techniques ou les interlocuteurs problématiques.



Le 4 étoiles de
Mont-Tremblant
Le Sommet
de vos
Attentes

**SUPER SPÉCIAL
FÉVRIER & MARS**

À PARTIR DE
137.50 \$*
/PERS./JR

- 3 REPAS/JOUR
- HÉBERGEMENT
- PAUSES
- SALLES DE RÉUNION

Restaurant / Bar / SPA

**NOUVEAU CHEF EXÉCUTIF,
JEAN-LUC DELABRUIÈRE**

**11 SALLES DE RÉUNION
NOUVELLEMENT AMÉNAGÉES**

**NOUVEAU PARCOURS
DE « TEAM BUILDING »**

**112 SUITES ET
STUDIOS REDÉCORÉS**

*Certains conditions d'application s'appliquent

LES GRANDS PRIX DU TOURISME QUÉBÉCOIS 2003 Québec

GRAY ROCKS

SKI · GOLF · TENNIS

Destination Affaires!







Mont-Tremblant, Québec

USA & Canada : 1-800-567-6762
www.grayrocks.com

3198615A



Centre de villégiature et congrès
Resort and Convention Center

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

Choix de forfaits affaires disponibles et ajustés sur mesure.

Dans les Laurentides à une heure au nord de Montréal



1 888 ESTÉREL.com

3198617A

LES GENS DERRIÈRE L'ÉVÉNEMENT

Rapprocher les deux solitudes

SIMON DIOTTE
COLLABORATION SPÉCIALE

Montréal, une ville bilingue? Malheureusement, pas encore... mais ne comptez pas sur Liliane Di Virgilio pour le déplorer. C'est justement cet état de fait qui lui procure du travail, puisqu'elle fait de l'interprétation simultanée, de l'anglais au français et vice-versa, dans les conférences, réunions, assemblées annuelles et tutti quanti. Dans sa cabine, un casque d'écouteurs sur la tête, elle permet ainsi aux deux solitudes de se parler...et de se comprendre.

« Beaucoup de gens s'imaginent qu'il n'y a des interprètes qu'à l'ONU », fait-elle remarquer. Ce n'est pourtant pas le cas. Montréal compte environ une quarantaine d'interprètes de conférence qui font de l'interprétation simultanée. Un travail des plus passionnants, affirme M^{me} Di Virgilio, cofondatrice de Bilingua Interprétation, mais qui exige des capacités de concentration surhumaines. « Le défi, c'est d'acquiescer la capacité d'écouter, de décoder un messa-

ge et de parler en même temps. Ça exige beaucoup de pratique », raconte-t-elle.

Une fois cette faculté maîtrisée, il faut ensuite vaincre le trac. « Même si on n'est pas sous les projecteurs, on s'adresse à des dizaines, des centaines et parfois même à des milliers de personnes », dit-elle.

Maîtriser parfaitement les deux langues dans lesquelles on évolue, c'est une condition sine qua non pour faire ce métier. Mais il faut aussi posséder une solide culture générale. Pas évident, un jour, de faire le compte-rendu d'une assemblée annuelle d'actionnaires, et puis l'autre, de traduire la conférence d'un scientifique.

« On doit toujours se familiariser à l'avance avec la terminologie propre à chaque domaine. Avant chaque événement, on lit sur le sujet, on consulte nos notes et on ne sort jamais sans nos dictionnaires. Les interprètes n'ont jamais fini leurs études », dit-elle.

Le principal défi d'un interprète, c'est de traduire non seulement la pensée, mais aussi les

émotions de l'orateur. En restant fidèle aux émotions, cela peut signifier qu'on laisse de côté sa retenue habituelle pour s'adapter à la situation du moment. « Lors de négociations syndicales, il n'est pas rare que les esprits s'échauffent. Les gros mots sortent. Je n'ai pas le choix, je dois les traduire pour respecter le sens des interventions. Ce sont les seuls moments dans ma vie où je sacré », raconte-t-elle.

Cela donne lieu aussi à des situations cocasses. Comme la fois où M^{me} Di Virgilio a relevé le défi de traduire Yvon Deschamps. Résultat : dans la salle, il y avait deux vagues de rire, l'une émise par les francophones, et puis l'autre, une seconde ou deux plus tard, par les anglophones. « Après le spectacle, les anglophones venaient me voir pour me dire que j'étais très drôle », se rappelle-t-elle.

En assistant à longueur d'année à des conférences, cette interprète agréée de l'Université Concordia demeure toujours à l'affût des nouvelles tendances. C'est pour cela que son travail demeure toujours aussi intéressant. « La mo-

de du juste-à-temps, j'en connaissais les rouages bien avant la majorité des gens », dit-elle.

Ce qu'elle aime énormément, c'est le contact humain, entre autres les gens qui viennent la remercier après une journée de travail. « Dans les usines, les ouvriers sont heureux que la direction ait pen-

sé à embaucher des interprètes lorsqu'elle les visite. Dans plusieurs compagnies, les grands patrons visitent leurs employés, leur parlent en anglais et ces derniers ne comprennent pas. Avec un interprète, ils se sentent valorisés », soutient-elle. Dans ces cas-là, elle aussi !



À la grandeur
de vos affaires



MANOIR SAINT-SAUVEUR

DES INSTALLATIONS D'EXCELLENCE
Une nouvelle salle d'expositions et de banquet pouvant accueillir jusqu'à **600 congressistes. 21 salles de réunions**, pas moins de 20 000 pi² répartis sur un seul niveau, prêts à vous recevoir... 300 chambres et suites exécutives, restaurant fine cuisine et services complets de SPA...*profitez du confort du Manoir Saint-Sauveur !*

UNE DESTINATION AUTHENTIQUE
La Vallée de Saint-Sauveur vous offre une multitude d'attrait : sports et plein air, magasinage, animation nocturne, plaisir de la table, arts et spectacles. Situé au cœur du village de Saint-Sauveur, le Manoir est rapidement accessible par l'autoroute des Laurentides.

LE CENTRE DE CONGRÈS DES LAURENTIDES

319824A

1 800 361.0505 www.manoir-saint-sauveur.com

Réunion au sommet

Forfait réunion
à partir de **105 \$*** par personne, par nuit (occ. double)

- Nuit d'hébergement;
- 3 repas;
- 2 pauses café;
- Salle de réunion;
- Frais de service;

200 chambres et suites • 23 salles de réunion

Activités : lac • plage privée • piscine intérieure
tennis • golf • équitation • spa centre de santé
ski alpin à la porte de l'hôtel • ski de fond
motoneige • traineau à chiens

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

319821A

* Taxes en sus. Minimum de 10 chambres/soir. Valable jusqu'au 20 décembre 2004.

Sainte-Adèle • Autoroute 15 Nord • Sortie 67

Destination de choix pour groupes d'affaires

TREMBLANT
Membre, Québec

LE WESTIN RESORT :

- Salles de réunion et équipement d'avant-garde
- Planification sur mesure de congrès et de réceptions
- Savoureux éventail d'expériences gastronomiques
- Activités quatre-saisons hors du commun
- Membre de la famille Les Suites Tremblant

LE WESTIN RESORT
TREMBLANT, QUÉBEC

RENSEIGNEZ-VOUS SUR NOS FORFAITS D'AFFAIRES
1 888 681-5978 WWW.TREMBLANT.CA

319820A

RÉUNIONS ET CONGRÈS

Cimenter l'équipe en vélo, en kayak et en tyrolienne

SIMON DIOTTE
COLLABORATION SPÉCIALE

Après un avant-midi de vélo de montagne, suivi de quelques kilomètres en kayak, quatre collègues de travail se retrouvent maintenant perdus au milieu de la forêt. S'ils se séparent, ils risquent de s'égarer. En restant unis, ils auront plus de chance de retrouver leur chemin et qui sait, ils pourraient même gagner la course. Voilà à quoi ressemble une activité de consolidation d'équipe (*team building*) chez EnduranceAdventure.com.

Depuis deux ans, Daniel Poirier, le président de l'organisme, organise dans les Cantons de l'Est des journées de sport d'aventure destinées aux entre-

prises. Le but : mettre les employés dans une situation où ils n'auront plus le choix de travailler en équipe. Les épreuves, qui durent de trois à six heures, conviennent tout autant aux athlètes qu'aux sédentaires.

« Dans ce type de compétition, l'objectif primordial est de rester ensemble, coûte que coûte. Ça permet de découvrir nos limites et celles de nos coéquipiers, tout en favorisant les interactions au sein d'une équipe », explique M. Poirier, kinésiologue de formation.

L'intérêt de ce type de consolidation d'équipe, c'est que les décisions que l'on prend ont des répercussions réelles, contrairement aux autres activités de simulation, explique Joce-

lyn Brouillard, de Corpo Aventures, une compagnie qui organise entre autres un raid de quatre jours en motoneige, au cours duquel les participants doivent atteindre les objectifs en travaillant en équipe.

Dans ces activités où l'on est invité à se surpasser, on vit les choses intensément. Par la suite, il serait plus facile d'appliquer ces apprentissages dans la vie de tous les jours. « Et c'est plus intéressant qu'écouter un conférencier », ajoute M. Brouillard.

Pour Luc Brunet, professeur de psychologie à l'Université de Montréal, le *team building* plein air risque peut-être de générer de l'amitié, mais un gros doute subsiste quant à son efficacité en milieu de travail.

« À ma connaissance, aucune étude n'a été faite sur le sujet. On s'imagine souvent que la formation elle-même va faire un miracle, mais si elle n'est pas intégrée au travail, ça ne fait qu'un bon pique-nique », dit-il, un brin sceptique.

MM. Poirier et Brouillard partagent cet avis. Sans la mise en place d'un processus de transfert des connaissances, l'activité en soi n'apportera rien. « Il faut des périodes de rétroaction durant la journée et dans les jours qui suivent l'activité », dit M. Brouillard. « C'est pour cela que les personnes aux ressources humaines travaillent avec nous », renchérit M. Poirier.

Professeur à l'École de la gestion de l'UQAM, Angelo Soa-

res doute que le *team building* d'aventure se fasse toujours dans le respect des gens. « Si on est tous des athlètes, allons-y ! Mais dans un groupe, c'est rarement le cas. Certaines personnes peuvent être forcées à y participer en raison de la pression du groupe », prévient-il. À son avis, vaut mieux agir sur des valeurs simples, comme le respect des autres et la reconnaissance des différences, que d'entraîner des employés réticents dans ce genre d'activités.

M. Brunet croit que les activités de consolidation d'équipe en plein air ne constituent qu'une nouvelle mode dans le milieu de la gestion. « Les entreprises cherchent souvent de nouvelles méthodes pour motiver leurs employés. À mon avis, elles devraient plutôt agir sur les conditions de travail, en rendant par exemple les tâches plus valorisantes et éliminant les inégalités. On peut ainsi en faire plus pour l'esprit d'équipe que n'importe quelle activité de *team building* », suggère M. Brunet.



unique

Au cœur de la métropole, un Palais vous ouvre ses portes.
À vous de le faire vibrer. Nous nous occupons du reste.

Des services de qualité | Un environnement exceptionnel | Une expérience inoubliable



Le Palais des congrès de Montréal, fenêtres sur le monde
www.congresmtl.com

Palais des congrès de Montréal