



destination
SHERBROOKE.com

2014 *rapport annuel*

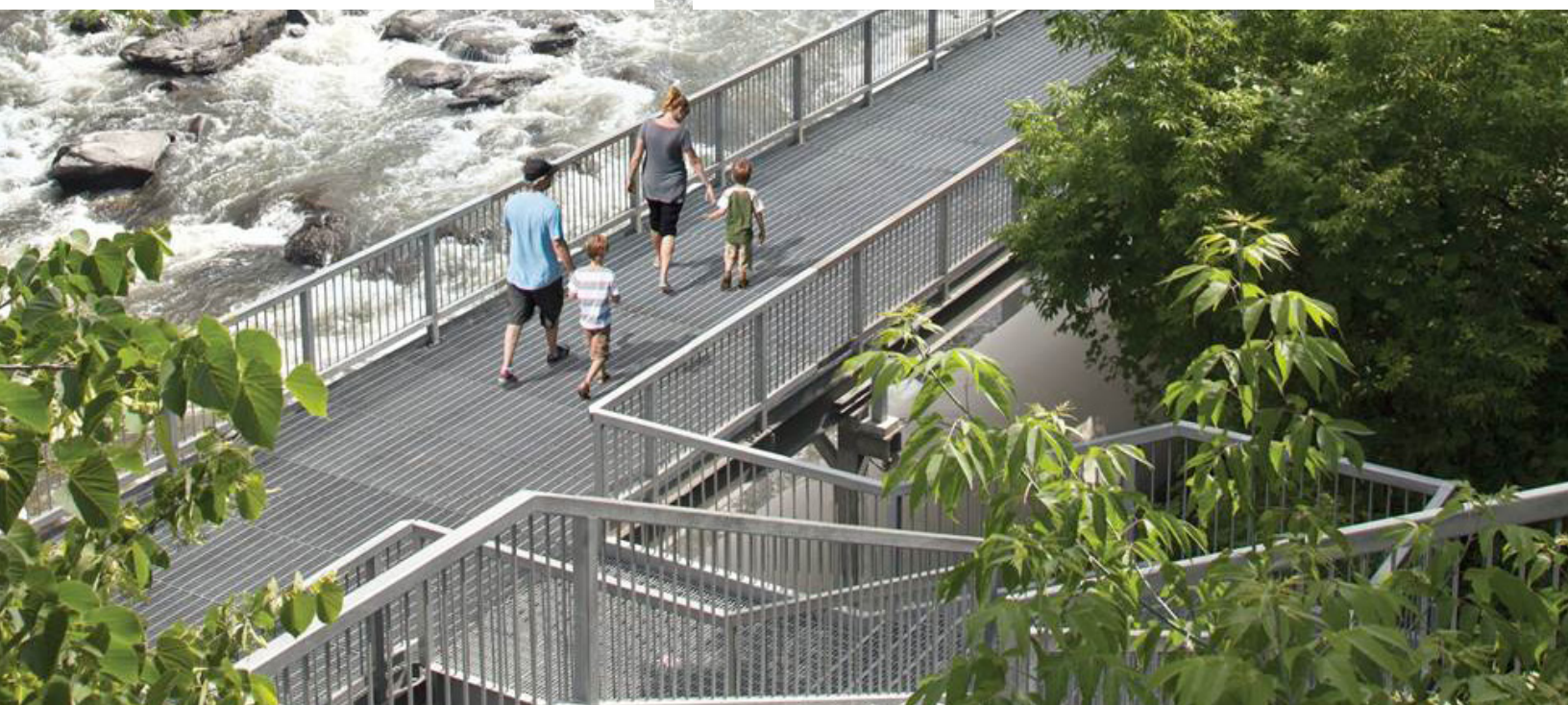


Table des matières

| | |
|---|------------|
| Introduction | 4 |
| Gouvernance | 6 |
| Destination Sherbrooke, en bref | 8 |
| Portrait du tourisme à Sherbrooke | 1 2 |
| Innovation et développement | 1 6 |
| Commercialisation et communications | 2 0 |
| Expérience client | 3 1 |
| Opérations et Centre de foires de Sherbrooke | 3 4 |
| Administration | 3 8 |
| L'expertise d'une équipe | 4 0 |
| États financiers | 4 2 |

Une année de transition

L'année 2014 en a été une de transition pour Destination Sherbrooke. Si l'organisation a poursuivi avec brio sa mission de faire rayonner Sherbrooke par la mise en valeur et le développement d'attraits récréotouristiques durables, quelques changements majeurs ont conduit la recentralisation de ses priorités et de ses engagements. Ceci étant, l'organisation continue d'innover, de bâtir et de voir grand pour Sherbrooke en tissant des liens de plus en plus structurants avec la communauté.

D'ailleurs, l'arrivée au mois de juin de M. Rémi Demers à titre de président de Destination Sherbrooke a certainement permis un rapprochement avec l'administration municipale. En tant que conseiller municipal, M. Demers porte ainsi les projets et initiatives de l'organisation auprès des élus. Sa voix se fait entendre et celle de Destination Sherbrooke aussi.

Sur le plan organisationnel, l'année 2014 marque également une profonde restructuration. En effet, Destination Sherbrooke a répondu à l'effort budgétaire souhaité par la Ville de Sherbrooke. C'est ainsi qu'en octobre, on annonçait l'abandon, au 31 décembre 2014, des responsabilités liées à la gestion, l'entretien et la préservation des 32 parcs nature, de même que celui de la gestion de la Maison de l'eau. L'objectif d'optimisation des processus opérationnels et administratifs s'est traduit par une redistribution de tâches. Conséquemment, 12 postes permanents ont été abolis et la contribution municipale a été réduite de 22,9 %.

Si ces efforts ont un impact direct sur la planification stratégique 2012-2020, ils ont aussi invité les différentes équipes à sortir des sentiers battus. De fait, 2014 en est aussi une de créativité et d'innovation avec la mise en place d'initiatives telles que Sherbrooke met la table et le programme

L'organisation continue d'innover, de bâtir et de voir grand pour Sherbrooke en tissant des liens de plus en plus structurants avec la communauté.

bonifié en accueil touristique. La nouvelle orientation de la place Nikitotek, qui a accueilli Québec Issime et son spectacle *Cow-boys, de Willie à Dolly*, de même que le déploiement du Corridor bleu et la structuration de l'offre en vélo sur neige ont permis à Sherbrooke de se distinguer, de rayonner. Chacun des projets mis en place en 2014 s'est fait grâce à l'étroite collaboration qui rallie plus que jamais la communauté sherbrookoise aux initiatives de l'organisme responsable du développement touristique à Sherbrooke.

Quant aux opérations, elles ont permis au Centre de foires de Sherbrooke de se distinguer par l'accueil exceptionnel de ses clientèles. La place Nikitotek a accueilli une série de spectacles, des événements qui ont certes généré des retombées pour le centre-ville de Sherbrooke. En tant que quatrième employeur en région derrière l'Université de Sherbrooke, le CHUS et la

Commission scolaire Région-de-Sherbrooke, l'industrie touristique sherbrookoise demeure un pilier du développement économique d'ici. C'est au profit de cette forte et importante dynamique que s'appuient toutes les initiatives de Destination Sherbrooke.

Finalement, la contribution et l'expertise du personnel demeurent, rappelons-le, une des grandes forces de Destination Sherbrooke. Leur engagement, leur dévouement, leur passion et leur travail remarquable rendent possible la réalisation de beaux et de grands projets pour la ville de Sherbrooke.

Merci à chacun et à chacune d'entre vous, votre passion contribuera sans aucun doute à faire de Sherbrooke une ville touristique phare au Québec.



Rémi Demers, président de Destination Sherbrooke

01

Gouvernance

Conseil d'administration

Présidence – Rémi Demers (nommé le 16 juin)

1^{ère} vice-présidente – Sylvie-Luce Bergeron (entrée en fonction le 27 août)

2^e vice-président – Laval Chartré (nommé au CA le 15 septembre – nommé VP le 24 septembre)

Trésorier – Charles Gagnon (entré en fonction le 24 septembre)

Secrétaire – Serge Paquin

Administrateurs et administratrices

Joëlle Beaupré (nommée le 15 septembre)

Danielle Berthold

Nadia Choubane

Diane Delisle

René Houle

André L'Espérance (nommé 15 septembre)

Nicolas Taillefer (nommé 15 septembre)

Jacques Therriault

Yves Vermette, directeur général Ville de Sherbrooke (en remplacement de René Allaire – depuis avril)

Denis Bernier, directeur général Destination Sherbrooke

Administrateurs ayant quitté en cours d'année

Jean Audet

Claude Castonguay

Dany Lachance

Daniel Schoolcraft

Comité exécutif

Présidence – Rémi Demers (nommé le 16 juin)

1^{ère} vice-présidente – Sylvie-Luce Bergeron (entrée en fonction le 27 août)

2^e vice-président – Laval Chartré (nommé au CA le 15 septembre – nommé VP le 24 septembre)

Trésorier – Charles Gagnon (entré en fonction le 24 septembre)

Secrétaire – Serge Paquin

Membres ayant quitté en cours d'année

Claude Castonguay

Dany Lachance

Daniel Schoolcraft

Comité consultatif – Innovation et développement

Ce comité propose au conseil d'administration des orientations et des recommandations dans le cadre de la réalisation de certains projets de Destination Sherbrooke en lien avec le développement d'attrait récréotouristiques majeurs pour la ville de Sherbrooke. Ce comité n'a pas siégé en 2014. Une refonte est prévue pour 2015.

Comité consultatif – Parcs nature

Ce comité propose au conseil d'administration des orientations et des recommandations dans le cadre de l'élaboration d'une vision de développement des parcs nature et des infrastructures.

Membres

Claude Castonguay (président)

Caroline Cloutier

Rémi Demers

Éric Marsault

Roger Nadeau

Alain Tremblay

Denis Bernier, directeur général

Josée Bernard, coordonnatrice à l'innovation et au développement

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

Carole Pelletier, secrétaire de direction

Alexandre Provost, chargé de projet

Le mandat de ce comité s'est terminé le 26 mars 2014 avec l'adoption de l'énoncé de vision par le conseil d'administration.

Comité de suivi

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

Membres

René Allaire, Ville de Sherbrooke

Paul Beaudoin, Destination Sherbrooke

Denis Bernier, Destination Sherbrooke

Luc Dumoulin, Ville de Sherbrooke (depuis novembre)

Mario Grenier, Destination Sherbrooke

Jean-François Ouellet, Destination Sherbrooke

Carole Pelletier, Destination Sherbrooke

Yves Tremblay, Ville de Sherbrooke (jusqu'à octobre)

Comité innovation et développement

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

Membres

René Allaire, Ville de Sherbrooke

Denis Bernier, Destination Sherbrooke

Luc Dumoulin, Ville de Sherbrooke (depuis novembre)

Jean-François Ouellet, Destination Sherbrooke

Carole Pelletier, Destination Sherbrooke

Yves Tremblay, Ville de Sherbrooke (jusqu'à octobre)

02

Destination Sherbrooke, en bref



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



Valeurs et principes

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

Vision

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

Clientèles

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

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

Mandats

Comme l'interlocuteur privilégié en matière de tourisme pour la Ville de Sherbrooke et dans le respect des juridictions et responsabilités exercées par l'administration municipale centrale, celle des arrondissements et des organismes partenaires et collaborateurs, Destination Sherbrooke a pour mandat de :

- 1 Orienter et concerter l'intervention municipale en matière de récréotourisme et favoriser l'action en partenariat et en collaboration avec les divers intervenants locaux, régionaux, nationaux et internationaux.
- 2 Évaluer, concevoir, planifier et superviser la réalisation de projets à vocation récréotouristique et environnementale.
- 3 Préserver et mettre en valeur les milieux naturels et contribuer à la richesse collective en intégrant l'aspect environnemental au développement récréotouristique, dont un réseau de parcs nature.
- 4 Assurer la mise en marché de la destination Sherbrooke et de ses expériences touristiques auprès des diverses clientèles.
- 5 Gérer des équipements et des infrastructures municipales ou récréotouristiques.
- 6 Assurer l'animation des sites touristiques identifiés par la Ville de Sherbrooke.
- 7 Assurer l'animation et l'éducation relative à l'environnement des milieux naturels et des sites touristiques identifiés par la Ville de Sherbrooke.
- 8 Soutenir la recherche de financement public et privé.
- 9 Promouvoir l'importance du tourisme comme moteur de développement économique auprès des résidents de la ville et des institutions locales.

04

Portrait du tourisme à Sherbrooke



2 244 000
visites-personnes

200,1 M \$
en retombées touristiques
générées par les visiteurs

4 000
emplois directs ou
indirects liés à l'activité
touristique

Portrait global du tourisme à Sherbrooke*

- 1 359 000 nuitées-visites-personnes
- 200 136 000 \$ de dépenses
- valeur en emplois : 4 000 emplois directs ou indirects

* Données préliminaires de 2013. Selon les données de Statistique Canada 2013 analysées par la firme Pragma Tourisme-conseil sur les voyages au Canada des visiteurs québécois âgés de 18 ans et ayant effectué un déplacement minimal d'au moins 40 km pour se rendre à Sherbrooke.

** Les statistiques 2014 seront disponibles au début de l'année 2016.

| CHAMBRES | 2014 | 2013 | ÉCART % |
|---------------------------|---------|---------|---------|
| SHERBROOKE* | | | |
| DISPONIBLES | 176 875 | 180 092 | -2 % |
| VENDUES | 99 645 | 107 308 | -7 % |
| TAUX D'OCCUPATION | 56 % | 60 % | -4 % |
| CANTONS-DE-L'EST** | | | |
| TAUX D'OCCUPATION | 40 % | 40 % | 0 % |

Les données sont présentées à titre indicatif.

*Statistiques compilées par Destination Sherbrooke, à partir de données reçues de la part de 6 gestionnaires d'établissements d'hébergement de 3 à 4 étoiles (46 % du parc hôtelier de Sherbrooke), sur une base volontaire.

** Institut de la statistique du Québec

En 2014, on constate que le nombre total de chambres disponibles à Sherbrooke sur une base annuelle a diminué de 2 % par rapport à 2013, tandis que le nombre total de chambres vendues a diminué de 7 %. Le taux d'occupation moyen à Sherbrooke, quant à lui, a diminué de 4 %, tandis que le taux moyen régional est resté stable.



L'accueil au bureau d'information touristique (BIT)

L'achalandage

23 283 personnes ont fréquenté le bureau d'information touristique (BIT) pour obtenir des renseignements. On constate une diminution de l'achalandage de 1,6 % par rapport à l'année 2013, considérée comme exceptionnelle par la tenue des Jeux d'été du Canada (23 283 vs 23 665). Toutefois, si l'on compare avec l'année 2012, on constate une augmentation de l'achalandage de 5,4 % (23 283 vs 22 094).

Juillet et août ont été les mois les plus occupés du bureau d'information touristique avec près de 50 % de l'achalandage annuel.

La provenance de la clientèle

Les visiteurs (touristes et excursionnistes) ont représenté 67 % de la clientèle du BIT.

Depuis 2010, le nombre de visiteurs français ayant visité le BIT a augmenté de 68 % pour atteindre 1 292. Du côté des touristes américains, on note une augmentation de 42 % pour un total de 1 028 en 2014.

La destination de la clientèle

En 2014, Sherbrooke était la destination du voyage pour près de 67 % des visiteurs qui ont fréquenté le BIT par rapport à 65 % en 2013, une augmentation de 2 %.

Durée du séjour de la clientèle

En 2014, la majorité des visiteurs ayant fréquenté le bureau d'information touristique sont demeurés à Sherbrooke pour la journée seulement (sans nuitée) ou encore pour de courts séjours de une à trois nuitées.

05

Innovation et développement





Attrait au lac des Nations

- Tenue du projet-pilote *Cycle* au mois de juillet, pendant la Fête du Lac-des-Nations
- Démarches auprès de fournisseurs potentiels en vue de l'implantation d'un attrait majeur

Collaboration – Ville de Sherbrooke

- Centre-ville 2020
- Berge sud du lac des Nations
- Musée de l'automobile
- Art public – transfert du dossier au Service sports, loisirs et vie communautaire
- Participation au comité de suivi et au comité Innovation et développement

Spectacle *Cow-boys, de Willie à Dolly* de Québec Issime

- Présentation du spectacle de *Cow-boys, de Willie à Dolly* par Québec Issime sur la scène extérieure de la place Nikitotek.
- Démarches en vue de la construction d'un toit au-dessus des gradins.

« Nous avons produit des spectacles dans quelques centaines d'endroits différents dans plusieurs pays dans le monde et le théâtre de la place Nikitotek est un endroit exceptionnel. Sa conception permet d'avoir une vue et une proximité extraordinaire avec le public ce qui en fait une scène d'exception pour les artistes et les spectateurs. »

**- Robert Doré,
Québec Issime**

Fonds de développement récréotouristique (FDRT)

- Montant de 215 166 \$ attribué
- Deux projets n'ont pas été réalisés – report de 18 000 \$ pour les projets 2015

« La mission première de Sherbrooke t'en bouche un coin est de faire connaître les chefs et les produits de chez nous et de promouvoir l'image de marque de Sherbrooke comme destination gourmande de tout premier plan. Les succès de participation que notre première édition a connus et les perspectives pour 2015 nous incitent à croire que ces objectifs seront atteints. Le support professionnel et financier du Fonds de développement récréotouristique a très largement contribué à ces réalisations et, à titre de directrice générale, je tiens à vous exprimer toute notre gratitude. Mon vœu le plus cher est que cette formidable collaboration se poursuive dans les années à venir pour le plus grand bénéfice de notre collectivité. »

**- Pauline Larouche,
Sherbrooke t'en bouche un coin**

- Projets réalisés :
 - » Sherbrooke t'en bouche un coin
 - » Demi-Marathon – 12 km
 - » Drôle de matières – spectacles de vulgarisation scientifique MNS

- » Repêchage de la LHJMQ
- » Grands feux Nord-Amérique
- » Salon des découvertes savoureuses
- » Journée commémorative du Centenaire de la Première Guerre mondiale (1914-2014)
- » Sherblues & Folks se déploie
- » Camping hivernal (Carnaval de Sherbrooke)
- » Marché de Noël 2014
- » Animation – Classique Pif vacances Transat
- » Palais de l'Orient du Festival des traditions du monde de Sherbrooke
- » Festival du cinéma du monde de Sherbrooke
- » Dégustabière
- » Chemin des Cantons
- Révision du programme en vue de l'appel de projet 2015

« Le Fonds de développement touristique nous a offert un support financier et moral pour permettre la mise en place de notre projet. Notre activité Souper à l'aveugle, lors du Salon des Découvertes Savoureuses, a pu être promue dans notre belle région et au-delà des frontières de Sherbrooke grâce au FDRT! »

**- Yves Chagnon,
Club Agroalliance**

Maison de l'eau

- Conclusion d'une entente pour le renouvellement de l'exposition et le réaménagement de la Maison de l'eau.
- Conclusion d'une entente de gestion pour l'opération de la Maison de l'eau (2015-2016).

Marché de Noël de Sherbrooke 2014

Devant l'impossibilité de trouver un promoteur, Destination Sherbrooke a assumé la réalisation et l'organisation du Marché de Noël, le tout en collaboration avec des partenaires du milieu.

- Soirée d'illumination de l'arbre le 3 décembre : diffusion en direct sur les ondes de TVA national.

« J'ai collaboré avec l'équipe de Destination Sherbrooke dans le cadre d'un mandat de coordination des activités du Marché de Noël et j'ai découvert des gens dévoués, enthousiastes et professionnels qui ont su regrouper autour d'une même table tous les éléments nécessaires à l'atteinte (et au surpassement) des objectifs fixés. Avoir le plaisir de collaborer avec cette équipe compétente, créative et passionnée est un honneur que j'espère revivre! »

*- Claudine Roussel,
À la pige et sur mesure*

Murales - 1er Symposium de l'art mural à Sherbrooke

- Collaboration à l'organisation du Symposium d'art mural de Sherbrooke
- Réalisation de dix murales par des artistes internationaux qui seront installées dans le quartier est de Sherbrooke

Parcs nature

- Plan directeur
 - » Tenue de séances de consultation
 - » Dépôt du plan directeur au conseil d'administration
 - » Choix du nom : Parcours
 - » Démarches en vue de déterminer l'identité visuelle de Parcours (en cours)
- Développement d'aménagements
 - » Belvédère Hydro-Sherbrooke
 - » Station de réparation de vélo
 - » Mobilier urbain (remplacement)
 - » Panneaux d'interprétation pour la gorge (recherche)
- Développement d'animations
 - » Rencontre avec divers intervenants ou promoteurs
 - » Corridors bleus Massawippi et Saint-François
 - » Mise sur pied de circuits de vélo des neiges au parc du Mont-Bellevue et à la base de plein air André-Nadeau
- Plan directeur du réseau cyclable des Grandes-Fourches
 - » Réalisation d'un plan directeur pour le réseau cyclable
- Gorge de la Magog
 - » Réflexions, analyses, études d'aménagements potentiels pour compléter le lien pédestre dans la gorge.

Patinoire réfrigérée

- Réalisation de l'an 2 du projet-pilote et recommandation de ne pas donner suite au projet

Prison Winter

- Tenue de rencontres avec divers intervenants.
- Collaboration avec la Société d'histoire de Sherbrooke.
- Collaboration aux études et démarches auprès de la Régie du bâtiment du Québec.

Représentation, adhésions et collaborations

- Participation à divers événements stratégiques
 - » Association des professionnels en exposition du Québec
 - » L'Association canadienne de gestion d'expositions
 - » Tourisme Éco-aventure
 - » Association des parcs régionaux du Québec
 - » Société des attractions touristiques du Québec - Festivals et événements Québec (SATQ-FEQ)
 - » Table des villes événementielles
 - » Tourisme Cantons-de-l'Est

Soutien aux promoteurs

- Premier Diner en blanc de Sherbrooke
- Démarches et étude de faisabilité pour le projet Forêt consciente
- Rencontres avec divers intervenants

Veille stratégique

- Veille stratégique sur internet
- Visites, représentation et démarchage
 - » Los Angeles
 - » Edmonton
 - » Chilliwack
 - » Jay Peak
 - » Saint-Georges-de-Beauce
 - » Toronto
 - » Québec



06

Commercialisation et communications



Indice sectoriel congrès et événements

| TYPES DE MARCHÉS | NOMBRE | | | PARTICIPANTS | | | NUITÉES* | | |
|---------------------|--------|------|---------|--------------|--------|---------|----------|--------|---------|
| | 2014 | 2013 | ÉCART % | 2014 | 2013 | ÉCART % | 2014 | 2013 | ÉCART % |
| CONGRÈS | 37 | 39 | -5,1 | 13 894 | 12 490 | 11 | 9 341 | 9 502 | -1,6 |
| ÉVÉNEMENTS SPORTIFS | 56 | 56 | 0 | 35 112 | 47 867 | -26,6 | 15 116 | 35 107 | -56,9 |
| AUTRES ÉVÉNEMENTS** | 11 | 9 | 22,2 | 11 407 | 13 894 | -17,9 | 3 496 | 3 669 | -4,6 |
| TOTAL | 104 | 104 | 0 | 60 413 | 74 251 | -18,6 | 27 953 | 48 278 | -42,1 |

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

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

*** L'écart important entre 2014 et 2013 au niveau des participants et nuitées des événements sportifs est dû à la présentation des Jeux du Canada en 2013 (8 895 participants et 20 761 nuitées).

Marché des congrès et du savoir

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

Prospection de clientèles

- 473 clients sollicités (marché des congrès et tourisme de recherche scientifique).
- 32 dossiers de mise en candidature qui ont mené à la signature d'importants congrès.

Activités commerciales

- Invitation des clients à deux dîners des ambassadeurs à Sherbrooke. Parmi les huit organismes rencontrés, cinq ont octroyé un congrès à Sherbrooke pour 2014, 2015 ou 2016 pour près de 700 nuitées projetées.
- Organisation d'un dîner au Delta Montréal
- Présence aux trois événements Bourse de l'Association des professionnels de congrès du Québec (APCQ).

- Salons
 - » Salon Momentum de Montréal
 - » Salon Tête-à-Tête
 - » Québec Day à Ottawa
- Activités avec le Club Affaires de Tourisme Cantons-de-l'Est
 - » Deux tournées de familiarisation marchés de Montréal
 - » Événement Découvertes à Montréal et à Québec

Soutien aux planificateurs

En 2014, 81 comités organisateurs ont reçu un soutien offert par le service de la commercialisation de Destination Sherbrooke.

Congrès marquants de 2014

- Avril 2014 : Congrès national Holstein - 631 participants, 592 nuitées générées
- Mai 2014 : Conseil fédéral de la Fédération des employées et employés de services publics - 350 participants, 506 nuitées
- Mai 2014 : Congrès de l'Association montréalaise des directions d'établissements scolaires - 300 participants, 402 nuitées

- Juin 2014 : Congrès de l'Association des retraitées et retraités de l'éducation et des autres services publics du Québec - 800 participants, 1150 nuitées
- Juin 2014 : Congrès de la Fédération de la santé et des services sociaux 600 participants - 438 nuitées
- Octobre 2014 : Congrès de l'Association québécoise des professeurs de français - 550 participants, 366 nuitées

« Nous avons beaucoup apprécié la présence et la collaboration de Destination Sherbrooke depuis le début de l'aventure! Que vous soyez présents pour faire le lien entre tous les intervenants qui s'ajoutaient à l'organisation du congrès nous a grandement rassurés. Pour ma part, j'ai été impressionnée par l'accueil et le fait qu'on savait que l'AREQ était en ville! Bravo! »

**- Annie Brochu,
Association des retraitées et des retraités
de l'éducation et des autres services
publics du Québec**

« Merci beaucoup pour votre aide, notre congrès a été un succès grâce à vous et à votre aide précieuse. Tous semblent avoir apprécié le campus et la ville, surtout les excellents restaurants! »

**- Catherine Côté, Ph. D.,
professeure agrégée, École de politique
appliquée de l'Université de Sherbrooke**

Tourisme sportif et événementiel

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

Événements marquants de 2014

- Mai : Championnats de l'Est du Canada en volleyball - 2 600 participants, 1 776 nuitées
- Mai : Championnats canadiens de swing - 1 500 participants, 448 nuitées
- Mai : Assises et Repêchage de la LHJMQ - 1 000 participants, 1 300 nuitées
- Août : Matches du camp d'été du Championnat mondial de hockey junior - 50 participants, 222 nuitées
- Août : Championnat canadien senior de golf féminin - 80 participantes, 226 nuitées
- Novembre : Championnats de section en patinage artistique - 500 participants, 241 nuitées

Prospection de clientèles

Tout au long de l'année, des représentants de 100 associations ont été rencontrés ou contactés pour leur présenter les services de Destination Sherbrooke.

Activités commerciales

- Marché des événements sportifs de l'Alliance canadienne du tourisme sportif.
- Activité commerciale en collaboration avec l'Association des professionnels en congrès du Québec auprès des associations sportives du Regroupement du loisir et du sport du Québec à Montréal.

- Activité commerciale en collaboration avec le Groupe Hospitalité Westmont auprès des associations sportives du Regroupement loisir Québec à Montréal.
- Deux *blitz* téléphoniques en collaboration avec le Delta Sherbrooke.

Soutien aux organisateurs

Du soutien technique et promotionnel, notamment des rencontres d'encadrement, des appels de soumissions d'hébergement, de transport, d'activités touristiques et sociales, a été offert à 53 comités organisateurs.

Planification

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

Formation/Perfectionnement

Dans le cadre de la rencontre des présidents d'associations sportives organisée annuellement par le service du sport de la Ville de Sherbrooke, Destination Sherbrooke a offert une formation sur l'utilisation des médias sociaux dans un cadre événementiel.

« Notre club et nos comités organisateurs lors d'événements sont privilégiés de pouvoir compter sur la collaboration de Destination Sherbrooke. Que ce soit lors de la préparation de nos candidatures ou lors de l'événement, leur support est notable et apprécié. Pour nous, Destination Sherbrooke est un partenaire qui contribue à la réussite et la qualité de nos événements. »

**- Denis Fontaine,
président du Club Envolley**

« Le fait de savoir que nous serions supportés par Destination Sherbrooke a fait toute une différence pour nous. Premièrement, ceci a influencé notre décision de demander la présentation de l'événement. Ensuite, nous avons apprécié le support exceptionnel reçu tout au long de la planification et la réalisation des Assises et du repêchage de la Ligue de hockey junior majeur du Québec 2014. »

**- Sylvie Fortier,
Club de hockey Le Phoenix de Sherbrooke**

Marché des voyages de groupes

Prospection de clientèles

Au cours de l'année 2014, 21 clients ont été sollicités.

Activités commerciales

- Bourse Bienvenue Québec à Saguenay : 200 organisateurs de voyage de groupes présents; 13 rendez-vous formels; quatre occasions d'affaires prospectées et un catalogue des principaux

acheteurs reçu pour qualifications ultérieures.

- Destination Sherbrooke a collaboré à l'organisation du coquetel de clôture de la Bourse Bienvenue Québec 2014. Au total, 170 participants œuvrant dans le domaine du voyage en groupes étaient présents.

Marketing et communications

MAGAZINE TOURISTIQUE
2014-2015
TOURIST MAGAZINE

Sherbrooke nature urbaine

Sherbrooke
urban nature

CANTONS-DE-L'EST
EASTERN TOWNSHIPS

destination
SHERBROOKE.com

Promotion

Image de marque

Destination Sherbrooke s'est dotée d'un nouvel énoncé de positionnement. « Nature urbaine », telle est la nouvelle image de marque de Sherbrooke sur l'échiquier touristique. Court et fort, cet énoncé transporte le visiteur dans ce que Sherbrooke a de plus distinctif, soit la nature en pleine ville. Développé par l'équipe de la commercialisation et des communications, ce *branding* colle littéralement à la nature Sherbrooke, et ce, pour tous les marchés touristiques. Ses utilisations ont été nombreuses au cours de l'année 2014, notamment en télévision et à l'imprimé.

Campagne publicitaire sur les ondes de Radio-Canada

Création d'une publicité de 60 secondes mettant en valeur les incontournables de Sherbrooke. La diffusion a eu lieu tout l'été à la télévision de Radio-Canada de Montréal, de Québec et d'Ottawa, de même que sur RDI, ARTV et Explora. Parallèlement, une campagne YouTube a été mise en place avec cette même publicité. Celle-ci a généré plus de 15 millions d'impressions et près de 100 000 vues.

Vidéo

En s'appuyant sur son nouvel énoncé de positionnement, soit « nature urbaine », deux vidéos ont été réalisées : l'une sur la nature hivernale de Sherbrooke et une autre pour mettre en valeur le vélo sur neige.

Marché torontois

Destination Sherbrooke a bénéficié d'une importante opportunité de visibilité à Toronto sur le réseau Horizon. Cette offensive a généré 336 présences sur deux écrans géants à Dundas Square, de même que 62 000 publicités dans différents immeubles et ascenseurs de la métropole. Une page éditoriale sur Sherbrooke a par ailleurs été publiée dans le magazine *Horizon* inséré dans le *Toronto Star* et le *National Post*.

Publications

Magazine touristique

Tiré à 75 000 exemplaires, l'édition 2014 du guide touristique de Sherbrooke a été citée en exemple dans le milieu touristique par les différentes associations touristiques régionales, notamment en raison de sa grille graphique de style magazine et l'organisation de l'information.

De murales en bonnes tables

De murales en bonnes tables est le tout nouveau dépliant destiné

à faire la promotion du circuit des murales de Sherbrooke. Parallèlement, l'offre gourmande y a été intégrée de façon à venir bonifier le circuit et à insister sur la nature gourmande de Sherbrooke. 20 000 exemplaires en français et 5 000 en anglais ont été distribués.

Coupons-rabais

En 2014, 20 attraits de Sherbrooke et des environs ont offert, par

COUPONS-RABAIS
DISCOUNT COUPONS

Sherbrooke
& région

COATICOOK
MÉGANTIC
VAL-SAINT-FRANÇOIS/
CANTONS-DE-L'EST
EASTERN TOWNSHIPS

FAMILLE AVENTURE
FAMILY ADVENTURE

CULTURE
CULTURE

AGROTOUTISME
AGRITOURISM

destination
SHERBROOKE.com

le biais d'un dépliant réalisé par Destination Sherbrooke, des coupons-rabais. Tiré à 50 000 exemplaires, il est essentiellement destiné à la clientèle familiale.

Projets et initiatives

Corridor bleu

Découvrir Sherbrooke par ses rivières, telle est l'expérience proposée par le Corridor bleu. En 2014, la promotion de cet attrait a permis à Sherbrooke de rayonner. Dépliant promotionnel, articles de presse et campagne promotionnelle ont propulsé cette nouvelle activité faisant de celle-ci un des grands succès de l'été.

Illumination de l'arbre du Marché de Noël de Sherbrooke

L'événement d'illumination de l'arbre du marché de Noël a eu lieu le 3 décembre 2014. Sur scène, Nicolas Noël, Tocadéo, Emilie-Claire Barlow et Joël Legendre ont chanté leurs plus beaux airs de Noël. Parallèlement, le tournage des vœux de Noël avec ces mêmes artistes a permis la diffusion sur l'ensemble du réseau TVA (TVA, Casa, Addik TV, LCN, TVA Sports, Argent, Moi & Cie et Prise 2) de 1 890 capsules filmées dans le décor du Marché de Noël de Sherbrooke. Une visibilité médiatique évaluée à 420 000 \$.

Spectacle *Cow-boys, de Willie à Dolly*

La venue à la place Nikitotek du spectacle *Cow-boys, de Willie à Dolly* pour 25 représentations a permis la tenue d'une campagne promotionnelle nationale d'une valeur de plus de 400 000 \$. Avec 49 % des spectateurs provenant de l'extérieur de Sherbrooke et 90 % d'entre eux qui sont venus à Sherbrooke spécifiquement pour assister aux spectacles, les retombées économiques sont évaluées à près d'un million \$. La campagne promotionnelle s'est déployée à la télévision sur le réseau TVA, notamment lors des émissions Salut, Bonjour! et Sucré salé, de même qu'à la radio sur Cogeco et dans les journaux. Un site web et une page Facebook ont également été développés. Par ailleurs, tous les Sherbrooke ont reçu un coupon leur donnant droit à 10 \$ de rabais sur l'achat d'un billet.

Sherbrooke met la table

Initiée par Destination Sherbrooke, Sherbrooke met la table est une promotion gourmande qui a rallié le milieu sherbrookoïse de la restauration. Pendant dix jours, du 13 au 23 novembre, les restaurants participants ont offert des menus table d'hôte trois services à 15 \$ le midi et à 25 \$ ou 35 \$ le soir. Inspirée d'événements comme MTL à table ou encore la *New York Restaurant Week*, cette initiative

Sherbrooke
met la table
13^{au} 23 nov.

TABLES D'HÔTES
MIDI 15\$
SOIR 25\$-35\$

« Pour nous, Sherbrooke met la table est un franc succès! Nous avons eu une belle réponse du public et cela en majorité par des clients qui se présentent directement au resto sans avoir réservé! Nous nous sommes fait dévaster hier midi avec notre boudin! »

**- Anik Beaudoin,
copropriétaire Restaurant Auguste**

a pour but de rendre les bonnes tables accessibles. Véritable succès, cette première édition a été appuyée par une campagne promotionnelle télé et radio. La portion web a quant à elle généré plus de 500 000 impressions publicitaires dans internet et les médias sociaux.

Web

Destination Sherbrooke gère et maintient son portail internet, de même que les sites du Centre de foires de Sherbrooke et de la place Nikitotek. Trois nouveaux microsites web ont été lancés, soit ceux du spectacle *Cow-boys, de Willie à Dolly*, de la promotion Sherbrooke met la table et du Marché de Noël de Sherbrooke. Le début de l'année 2014 a marqué la refonte visuelle complète du site web de Destination Sherbrooke afin de l'arrimer avec le nouvel énoncé de positionnement. Par ailleurs, des efforts soutenus ont été consacrés à la publication de billets dans le blogue, à raison d'un par semaine, et ce, tout au long de l'année.

Réseaux sociaux

Véritable incontournable de la communication et de la promotion sur le web, Destination Sherbrooke est présente dans les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, YouTube et Flickr. D'ailleurs, 2014 marque l'ouverture d'un compte Instagram. Le partage de photos

Nos sites web en chiffres

| | VISITES | % DE NOUV. SESSIONS | PAGES VUES |
|-------------------------|---------|---------------------|------------|
| DESTINATION SHERBROOKE | 433 743 | 77,66 % | 1 322 373 |
| CENTRE DE FOIRES | 105 642 | 83,29 % | 236 046 |
| BLOGUE | 11 155 | 63,23 % | 17 468 |
| PLACE NIKITOTEK | 11 054 | 75,32 % | 32 607 |
| SHERBROOKE EST COWBOYS | 18 002 | 80,66 % | 34 327 |
| SHERBROOKE MET LA TABLE | 18 144 | 74,41 % | 80 673 |

The screenshot shows the Destination Sherbrooke website interface. At the top, there's a navigation bar with 'VOUS ÊTES...' and the logo 'destination SHERBROOKE.COM'. Below that, a large banner features a night view of Sherbrooke with the text 'Sherbrooke Nature urbaine'. Four circular buttons are visible: 'Quoi faire?' (activités & activités), 'Où dormir?' (hébergement), 'Où manger?' (restaurants), and 'Forfaits et promotions'. Below the banner, there are several content tiles: 'Vélo sur neige' with a photo of a person on a bicycle, 'Spectacles & événements' with a photo of a person, and 'Sherbrooke, nature urbaine' with a video player icon.

sur cette plateforme s'avère particulièrement intéressant pour montrer Sherbrooke sous un nouveau jour.

Communications

Le service des communications assure auprès des médias et des partenaires de l'industrie touristique, tout en faisant la promotion des activités et événements qui font rayonner Sherbrooke. Il appuie à la fois les communications internes et externes de l'organisation.

Relations avec les médias et événements

Le service des communications a répondu à plus de 150 demandes médias en lien avec les différents projets et initiatives de l'organisation. En plus d'offrir un soutien en communication à ses différents partenaires, le service a organisé et collaboré au succès de différents événements de presse, tels que :

- Journée de l'industrie touristique
- Lancement des activités du Corridor bleu
- Lancement du spectacle *Cowboys, de Willie à Dolly*
- Inauguration de la halte de

- l'Ancienne-Scierie
- Coquetel de lancement de Sherbrooke met la table
- Soirée d'illumination de l'arbre de Noël
- Lancement de l'activité de vélo sur neige à Sherbrooke

Bureau du cinéma et de la télévision (BCTQ)

L'année 2014 marque la première année de la désignation de Destination Sherbrooke à titre d'antenne régionale du Bureau du Cinéma et de la Télévision du Québec. Au même titre que Saguenay, Gatineau, Laurentides, Québec et Montréal, Sherbrooke s'inscrit maintenant comme partenaire privilégié de l'organisme voué à la promotion du Québec et ses régions comme lieux de tournage.

Une première participation conjointe au *Location Show* de Los Angeles en mars 2014 a permis à Sherbrooke de faire ses premiers pas sur la scène américaine et internationale. Le festival Fantasia, qui se tenait à Montréal en juillet, a pour sa part donné lieu à une amorce de collaboration interrégionale qui permettra

aux régions de se soutenir entre elles et de limiter les efforts et engagements financiers liés à la représentation.

Enfin, deux productions importantes ont installé leurs plateaux de tournage à Sherbrooke. En mars, les acteurs et figurants de *North Pole*, production montréalaise pour le compte de la chaîne américaine Hallmark Channel, s'est installée à l'hôtel de ville et sur la rue Wellington. En juin, c'était au tour d'une coproduction Danemark-Québec, *My Sister's Kids* de transformer les mines de Capelton et le marché de la Gare de Sherbrooke en plateau de tournage.

Les retombées liées à ces tournages sont évaluées à plusieurs dizaines de milliers de dollars.

07

Expérience client





Bureau d'information touristique

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

Au cours de l'année 2014, le personnel d'accueil a traité plus de 11 000 demandes de renseignements touristiques tant au comptoir que par téléphone, par la poste et par courriel.

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

Service d'accueil touristique mobile sur le réseau de sentiers polyvalents des Grandes-Fourches

Afin d'enrichir l'expérience des visiteurs en séjour à Sherbrooke, un projet-pilote visant à offrir un service d'accueil touristique mobile sur le réseau de sentiers polyvalents des Grandes-Fourches a vu le jour le jour à l'été 2014. Un conseiller à l'accueil touristique

mobile circulait entre le bureau d'information touristique et la boucle du lac des Nations pour informer les visiteurs et ainsi de bonifier leur expérience sherbrookoise. Grâce à un vélo surmonté d'un présentoir, le conseiller avait à portée de main tout le nécessaire pour informer les visiteurs et citoyens. Cette approche humaine a permis d'offrir un service personnalisé. Du 9 juillet au 22 août, le conseiller a effectué 16 sorties et a répondu à 272 demandes de renseignements.

Services d'accueil et de renseignements touristiques sur les sites d'événements/congrès

Sur les sites de congrès et d'événements, 50 demandes ont été traitées par le personnel d'accueil, dont 41 affectations pour l'installation de présentoirs de documentations touristiques.

Services de tours guidés

Grâce à ses services spécialisés, 20 demandes ont été traitées par le personnel d'accueil et 14 tours guidés ont été organisés sur mesure dans le cadre d'événements spéciaux.

Services de formation

Toujours soucieuse de la qualité de l'expérience du visiteur, l'équipe expérience client a relancé

et bonifié son programme de formation en accueil, lancé dans le cadre des Jeux du Canada d'été Sherbrooke 2013. Offert gratuitement aux gestionnaires et aux employés de première ligne, le programme a été adapté à la notion du citoyen ambassadeur. Ateliers de sensibilisation à l'accueil et à la connaissance de Sherbrooke, activité de réseautage, Famtour en autocar et outils d'autoformation, le programme est désormais diversifié et flexible. En 2014, plus de 1 000 personnes œuvrant au sein de 44 organismes y ont pris part. Avec un taux de satisfaction de 97 %, les employés dits de première ligne élèvent leur service à la clientèle et deviennent de dignes représentants de la destination Sherbrooke.

Parallèlement et à la demande des participants, le calendrier « Quoi

« Mon personnel a grandement apprécié la formation que vous avez donnée... Nous continuerons donc sur cette belle lancée et guiderons nos clients vers nos divers centres d'intérêt! »

**- Valérie Paquin,
Grand Times Hotel**

faire à Sherbrooke » est envoyé depuis à toutes les semaines aux partenaires afin de tenir les partenaires bien informés activités et événement en cours.

« Merci beaucoup pour la formation très dynamique! Ce fut très formateur pour tous. Je ferai préparer un babillard Sherbrooke que j'alimenterai chaque semaine avec les événements à venir. À répéter, c'est sûr. »

**- Geneviève Vallières,
L'Épopée de Capelton**

Événement « J'aime Sherbrooke »

Le 18 octobre 2014, 150 citoyens se sont donné rendez-vous au bureau d'information touristique pour l'événement « J'aime Sherbrooke ». En famille, en couple ou entre amis, ils ont pu prendre part à trois circuits personnalisés pour découvrir ou redécouvrir Sherbrooke à travers ses musées, ses attractions, ses boutiques, ses cafés et ses microbrasseries. Le but avoué de cette journée était d'initier les Sherbrookoises à ce que leur ville offre pour les rendre fiers de leur ville et faire d'eux de véritables citoyens ambassadeurs.

08

Opérations et Centre de foires**Animation****Alex Plorateur**

Tout l'été, au marais Réal-D.-Carbonneau, un guide interprète a accueilli les visiteurs afin de partager sa passion et ses connaissances des habitants de cet écosystème unique. Alex Plorateur était présent au marais les samedis et dimanches, du 17 mai au 15 juin, et du mercredi au dimanche du 18 juin au 19 juillet. Au total, douze animations thématiques ont été offertes au cours de la saison.

Maison de l'eau

En plus de l'exposition permanente *Les p'tits monstres du marais*, présentée à l'année au public et de la location de divers équipements nautiques, la Maison de l'eau a poursuivi ses animations pour les groupes, et ce, entre ses murs ou encore en plein air. Parallèlement, une réflexion sur la redéfinition de ses services et de sa gestion a été entamée en collaboration avec le Musée de la nature et des sciences de Sherbrooke.

Corridor bleu

Avec près de 500 clients ayant parcouru l'un ou l'autre des trajets proposés du Corridor bleu, la saison 2014 a été un franc succès. Pour sa deuxième année d'opération, un protocole d'entente a été signé avec la boutique Atmosphere de Sherbrooke pour la gestion du Corridor bleu. Ce partenaire a offert du même coup la location d'embarcation, de même que le transport.

Au cours de l'accompagnement des clients vers leur point de départ, le personnel a l'opportunité de donner différentes informations à caractère historique, touristique et archéologique. Plus de la moitié des usagers recensés par le questionnaire provenait de l'extérieur de Sherbrooke.

Réseau cyclable des Grandes-Fourches

En 2014, Destination Sherbrooke était mandatée par la Ville de Sherbrooke pour veiller à l'aménagement, l'entretien, la gestion et la surveillance du réseau des Grandes-Fourches. Ce vaste réseau de sentiers polyvalents sillonne le territoire sherbrookoïse, la municipalité du Canton de Hatley, ainsi que le village de North Hatley.

assistance et orientent les cyclistes sur l'ensemble du réseau sherbrookoïse. Pour faciliter leurs interventions, ils ont reçu trois formations préparatoires dans le domaine des premiers soins, de la mécanique et de l'information touristique.

Patrouille volontaire

L'équipe de patrouille volontaire compte cinquantaine de bénévoles qui sillonnent le réseau cyclable des Grandes-Fourches. Ils assurent ainsi une vigie, prêtent

La patrouille volontaire à vélo en quelques chiffres :

- Quatre cliniques de mécanique et de sécurité à vélo
- 3 342 heures totales d'implication bénévole
- 2 262 heures de patrouille
- 3 105 interventions, dont près de 1 300 actes d'information touristique

Alex Plorateur

Tout l'été, au marais Réal-D.-Carbonneau, un guide interprète a accueilli les visiteurs afin de partager sa passion et ses connaissances des habitants de cet écosystème unique. Alex Plorateur était présent au marais les samedis et dimanches, du 17 mai au 15 juin, et du mercredi au dimanche du 18 juin au 19 juillet. Au total, douze animations thématiques ont été offertes au cours de la saison.

Maison de l'eau

En plus de l'exposition permanente *Les p'tits monstres du marais*, présentée à l'année au public et de la location de divers équipements nautiques, la Maison de l'eau a poursuivi ses animations pour les groupes, et ce, entre ses murs ou encore en plein air. Parallèlement, une réflexion sur la redéfinition de ses services et de sa gestion a été entamée en collaboration avec le Musée de la nature et des sciences de Sherbrooke.

Avec près de 500 clients ayant parcouru l'un ou l'autre des trajets proposés du Corridor bleu, la saison 2014 a été un franc succès. Pour sa deuxième année d'opération, un protocole d'entente a été signé avec la boutique Atmosphere de Sherbrooke pour la gestion du Corridor bleu. Ce partenaire a offert du même coup la location d'embarcation, de même que le transport. Au cours de l'accompagnement des clients vers leur point de départ, le personnel a l'opportunité de donner différentes informations à caractère historique, touristique et archéologique. Plus de la moitié des usagers recensés par le questionnaire provenait de l'extérieur de Sherbrooke.

En 2014, Destination Sherbrooke était mandatée par la Ville de Sherbrooke pour veiller à l'aménagement, l'entretien, la gestion et la surveillance du réseau des Grandes-Fourches. Ce vaste réseau de sentiers polyvalents sillonne le territoire sherbrookoïse, la municipalité du Canton de Hatley, ainsi que le village de North Hatley.

Patrouille volontaire

L'équipe de patrouille volontaire compte cinquantaine de bénévoles qui sillonnent le réseau cyclable des Grandes-Fourches. Ils assurent ainsi une vigie, prêtent assistance et orientent les cyclistes sur l'ensemble du réseau sherbrookoïse. Pour faciliter leurs interventions, ils ont reçu trois formations préparatoires dans le domaine des premiers soins, de la mécanique et de l'information touristique.

La patrouille volontaire à vélo en quelques chiffres :

- Quatre cliniques de mécanique et de sécurité à vélo
- 3 342 heures totales d'implication bénévole
- 2 262 heures de patrouille
- 3 105 interventions, dont près de 1 300 actes d'information touristique

Entretien

L'équipe des opérations a assuré l'entretien et la surveillance du réseau cyclable des Grandes-Fourches par une multitude d'actions sur le terrain, telles que :

- Stabilisation et réparation des pistes
- inspection du réseau;
- gestion des graffitis;
- préparation des pistes en vue du changement de saison.

Pour sa quatrième année d'activité, le Centre de foires de Sherbrooke a été l'hôte de 42 événements.

Quelques événements tenus au Centre de foires de Sherbrooke en 2014 :

- Salon de l'APCHQ
- Salon national des animaux de compagnie
- Salon de l'ARISQ
- ExpoZoo par PIJAC
- Salon du livre de l'Estrie
- Salon des affaires
- Salon des métiers d'art de l'Estrie

Centre de foires de Sherbrooke

Gestion

- Depuis son ouverture, l'équipe technique du Centre de foires de Sherbrooke a imposé sa marque. En effet, neuf promoteurs d'événements sur dix ont mentionné être très satisfait des services reçus et de la disponibilité du personnel et des équipements.
- Le délégué commercial en place démarche de nouvelles avenues pour la tenue de différents salons et événements. Il fait notamment la promotion du centre auprès de clientèles spécialisées du domaine industriel, de l'électricité et de l'environnement.
- L'ensemble des promoteurs ont reçu en 2014 une offre de partenariat de cinq ans.
- Au début de l'année 2014, Le Poivron rouge est devenu le traiteur officiel du Centre de foires de Sherbrooke.

« Vous êtes une équipe accueillante et disponible, il y a toujours quelqu'un de votre équipe pour répondre à nos questions et de façon rapide! L'équipe du centre de Foires est très ouverte quant à nos demandes. »

- Marc Corbeil,

Salon national des animaux de compagnie

« L'équipe du Centre de Foires est toujours disponible sur place pour répondre rapidement à nos demandes! »

- Sylvain Mathieu,
Salon Expo-Habitat de l'Estrie

« Vous êtes une belle équipe de par votre enthousiasme, votre disponibilité, votre écoute et rapidité de répondre à nos demandes. »

- Linda Fortier,
Salon de l'ARISQ

Bilan des activités au CFS

| | 2014 | 2013 | 2012 |
|---|-----------|-----------|-----------|
| VISITEURS | 130 692 | 190 174 | 136 472 |
| EXPOSANTS | 1 449 | 1 388 | 876 |
| JOURS D'ACTIVITÉ (montage, événements, démontage) | 132 | 97,5 | 95 |
| ESPACE LOUÉ (pi²) | 1 530 044 | 1 529 264 | 1 111 090 |
| NUITÉES GÉNÉRÉES | 2 300 | 2 121 | 1 052 |

09

Administration**Réorganisation**

Au mois de juin 2014, à la suite d'un lac à l'épaule, le conseil municipal avait lancé un appel à l'ensemble des services municipaux et organisations paramunicipales afin de regrouper, optimiser et rationaliser leurs dépenses en réponse aux défis budgétaires imminents.

C'est dans cet esprit que l'exercice entériné par le conseil d'administration du 15 octobre 2014 a suggéré une diminution de 22,9 % de la contribution municipale. De 3 385 150 \$ en 2014, la contribution municipale versée à Destination Sherbrooke passera ainsi à 2 608 156 \$ en 2015.

L'abandon des responsabilités liées à la gestion, l'entretien et

la préservation des 32 parcs nature sous la responsabilité de Destination Sherbrooke de même que celui de la gestion de la Maison de l'eau engendreront des diminutions de dépenses et d'effectifs. L'objectif d'optimisation de processus opérationnels et administratifs se traduira quant à lui par une redistribution de tâches, notamment d'encadrement, ayant également comme conséquence l'abolition de postes permanents, dont quatre postes cadres et un abandon ou une réduction de l'intensité de certaines activités.

Au total, 12 postes permanents seront abolis au 1er janvier 2015. Deux nouveaux postes seront créés, faisant passer l'effectif net de l'organisation de 40 à 30 employés permanents.

10

L'expertise d'une équipe

Personnel permanent en date du 31 décembre 2014

Direction générale et administration

Denis Bernier, directeur général

Mario Grenier, directeur administratif et adjoint à la direction générale

Geneviève Breault, technicienne administrative

Maryse Gagnon, superviseuse administrative

Carole Pelletier, secrétaire de direction

Maude Proteau, commis à l'administration

Commercialisation et communications

Lynn Blouin, directrice à la commercialisation et aux communications

Amélie Boissonneau, coordonnatrice aux communications

Josianne Côté, déléguée aux congrès

Geneviève Daigle Langevin, chargée de projets web et médias sociaux

Marie-Claude Dubois, coordonnatrice aux ventes

Josianne Maurice, secrétaire à la commercialisation

Julie Nadeau, déléguée au tourisme sportif et événementiel

Isabelle Pinet, secrétaire aux communications et à la réception

Robin Poulin Lemieux, coordonnateur marketing

Caroline Synnott, déléguée au tourisme du savoir

Marie-Claude Vidal, déléguée à la promotion et à la communauté d'affaires

Expérience client

Hélène Vandenberghe, directrice à l'expérience client

Vicky Bélanger, superviseuse à l'expérience client

Louise Gauvin, superviseuse du bureau d'information touristique

Innovation et développement

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

Josée Bernard, coordonnatrice à l'innovation et au développement

Alexandre Provost, chargé de projets

Myriam Rioux-Denis, assistante de recherche - projets spéciaux

Opérations et Centre de foires

Paul Beaudoin, directeur des opérations et du Centre de foires

Yvan Beloin, directeur adjoint aux opérations

Louis Brien, superviseur des opérations

Suzanne Champigny, assistante aux animations, événements et projets spéciaux

Christine Cormier, coordonnatrice aux animations, événements et projets spéciaux

Ève Desruisseaux, assistante aux opérations

Manon Éthier, secrétaire

Jean-François Fortier, appariteur-manutentionnaire

Pierre Fortin, coordonnateur des services

Christian Gagné, superviseur des plateaux

Dominique Gagnon, conseiller commercial, salons et expositions

Gaétan Gagnon, manœuvre

Marie-Josée Gagnon, superviseuse aux infrastructures et aux milieux naturels

François Hébert, assistant aux opérations

Michel Massé, superviseur aux aménagements et à la construction

Jessica Veillet, assistante aux opérations

François Veilleux, chef d'équipe entretien

Personnel de remplacement

Josée Dupuis, déléguée aux congrès

Jean-François Duval, coordonnateur aux communications

Karine Robert, superviseuse aux infrastructures et aux milieux naturels

Stagiaire

Noémie David, stagiaire en marketing et communications

Personnel ayant quitté en cours d'année

Jacinthe Saint-Pierre, commis à l'administration

Florence Côté-Fortin, agente aux communications web

Gilbert Lemieux, délégué commercial aux salons et expositions

Sylvie Perry, secrétaire aux opérations

Merci au personnel de Destination Sherbrooke pour son engagement remarquable en 2014!

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

Et finalement, merci à tous nos partenaires, clients, amis et ambassadeurs de Sherbrooke de contribuer avec nous au rayonnement de notre ville!

11

États financiers





