

DÉMARCHE STRATÉGIQUE EN TOURISME D'AFFAIRES



DÉMARCHE STRATÉGIQUE EN TOURISME D'AFFAIRES



L'APPROCHE





Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 : un itinéraire vers la croissance et le Plan d'action 2016-2020 Appuyer les entreprises, enrichir les régions annonçaient la volonté du ministère du Tourisme (Ministère) de déployer une démarche stratégique afin d'accroître les recettes touristiques générées par les visiteurs d'affaires, de congrès et de réunions au Québec. C'est dans cette perspective qu'à l'automne 2017, le Ministère a formé un groupe de travail, le Forum sur le tourisme d'affaires et de congrès, composé des représentants du Ministère, des autorités politiques, ainsi que des organisations suivantes :

- Tourisme Montréal;
- le Palais des congrès de Montréal;
- l'Office du tourisme de Québec;
- le Centre des congrès de Québec;
- l'Association Hôtellerie Québec;
- l'Association des professionnels de congrès du Québec;
- Tourisme Outaouais.

Le mandat du Forum d'échange consistait à mettre à jour et à valider un diagnostic servant d'assise à l'élaboration d'une démarche stratégique de mise en valeur du tourisme d'affaires, à commenter cette proposition et à suggérer des modes d'intervention pour développer et organiser l'offre, en plus de mettre en œuvre les conditions propres à augmenter le potentiel du tourisme d'affaires au Québec. Les membres du Forum se sont réunis à deux reprises.

Par ailleurs, les données relatives à la demande par produit (congrès, événement, exposition), aux clientèles et aux marchés demeurent fragmentaires. C'est pourquoi des études ont été menées par le Ministère et des rencontres bilatérales ont été tenues avec des représentants des régions touristiques du Québec. Ces travaux, qui ont permis aux participants de mieux comprendre et cerner l'univers du tourisme d'affaires et la façon dont il se déploie au Québec, ont mené à la démarche d'accompagnement présentée dans ce document.



Qu'est-ce que le tourisme d'affaires?

Le tourisme d'affaires concerne les déplacements pour motifs professionnels. Parmi la variété des motifs de déplacement, certains ont pour objectif la tenue d'une rencontre : un congrès, une réunion, une exposition commerciale ou un voyage de motivation.

Congrès

Un congrès est un rassemblement, qui réunit souvent un grand nombre de participants dont une proportion importante vient de l'extérieur du Québec, pour échanger sur un thème prédéfini et commun. La plupart du temps, une exposition est présentée au moment de cette rencontre.

Réunion d'entreprise

Les réunions d'entreprises rassemblent des participants pour discuter de sujets particuliers. Il peut s'agir, par exemple, de rencontres d'information, de formation ou de renforcement d'équipe ou encore de rencontres avec des clients.

Exposition commerciale

Ce type d'exposition vise à mettre en relation des acheteurs et des vendeurs de produits ou de services dans un secteur d'activité donné. Le lieu choisi permet de maximiser le nombre d'acheteurs et de vendeurs.

Voyage de motivation

Le voyage de motivation est offert par une entreprise à ses employés et à ses partenaires pour témoigner de sa satisfaction. C'est un produit « hybride », soit un voyage d'agrément payé par l'employeur, mais dont les activités sont conçues « sur mesure » pour des groupes cibles.

Ce sont là les quatre produits principaux du tourisme d'affaires.



Pourquoi proposer maintenant une démarche stratégique en tourisme d'affaires?

Le tourisme d'affaires est très lucratif. Il génère d'importantes recettes touristiques dans plusieurs régions du Québec et contribue au rayonnement et à la promotion du Québec à l'étranger. Le tourisme d'affaires a des effets importants sur le développement économique des régions qui investissent afin d'améliorer l'offre et d'attirer des événements.

Outre sa rentabilité, le tourisme d'affaires prolonge la saison touristique et génère un achalandage pendant les périodes les moins occupées. À l'échelle mondiale, ce secteur est en plein essor et les perspectives de croissance sont excellentes. Le Québec peut tirer profit de cette situation favorable.

Néanmoins, il ressort des consultations menées par le Ministère que certaines régions ont une longueur d'avance sur d'autres en termes d'expertise, de mobilisation, d'organisation et de pratiques efficaces.



Résultats de l'étude « L'organisation d'événements en tourisme d'affaires et de congrès »

Le Ministère a mené une étude en trois volets pour en savoir davantage sur la demande générale, les occasions à saisir et les tendances observées pour le tourisme d'affaires :

- un sondage par Internet auprès de planificateurs québécois de congrès et de réunions;
- des entrevues individuelles auprès de responsables des principales entreprises qui organisent des voyages de motivation et qui ont des activités au Québec;
- deux groupes de discussion réunissant des représentants du tourisme d'affaires.

Un sondage a également été mené à l'hiver 2018 auprès des 46 ordres professionnels du Québec, afin de documenter davantage leurs habitudes en termes de réunions et de connaître les critères qui influencent le plus leur choix de destination.

1. Principaux critères influençant le choix d'une destination

Ces études présentent une convergence importante avec l'enquête menée par l'Association des centres de congrès du Canada sur les facteurs logistiques qui influencent le plus le choix de la destination par les groupes établis au Canada. D'une étude à l'autre, les trois principaux facteurs demeurent les mêmes :

- le prix de la destination dans son ensemble;
- la superficie des espaces de rencontre;
- la proximité géographique des participants (qui permet d'éviter d'avoir à payer des nuitées additionnelles).

En plus de cette convergence, d'autres facteurs influencent également le choix de la destination. Il y a parmi ces facteurs :

- l'attractivité de la destination;
- l'accès à tous les services sous un même toit;
- les coûts de la main-d'œuvre et des services associés à l'événement;
- l'accessibilité de la destination.

Le taux de satisfaction à l'égard des infrastructures en place est très élevé chez les planificateurs d'événements du Québec, tant pour ce qui est des normes technologiques que des superficies offertes par les divers lieux de rencontre. Toutefois, ce constat doit être relativisé. Les normes technologiques deviennent obsolètes selon un cycle de trois à cinq ans à peine. Quant aux lieux de rencontre, ils doivent périodiquement faire l'objet de rénovations et d'agrandissements pour être en mesure de faire face à la forte concurrence qui règne dans ce secteur.

2. Des occasions à saisir

Les personnes rencontrées abondent dans le même sens : le potentiel du marché hors Québec n'est pas pleinement exploité, et ce marché à saisir est essentiellement canadien. Il convient également de cibler des secteurs d'activité plutôt que de simples marchés géographiques.

Par ailleurs, le voyage de motivation semble être un créneau sous-exploité, qui ne profite pas de la croissance observée ailleurs dans le monde. En outre, l'essentiel de l'offre québécoise vise le marché français et repose presque essentiellement sur les activités hivernales à saveur folklorique. L'offre pourrait certainement être revue et bonifiée dans le contexte de la prospection de nouveaux marchés.

L'allongement du séjour par l'ajout d'activités d'agrément (*bleisure*) est en croissance à l'international, alors que les experts s'entendent sur une certaine stagnation au Québec. Exception faite des congrès, la durée moyenne des rencontres ne dépasse pas un jour en moyenne. L'offre d'activités d'agrément pour le tourisme d'affaires est à revoir, et les marchés doivent être mieux cernés, surtout chez les jeunes professionnels de moins de 35 ans et les femmes.

3. Trois enjeux pour le Québec et ses régions

Au final, ces discussions ont fait ressortir plus particulièrement trois enjeux principaux pour le tourisme d'affaires.

Le premier a trait à la nécessité de développer, pour le Québec, une marque de commerce et un positionnement stratégique clair.

À cet effet, les consultations effectuées auprès de chacune des 22 ATR au cours de l'été 2018 ont révélé qu'il existe, en matière de tourisme d'affaires, des niveaux de maturité différents selon les régions quant aux infrastructures d'accueil existantes, au mécanisme de concertation, à la mobilisation des acteurs et à l'expertise. En conséquence, il faut développer une démarche d'accompagnement structurée et adaptée aux besoins particuliers des régions qui souhaitent participer.

Le deuxième enjeu a trait à l'accessibilité par la voie des airs et par les autoroutes. L'accessibilité est en lien avec les temps de déplacement nécessaires et les coûts engendrés à la fois par le moyen de déplacement utilisé et par les nuitées additionnelles qui peuvent en découler. Cet enjeu est complexe, et les solutions doivent tenir compte de la provenance des visiteurs et du type de clientèle qu'une région cherche à attirer.

Enfin, les connaissances stratégiques sur le tourisme d'affaires sont à parfaire et à diffuser davantage, afin que tous les intervenants soient au diapason.

4. Les facteurs de succès

En effet, outre la volonté des partenaires de l'industrie de participer à ce secteur névralgique de l'activité touristique, plusieurs facteurs sont essentiels à une démarche fructueuse. Il faut notamment :

- assurer une promotion ciblée dans l'objectif de conférer à la destination un positionnement stratégique efficace;
- intensifier les collaborations entre les régions qui ont développé une expertise en tourisme d'affaires et les autres, ce qui répondrait à un besoin exprimé par la plupart des intervenants;
- mettre en place des mécanismes de concertation au niveau régional et accroître la collaboration entre les acteurs;
- maintenir et accroître les attributs clés d'une destination;
- relever l'enjeu de l'accessibilité;
- parfaire la connaissance stratégique en lien avec le tourisme d'affaires;
- miser sur le pouvoir d'attraction de Montréal et de Québec.

TENDANCES ET PERSPECTIVES





L'importance économique du tourisme d'affaires en 2017

L'industrie touristique est un important vecteur de développement dans toutes les régions du Québec, et le tourisme d'affaires apporte une contribution remarquable à ce développement et à sa consolidation dans la plupart des régions :

- 1,5 million de visiteurs hors Québec pour des dépenses touristiques de 877 M\$ et 5,1 millions de nuitées;
- sur le marché intra-Québec, 7,6 millions de visiteurs dont les déplacements ont engendré 4,0 millions de nuitées et des dépenses touristiques de 962 M\$;
- création de 27 067 emplois en équivalents temps complet (ETC), dont 20 815 emplois directs et 6 253 emplois indirects;
- 765 M\$ en salaires et traitements;
- pour les entrepreneurs, 83 M\$ de revenus d'entreprise (individuelle) et plus de 546 M\$ de profits, de rémunération du capital, d'intérêts versés et d'autres revenus;
- valeur ajoutée du secteur à l'économie du Québec équivalant à 1,8 G\$.

Il s'agit de l'activité la plus lucrative parmi tous les segments touristiques :

- un touriste d'affaires rapporte deux fois plus en moyenne qu'un touriste d'agrément;
- en plus des dépenses touristiques, il faut compter les dépenses directes auprès des prestataires de services, proportionnellement aussi importantes que celles qui vont au secteur touristique.



Tendances

Des tendances mondiales se dégagent dans ce segment de marché touristique :

- le caractère déterminant de l'expérience vécue par les participants, qui doit être réussie et distinctive afin qu'ils soient enthousiastes à l'idée de venir ou de revenir;
- l'ajout de services visant la santé et le bien-être, ainsi que des activités ludiques, en complément des services de réunion;
- l'omniprésence du numérique : essor de l'économie collaborative, réseaux sociaux et activités Web;
- l'allongement du séjour par l'ajout d'activités d'agrément, en particulier chez la génération de milléniaux, les employés d'entreprises technologiques et manufacturières, ainsi que les femmes, tendances mondiales qui pourraient être davantage encouragées au Québec;
- la tenue d'événements d'envergure qui se déroulent sur plusieurs sites, voire dans plusieurs localités voisines;
- la considération grandissante accordée aux pratiques écoresponsables par les organisateurs et les participants.



Croissance anticipée

Les recettes touristiques liées au tourisme d'affaires au Québec devraient croître à un rythme plus élevé que le tourisme en général qui, pour sa part, devrait connaître une croissance de 4,9 % en 2019.

- Le tourisme d'affaires connaît une forte croissance à l'échelle mondiale.
- Aux États-Unis, une estimation démontre que ce secteur a connu une croissance de 23 % entre 2009 et 2016.
- Les indicateurs sont au vert pour soutenir la croissance du secteur au Québec : croissance économique, confiance des entreprises, taux de change, sécurité, perception de la destination, etc.

À court et à moyen terme :

- plusieurs projets de construction de centres des congrès et de rénovation majeure d'établissements hôteliers, dans toutes les régions du Québec où le tourisme d'affaires est important;
- construction prévue, à Montréal, d'au moins sept nouveaux hôtels d'importance totalisant plus d'un millier de chambres et de suites;
- développement et amélioration de l'offre de lieux de rencontre sans hébergement : amphithéâtre, zoo, bateau de croisières, train, site historique, etc.



Perspectives pour le Québec

Mettre en valeur l'offre disponible dans certaines régions et soutenir les efforts visant à développer le tourisme d'affaires dans les régions qui le souhaitent

- Chacune des régions a son ADN, ses forces distinctives sur lesquelles il faut miser afin de se démarquer dans le secteur du tourisme d'affaires.

Transcender la saisonnalité

- Le tourisme d'affaires représente une source de revenus tout au long de l'année, particulièrement en dehors de la période estivale où l'achalandage touristique d'agrément est à son maximum.

Développer des créneaux porteurs dans certaines régions

- Certaines régions bénéficient de la présence de créneaux d'excellence qui génèrent de l'activité scientifique et économique et qui créent autant d'occasions de rencontres d'affaires et de congrès. Il y a des créneaux d'excellence ACCORD dans la plupart des régions du Québec, qui rassemblent des entreprises évoluant dans les secteurs porteurs dont les activités économiques sont interreliées. En ce qui a trait à l'activité scientifique, il y a le réseau des universités du Québec (Rimouski, Saguenay, Trois-Rivières, Rouyn-Noranda et Gatineau) et l'Université de Sherbrooke. Il y a des initiatives à appuyer auprès des représentants des milieux scientifiques et des milieux d'affaires pour favoriser les occasions de rencontres professionnelles, par exemple au Saguenay-Lac-Saint-Jean (la forêt et l'aluminium), en Abitibi-Témiscamingue (le secteur minier), en Montérégie (l'agriculture et la recherche agricole), dans les Cantons-de-l'Est (le secteur technologique de pointe et la grappe industrielle qui y est associée) et dans le Bas-Saint-Laurent (les sciences de la mer).
- Le créneau des voyages de motivation au Québec ne profite pas de la croissance observée ailleurs, alors que plusieurs régions disposent d'atouts pour développer des offres distinctives.

L'OFFRE QUÉBÉCOISE





Le Québec possède une offre variée, présente dans les grands centres urbains, les villes de taille intermédiaire, ainsi que certaines localités rurales.

- Les lieux de rencontre offrent une superficie totale de 5,9 millions de pieds carrés (près de 550 000 m²).
- À l'extérieur de Québec et de Montréal, les lieux de rencontre offrent 2,5 millions de pieds carrés (plus de 232 000 m²), soit l'équivalent de près de six stades olympiques.

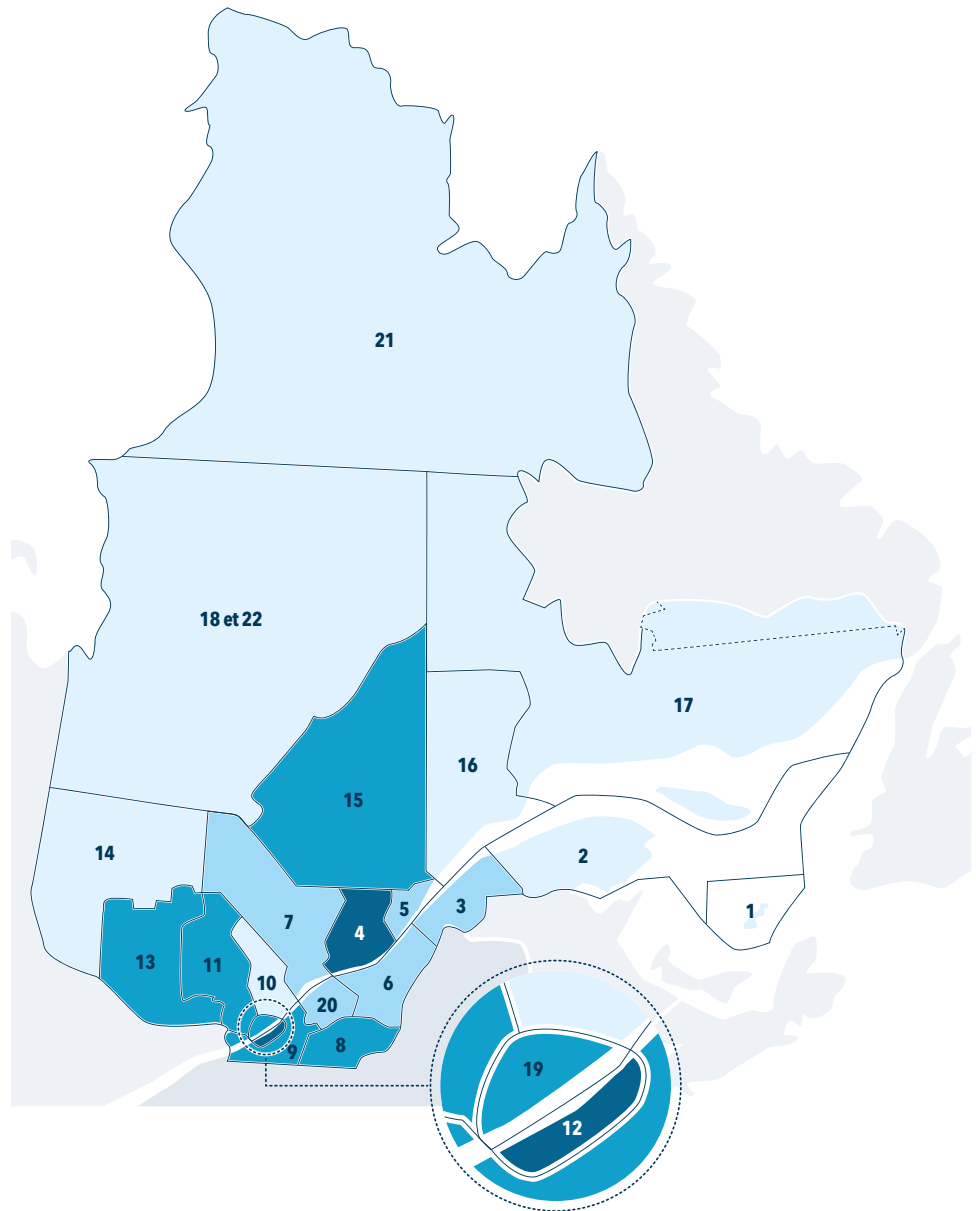
Selon la région, il y a une offre adaptée à différents segments de marché : congrès internationaux dans les grandes villes, événements plus restreints dans les localités de taille moyenne, en passant par les réunions d'entreprise et les voyages de motivation dans d'autres régions. Le tourisme d'affaires est implanté un peu partout au Québec, mais selon une multitude de modèles et à des niveaux de maturité fort variés.

Chacune des régions doit définir, puis mettre en valeur ses atouts distinctifs, ses particularités et son charme, afin d'attirer les gens d'affaires, les entreprises, les associations et les chercheurs. De plus, pour affronter efficacement la concurrence, des défis se présentent, notamment quant au maintien des infrastructures technologiques et physiques.

Reconnues parmi les meilleures villes de congrès en Amérique du Nord, Montréal et Québec se distinguent par leur capacité à attirer des événements internationaux d'envergure et à faire vivre aux participants une expérience distinctive. Ces régions font rayonner la destination dans le monde. C'est à partir de ces assises solides, de même qu'en profitant de l'expertise qu'elles ont développée, que le tourisme d'affaires pourra prendre son envol.

Un portrait de chacune des régions, constitué notamment à la suite de consultations individuelles auprès des associations touristiques régionales (ATR), présente les caractéristiques qui leur sont propres, en plus de fournir un aperçu des défis qu'elles vivent et des perspectives qui s'offrent à elles. La carte à la page suivante permet d'illustrer la maturité régionale en tourisme d'affaires.

Évaluation de la maturité régionale



- 1 Îles-de-la-Madeleine
- 2 Gaspésie
- 3 Bas-Saint-Laurent
- 4 Québec
- 5 Charlevoix
- 6 Chaudière-Appalaches
- 7 Mauricie
- 8 Cantons-de-l'Est
- 9 Montérégie
- 10 Lanaudière
- 11 Laurentides
- 12 Montréal
- 13 Outaouais
- 14 Abitibi-Témiscamingue
- 15 Saguenay-Lac-Saint-Jean
- 16 Manicouagan
- 17 Duplessis
- 18 Baie-James
- 19 Laval
- 20 Centre-du-Québec
- 21 Nunavik
- 22 Eeyou Istchee



Pour établir le degré de maturité, chaque région a été évaluée selon les critères suivants :

- Mobilisation du milieu
- Accès aérien hors Québec
- Notoriété touristique
- Proximité des points d'entrée
- Nuitées d'affaires intra-Québec
- Nuitées d'affaires hors Québec
- Hôtels unités de location 3 étoiles et plus
- Capacité des hôtels en pi^2
- Capacité des centres des congrès en pi^2
- Capacité des centres d'exposition en pi^2
- Bannières hôtelières
- Dynamisme régional
- Recherche universitaire
- Développement économique
- Parc technologique
- Bilinguisme des ressources humaines
- Créneaux d'excellence ACCORD


MONTRÉAL

Véritable vitrine de la destination québécoise, Montréal est une destination d'envergure mondiale en tourisme d'affaires. Elle possède le tiers des unités de location disponibles au Québec dont la classification est de trois étoiles et plus, ainsi que 40 % des superficies disponibles pour la tenue de rencontres. Grâce à ses infrastructures de haut calibre, à son dynamisme économique et scientifique, de même qu'à l'attrait exercé par l'expérience montréalaise, la métropole cumule les distinctions.

- En 2017, Montréal s'est hissée au 20^e rang mondial du classement de l'International Congress and Convention Association (ICCA) pour le nombre de congrès internationaux. En Amérique du Nord, la ville occupe le premier rang au classement, devant New York, Chicago et Toronto.
- De 2011 à 2017, Montréal a été consacrée première ville des Amériques pour l'accueil d'événements internationaux par l'Union des associations internationales (UAI).
- Montréal et le Palais des congrès sont certifiés par l'organisme iCompli Sustainability, selon la norme ASTM, une attestation qui confirme que la ville est une destination de choix pour la tenue d'événements écoresponsables.
- Le Palais des congrès de Montréal détient la certification de qualité AIPC Gold Quality Standards, la plus importante de l'industrie. Il a reçu l'AIPC Innovation Award en 2017 pour son Laboratoire d'agriculture urbaine et a été finaliste pour le prix du Meilleur centre de congrès au monde en 2018.

Chef de file mondial en intelligence artificielle et en logiciels d'effets spéciaux cinématographiques, Montréal est une ville innovante et créative. C'est à Montréal que se trouve la plus forte concentration d'emplois dans le secteur de la haute technologie au Canada, notamment dans les secteurs des technologies de l'information et des communications, des sciences de la vie et technologies de la santé, de la neuroscience et de l'aérospatiale. Ces secteurs sont autant de produits d'appel pour la tenue de congrès internationaux.





L'excellence de la recherche de pointe qui se déploie à Montréal au sein de ses quatre universités et de ses centres de recherche est aussi un facteur d'attraction majeur. D'ailleurs, en 2017, Montréal est passée de la septième à la première place au classement des meilleures villes universitaires où étudier¹, ravissant le titre à Paris.

Plus largement, la destination Montréal connaît actuellement un engouement. Son caractère festif, son effervescence culturelle, sa gastronomie et sa vie nocturne (les « nuits de Montréal ») représentent autant d'atouts pour séduire une clientèle professionnelle plus jeune. La métropole enregistre d'ailleurs 68 % des nuitées des visiteurs d'affaires provenant de l'extérieur du Québec et 24 % des nuitées des voyageurs d'affaires québécois.

Au-delà de l'énergie et de la créativité qui sont inscrites dans l'ADN montréalais, l'expertise et la collaboration développées au cours des années par les acteurs du secteur du tourisme d'affaires permettent à la métropole québécoise de se démarquer de ses concurrents au Canada et aux États-Unis. En plus d'offrir une longue liste de services personnalisés, Tourisme Montréal travaille de pair avec ses collègues du Palais des congrès de Montréal, ainsi qu'avec les partenaires hôteliers et les professionnels du milieu des congrès de la ville, à promouvoir la destination et à répondre aux besoins des touristes d'affaires. Depuis 1985, le Club des ambassadeurs du Palais des congrès regroupe 330 hommes et femmes influents et dynamiques qui contribuent au rayonnement de la ville. À titre d'exemple, en 2017-2018, les ambassadeurs ont collaboré à la venue de 6 000 congressistes au congrès mondial de l'Intelligent Transportation Society of America (ITS), ainsi qu'à celle de 1 500 participants au Sommet mondial du Design – Montréal².

Il est indéniable que le développement du secteur du tourisme d'affaires au Québec ne peut que profiter de la réputation enviable dont jouit Montréal. C'est à partir de ces assises bien solides que l'offre québécoise pourra prendre son essor. En effet, c'est notamment grâce au partage de l'expertise des acteurs montréalais, en particulier des façons de faire créatives et innovantes qu'ils ont perfectionnées, que le tourisme d'affaires pourra progresser jusqu'à son plein potentiel dans l'ensemble du Québec.

1 Selon le classement de Quacquarelli Symonds.

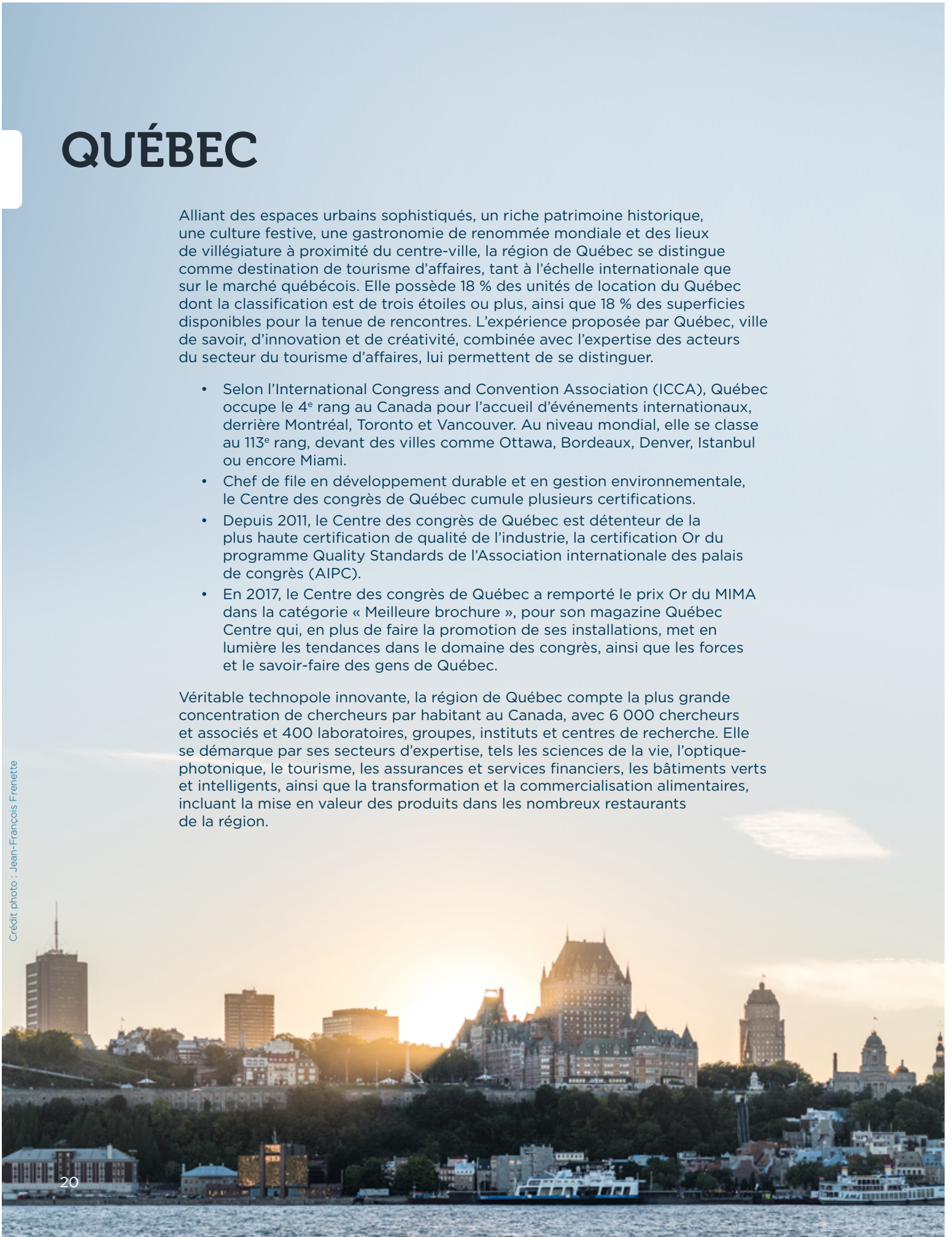
2 Palais des congrès de Montréal, « Une performance historique pour le Palais des congrès de Montréal », communiqué de presse, <https://congresmtl.com/2018/05/performance-historique-palais-congres-de-montreal/>.

QUÉBEC

Alliant des espaces urbains sophistiqués, un riche patrimoine historique, une culture festive, une gastronomie de renommée mondiale et des lieux de villégiature à proximité du centre-ville, la région de Québec se distingue comme destination de tourisme d'affaires, tant à l'échelle internationale que sur le marché québécois. Elle possède 18 % des unités de location du Québec dont la classification est de trois étoiles ou plus, ainsi que 18 % des superficies disponibles pour la tenue de rencontres. L'expérience proposée par Québec, ville de savoir, d'innovation et de créativité, combinée avec l'expertise des acteurs du secteur du tourisme d'affaires, lui permettent de se distinguer.

- Selon l'International Congress and Convention Association (ICCA), Québec occupe le 4^e rang au Canada pour l'accueil d'événements internationaux, derrière Montréal, Toronto et Vancouver. Au niveau mondial, elle se classe au 113^e rang, devant des villes comme Ottawa, Bordeaux, Denver, Istanbul ou encore Miami.
- Chef de file en développement durable et en gestion environnementale, le Centre des congrès de Québec cumule plusieurs certifications.
- Depuis 2011, le Centre des congrès de Québec est détenteur de la plus haute certification de qualité de l'industrie, la certification Or du programme Quality Standards de l'Association internationale des palais de congrès (AIPC).
- En 2017, le Centre des congrès de Québec a remporté le prix Or du MIMA dans la catégorie « Meilleure brochure », pour son magazine Québec Centre qui, en plus de faire la promotion de ses installations, met en lumière les tendances dans le domaine des congrès, ainsi que les forces et le savoir-faire des gens de Québec.

Véritable technopole innovante, la région de Québec compte la plus grande concentration de chercheurs par habitant au Canada, avec 6 000 chercheurs et associés et 400 laboratoires, groupes, instituts et centres de recherche. Elle se démarque par ses secteurs d'expertise, tels les sciences de la vie, l'optique-photonique, le tourisme, les assurances et services financiers, les bâtiments verts et intelligents, ainsi que la transformation et la commercialisation alimentaires, incluant la mise en valeur des produits dans les nombreux restaurants de la région.



Au moment où de plus en plus d'organiseurs d'événements se tournent vers les villes de taille moyenne, notamment en raison des coûts relativement peu élevés, mais aussi de la recherche d'une expérience authentique et distinctive, Québec jouit d'une position enviable. Ville festive qui se découvre facilement à pied, son arrondissement historique inscrit sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, son cachet, ses attraits et sa vie culturelle en font une destination de congrès d'exception. La possibilité d'organiser des activités précongrès ou postcongrès, tant en ville qu'en périphérie, dans des lieux tels que les plaines d'Abraham, le parc de la Chute-Montmorency, l'île d'Orléans, l'Hôtel de glace, voire le fleuve Saint-Laurent, permet à la destination de se distinguer avantageusement.

La région est mise en valeur sur les marchés hors Québec par une équipe d'experts professionnels et créatifs qui profitent de la collaboration et de la mobilisation des acteurs du milieu. Ainsi, le Centre des congrès de Québec et l'Office du tourisme de Québec ont unifié leurs forces au sein de Québec Destination affaires, qui compte une trentaine de membres, hôtels et services de tourisme d'affaires. Créé en 1996, le Cercle des ambassadeurs de Québec compte des dizaines d'influenceurs dynamiques, actifs au sein d'une association ayant des ramifications américaines et internationales, qui s'impliquent dans l'organisation de congrès à Québec.

Pour attirer les rencontres scientifiques, des initiatives sont mises en œuvre afin d'assurer la synergie entre les efforts des chercheurs, des ambassadeurs et des délégués du Centre des congrès. Ainsi, grâce à une entente entre l'Université Laval et le Centre des congrès, les chercheurs qui organisent des congrès internationaux peuvent recevoir des bourses destinées à un fonds de recherche. De plus, en février 2018, le Centre des congrès et le Cercle des ambassadeurs ont annoncé la création d'un nouveau programme d'appui pour encourager la relève scientifique, en partenariat avec l'Université Laval et le Council of Engineering and Scientific Society Executives (CESSE), un regroupement de plus de 200 associations scientifiques des États-Unis. Grâce à ce programme, les associations et professeurs membres du CESSE pourront inviter davantage d'étudiants aux conférences internationales tenues à Québec.

C'est l'ensemble du Québec qui profite du rayonnement de la Capitale nationale auprès des touristes d'affaires. Les acteurs du tourisme d'affaires de Québec se distinguent quant à la mise en commun de leur expertise. Ils ont développé un formidable savoir-faire dans l'attraction des événements et savent comment faire vivre un séjour mémorable aux touristes d'affaires. Toutes les régions du Québec pourront tirer profit du partage de cette riche expérience.





LA DÉMARCHE D'ACCOMPAGNEMENT

De concert avec les partenaires désignés, le Ministère instaure une démarche d'accompagnement visant le développement du tourisme d'affaires en région. Cet exercice servira à établir un diagnostic sommaire à jour qui permettra aux régions de préciser les conditions essentielles à l'implantation et à la consolidation du tourisme d'affaires. Les régions qui souhaitent participer à cette démarche devront manifester leur intérêt et démontrer leur engagement à investir.

La démarche d'accompagnement constitue un outil permettant d'évaluer le potentiel régional en tourisme d'affaires par rapport à trois dimensions essentielles : la performance de la région, ses atouts et les occasions d'affaires potentielles. En retour, elle permet de jeter les bases d'un processus d'amélioration continue grâce à l'établissement, pour chacune de ces trois dimensions :

1. du **portrait de la région** afin de mieux saisir son potentiel et ainsi définir les orientations pertinentes au développement du tourisme d'affaires;
2. de l'inventaire des **outils existants** ou à mettre en place pour valoriser ce potentiel;
3. des **services qui seront offerts** aux régions participantes par le Ministère ou ses partenaires.



Performance

Portrait de la région

- Bilan régional annuel : le nombre d'événements (selon la catégorie à laquelle ils appartiennent), de participants et de nuitées.
- Dépenses directes ou retombées économiques générées par ces événements.
- Connaissance des principaux concurrents, des actions qu'ils mettent de l'avant et de leurs résultats.
- Bref historique de la région en ce qui a trait au tourisme d'affaires.

Outils existants

- Lexique commun des termes utilisés en tourisme d'affaires.
- Base de données de l'Association des professionnels de congrès du Québec (APCQ), qui donne accès à l'historique des événements qui se sont tenus sur un territoire et des dépenses directes qui en découlent.
- Critères qui définissent l'admissibilité d'un événement à cette base de données et les barèmes utilisés pour le calcul des dépenses directes.
- Cibles et indicateurs de mesure des résultats de la stratégie de prospection de marchés.

Services proposés

Offerts par le Ministère

- Soutien du Ministère dans l'utilisation des outils méthodologiques qui seront conçus pour évaluer les dépenses directes et les retombées économiques ainsi que les autres types de données diffusées.
- Veille stratégique périodique sur le tourisme d'affaires.
- Prise en compte des besoins en matière de connaissances stratégiques sur le tourisme d'affaires, notamment par le Comité d'orientation en développement des connaissances stratégiques, piloté par le Ministère.

Offerts par le Ministère et l'APCQ

- Production de rapports régionaux et nationaux relativement à la performance générale du tourisme ainsi qu'au nombre d'événements et de participants.
- Soutien à la réalisation de bilans régionaux.



Atouts

Portrait de la région

Désignation des atouts distinctifs qui peuvent être mis en valeur pour attirer les touristes d'affaires :

- lieux de villégiature et attraits;
- acteurs mobilisés et actifs dans le monde des affaires régionales;

- partenariats entre entreprises en vue d'offrir divers services complémentaires aux participants;
- regroupements de services offerts sous un même toit;
- ville propre et sécuritaire;
- destination séduisante qui charme les participants;
- bon rapport qualité-prix des unités de location;
- offre de restauration de qualité et diversifiée;
- respect du développement durable, de l'environnement et des collectivités.

Quelles sont les infrastructures en place?

- Quelle est la superficie totale disponible pour la tenue de rencontres, selon le type d'établissement?
- Qu'est-ce qui rend la destination accessible (par exemple les routes, les liaisons aériennes, le service de navette)?
- Quel est le nombre d'unités de location disponibles sur le territoire, selon la classification (3 étoiles ou plus)?
- Les outils technologiques en place sont-ils à la fine pointe?
- Quels sont les types d'événements qui peuvent être accueillis en fonction de la dimension des espaces, du nombre et du type de participants ou du secteur porteur?

Existe-t-il des services complémentaires?

- Navette de transport.
- Itinéraires pour visiter les attraits avant ou après les événements (voyage d'affaires et d'agrément ou *bleisure*, en anglais).

Outils existants

- Diagnostic de la situation et cartographie des atouts.
- Stratégie de mise en valeur des atouts.
- Plateformes de communication et de promotion.
- Applications mobiles permettant de mettre en relation les participants, d'effectuer les inscriptions, de gérer l'échange de renseignements, etc.
- Système d'information de gestion, notamment dans les hôtels et les lieux de rencontre.

Services proposés (offerts par Tourisme Laval, avec le soutien de l'APCQ dans l'accompagnement des régions)

Accompagnement pour :

- la réalisation d'un diagnostic, notamment :
 - l'analyse des besoins de la région en matière d'infrastructures numériques et d'accueil,
 - l'étude d'éléments à développer en ce qui a trait au service à la clientèle;
- l'élaboration d'une stratégie de mise en valeur de la région visant à attirer de nouveaux événements et à favoriser la prolongation des séjours;
- l'établissement ou la concrétisation de partenariats durables et performants entre les différents membres actifs ou ceux qui désirent s'engager.



Occasions d'affaires potentielles

Portrait de la région

- Quels sont les créneaux d'excellence porteurs?
- Pour chacun des créneaux, quels sont les entrepreneurs qui se démarquent?
- Quels sont les mécanismes de concertation (par exemple l'existence d'un comité du tourisme d'affaires)?
- Quels sont les segments et les marchés porteurs?

Outils existants

- Réseau d'ambassadeurs.
- Participation à des salons.
- Stratégie de prospection de marchés.
- Études de marché.
- Plan d'affaires.

Services proposés

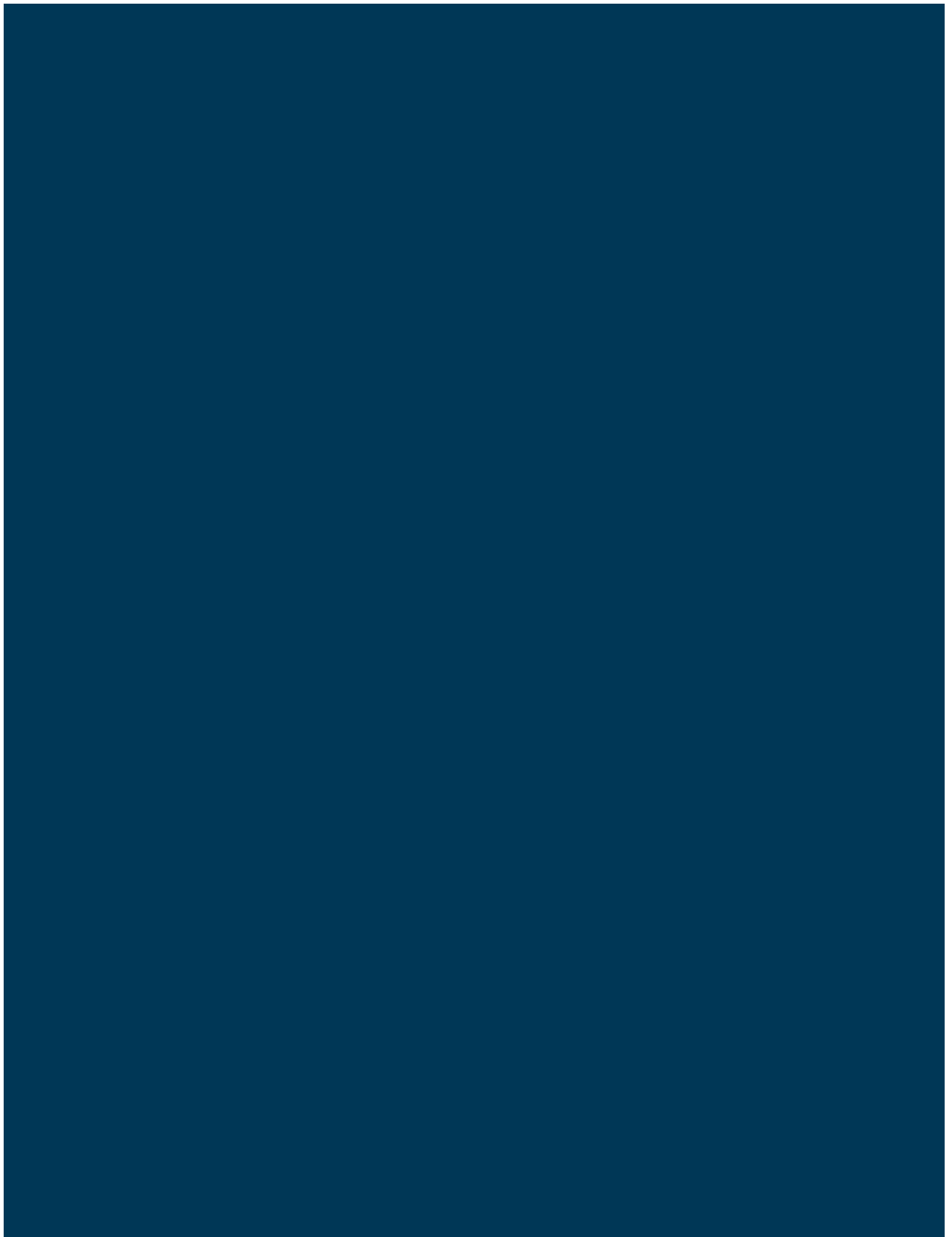
- Hors Québec – Services proposés et offerts par le Ministère, Tourisme Montréal et l'Office du tourisme de Québec
 - Service-conseil pour la réalisation d'études de marché et de plans d'affaires.
 - Soutien à la participation à des salons et à l'organisation de tournées de familiarisation.
- Québec – Services proposés et offerts par le Ministère et Tourisme Laval, avec le soutien de l'APCQ pour l'accompagnement des régions

Accompagnement pour :

- l'élaboration d'une stratégie visant l'utilisation efficace des technologies numériques;
- la conception d'un plan opérationnel;
- la réalisation d'études de marché en tourisme d'affaires et de plans d'affaires.

Soutien à la participation à des salons et à l'organisation de tournées de familiarisation.

À noter que plusieurs des services offerts peuvent être inclus dans un plan d'affaires d'ensemble. Chaque région est libre de choisir si elle veut solliciter tous les services ou seulement un ou quelques-uns d'entre eux.



FICHES DU POTENTIEL PAR RÉGION





Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Le milieu madelinot est très mobilisé pour le développement du tourisme dans la région. Par contre, il n'y a pas de mécanisme de concertation consacré au tourisme d'affaires.



Dynamisme régional

Parc technologique et grappe industrielle :

- Secteurs clés : pêche et tourisme
- Deux créneaux d'excellence ACCORD (région Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine) : ressources, sciences et technologies marines et récréotourisme

Recherche universitaire et collégiale :

- Universités : Université du Québec à Rimouski, Centre de recherche sur les milieux insulaires et maritimes

Vitalité culturelle :

En 2002, la région des Îles-de-la-Madeleine s'est dotée d'une politique culturelle visant un meilleur accès et la participation des citoyens aux arts et à la culture, la protection, la promotion et le rayonnement de l'identité culturelle régionale ainsi que la vitalité de l'environnement culturel aux Îles-de-la-Madeleine. Plusieurs projets ont été réalisés afin de dynamiser la pratique d'activités culturelles, notamment la mise en réseau des organismes porteurs des activités et la mise sur pied du Réseau muséal des Îles (Musée de la mer). Par ailleurs, la corporation Arrimage a créé un Circuit des arts qui regroupe les principaux artisans des Îles.



Innovation

- Le créneau d'excellence ACCORD en récréotourisme a mis en œuvre plusieurs projets au cours de la période 2012-2017 : un projet pilote de tourisme expérientiel, une activité d'innovation ouverte, un projet de cocréation du Réseau muséal et la pêche touristique aux Îles-de-la-Madeleine.
- En 2015, le créneau d'excellence a reçu le prix Best Strategy for Creative Tourism Development à l'occasion des Creative Tourism Awards.
- La Municipalité des Îles-de-la-Madeleine et ses partenaires ont mis sur pied une approche innovatrice en matière de développement durable du tourisme avec la création d'une politique-cadre de développement touristique.



Notoriété touristique

Les Îles-de-la-Madeleine constituent un produit de niche. La région se distingue des autres régions touristiques en raison de son insularité, de l'exotisme de son environnement, de sa biodiversité et de ses particularités géophysiques. L'expérience vécue par les touristes sur l'île est unique grâce au paysage marin d'une exceptionnelle beauté, au côtoisement des cultures québécoise et acadienne, aux produits régionaux de qualité et aux activités de plein air variées. La Municipalité entretient 12 sites récréotouristiques qui font partie d'un parcours permettant de découvrir les paysages emblématiques des Îles. Il y a des modules d'interprétation, de même que des extraits des meilleurs ouvrages sur les Îles et des photos de toutes les époques. Un conte est associé à chacun des sites. Un circuit des saveurs permet de découvrir les producteurs et leurs produits régionaux, qui constituent la base d'une cuisine de la mer authentique et insulaire, ainsi que l'histoire de chacune des entreprises. Un sentier de randonnée pédestre nommé « Vents et Marées » traverse les Îles, à l'image des grands circuits de pèlerinage. En hiver, des visiteurs de partout viennent observer les blanchons sur la banquise, une activité unique au monde.



Organisme engagé dans le développement du tourisme d'affaires

Tourisme Îles de la Madeleine

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 9

Superficie totale des salles : 14 792 pi²

Capacité maximale unique : 10 150 pi² (Auberge du Port)

Grandes chaînes hôtelières : 0



Capacité d'hébergement³

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 205

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 11



Accessibilité

Accès aérien : oui

Accès routier par voie rapide : non

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : non

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017⁴



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 0

Hors Québec : 0



Volume de touristes

Intra-Québec : 2 333

Hors Québec : 0



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 4 667

Hors Québec : 0

³ En date du 7 septembre 2018

⁴ Source : Statistique Canada

Défis

- L'éloignement et les difficultés d'accès à la destination, notamment en ce qui concerne le coût, constituent des freins majeurs au développement du tourisme d'affaires.
- La superficie des espaces de rencontre aux Îles est très limitée.
- Tourisme Îles de la Madeleine n'offre pas de service d'assistance pour l'organisation d'un événement, mais dirige les organisateurs vers les entreprises offrant des espaces de rencontre, notamment les Hôtels Accents, qui proposent diverses options clés en main.

Forces et perspectives

- Les attraits de la région pourraient être utilisés pour développer une offre distinctive dans le créneau des voyages de motivation, notamment auprès du marché de la France. En effet, l'archipel offre un dépaysement total : exotisme des paysages, omniprésence de la mer, homard frais, culture madelinienne authentique, activités nautiques et tranquillité d'esprit.
- En plus des Hôtels Accents et de l'Auberge du Port, les croisières CTMA offrent la possibilité d'organiser des réunions ou un congrès d'affaires dans un cadre exceptionnel, à bord d'un bateau pourvu notamment de 220 cabines, d'un restaurant et d'une salle à manger, de plusieurs bars et salles de rencontre, d'un centre d'affaires, d'une salle d'exercice, d'une salle de projection et de nombreux autres services.

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Il n'y a pas de mécanisme de concertation formel et il y a peu d'exemples de collaboration entre les acteurs dans le secteur du tourisme d'affaires.

- Sous le thème « Osez la Gaspésie! », des intervenants, dont quatre hôteliers, se sont unis en 2016 pour développer le tourisme d'affaires en Gaspésie. Tourisme Gaspésie a participé au projet en réalisant une recherche qui a permis de situer la région par rapport aux autres et de se doter d'outils pour accompagner les entreprises dans le développement de produits et la mise en marché de la destination (volet affaires). Il y a cependant eu peu d'actions mises en œuvre jusqu'à présent.



Dynamisme régional

La région de la Gaspésie se distingue par une forte présence de très petites et de petites entreprises et par l'importance des entreprises d'économie sociale.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Trois créneaux d'excellence ACCORD : récréotourisme, éolien, ressources, sciences et technologies marines
- Secteurs clés : foresterie, agroalimentaire, pêches et aquaculture, industrie éolienne, tourisme

Recherche universitaire et collégiale :

- Collèges : Cégep de la Gaspésie et des Îles, Cégep de Matane
- Centres collégiaux de transfert de technologie : développement durable, aquaculture et pêche, éolien

Vitalité culturelle :

La région compte de nombreuses galeries d'art et boutiques. Plusieurs événements et festivals culturels, notamment musicaux, prennent place dans la péninsule.



Innovation

- La section consacrée au tourisme d'affaires sur le site Internet de Tourisme Gaspésie cible les réunions de planification stratégique, les activités de renforcement d'équipe et les petits congrès.
- Tourisme Gaspésie a créé une vidéo pour les ambassadeurs du territoire.
- En plus d'une liste de lieux de rencontre et de fournisseurs, la section « Réunions et congrès » du site Internet de Tourisme Matane propose des suggestions d'excursions touristiques, d'activités sociales et de soirées thématiques ainsi que des programmes d'activités paracongrès à caractère récréatif ou culturel pour les conjoints et accompagnateurs.



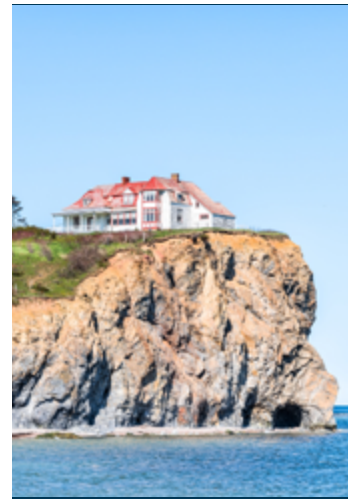
Notoriété touristique

Considérée dans le Plan de développement de l'industrie touristique comme une destination établie, la Gaspésie a une notoriété touristique qui se fonde sur ses expériences de plein air, ses grands espaces majestueux, sa gastronomie et son offre de tourisme maritime. Destination de choix « mer et montagnes », elle est reconnue pour son créneau d'excellence en récréotourisme.



Organismes engagés dans le développement du tourisme d'affaires

Tourisme Gaspésie, Tourisme Matane



Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 20

Superficie totale des salles : 53 725 pi²

Capacité maximale unique : 9 300 pi² (Riôtel Matane)

Grandes chaînes hôtelières : 0



Capacité d'hébergement⁵

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 1 421

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 468



Accessibilité

Accès aérien : oui

Accès routier par voie rapide : non

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017⁶



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 89 000

Hors Québec : 833



Volume de touristes

Intra-Québec : 37 000

Hors Québec : 7 300



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 165 667

Hors Québec : 44 500

⁵ En date du 7 septembre 2018

⁶ Source : Statistique Canada

Défis

- L'éloignement de la destination représente un frein au développement du tourisme d'affaires.
- Il y a peu de collaboration entre les acteurs de la région en ce qui concerne le tourisme d'affaires.
- Il existe peu de maillage entre des entreprises complémentaires dans le secteur du tourisme d'affaires. Il y a peu d'offres clés en main, et les produits du terroir et de la mer pourraient être davantage mis en valeur.
- Les acteurs de la région ont de l'intérêt pour le tourisme d'affaires, mais ils ne savent pas comment développer ce segment de marché. À cet effet, de l'accompagnement et de l'aide à la structuration seraient bénéfiques.
- Des connaissances accrues en tourisme d'affaires permettraient à la région de tirer pleinement profit de ses atouts en ciblant ses clientèles potentielles.

Forces et perspectives

- Le marché des Maritimes présente des occasions de développement dans le secteur du tourisme d'affaires.
- Certains établissements hôteliers ont développé des offres ciblant spécifiquement des créneaux porteurs, par exemple l'offre d'activités de renforcement d'équipe au Riôtel de Matane.
- La région profite de la présence de trois centres de congrès en bordure de mer, d'un établissement distinctif en montagne et de salles de réunion dans des lieux inusités.
- L'expertise régionale dans les secteurs de l'éolien, de l'aquaculture ainsi que des sciences et technologies marines pourrait constituer un facteur d'attraction pour des congrès scientifiques et techniques de niche.



Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Il n'y a pas de concertation régionale, mais plutôt de la concertation locale à Rivière-du-Loup et, dans une moindre mesure, à Rimouski.

Rivière-du-Loup :

- Les partenariats entre les hôtels, les attraits touristiques, les services et les producteurs locaux sont coordonnés par Tourisme Rivière-du-Loup et la Ville de Rivière-du-Loup.
- Un cercle d'ambassadeurs existe depuis 30 ans.
- Un fonds pour les congrès a été mis en place par Tourisme Rivière-du-Loup et la Ville de Rivière-du-Loup, accessible à tous les hôtels.
- Les événements d'envergure sont accueillis conjointement par plusieurs hôtels.

Rimouski :

- Tourisme Rimouski et la Ville de Rimouski assurent le leadership en tourisme d'affaires et favorisent l'établissement de partenariats entre les entreprises locales.

Tourisme Bas-Saint-Laurent procède actuellement à la refonte de son site Internet et prévoit qu'une section sera consacrée au tourisme d'affaires.



Dynamisme régional

La région jouit d'un dynamisme scientifique et entrepreneurial remarquable : il y a beaucoup d'établissements d'enseignement supérieur, de centres de recherche et d'industries de pointe.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Parcs technologiques - SOPER
- Trois créneaux d'excellence ACCORD : ressources, sciences et technologies marines, tourbe et agroenvironnement, écoconstruction
- Secteurs à valoriser dans le cadre de la Stratégie gouvernementale pour assurer l'occupation et la vitalité des territoires : bioalimentaire, forestier, maritime et eau, tourbe, environnement et énergies vertes et renouvelables

Recherche universitaire et collégiale :

- Universités : Université du Québec à Rimouski et Institut des sciences de la mer de Rimouski
- Collèges : Cégep de La Pocatière, Cégep de Rimouski, Cégep de Rivière-du-Loup, Institut maritime du Québec (Rimouski), Institut de technologie agroalimentaire (campus de La Pocatière)
- Centres collégiaux de transfert de technologie : bioproduits, imagerie numérique, technologies maritimes, transformation des produits forestiers, Solutions Novika

Vitalité culturelle :

La région dispose de plusieurs lieux culturels et artistiques : musées, sites historiques et phares, circuits patrimoniaux et d'artisanat, galeries d'art et boutiques, théâtres, festivals, Jardins de Métis, etc.



Innovation

La région est membre du Réseau Québec Maritime, un organisme de promotion touristique qui cible les marchés hors Québec.



Notoriété touristique

La région est reconnue pour son offre en lien avec l'histoire maritime ainsi que son tourisme de plein air, notamment ses parcs et ses réserves fauniques.



Organismes engagés dans le développement du tourisme d'affaires

Tourisme Rimouski, Tourisme Rivière-du-Loup, Ville de Rimouski, Ville de Rivière-du-Loup

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 9

Superficie totale des salles : 92 125 pi²

Capacité maximale unique : 30 000 pi² (Hôtel Rimouski et centre des congrès)

Grandes chaînes hôtelières : 3 (Universel, Best Western, Comfort Inn)



Capacité d'hébergement⁷

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 597

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 668



Accessibilité

Accès aérien : oui

Accès routier par voie rapide : oui

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017⁸



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 136 667

Hors Québec : 1 667



Volume de touristes

Intra-Québec : 59 000

Hors Québec : 7 467



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 142 667

Hors Québec : 56 000

⁷ En date du 7 septembre 2018

⁸ Source : Statistique Canada

Défis

- La concertation et la collaboration entre les acteurs de toute la région doivent être favorisées.
- Il faut développer davantage les mécanismes de concertation locale à Rimouski et augmenter le maillage entre les entreprises complémentaires.
- Certaines infrastructures nécessitent une mise à niveau à Rimouski.
- La faiblesse de la concertation engendre des défis quant au développement et au partage de l'intelligence d'affaires.

Forces et perspectives

- Rivière-du-Loup dispose de bons mécanismes locaux de concertation, et les acteurs sont dynamiques et engagés.
- La qualité de la recherche scientifique et technologique à Rimouski constitue un attrait distinctif pour les visiteurs, les scientifiques et les entrepreneurs qui proviennent de l'extérieur du Québec.
- La région profite d'attraits naturels pouvant servir de pierre d'assise à un développement plus important de l'offre de voyages de motivation ou encore de renforcement d'équipe.
- La région possède une offre d'hébergement haut de gamme plus imposante que son offre de milieu de gamme. Cette offre est davantage concentrée à Rivière-du-Loup.

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Même s'il n'existe pas de mécanisme de concertation officiel dans la région, les acteurs du secteur du tourisme d'affaires exercent un leadership dynamique.

- Ce sont les grands acteurs du secteur hôtelier qui assurent le leadership dans le domaine du tourisme d'affaires dans la région, soit le Fairmont Le Manoir Richelieu et l'Hôtel & Spa Le Germain Charlevoix. Le Club Med, qui ouvrira ses portes en janvier 2020, se joindra à eux.
- Tourisme Charlevoix, pour sa part, a une section consacrée au tourisme d'affaires sur son site Internet. Elle met en valeur la nature grandiose et sauvage de Charlevoix, en plus de fournir une liste d'établissements d'hébergement, de restaurants et d'autres fournisseurs de services. L'accent est mis sur l'offre d'activités sportives et d'agrément qu'il est possible de pratiquer dans le cadre d'une réunion ou d'un congrès.
- L'ATR propose un crédit marketing d'environ 425 000 \$, qui permet de soutenir des activités de promotion dans divers secteurs d'activité dont le tourisme d'affaires et le tourisme hivernal.



Dynamisme régional

Parc technologique et grappe industrielle :

- Secteurs clés : tourisme et foresterie

Recherche universitaire et collégiale :

- Université : Chaire de recherche en partenariat sur l'attractivité et l'innovation en tourisme (Québec-Charlevoix) de l'Université Laval
- Collèges : Centre d'études collégiales dans Charlevoix (affilié au Cégep de Jonquière)
- L'Observatoire astronomique de Charlevoix et le centre de découverte de l'Astroblème de Charlevoix

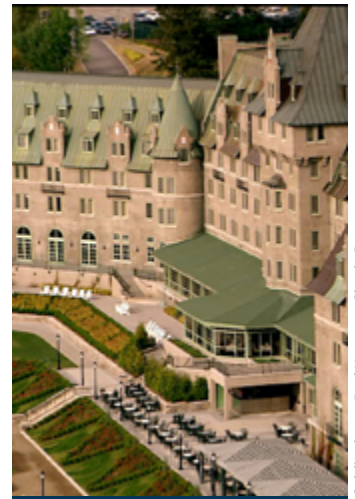
Vitalité culturelle :

La ville de Baie-Saint-Paul figure parmi les capitales culturelles du Canada. Elle compte de nombreux artistes et artisans ainsi que des musées et centres d'interprétation. Depuis trois ans, de juillet à octobre, des entreprises agricoles de la MRC de Charlevoix accueillent sur leurs terres des œuvres artistiques dans le cadre de leur participation au circuit Pays'Art. Le milieu muséal propose le Circuit des 7 lieux, tandis que le milieu des festivals et événements fait preuve de dynamisme toute l'année grâce à la tenue de festivals de musique, de cinéma, du terroir et de traditions locales.



Innovation

- Récemment, Tourisme Charlevoix a instauré une politique de soutien à l'accueil d'événements d'affaires, qui prévoit un soutien pouvant aller jusqu'à 4 000 \$ par événement accepté.
- Les travaux de la Chaire de recherche en partenariat sur l'attractivité et l'innovation en tourisme (Québec - Charlevoix) visent la production et le transfert de connaissances scientifiques qui permettront d'accroître l'attractivité touristique des régions de Québec et de Charlevoix et qui permettront aux entreprises d'innover.
- Des lieux de réunion proposant une expérience axée sur la nature se développent dans la région. Par exemple, la Pourvoirie du Club Bataram a fait convertir un chalet en salle de réunion disposant de technologies de pointe. Il accueille surtout des réunions de planification stratégique. La réunion a lieu le matin, tandis que l'après-midi est consacré à la pêche.



Credit photo : Paul Hurteau - Claude Parent

Notoriété touristique

Le tourisme est l'un des principaux secteurs d'activité de la région, et l'ouverture du Club Med en 2020 renforcera davantage cette situation.

Désignée réserve de biosphère par l'UNESCO, la région regorge de lieux propices aux activités de plein air. Il est possible d'y pratiquer, entre autres, la randonnée, le vélo, le golf, le canot-camping, de même que l'observation des baleines.

Les montagnes de la région se prêtent à la pratique de sports d'hiver, notamment le Massif de Charlevoix, qui offre le plus haut dénivelé à l'est des Rocheuses canadiennes (770 m). Par ailleurs, il y a dans la région plusieurs attraits culturels, par exemple le Domaine Forget ainsi que de nombreuses boutiques, ateliers et galeries d'art, en particulier à Baie-Saint-Paul. La région compte également parmi son offre touristique le Casino de Charlevoix, qui attire un nombre important de visiteurs. Pour sa part, le Train de Charlevoix, qui longe le fleuve Saint-Laurent entre Québec et La Malbaie, fait halte dans sept villes et villages côtiers. Le Festif! de Baie-Saint-Paul et les Grands Rendez-vous cyclistes de Charlevoix sont des exemples d'événements qui ont lieu dans la région.



Organisme engagé dans le développement du tourisme d'affaires

Tourisme Charlevoix

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 22

Superficie totale des salles : 51 100 pi²

Capacité maximale unique : 10 144 pi² (Fairmont Le Manoir Richelieu)

Grandes chaînes hôtelières : 2 (Fairmont Le Manoir Richelieu, Hôtel & Spa Le Germain Charlevoix)



Capacité d'hébergement⁹

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 629

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 561



Accessibilité

Accès aérien : non

Accès routier par voie rapide : non

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

9 En date du 7 septembre 2018

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017¹⁰



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 9 667

Hors Québec : 1 333



Volume de touristes

Intra-Québec : 16 667

Hors Québec : 1 467



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 37 333

Hors Québec : 4 100

Défis

- La concertation entre les acteurs du milieu pourrait être renforcée et officialisée.
- Il y a des lacunes sur le plan de l'accessibilité de la région, notamment pour la clientèle internationale, pour qui la distance entre la région et l'aéroport international Jean-Lesage de Québec constitue parfois un frein.
- Le caractère saisonnier d'une part importante des activités de l'industrie touristique de Charlevoix ne favorise pas le développement du tourisme d'affaires puisque les rencontres ont généralement lieu en dehors de la haute saison touristique. L'offre doit être bonifiée hors saison, et la destination doit être reconnue comme un lieu propice à la tenue d'événements d'affaires toute l'année.
- Les offres particulières telles que celle de la Pourvoirie du Club Bataram ne sont pas très publicisées et ne sont pas visibles dans la section affaires du site Internet de Tourisme Charlevoix. Tourisme Charlevoix doit se doter d'une stratégie de développement du tourisme d'affaires, notamment en améliorant la section Affaires de son site Web.

Forces et perspectives

- La nature grandiose de Charlevoix offre beaucoup de possibilités pour développer les créneaux des voyages de motivation, des activités de renforcement d'équipe et des réunions de planification stratégique.
- En raison de la tenue de la réunion du G7 à La Malbaie en 2018, la région ainsi que le Fairmont Le Manoir Richelieu ont fait l'objet d'une couverture médiatique importante, au Québec comme ailleurs.
- Bien que l'éloignement relatif de la région pose des défis quant à l'attraction d'événements et de réunions d'affaires, sa position géographique favorise en revanche la prolongation des séjours.

¹⁰ Source : Statistique Canada

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Les efforts de concertation régionale n'en sont qu'à leurs débuts, mais la mobilisation des acteurs à l'échelle locale constitue une base solide pour développer le tourisme d'affaires dans la région.

- En Chaudière-Appalaches, ce sont surtout les entreprises, les offices de tourisme locaux et les municipalités qui développent le tourisme d'affaires, notamment à Lévis, à Montmagny, à Scott, à Saint-Agapit, à Saint-Georges, à Sainte-Marie et à Thetford-Mines. Lorsque l'occasion d'attirer un événement se présente, les fournisseurs locaux collaborent afin de proposer une expérience personnalisée, complète et distinctive.
- Il y a dans certains lieux de rencontre des exemples de maillage entre entreprises complémentaires.
- Sur le plan régional, il y a cependant peu de collaboration entre les acteurs du secteur du tourisme d'affaires. Le faible sentiment d'appartenance des différents acteurs de Chaudière-Appalaches à leur région rend plus difficile leur mobilisation et l'élaboration d'une stratégie régionale. Toutefois, même s'ils collaborent peu, les offices de tourisme locaux travaillent avec Tourisme Chaudière-Appalaches.
- L'ATR est engagée dans le secteur du tourisme d'affaires depuis une dizaine d'années. Ses actions visent à réunir les acteurs de la région pour des initiatives de mise en marché des produits du tourisme d'affaires.



Dynamisme régional

La région est la deuxième en importance au Québec quant aux revenus générés par les entreprises agricoles. Les industries laitières, porcines et acéricoles y sont prédominantes. L'économie régionale est aussi davantage tournée vers la production de biens (secteur primaire, construction et fabrication) que celle de l'ensemble du Québec.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Innoparc
- Trois créneaux d'excellence ACCORD : matériaux textiles techniques, plasturgie, valorisation du bois dans l'habitation
- Secteurs clés : agriculture et bioalimentaire, foresterie et transformation du bois

Recherche universitaire et collégiale :

- Université : Université du Québec à Rimouski (campus de Lévis)
- Collèges : Cégep de Lévis-Lauzon, Cégep de Beauce-Appalaches, Cégep de Thetford
- Centres collégiaux de transfert de technologie : robotique et vision industrielles, technologie minérale et plasturgie, mécanique industrielle, oléochimie industrielle, biotechnologies

Vitalité culturelle :

La région compte un plus grand nombre de travailleurs du milieu de la culture et des arts par 100 000 habitants que plusieurs autres régions du Québec. En revanche, la Chaudière-Appalaches compte un faible nombre d'organismes artistiques et d'entreprises culturelles.



Innovation

- En plus de la description des lieux de rencontre, la section tourisme d'affaires du site Internet de Tourisme Chaudière-Appalaches propose des attraits, des activités et des produits qui sont offerts dans les lieux annoncés ou à proximité de ceux-ci. De plus, les lieux de rencontre sont présentés selon l'ambiance recherchée : décontractée et propice au ressourcement (complexes d'affaires en nature); urbaine et clés en main (centres de congrès); conviviale et pratique (centres multifonctionnels); proximité et commodités des hôtels. Le site présente également le pôle majeur de la région, soit le secteur de Lévis.
- La section consacrée au tourisme d'affaires sur le site Internet de Destination Beauce présente non seulement les lieux de rencontre, mais aussi les coordonnées de la personne-ressource qui offre un soutien et un suivi personnalisé aux organisateurs d'événements, et ce, dans chacun de ces lieux. Cette section présente également les attraits et activités situés à proximité.
- Certains lieux ont élaboré des offres distinctives et complètes destinées au tourisme d'affaires. Par exemple, l'Auberge des Glacis a conçu des forfaits « réunion » et « lac-à-l'épaule », en plus de proposer l'ajout d'activités telles que des ateliers de cuisine et de mixologie, des services de massothérapie énergisants et un « piano à gogo ». La Cache à Maxime, pour sa part, propose entre autres des activités de consolidation d'équipe reposant sur la thématique du vin, en plus de s'associer aux attraits à proximité.



Notoriété touristique

L'appellation Chaudière-Appalaches, qui est récente, n'est pas très connue, mais sa notoriété se développe d'année en année. Les gens reconnaissent parfois davantage les secteurs qui composent cette région, soit la Beauce, Bellechasse, la Côte-du-Sud, Les Etchemins, Lévis, Lotbinière, Montmagny et Thetford-Mines. Il y a de nombreuses pistes cyclables et sentiers de motoneige dans la région ainsi que deux parcs régionaux et un parc national. Les visiteurs peuvent y admirer l'architecture de manoirs, de seigneuries, de demeures ancestrales et de moulins datant du XIX^e siècle, véritables témoins de la colonisation de la Nouvelle-France. Ils peuvent également faire une excursion à Grosse-Île, où des milliers d'immigrants irlandais ont été mis en quarantaine avant de poursuivre leur périple en Amérique.



Organismes engagés dans le développement du tourisme d'affaires

Destination Beauce, Ville de Lévis, Tourisme région de Thetford, MRC de Montmagny, Tourisme Chaudière-Appalaches

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 18

Superficie totale des salles : 113 023 pi²

Capacité maximale unique : 15 170 pi² (Centre des congrès de Lévis)

Grandes chaînes hôtelières : 3 (Sheraton, Quality Inn, Comfort Inn)



Capacité d'hébergement¹¹

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 833

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 776



Accessibilité

Accès aérien : non (mais proximité de l'aéroport international de Québec [YQB])

Accès routier par voie rapide : oui

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

11 En date du 7 septembre 2018

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017¹²



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 315 333

Hors Québec : 3 767



Volume de touristes

Intra-Québec : 40 333

Hors Québec : 4 367



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 80 000

Hors Québec : 23 233

Défis

- Il n'existe pas de mécanisme de concertation régionale en matière de tourisme d'affaires, et les acteurs des différentes localités collaborent peu. Dans le cadre de la Stratégie gouvernementale pour assurer l'occupation et la vitalité des territoires 2018-2022, la région entend d'ailleurs accorder la priorité à un développement touristique concerté, innovant et structurant entre MRC.
- Le site Internet de la Ville de Lévis, où figure le plus important lieu de rencontre de la région, a une section consacrée au tourisme d'affaires. Cependant, elle fournit relativement peu d'information, et celle-ci porte essentiellement sur les caractéristiques physiques des lieux de rencontre.
- Certains acteurs du milieu effectuent peu de démarchage et de prospection pour attirer des événements d'affaires.

Forces et perspectives

- La proximité de la ville de Québec, dont l'économie tourne à plein régime, constitue un atout pour l'attraction d'événements d'affaires dans la région, notamment en raison des coûts d'hébergement et de location de salles moins élevés, ainsi que de la disponibilité d'espaces de stationnement gratuits.
- La capacité des acteurs du milieu à se mobiliser et à collaborer lorsqu'une occasion se présente constitue une assise solide sur laquelle les efforts visant à raffermir et à officialiser la concertation régionale peuvent s'appuyer.
- Plusieurs lieux de rencontre ont été construits ou rénovés au cours des dernières années, notamment le Centre des congrès de Lévis, Le Georgesville, La Cache à Maxime, le Centre Castel, La Cache du Domaine, l'Auberge des Glacis et le Complexe des Seigneuries.
- Les décors champêtres de la région, la disponibilité de produits du terroir et l'offre d'activités sont propices au développement de l'offre de produits visant les voyages de motivation, les activités de renforcement d'équipe et les réunions de planification stratégique.
- La culture d'entrepreneuriat est forte dans la région, et les entreprises attirent régulièrement des investisseurs étrangers. De plus, les Beaucerons entretiennent des relations étroites avec les entreprises états-uniennes situées à proximité. Ce dynamisme économique présente un bon potentiel pour l'attraction d'événements d'affaires.
- La présence du siège social de Desjardins à Lévis engendre un nombre non négligeable de réunions.

¹² Source : Statistique Canada

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

À l'échelle régionale, il n'y a pas de mécanisme de concertation en matière de tourisme d'affaires et il existe peu d'exemples de maillage entre entreprises.

Il semble difficile d'instaurer un climat de collaboration entre les acteurs en ce qui concerne le secteur très compétitif du tourisme d'affaires.

- Tourisme Mauricie ne s'implique pas dans le secteur du tourisme d'affaires. Un comité de travail a cependant été récemment créé, et les milieux d'affaires souhaiteraient que le site Internet de l'ATR comporte une section un peu plus étoffée sur ce secteur.
- Tourisme Trois-Rivières et l'Office de tourisme, foires et congrès de Shawinigan offrent des services d'accompagnement à l'organisation d'événements.
- À Trois-Rivières, une ressource se consacre au secteur du tourisme d'affaires à Tourisme Trois-Rivières, tandis qu'une autre occupe ce rôle à l'hôtel Delta.
- À Shawinigan, le centre de foires est associé à l'hôtel des Gouverneurs.



Dynamisme régional

L'activité économique de la Mauricie repose pour une bonne part sur le secteur manufacturier lié aux ressources naturelles. L'économie de la région subit actuellement les contrecoups du déclin de ce secteur d'activité.

Néanmoins, Trois-Rivières, qui regroupe la moitié de la population de la région, profite d'une économie plus diversifiée et des fruits de la recherche scientifique menée à l'Université du Québec à Trois-Rivières.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Parc Micro Sciences à Trois-Rivières
- Deux créneaux d'excellence ACCORD : conception et fabrication de machines, design d'ameublement
- Secteurs clés : aéronautique, bioprocédés industriels, technologies de l'énergie, technologies environnementales, technologies de l'information et des communications, télécommunications et électronique, transformation du bois, produits celluloseux, logistique et transport, transformation métallurgique

Recherche universitaire et collégiale :

- Université : Université du Québec à Trois-Rivières, notamment l'Institut de recherche sur l'hydrogène, le Centre de recherche sur les matériaux lignocellulosiques et le Centre de métallurgie du Québec
- Institut de recherche d'Hydro-Québec – Laboratoire des technologies de l'énergie de Shawinigan
- Collèges : Collège Shawinigan, Collège Laflèche, Cégep de Trois-Rivières (chaire de recherche collégiale en transformation de l'aluminium)
- Centres collégiaux de transfert de technologie : technologies en télécommunications, métallurgie, électrochimie et technologies environnementales, produits celluloseux

Vitalité culturelle :

Trois-Rivières, qui accueille notamment le Festival international de poésie et le Festival international Danse Encore, jouit d'une scène artistique active et de la présence de nombreux ateliers et galeries d'art.

Dans le reste de la région, les acteurs du milieu ont défini le développement du secteur culturel comme une priorité régionale.



Credit photo : Microbrasserie Le Trou du Diable

Innovation

- Le Centre d'événements et de congrès interactifs (CECi) de Trois-Rivières collabore avec le DigiHub de Shawinigan pour une recherche dans le domaine du divertissement numérique.
- La section Congrès du site Internet de Tourisme Trois-Rivières présente deux listes de lieux de rencontre, le répertoire des salles et des autres fournisseurs de services ainsi que le répertoire des restaurants avec salles et salons privés pour rencontres et réunions d'affaires, en plus de proposer des expériences inusitées destinées à enrichir le séjour des congressistes.
- L'Office de tourisme, foires et congrès de Shawinigan a un site Internet consacré au tourisme d'affaires (www.congressshawinigan.com) qui présente beaucoup d'information. En plus des outils interactifs de planification, une brochure « Affaires » et une brochure « Sports et loisirs » sont proposées.

Notoriété touristique

La région est reconnue notamment pour son offre de lieux de villégiature, ses parcs et ses réserves fauniques. Le Festival western de St-Tite est l'un des nombreux événements qui se déroulent dans la région. Située à mi-chemin entre Montréal et Québec, Trois-Rivières dispose d'une offre variée de balades historiques, de musées et de salles de spectacle, et elle accueille de grands événements tels que le FestiVoix et le Grand Prix de Trois-Rivières.

Organismes engagés dans le développement du tourisme d'affaires

Tourisme Trois-Rivières (Innovation et Développement économique Trois-Rivières), Office de tourisme, foires et congrès de Shawinigan, Tourisme Maskinongé, Association des pourvoiries de la Mauricie

Éléments techniques

Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 26

Superficie totale des salles : 201 450 pi²

Capacité maximale unique : 16 000 pi² (Centre d'événements et de congrès interactifs [CECi] de Trois-Rivières)

Grandes chaînes hôtelières : 7 (Delta, Comfort Inn [2], Holiday Inn Express, Gouverneur [2], Super 8)

Capacité d'hébergement¹³

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 970

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 398

Accessibilité

Accès aérien : oui

Accès routier par voie rapide : oui

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

¹³ En date du 7 septembre 2018

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017¹⁴



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 265 333

Hors Québec : 5 400



Volume de touristes

Intra-Québec : 47 667

Hors Québec : 11 367



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 116 000

Hors Québec : 57 933

Défis

- En Mauricie, le milieu est peu mobilisé, et il n'y a pas de concertation entre les acteurs régionaux. Ce sont des freins majeurs au développement d'une offre intégrée et attractive.
- À l'exception du CECi, de l'hôtel Delta de Trois-Rivières et de la Ville de Shawinigan, les acteurs touristiques investissent relativement peu dans le secteur du tourisme d'affaires.

Forces et perspectives

- La région regorge de paysages naturels, de lieux de villégiature et de pourvoiries, qui sont propices au développement d'offres visant les voyages de motivation, les activités de renforcement d'équipe et les réunions de planification stratégique.
- L'offre diversifiée de lieux de rencontre, en milieux urbains et naturels, permet de répondre à de nombreux besoins.
- La situation géographique de la Mauricie, en plein centre du Québec, facilite les déplacements vers la région, alors que la clientèle d'affaires apprécie les coûts abordables.
- L'ouverture à l'automne 2018 du CECi et la rénovation de l'hôtel Delta viennent bonifier de façon importante l'offre régionale en tourisme d'affaires.



Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Le Club affaires, mis en place par l'ATR, offre aux acteurs touristiques des occasions de collaboration porteuses pour la région.

- Tourisme Cantons-de-l'Est chapeaute le Club affaires, mis en place il y a une douzaine d'années. Ce club réunit 30 acteurs, 25 hôtels et 5 attraits touristiques, qui investissent entre 25 000 \$ et 30 000 \$ par année afin de développer le marché intra-Québec et, dans une moindre mesure, celui de l'Ontario.
- Au sein du Club affaires, des établissements hôteliers et des attraits touristiques développent des offres conjointes. Les lieux d'accueil collaborent également entre eux en dirigeant les clients vers l'un ou vers l'autre à l'occasion.
- Destination Sherbrooke a aussi mis sur pied le Fonds d'aide aux congrès et aux événements, qui offre aux organisateurs d'événements une aide pouvant atteindre 10 000 \$.
- Une fois l'an, Tourisme Montérégie et Tourisme Cantons-de-l'Est organisent conjointement une activité de promotion du tourisme d'affaires.



Dynamisme régional

La région profite du dynamisme scientifique généré par la recherche universitaire. Il s'y trouve un nombre important d'entreprises de transformation et d'entreprises du secteur tertiaire moteur.

Le marché du travail y est dynamique : le taux de chômage est généralement plus bas dans la région que dans l'ensemble du Québec.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Deux parcs scientifiques : Bromont et Sherbrooke
- Pôle technologique : technologie de l'information et de la communication (Magog technopole)
- Parc Innovation-ACELP de l'Université de Sherbrooke
- Six créneaux d'excellence ACCORD : transport terrestre, bio-industries environnementales, systèmes électroniques, sciences de la vie, transformation du bois d'apparence et composites, élastomères

Recherche universitaire et collégiale :

- Universités : Université de Sherbrooke et Université Bishop's
- Collèges : Cégep de Sherbrooke, Cégep de Granby, Collège Champlain (Lennoxville)
- Centre collégial de transfert de technologie : Productique Québec (technologies numériques en entreprise)

Vitalité culturelle :

La région dispose d'un riche patrimoine bâti. Il y a une multitude de galeries d'art, de musées et de centres d'interprétation, de même que plusieurs salles de spectacle. Le Chemin des Cantons met en valeur l'offre culturelle de la région. La saison touristique est ponctuée de festivals et d'événements tels que l'International Bromont et le Festival international de la chanson de Granby.



Innovation

- Depuis quatre ans, les tournées de familiarisation organisées pour les organisateurs d'événements sont personnalisées : les participants élaborent eux-mêmes leur itinéraire, et l'ATR complète l'expérience par une activité de *speed meeting* avec les fournisseurs qui ne sont pas visités.
- La petite localité de Saint-Camille a élaboré une offre inusitée en tourisme de réunion dans les locaux de l'église, en partenariat avec l'organisme communautaire Le P'tit bonheur.
- Deux ressources de Destination Sherbrooke s'occupent du tourisme d'affaires, dont l'une est attirée spécifiquement aux congrès et au tourisme du savoir.



Notoriété touristique

Au sens du Plan de développement de l'industrie touristique, la région des Cantons-de-l'Est est une destination établie : elle est considérée comme l'une des régions phares de la villégiature au Québec. Elle est bien connue pour ses activités en nature, son offre en agrotourisme et en tourisme gourmand ainsi que ses circuits touristiques. Les villes de Sherbrooke et de Lac-Mégantic sont membres du réseau Greeter Network, qui propose un accompagnement des visiteurs par des citoyens, comme s'ils accueillaient des amis.



Organismes engagés dans le développement du tourisme d'affaires

Tourisme Cantons-de-l'Est, Destination Sherbrooke, Commerce Tourisme Granby région, Tourisme Bromont, Tourisme Memphrémagog, Centre local de développement Brome-Missisquoi

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 27

Superficie totale des salles : 250 162 pi²

Capacité maximale unique : 60 137 pi² (Centre de Foires de Sherbrooke)

Grandes chaînes hôtelières : 3 (Delta, Comfort Inn, OTL [Gouverneur])



Capacité d'hébergement¹⁵

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 1 090

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 1 239



Accessibilité

Accès aérien : non

Accès routier par voie rapide : oui

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017¹⁶



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 281 667

Hors Québec : 20 167



Volume de touristes

Intra-Québec : 50 000

Hors Québec : 21 600



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 87 333

Hors Québec : 76 700

¹⁵ En date du 7 septembre 2018

¹⁶ Source : Statistique Canada

Défis

- Bien que la région se soit dotée d'une structure de concertation dynamique, cela ne transparaît pas de façon marquée dans la promotion faite par l'ATR. Cependant, la section consacrée au tourisme d'affaires sur le site Internet est actuellement en développement.
- L'organisation des transports pour les participants à des congrès internationaux, notamment des congrès scientifiques, est parfois complexe.
- Une légère augmentation des demandes d'activités en marge des événements (*bleisure*) a été observée ainsi que d'activités de renforcement d'équipe ou encore de réunions de planification stratégique, mais la croissance est lente et l'offre est relativement peu développée.
- Puisque la concurrence est vive dans les marchés hors Québec, il serait préférable que la destination québécoise y assure une présence unifiée, plutôt que de promouvoir individuellement chaque région.

Forces et perspectives

- Située à proximité de Montréal, la région offre un superbe cadre champêtre.
- La région est facilement accessible non seulement à partir de la plupart des régions du Québec, mais aussi à partir du sud de l'Ontario et du Nord-Est des États-Unis.
- La présence relativement plus importante de la langue anglaise constitue un atout pour les marchés de l'Ontario et des États-Unis.
- L'offre gastronomique est très bien développée dans la région, de même que le créneau des vignobles, ce qui offre la possibilité d'enrichir l'expérience des participants aux événements.
- La recherche universitaire de très haut calibre, en anglais et en français, ainsi que le dynamisme des organismes sherbrookoïses constituent d'importants facteurs d'attraction pour les événements scientifiques internationaux.
- La région est dotée de plusieurs lieux de réunion inusités tels que des vignobles, le zoo de Granby, Huttopia Sutton et son centre de service, etc.

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Les acteurs de Saint-Hyacinthe collaborent entre eux, alors que les acteurs des autres localités, fédérés par l'ATR, participent ensemble au développement du secteur. La mobilisation des acteurs de la Montérégie est remarquable.

- Saint-Hyacinthe Technopole, le Centre de congrès de Saint-Hyacinthe, Espace Saint-Hyacinthe et la Ville de Saint-Hyacinthe travaillent conjointement au développement du tourisme d'affaires. Une cinquantaine de fournisseurs locaux y assurent la logistique des événements.
- Le Cercle des ambassadeurs de Saint-Hyacinthe, qui réunit près de 30 personnalités d'affaires et du secteur public, a pour mission d'encourager la venue d'événements au Centre de congrès de Saint-Hyacinthe, à Espace Saint-Hyacinthe ou dans les infrastructures sportives locales.
- Depuis 14 ans, Tourisme Montérégie organise tous les ans une campagne pour le tourisme d'affaires, qui présente entre 40 et 50 partenaires hôteliers, lieux de réunion inusités et produits spécialisés. L'ATR et ses membres participent à de multiples événements au Québec, mais aussi en Ontario.
- Le secteur du tourisme d'affaires occupe la première place dans le budget promotionnel de Tourisme Montérégie, qui organise chaque année plusieurs événements avec des planificateurs.
- Il y a plusieurs exemples de maillage d'entreprises dans la région, et Tourisme Montérégie offre un soutien aux entrepreneurs pour trouver des fournisseurs connexes.
- Une fois l'an, Tourisme Montérégie et Tourisme Cantons-de-l'Est organisent conjointement une activité de promotion du tourisme d'affaires. Il est prévu que le Centre-du-Québec se joigne à cette démarche.



Dynamisme régional

Caractérisée par la diversité de son activité économique, la Montérégie est désignée comme le cœur industriel de la province. Elle se classe première au Québec pour le nombre d'emplois manufacturiers. Il y a aussi plusieurs secteurs de pointe.

De façon générale, le marché du travail y est plus dynamique que dans le reste du Québec.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Saint-Hyacinthe : première technopole accréditée au Canada
- Deux parcs : Cité de la biotechnologie agroalimentaire, vétérinaire et agroenvironnementale à Saint-Hyacinthe et Technopole en écologie industrielle à Sorel-Tracy
- Cinq créneaux d'excellence ACCORD : transport terrestre, matériaux souples avancés, industrie des systèmes électroniques, transformation métallique et TransformAction (maillage d'entreprises de transformation alimentaire)
- Secteurs clés : biotechnologie, agroalimentaire, agroenvironnement, santé animale, aérospatiale, transport, matériaux souples, forces de l'ordre (police et armée), hydroélectricité

Recherche universitaire et collégiale :

- Universités : Université de Montréal (campus de Longueuil), Institut national de la recherche scientifique - Centre Énergie Matériaux Télécommunications (Varenes), Université de Sherbrooke (campus de Longueuil)
- Collèges : Collège Champlain (Saint-Lambert), Cégep Édouard-Monpetit, Collège de Valleyfield, Cégep de Sorel-Tracy, Cégep de Saint-Hyacinthe, Cégep Saint-Jean-sur-Richelieu, Cégep de Sorel-Tracy (campus de Varenes), Collège royal militaire de Saint-Jean, École de leadership et de recrues des Forces canadiennes
- Centres collégiaux : écologie industrielle, aérospatiale, agroalimentaire, technologies textiles, géosynthétiques et matériaux souples



Credit photo : Carl Lessard

Vitalité culturelle :

La Montérégie compte six lieux historiques du Canada ainsi que plusieurs sites à caractère autochtone et religieux. Il y a plusieurs musées et centres d'interprétation, de même que des centres de diffusion et des salles de spectacle, notamment le théâtre de la Dame de cœur.



Innovation

- En plus des services d'information touristique, la Maison du tourisme de la Montérégie, située au Quartier DIX30, propose une zone multivideo avec des bornes interactives mettant en vedette les secteurs touristiques de la Montérégie (agrotourisme, cyclotourisme, tourisme d'affaires, hébergement, restauration, escapades touristiques et principaux attraits). Ce concept a été récompensé par des prix internationaux.
- Tourisme Montérégie offre des services-conseils et de l'accompagnement aux partenaires qui ciblent la clientèle d'affaires et ses réseaux de distribution.
- Le bureau d'information touristique de Saint-Hyacinthe se situe à l'intérieur du Centre de congrès de Saint-Hyacinthe. En plus des services d'information touristique, il propose une zone d'exposition ainsi que des outils technologiques présentant différents secteurs d'activité de la région, son histoire, son économie et ses principaux attraits. Des bornes interactives permettent aux visiteurs d'avoir accès à l'information touristique de la région 24 h sur 24.
- Une section du site Internet de Tourisme Montérégie est consacrée au tourisme d'affaires. En plus de présenter les lieux d'accueil et d'offrir un service d'assistance à la recherche, il propose des services complémentaires, notamment des activités de renforcement d'équipe.
- L'an dernier, Tourisme Montérégie a invité les ATR intéressées à l'accompagner à Ottawa et a assuré la logistique de cette participation.



Notoriété touristique

Dans la région, le tourisme d'affaires représente une part importante des nuitées. Dans le cas des touristes hors Québec, le nombre de nuitées pour le tourisme d'affaires est supérieur à celui pour le tourisme d'agrément. La région propose plusieurs expériences agrotouristiques, notamment la découverte de vignobles, de cidreries, de vergers et d'érablières. Elle est également reconnue pour son vaste réseau de pistes cyclables, ses parcs nationaux et ses réserves écologiques. Le Parc Safari et des événements tels que l'International de montgolfières de Saint-Jean-sur-Richelieu et les Régates de Valleyfield attirent de nombreux touristes.



Organismes engagés dans le développement du tourisme d'affaires

Tourisme Montérégie, Saint-Hyacinthe Technopole, Ville de Saint-Hyacinthe, Ville de Vaudreuil-Dorion, Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 40

Superficie totale des salles : 492 850 pi² (Espace Saint-Hyacinthe)

Capacité maximale unique : 154 000 pi²

Grandes chaînes hôtelières : 3 (Sheraton, Holiday Inn, Alt par Le Germain)



Capacité d'hébergement¹⁷

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 1 840

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 646

¹⁷ En date du 7 septembre 2018



Accessibilité

Accès aérien : oui

Accès routier par voie rapide : oui

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017¹⁸



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 602 333

Hors Québec : 24 233



Volume de touristes

Intra-Québec : 64 333

Hors Québec : 32 833



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 126 000

Hors Québec : 269 333

Défis

- Il est difficile d'avoir un portrait précis de la clientèle du tourisme d'affaires. Plus de connaissances permettraient d'aller plus loin, de sortir des sentiers battus.
- Puisque la concurrence est vive dans les marchés hors Québec, il serait préférable que la destination québécoise y assure une présence unifiée, plutôt que de promouvoir individuellement chaque région.
- La facilité d'accès le jour même à partir de la plupart des régions du Québec ne favorise pas l'augmentation du nombre de nuitées.

Forces et perspectives

- À l'occasion d'événements portant sur le secteur de l'agroalimentaire, il est possible de tenir des rencontres directement sur le terrain, ce qui rehausse l'expérience.
- Plusieurs projets d'infrastructures de transport, notamment le Réseau électrique métropolitain (REM) et le projet d'aménagement d'une aérogare à l'aéroport de Saint-Hubert, à Longueuil, faciliteront davantage les déplacements vers la région.
- Le parc hôtelier de la région est le 4^e en importance au Québec. Plusieurs établissements ont été rénovés au cours des dernières années ou le seront bientôt. Des projets de construction sont actuellement à l'étude.
- Le dynamisme scientifique et industriel de la région confère un potentiel d'attraction d'événements d'envergure internationale.
- Le stationnement gratuit, à proximité de Montréal, est l'un des avantages de tenir un événement en Montérégie.
- La région occupe une position névralgique, à la jonction de plusieurs autoroutes et des grands axes de commerce du nord-est des États-Unis ainsi que de l'Ontario.



Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Tourisme Lanaudière assume le leadership et réunit les acteurs régionaux qui cherchent à développer le tourisme d'affaires.

- La mobilisation du milieu envers le tourisme d'affaires débute dans la région. L'ATR met en œuvre depuis 2015 la stratégie « Vos affaires, façon Lanaudière », qui vise le créneau des rencontres réunissant un nombre restreint de participants en leur proposant une expérience exclusive et authentique dans un cadre naturel.
- Depuis plus d'un an, une ressource de Tourisme Lanaudière se consacre au développement du tourisme d'affaires. Une portion du budget de promotion de l'ATR est également réservée à ce secteur.
- Un projet de construction d'un centre des congrès, fruit d'un partenariat entre la Ville de Joliette et l'Hôtel Château Joliette, devrait se concrétiser d'ici la fin de 2019.



Dynamisme régional

La région connaît l'une des croissances démographiques les plus élevées au Québec. De plus, le taux de chômage y est systématiquement plus bas que dans l'ensemble du Québec.

Les enjeux de l'accroissement du tourisme d'affaires et des revenus provenant de l'hébergement touristique, l'implantation d'équipements culturels novateurs et le développement des technologies numériques en lien avec la culture et le tourisme figurent parmi les priorités ciblées par les acteurs régionaux.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Deux créneaux d'excellence ACCORD : fabrication métallique et design d'ameublement
- Secteurs clés : services, bioalimentaire, foresterie, tourisme
- Parc technologique en commerce électronique (Cietech) et pôle en technologie numérique à Lavaltrie

Recherche universitaire et collégiale :

- Collèges : Cégep régional de Lanaudière (trois campus : Joliette, l'Assomption et Terrebonne)
- Centre collégial de transfert de technologie : design industriel

Vitalité culturelle :

Berceau de la musique traditionnelle, Lanaudière offre une multitude de festivals et d'événements. Il est possible d'y découvrir plusieurs musées, galeries d'art, centres d'artisanat, antiquaires, théâtres d'été et grands spectacles de musique classique.



Innovation

- La région s'est dotée d'une stratégie en tourisme d'affaires qui mise sur des caractéristiques bien définies : l'authenticité, l'accessibilité et l'exclusivité.
- La portion consacrée aux séjours d'affaires sur le site Internet de l'ATR est actuelle et attrayante. L'outil de planification est convivial et propose des forfaits et des expériences particulières. Une brochure qui dresse la liste des espaces de rencontre, des attraits touristiques proposant des activités de groupe ainsi que des offres alimentaires est également disponible en ligne sur le site.



Notoriété touristique

Lanaudière est reconnue pour ses espaces naturels et ses lieux de villégiature. La région abrite la plus grande concentration de pourvoiries au nord de Montréal, une grande partie du parc national du Mont-Tremblant, sept parcs régionaux, le sentier national en Matawinie et deux réserves fauniques.



Organisme engagé dans le développement du tourisme d'affaires

Tourisme Lanaudière

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 12

Superficie totale des salles : 109 250 pi²

Capacité maximale unique : 80 000 pi² (Centre Expo Terrebonne)

Grandes chaînes hôtelières : 0



Capacité d'hébergement¹⁹

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 464

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 244



Accessibilité

Accès aérien : non (Terrebonne et Repentigny à moins de 50 km de l'aéroport international de Montréal [YUL])

Accès routier par voie rapide : oui

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017²⁰



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 218 000

Hors Québec : 2 767



Volume de touristes

Intra-Québec : 37 000

Hors Québec : 900



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 128 333

Hors Québec : 28 267

¹⁹ En date du 7 septembre 2018

²⁰ Source : Statistique Canada

Défis

- Pour le moment, il y a peu d'infrastructures de rencontre dans la région ainsi qu'un nombre restreint d'unités de location d'hébergement.
- La région profiterait d'un accompagnement visant la consolidation des efforts de concertation actuellement déployés ainsi que de la mise en place de mécanismes formels.
- L'offre lanauoise de séjours d'affaires est peu connue. Il y a donc un défi à accroître la notoriété de la région pour le tourisme d'affaires.
- La région de Lanaudière est en compétition avec d'autres régions bien établies auprès de la clientèle d'affaires.
- Afin de proposer une expérience de réunion attrayante et complète, il serait opportun de favoriser l'émergence accrue de maillage entre entreprises offrant des services complémentaires, notamment des entreprises de services de transport.
- L'accès à plus de connaissances stratégiques permettrait de bien cibler les créneaux spécifiques et les marchés porteurs pour la région.

Forces et perspectives

- Les acteurs de la région ont évalué leurs atouts et visent le créneau des réunions ayant un nombre restreint de participants, soit les voyages de motivation, les activités de renforcement d'équipe, les réunions de planification stratégique et les petits congrès.
- Il y a quelques projets d'ajout et d'amélioration d'infrastructures de réunion dans la région.
- L'offre de la région se démarque de celle des grands centres et propose une approche d'affaires plus personnalisée. Loin des artifices et des conventions, la destination a des atouts qui permettent de développer le créneau des réunions, notamment grâce à une offre d'activités qui contrastent avec la vie professionnelle quotidienne.
- La proximité des grands centres et l'accès routier facile sont des atouts pour le développement du tourisme d'affaires dans la région.
- Les lieux de rencontre offrent des tarifs compétitifs.

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

La région dispose d'un mécanisme de concertation bien établi, rassembleur et dynamique.

- Laurentides Affaires, auparavant le Bureau des congrès des Laurentides, rassemble depuis plus de 20 ans une quarantaine d'entreprises exerçant leurs activités dans le secteur du tourisme d'affaires et offrant divers types de produits, y compris des activités. Le regroupement fait d'abord la promotion des Laurentides, puis celle des entreprises qui adhèrent au regroupement.
- Une ressource de Tourisme Laurentides est affectée au secteur du tourisme d'affaires.



Dynamisme régional

L'industrie touristique occupe une large place dans l'économie laurentienne. Le secteur de l'aéronautique est en plein essor dans la région. Cette croissance se répercute favorablement sur le revenu des ménages, plus élevé que dans l'ensemble du Québec depuis le début de la décennie.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Trois créneaux d'excellence ACCORD : tourisme de villégiature quatre saisons, transport terrestre, produits du bois
- Secteurs clés : aéronautique, tourisme

Recherche universitaire et collégiale :

- Université : Université du Québec en Outaouais (campus de Saint-Jérôme)
- Collèges : Cégep de Saint-Jérôme, Collège Lionel-Groulx
- Centres collégiaux de transfert de technologie : microélectronique, composites, véhicule innovant

Vitalité culturelle :

Des festivals et des événements gourmands, sportifs, de musique, de danse, d'artisanat et de théâtre ponctuent les quatre saisons dans les Laurentides. Il y a également plusieurs musées et centres d'exposition.



Innovation

Les acteurs des Laurentides ont ciblé les créneaux porteurs pour la région et ont développé des outils spécifiques.

- Le site Internet de Tourisme Laurentides a une section « Réunions et congrès » qui propose des services de conseils et d'accompagnement, une liste de lieux de rencontre, des activités et des services ainsi que deux guides du planificateur, soit un pour les réunions et congrès, et un autre qui s'adresse spécialement aux organisateurs de voyages de motivation.
- Tourisme Laurentides organise une campagne annuelle visant le tourisme d'affaires, qui comprend des activités de commercialisation à Montréal et à Toronto, ainsi que des campagnes de promotion dans les médias.



Notoriété touristique

La région enregistre le plus grand nombre de nuitées après Montréal et Québec.

La région des Laurentides est reconnue pour ses lieux de villégiature, ses parcs régionaux, ses sentiers de plein air et sa route verte ainsi que pour son offre d'activités en montagne, en particulier le ski. Disposant de plusieurs infrastructures hôtelières haut de gamme, elle attire de nombreux touristes de l'extérieur du Québec. La Route des Belles-Histoires, qui figure sur la liste des routes touristiques officielles du Québec, permet de découvrir l'histoire de la colonisation des Laurentides, alors que le Chemin du Terroir met en vedette l'agrotourisme, la culture, le patrimoine et l'histoire de la région.





Organismes engagés dans le développement du tourisme d'affaires

Tourisme Laurentides, Association de villégiature Tremblant

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 30

Superficie totale des salles : 199 175 pi²

Capacité maximale unique : 20 784 pi² (Fairmont Tremblant)

Grandes chaînes hôtelières : 7 (Fairmont, Marriott, Comfort Inn, Impéria, Best Western, Super 8, Westin)



Capacité d'hébergement²¹

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 2 095

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 1 722



Accessibilité

Accès aérien : oui

Accès routier par voie rapide : oui

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017²²



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 333 667

Hors Québec : 5 933



Volume de touristes

Intra-Québec : 64 333

Hors Québec : 25 567



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 98 667

Hors Québec : 111 733

²¹ En date du 7 septembre 2018

²² Source : Statistique Canada

Défis

- La région vise à développer davantage le marché de Toronto, mais l'absence d'une présence unifiée du Québec ainsi que d'une stratégie commune constitue un frein.
- La difficulté à obtenir des connaissances stratégiques nuit aux efforts visant à élaborer des stratégies de développement du tourisme d'affaires et ralentit son essor.

Forces et perspectives

- Située à seulement 45 minutes de Montréal, la région dispose des infrastructures nécessaires pour se démarquer dans le tourisme d'affaires : quatre centres de congrès, neuf hôtels classifiés quatre étoiles et deux hôtels classifiés cinq étoiles, un casino ainsi que plusieurs centres de divertissement et de sports.
- Les grands établissements hôteliers de la région exercent un leadership fort dans la prospection de marchés hors Québec et investissent constamment afin de maintenir la qualité de leurs installations.
- La région a su cibler des marchés et des créneaux porteurs et concentrer ses actions pour les développer.
- Les paysages des Laurentides et la diversité des activités en nature qui peuvent y être pratiquées constituent des atouts pour le créneau des séjours de renforcement d'équipe ainsi que pour l'ajout d'activités avant, pendant et après la réunion.

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Plusieurs acteurs du milieu se mobilisent et collaborent au développement du tourisme d'affaires dans la région, et ce, des deux côtés de la rivière des Outaouais. Cependant, des acteurs importants ne participent pas à ces efforts conjoints.

- Tourisme Outaouais chapeaute le comité affaires, un regroupement de membres qui se rencontrent deux fois l'an afin, notamment, d'organiser une campagne en tourisme d'affaires. Les sommes investies par les membres sont bonifiées par l'ATR. Le Comité dispose d'un siège réservé au conseil d'administration de l'ATR et il siège au comité de gestion du fonds incitatif.
- Tourisme Outaouais a créé, en collaboration avec les hôteliers, un fonds réservé aux congrès et aux événements qui vise à attirer de la clientèle en Outaouais. Des sommes sont également réservées pour bonifier l'expérience des participants et pour fidéliser la clientèle.
- En 2018-2019 Tourisme Outaouais faisait du développement d'affaires une priorité. En 2019-2020, le tempo va s'accélérer. L'ATR souhaite réaliser une étude permettant de déterminer les besoins en infrastructure. Trois personnes travaillent sur ce secteur.
- En décembre 2108, la Ville de Gatineau a confirmé qu'elle investira davantage en tourisme d'affaires dans le cadre de son protocole avec Tourisme Outaouais pour attirer des événements d'affaires et sportifs. La nouvelle mouture du protocole entre Gatineau et l'ATR propose que la Ville double ses investissements en tourisme d'affaires.
- Cependant, certains acteurs importants ne participent pas aux efforts collectifs visant à développer le tourisme d'affaires et ne collaborent pas avec les autres acteurs du milieu.
- Il y a peu de maillage entre les entreprises offrant des services complémentaires tels que l'hébergement, les attraits touristiques, les services de transport ou encore la restauration.
- Depuis peu, Tourisme Outaouais collabore avec Tourisme Ottawa, notamment en ce qui concerne les activités de démarchage et le partage de connaissances. Les deux organismes ont ainsi organisé des missions conjointes à Paris, à Londres et dans le Nord-Est des États-Unis.



Dynamisme régional

L'économie de la région repose essentiellement sur le secteur tertiaire, plus particulièrement sur les services publics. L'agriculture et la foresterie demeurent des secteurs d'activité importants dans les milieux ruraux.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Un créneau d'excellence ACCORD : bois
- Secteurs clés : foresterie, agroalimentaire, services

Recherche universitaire et collégiale :

- Université : Université du Québec en Outaouais
- Collèges : Cégep de l'Outaouais, Cégep Heritage College

Vitalité culturelle :

En plus d'être située à proximité des musées nationaux d'Ottawa, la ville de Gatineau compte elle-même plusieurs musées, dont le Musée canadien de l'histoire et le Musée canadien des enfants. Il s'y trouve plusieurs galeries d'art, de multiples salles de spectacle ainsi que divers sites historiques.



Innovation

Au moment où l'offre en tourisme d'affaires se développe dans plusieurs régions du Québec et dans la ville voisine d'Ottawa, réserver des sommes afin d'offrir aux organisateurs d'événements récurrents des extras tels que des cocktails de bienvenue, des gâteaux ou d'autres attentions pourrait permettre de fidéliser des clients.



Notoriété touristique

Le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 a reconnu la région de l'Outaouais comme porte d'entrée du Québec dont le potentiel mérite d'être mis en valeur. À Gatineau, le Casino du Lac-Leamy propose de multiples divertissements, dont un théâtre et une boîte de nuit, en plus des Grands feux du Casino du Lac-Leamy. Plusieurs événements, notamment le Bal de Neige, le Festival de montgolfières de Gatineau et le Rockfest animent la région. En plus de son centre urbain, l'Outaouais est reconnue pour l'étendue et la richesse de ses espaces naturels. Plus de 8,5 % des aires protégées du Québec sont situées dans la région. Ses 15 000 lacs et réservoirs, de même que ses sept principales rivières, couvrent plus de 10 % de son territoire. La région compte deux pôles de villégiature importants : le Fairmont Le Château Montebello, un joyau architectural en rondins de cèdre rouge qui a reçu au cours de son histoire d'éminentes personnalités, et la destination Chelsea-Wakefield-parc de la Gatineau, très prisée par la clientèle ontarienne.



Organismes engagés dans le développement du tourisme d'affaires

Tourisme Outaouais, Ville de Gatineau

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 25

Superficie totale des salles : 285 332 pi²

Capacité maximale unique : 26 668 pi² (Palais des congrès de Gatineau)

Grandes chaînes hôtelières : 3 (Fairmont, Sheraton, Hilton)



Capacité d'hébergement²³

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 1 015

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 1 271



Accessibilité

Accès aérien : oui

Accès routier par voie rapide : oui

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017²⁴



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 104 000

Hors Québec : 41 000

²³ En date du 7 septembre 2018

²⁴ Source : Statistique Canada



Volume de touristes

Intra-Québec : 68 333

Hors Québec : 23 100



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 138 667

Hors Québec : 84 833

Défis

- Alors qu'il est généralement admis par les spécialistes du secteur que le tourisme d'affaires génère plus de retombées économiques que le tourisme d'agrément, il est difficile de faire cette démonstration auprès des partenaires économiques et politiques en raison du manque de données régionales et provinciales à cet effet. Il est également difficile de mesurer l'importance du voyage d'affaires et d'agrément (*bleisure*), notamment en regard des autres secteurs touristiques, car les données fiables à ce propos sont inexistantes.
- Dans le cadre de l'élaboration de sa stratégie en tourisme d'affaires, l'ATR bénéficierait d'un meilleur accès aux connaissances stratégiques, notamment aux résultats d'études permettant de cibler les marchés et créneaux porteurs pour le tourisme d'affaires et de réunion dans la région.
- La concertation entre les acteurs du milieu et le rassemblement des forces vives en tourisme d'affaires sont freinés par le manque de collaboration de certains acteurs.
- Par ailleurs, le Centre Shaw d'Ottawa génère une forte concurrence en ce qui a trait à l'attraction des congrès et des grands événements dans la région. À l'heure actuelle, Gatineau n'a aucune offre comparable.
- Le Casino du Lac-Leamy attire de nombreuses réunions et offre une expérience complète. Il est cependant difficile d'inciter les participants à sortir de l'enceinte du casino, ce qui gêne l'ajout d'activités, la prolongation des séjours et la découverte de la région. De plus, plusieurs associations et organismes communautaires ne sont pas intéressés par la tenue d'une réunion dans un casino. La distance entre le casino et le centre-ville engendre également des défis en matière de transport.
- Enfin, l'actuel Palais des congrès de Gatineau ne répond plus aux besoins des congressistes : il est trop petit pour les événements d'envergure, il est difficilement accessible et son aspect extérieur est peu attrayant.

Forces et perspectives

- L'Outaouais est voisine non seulement d'Ottawa, mais aussi de Gatineau, et plusieurs municipalités limitrophes font partie intégrante de la capitale du Canada, laquelle attire annuellement des millions de visiteurs. Cela permet à l'Outaouais de bénéficier d'un fort potentiel de développement touristique, un atout que les acteurs de la région considèrent comme porteur pour la diversification économique régionale. De plus, le marché associatif canadien, qui se concentre à Ottawa, présente un bon potentiel, notamment en raison des coûts moins élevés dans leur ensemble du côté québécois de la rivière des Outaouais, un avantage très recherché par cette clientèle.
- La région entend mettre en valeur, parmi ses éléments distinctifs, son centre urbain à proximité de la nature et son offre diversifiée d'activités de plein air.
- Avec ses chercheurs renommés, l'Université du Québec en Outaouais attire plusieurs colloques internationaux, de même que des événements récents portant sur la cyberpsychologie, la foresterie et les communautés ainsi que la recherche en adoption internationale. Par ailleurs, l'Université du Québec en Outaouais (UQO) a piloté la venue du congrès de l'ACFAS 2019 dans la région.
- Le plan d'action de Tourisme Outaouais prévoit l'établissement de relations plus étroites avec l'UQO et ses chercheurs ainsi qu'avec le milieu des affaires outaouais. Cette initiative pourrait mener à des actions visant à améliorer l'attractivité et la notoriété de la destination en tourisme d'affaires, par exemple la création d'un réseau d'ambassadeurs.

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Il existe une culture de concertation en Abitibi-Témiscamingue, et les acteurs se mobilisent.

- Les pôles régionaux sont en première ligne en matière de tourisme d'affaires dans la région. Récemment, les acteurs du milieu ont exprimé clairement le souhait de coordonner davantage leurs actions et d'élaborer un nouveau plan de match visant à développer le tourisme d'affaires dans la région.
- Tourisme Abitibi-Témiscamingue s'est doté d'un comité de gestion de la taxe sur l'hébergement (TSH), auquel siègent les représentants des établissements hôteliers.
- L'ATR collabore aussi régulièrement avec l'Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue (UQAT), dont les chercheurs organisent des colloques qui attirent des gens de partout dans le monde.
- Il n'y a cependant pas de section Tourisme d'affaires sur le site Internet de l'ATR.
- Tourisme Rouyn-Noranda et l'Office du tourisme et des congrès de Val-d'Or ont des ressources consacrées au secteur du tourisme d'affaires.



Dynamisme régional

La région est en plein boom minier en raison de l'accroissement du prix de l'or depuis 2000. Alors que, de 1997 à 2010, le taux de chômage de la région est demeuré supérieur à celui de l'ensemble du Québec, il est maintenant en deçà de la moyenne québécoise.

Les secteurs de l'agroalimentaire et de la transformation du bois, autrefois importants, connaissent des difficultés.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Deux créneaux d'excellence ACCORD : exploration et exploitation minières; système de construction en bois d'épinette noire
- Secteurs clés : exploitation et transformation minières, foresterie et transformation du bois, agroalimentaire

Recherche universitaire et collégiale :

- Université : Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue
- Collèges : Cégep de l'Abitibi-Témiscamingue (campus à Rouyn-Noranda, à Val-d'Or et à Amos; centres de services à La Sarre et à Ville-Marie)
- Centre collégial de transfert de technologie : résidus industriels

Vitalité culturelle :

En 2008, de nombreux acteurs de la région ont amorcé un dialogue en vue de poser un diagnostic sur la situation du tourisme culturel en Abitibi-Témiscamingue. En réponse aux recommandations des intervenants du milieu, une ressource consacrée au développement du tourisme culturel a été embauchée, et une table de concertation régionale en tourisme culturel a été constituée. Les travaux ont mené à CULTURAT, une vaste démarche de mobilisation qui vise à faire de l'identité, des arts et de la culture un pôle de développement majeur dans la région de l'Abitibi-Témiscamingue. Les quatre chantiers de la démarche sont l'art public, le rapprochement des peuples, l'engagement culturel et l'embellissement.



Credit photo : Tourisme Lanaudière - J. Vigneux

ABITIBI-TÉMISCAMINGUE

Maturité régionale : ● En développement

Innovation

- Afin de contrer le problème consistant à faire venir les gens dans la région, une stratégie ambassadeur a été mise en place il y a quelques années. La stratégie reposait sur l'implication d'Abitibiens au sein d'organisations au Sud.
- Le site Internet de Tourisme Rouyn-Noranda fournit beaucoup d'information pour les planificateurs d'événements, des lieux de rencontre et fournisseurs disponibles à une description détaillée des moyens de se rendre dans la région, en passant par certaines expériences surprenantes et inusitées à vivre avant, pendant ou après l'événement. En plus d'un guide complet du planificateur, il propose plusieurs brochures à télécharger : Accessibilités, À voir, à faire, à vivre!, Salles de réunions et Revue touristique annuelle.
- L'Office du tourisme et des congrès de Val-d'Or offre sur son site Internet le guide Congrès et réunions d'affaires à Val-d'Or, en plus d'offrir des services d'accompagnement avant et pendant l'événement tels que l'élaboration d'un programme d'activités pour les conjoints et accompagnateurs, ou encore une offre de visites guidées de la ville. L'Office offre aussi le guide Planifier un événement sportif à Val-d'Or.

Notoriété touristique

Bien que l'Abitibi-Témiscamingue accueille moins de touristes que la plupart des régions, elle possède de nombreux attraits. L'offre d'activités de plein air y est abondante, notamment dans la réserve faunique de La Vérendrye et le parc national d'Aiguebelle, de même que dans les divers lieux de villégiature et les pourvoiries. Il s'y trouve également plusieurs lieux retraçant l'histoire de la région, tel le Musée minéralogique de l'Abitibi-Témiscamingue, ainsi que des circuits historiques. Plusieurs lieux et événements mettent en valeur la culture algonquine de la région. La ville de Rouyn-Noranda compte des attraits mettant en valeur l'héritage d'immigrants de multiples origines venus s'y installer : Polonais, Italiens, Allemands, Yougoslaves et Ukrainiens. La région est prisée des motoneigistes ontariens. Des festivals y ont lieu, notamment le Festival du cinéma international en Abitibi-Témiscamingue, le Festival de musique émergente et le Festival pyromusical Osisko en lumière.



Organismes engagés dans le développement du tourisme d'affaires

Tourisme Rouyn-Noranda, Office du tourisme et des congrès de Val-d'Or, Tourisme Abitibi-Témiscamingue

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 12

Superficie totale des salles : 56 600 pi²

Capacité maximale unique : 6 463 pi² (Hôtel Gouverneur le Noranda)

Grandes chaînes hôtelières : aucune



Capacité d'hébergement²⁵

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 728

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 423



Accessibilité

Accès aérien : oui

Accès routier par voie rapide : non

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

²⁵ En date du 7 septembre 2018

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017²⁶



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 182 000

Hors Québec : 2 500



Volume de touristes

Intra-Québec : 19 000

Hors Québec : 6 300



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 62 333

Hors Québec : 20 700

Défis

- L'éloignement de la région et sa difficulté d'accès constituent des freins importants au tourisme d'affaires dans la région.
- Bien que la concertation entre les acteurs régionaux soit bonne, un accompagnement visant la mise en place de mécanismes officiels ainsi que le développement de partenariats entre entreprises complémentaires pourrait favoriser la pérennité des efforts entrepris par les acteurs.
- Un accompagnement dans l'élaboration d'une stratégie et d'un plan d'affaires visant le développement du tourisme d'affaires dans la région profiterait à l'ATR.
- L'Ontario et la Ville de Mont-Tremblant entrent fortement en compétition avec l'Abitibi-Témiscamingue pour attirer les réunions organisées par les clientèles du Nord-du-Québec.

Forces et perspectives

- La mobilisation du milieu et la facilité des gens à collaborer constituent des atouts importants pour l'essor du tourisme d'affaires dans la région.
- La démarche CULTURAT témoigne de la mobilisation et de l'esprit de communauté des gens de la région, ainsi que de leur volonté d'améliorer leur milieu.
- L'éloignement de la région peut constituer un atout pour les retraites fermées et les activités de renforcement d'équipe.
- La majorité des établissements hôteliers de la région ont été rénovés récemment, de même que les centres de congrès de Val-d'Or et de Rouyn-Noranda. Les équipements technologiques ont alors été mis à jour. À Val-d'Or, les infrastructures municipales ont également été renouvelées. De plus, deux nouveaux hôtels ont été bâtis au cours des cinq dernières années.
- La région se positionne dans l'attraction de petits événements réunissant jusqu'à 200 personnes ainsi que les créneaux des voyages de motivation, des activités de renforcement d'équipe et des réunions de planification stratégique. En plus des pourvoiries, l'offre dans le créneau des réunions comprend des lieux uniques, notamment l'intérieur d'une mine d'or.
- La présence de l'UQAT, qui compte des chercheurs dynamiques et réputés dans leur domaine, constitue un facteur d'attraction important pour des congrès scientifiques et techniques, notamment dans les domaines des mines et de l'eau souterraine, des forêts, des petites collectivités (chaire), de l'énergie, de la machinerie et des technologies des communications.
- En raison de sa proximité avec l'Ontario, la région dispose d'un potentiel d'attraction dans ce marché important.
- Le marché du Nord-du-Québec, dont plusieurs populations résident à proximité et organisent beaucoup de réunions, représente un potentiel important. Le maire et la communauté d'affaires de Val-d'Or se sont d'ailleurs mobilisés afin d'améliorer les relations avec les Cris.
- Puisque l'accès à la région est un enjeu majeur, les offices de tourisme locaux offrent des services approfondis d'aide à la planification et à l'organisation des transports, tant vers la région qu'une fois à destination.

26 Source : Statistique Canada

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Les acteurs de la région sont très mobilisés et travaillent de concert. Il y a des projets communs et des maillages avec les entreprises de transport.

- Le Saguenay dispose d'un club des ambassadeurs.
- Le Comité tourisme d'affaires réunit les centres de congrès et les ressources des bureaux de tourisme.
- Un comité de projets communs réunissant les deux centres de congrès et les établissements hôteliers veille, notamment, à l'élaboration d'outils de promotion.
- Une partie des revenus de la taxe sur l'hébergement est dévolue à ce secteur : 60 % à Saguenay et 40 % à Alma Lac-Saint-Jean.
- Un fonds de soutien à la bonification des congrès et des événements sportifs, administré par Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean et l'Association Hôtellerie Saguenay-Lac-Saint-Jean, est utilisé pour proposer des ajouts aux activités de base (attraits, activités, produits locaux).



Dynamisme régional

Il y a plusieurs créneaux d'excellence liés à la science et aux technologies de pointe qui attirent des chercheurs et des représentants d'entreprises de partout dans le monde.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Quatre créneaux d'excellence ACCORD : agriculture boréale, drones civils et commerciaux, aluminium, tourisme d'aventure et écotourisme
- Secteurs clés : aluminium, agroalimentaire, agriculture nordique, énergie, givrage, recherche médicale, tourisme

Recherche universitaire et collégiale :

- Université : Université du Québec à Chicoutimi
- Collèges : Collège d'Alma, Cégep de Chicoutimi, Cégep de Jonquière, Cégep de Saint-Félicien
- Centres collégiaux de transfert de technologie : recherche et innovation en agriculture, géomatique, production automatisée, étude des conditions de vie et des besoins de la population

Vitalité culturelle :

Saguenay, nommée capitale culturelle du Canada en 2010, propose un vaste choix d'activités artistiques et culturelles, notamment l'orchestre symphonique, le quatuor à cordes, plusieurs théâtres, de nombreux festivals, etc. Il y a des lieux historiques et des activités culturelles originales dans la région, par exemple le Village historique de Val-Jalbert.



Innovation

Saguenay et Alma Lac-Saint-Jean ne visent pas les mêmes marchés; chacune a ciblé ses créneaux.

- Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean, Promotion Saguenay, Tourisme Alma Lac-Saint-Jean et l'Association Hôtellerie Saguenay-Lac-Saint-Jean se sont associés afin de réaliser une vidéo promotionnelle intitulée Le Saguenay-Lac-Saint-Jean - Destination congrès!
- Des établissements multiactivités offrent des produits en renforcement d'équipe.



Notoriété touristique

Le Saguenay-Lac-Saint-Jean est un leader reconnu en tourisme de nature et d'aventure et en écotourisme. Il y a trois parcs nationaux et un parc marin ainsi que le Zoo sauvage de Saint-Félicien et la Véloroute des bleuets.



Organismes engagés dans le développement du tourisme d'affaires

Office du tourisme et des congrès de Saguenay, Bureau des congrès Alma Lac-Saint-Jean, Promotion Saguenay, Tourisme Alma Lac-Saint-Jean, Association Hôtellerie Saguenay-Lac-Saint-Jean, Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 27

Superficie totale des salles : 130 450 pi²

Capacité maximale unique : 10 700 pi² (L'hôtel multiservices le Montagnais)

Grandes chaînes hôtelières : 2 (Delta, Universel)



Capacité d'hébergement²⁷

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 860

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 926



Accessibilité

Accès aérien : oui

Accès routier par voie rapide : oui

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017²⁸



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 130 333

Hors Québec : 0



Volume de touristes

Intra-Québec : 73 000

Hors Québec : 3 500



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 190 667

Hors Québec : 27 800

²⁷ En date du 7 septembre 2018

²⁸ Source : Statistique Canada

Défis

- L'accessibilité, ou le fait de convaincre les gens de faire la route, demeure un défi important malgré l'amélioration apportée par la construction de l'autoroute.
- Il est plus difficile d'attirer des événements d'envergure canadienne qu'internationale dans la région.

Forces et perspectives

- La concertation entre les acteurs est bien établie et il y a plusieurs exemples de maillage d'entreprises.
- Les acteurs de la région visent beaucoup les voyages de motivation et de renforcement d'équipe, en offrant des activités douces ou d'adrénaline ainsi que la découverte des produits locaux.
- Le dynamisme scientifique et le développement de technologies de pointe attirent des chercheurs et des représentants d'entreprises de partout dans le monde.

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Il n'y a pas de mécanisme de concertation ni de maillage d'entreprises et le milieu n'est pas mobilisé.

- Jusqu'à présent, peu de gestes ont été posés dans la région afin de développer le secteur du tourisme d'affaires. Tourisme Côte-Nord exprime la volonté d'amorcer un mouvement en ce sens.
- Puisqu'il n'y a pas de maillage d'entreprises, il n'y a pas d'offre de service complète pour la tenue d'événements, y compris pour le transport, l'hébergement, les espaces de rencontre, la restauration et les activités connexes.



Dynamisme régional

Les activités économiques de la région sont basées principalement sur l'exploitation des ressources naturelles et, dans une moindre mesure, sur leur transformation.

Depuis 2013, le minéral de fer subit une diminution marquée de l'investissement dans la région.

En vue de diversifier l'économie locale, les acteurs de développement économique de la Haute-Côte-Nord préconisent notamment le soutien de la filière du tourisme.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Secteurs clés : exploration et exploitation minières, minéralurgie (fer) et métallurgie (aluminium), production d'hydroélectricité, foresterie, exploitation des ressources fauniques (chasse et pêche), pêche commerciale, bioalimentaire
- Deux créneaux d'excellence ACCORD : ingénierie des procédés industriels, miniers et métallurgiques; ressources, sciences et technologies marines

Recherche universitaire et collégiale :

- Collèges : Cégep de Baie-Comeau, Cégep de Sept-Îles
- Centres collégiaux de transfert de technologie : forêt boréale, maintenance industrielle



Notoriété touristique

Le tourisme est peu développé dans la région. Les acteurs de la Côte-Nord travaillent actuellement à circonscrire leur potentiel touristique et à définir les créneaux porteurs pour la région.

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 11

Superficie totale des salles : 44 200 pi²

Capacité maximale unique : 20 000 pi² (Hôtel Tadoussac)

Grandes chaînes hôtelières : 0



Capacité d'hébergement²⁹

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 709

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 108



Accessibilité

Accès aérien : oui

Accès routier par voie rapide : non

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui



**CÔTE-NORD
(MANICOUAGAN ET DUPLESSIS)**

Maturité régionale : ● En développement

²⁹ En date du 7 septembre 2018

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017³⁰



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 25 667

Hors Québec : 167



Volume de touristes

Intra-Québec : 28 000

Hors Québec : 6 266



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 67 333

Hors Québec : 12 633

Défis

- L'éloignement et les problèmes d'accessibilité constituent des freins majeurs pour le développement du tourisme dans la région.
- Les infrastructures ne répondent pas aux attentes des touristes d'affaires : peu d'unités de location adéquates, peu de salles disponibles mais, surtout, aucune technologie disponible (y compris l'absence d'appareils spécialisés d'audioconférence, d'écrans ou d'appareils de visioconférence).
- Il y aurait un potentiel d'attraction de réunions d'affaires à Tadoussac. Cependant, l'Hôtel Tadoussac n'est ouvert qu'en période estivale, alors que le tourisme d'affaires se déroule plutôt en dehors de la haute saison touristique.
- Par contre, si l'Hôtel Tadoussac décidait de garder ses portes ouvertes en dehors de la haute saison, des problèmes de disponibilité de la main-d'œuvre pourraient entraver la mise en œuvre de cette décision.
- Il n'y a pas de partenariat ni même de collaboration entre entreprises complémentaires.
- Afin de bien cerner les créneaux et les marchés porteurs, les acteurs de la région ont besoin de plus de connaissances stratégiques.
- La présence de grandes entreprises de l'industrie lourde et les salaires élevés qui s'y rattachent semblent avoir une incidence sur l'entrepreneuriat régional et ralentissent l'essor d'autres industries, notamment le tourisme.

Forces et perspectives

- L'Hôtel Le Manoir de Baie-Comeau envisage un projet d'agrandissement et d'amélioration de ses installations.
- Plusieurs entreprises multinationales, notamment des entreprises du secteur minier, sont actives sur la Côte-Nord et représentent un certain volume potentiel de touristes d'affaires.
- En raison de ses grands espaces et de son offre touristique unique, notamment l'observation des mammifères marins et la culture autochtone, la région pourrait se spécialiser dans le créneau des voyages de motivation et de renforcement d'équipe.
- En semaine, les hôtels sont largement occupés par des travailleurs et des cadres des entreprises minières et forestières. Développer des offres d'activités destinées à ces visiteurs pourrait constituer un créneau intéressant.

30 Source : Statistique Canada

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Il n'y a pas de mécanisme de concertation en matière de tourisme d'affaires. Par contre, les acteurs de la Baie-James, d'Eeyou Istchee et du Nunavik collaborent pour développer le tourisme dans le Nord-du-Québec

- Le Secrétariat aux alliances économiques Nation crie Abitibi-Témiscamingue rassemble les partenaires du Nord-du-Québec. Cet organisme a pour mission de promouvoir des liens durables et des alliances socioéconomiques entre la Nation crie (Eeyou Istchee), la Jamésie, l'Abitibi-Témiscamingue et le Nunavik.
- Les acteurs de la Jamésie envisagent la construction d'une salle multifonctionnelle à Chibougamau.



Dynamisme régional

Le développement économique dans le Nord-du-Québec engendre beaucoup d'activités et de déplacements dans la région. De plus, le tourisme scientifique nordique est en plein essor.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Créneau d'excellence ACCORD en tourisme nordique
- Secteurs clés : mines, foresterie, recherche scientifique en milieu nordique

Recherche universitaire et collégiale :

- Collège : Centre d'études collégiales à Chibougamau, affilié au Cégep de Saint-Félicien
- Laboratoire naturel : les chercheurs qui se penchent notamment sur la géologie, la biologie, l'écologie et les effets des changements climatiques dans les milieux nordiques convergent vers la région.

Vitalité culturelle :

Dans le cadre de la Stratégie gouvernementale pour assurer l'occupation et la vitalité du territoire, l'une des priorités ciblées par la région consiste à positionner le tourisme et l'identité culturelle comme un levier de développement socioéconomique.



Innovation

La création d'une agence réceptive permettra de développer des offres complètes.

- Une agence réceptive, Voyages Eeyou Istchee Baie-James, a été créée conjointement par Tourisme Baie-James, Tourisme Eeyou Istchee et l'Association crie de pourvoirie et de tourisme. Elle a pour mandat de créer un guichet unique fournissant notamment des services d'organisation d'événements. Une brochure sur l'offre en tourisme d'affaires est en préparation, mais pour le moment le site Internet de l'agence offre peu d'information.



Notoriété touristique

La région a une faible notoriété touristique. Elle est connue essentiellement pour les produits de chasse et pêche en pourvoirie et le tourisme nordique, mais le développement de ce dernier en est encore à ses débuts.



Organismes engagés dans le développement du tourisme d'affaires

Voyages Eeyou Istchee Baie James, Association crie de pourvoirie et de tourisme, Tourisme Baie-James, Tourisme Eeyou Istchee, Secrétariat aux alliances économiques Nation crie Abitibi-Témiscamingue



Credit photo : Tourisme Baie-James - Hooké

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 4
Superficie totale des salles : non disponible
Capacité maximale unique : non disponible
Grandes chaînes hôtelières : 0



Capacité d'hébergement³¹

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 201
Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 0



Accessibilité

Accès aérien : oui
Accès routier par voie rapide : non
Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017³²



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 3 333
Hors Québec : 0



Volume de touristes

Intra-Québec : 15 667
Hors Québec : 0



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 34 667
Hors Québec : 0

³¹ En date du 7 septembre 2018

³² Source : Statistique Canada

Défis

- Il y a un besoin de circonscrire l'univers du tourisme d'affaires : seul l'agrément est considéré comme du tourisme dans la région.
- Les établissements ne sont pas prêts à recevoir des congrès. Il n'y a pas de salle ni de capacité d'hébergement suffisante.
- La région n'est pas très connue sur le plan touristique.
- Afin de maximiser les retombées associées au tourisme d'affaires, la région doit se structurer et se concerter. Pour cela, des services d'accompagnement sont requis.

Forces et perspectives

- La région est très dynamique du point de vue minier, ce qui occasionne la venue de plusieurs investisseurs, explorateurs miniers, scientifiques et travailleurs. Ceux-ci tiennent des réunions et organisent de petits congrès. L'offre visant ces visiteurs pourrait être bonifiée afin, notamment, de favoriser la prolongation des séjours.
- La région offre un milieu naturel exceptionnel et plusieurs lieux de villégiature. Il y a un potentiel pour développer l'offre de voyages de motivation, de renforcement d'équipe, de réunions de planification stratégique et d'expériences particulières.
- Chibougamau est la métropole du Nord-du-Québec et compte plusieurs ministères et organismes publics qui organisent des réunions.

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Fédérés par l'ATR, les établissements hôteliers de la région collaborent étroitement afin de développer le tourisme d'affaires.

Tourisme Laval et les sept hôtels les plus grands de la région travaillent en partenariat et se partagent des ressources humaines ainsi que l'information sur les clientèles reçues.



Dynamisme régional

La structure industrielle de Laval est fortement tournée vers le secteur tertiaire. Les taux de diplomation et d'emploi sont plus élevés dans cette région que dans l'ensemble du Québec.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Cité de la Biotech

Secteurs en essor : services, haute technologie et pharmaceutique

Recherche universitaire et collégiale :

- Universités : INRS–Institut Armand-Frappier, Université du Québec à Montréal (campus de Laval), Université de Montréal (campus de Laval)
- Collèges : Cégep Montmorency, Collège CDI, Collège inter-DEC, Collège de l'immobilier du Québec

Vitalité culturelle :

Dans le cadre de la Stratégie gouvernementale pour assurer l'occupation et la vitalité du territoire, deux des priorités ciblées par les acteurs régionaux concernent le développement culturel.



Innovation

La destination dispose d'un site Internet attrayant et actuel qui fournit beaucoup d'information ainsi que des services d'accompagnement.

- L'outil « Le simplificateur » offre une gamme élargie de services d'accompagnement pour l'organisation d'un événement. L'application mobile est gratuite à l'achat de 100 nuitées.
- Six carnets à télécharger (sorties, gourmand, événements, énergétique, activités, affaires) et des « conseils d'experts » (thèmes originaux, lieux pour activités de consolidation d'équipe, lieux inusités, utilisation des médias sociaux, bâtir une programmation béton, maximiser les retombées, organiser un événement écoresponsable, etc.) sont offerts.
- D'autres outils sont également proposés : guides pratiques, présentations visuelles, logos à télécharger, transfert de fichiers, textes promotionnels.



Notoriété touristique

Sur le plan touristique, Laval est surtout reconnue pour son industrie du tourisme d'affaires. Cependant, au cours des dernières années, la perception de la région s'est substantiellement améliorée. Les trois principales raisons pour lesquelles les Québécois ont visité Laval au cours des douze derniers mois sont la pratique d'activités récréatives et la participation à une rencontre d'affaires ou à des activités culturelles.



Organisme engagé dans le développement du tourisme d'affaires

Tourisme Laval



Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 27

Superficie totale des salles : 273 600 pi²

Capacité maximale unique : 89 469 pi² (Place Forzani)

Grandes chaînes hôtelières : 3 (Sheraton, Hilton, Holiday Inn)



Capacité d'hébergement³³

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 681

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 665



Accessibilité

Accès aérien : non (proximité de l'aéroport international de Montréal [YUL], à moins de 20 km)

Accès routier par voie rapide : oui

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017³⁴



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 95 333

Hors Québec : 7 633



Volume de touristes

Intra-Québec : 19 667

Hors Québec : 14 433



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 44 000

Hors Québec : 48 633

³³ En date du 7 septembre 2018

³⁴ Source : Statistique Canada

Défis

- Les attraits touristiques de la région de Laval sont relativement récents et orientés vers la clientèle familiale.
- Plusieurs Québécois perçoivent Laval comme une ville d'affaires, ce qui ne favorise pas la prolongation des séjours et limite le développement du créneau des voyages de motivation et de renforcement d'équipe. Le développement de l'offre touristique qui a cours dans la région pourra améliorer les résultats des efforts consacrés à ce segment de clientèle.

Forces et perspectives

- Les acteurs du secteur du tourisme d'affaires de Laval sont très mobilisés, et l'ATR exerce un leadership fort et dynamique.
- Tourisme Laval offre beaucoup de services d'accompagnement, prodigués par une équipe de simplificateurs experts ainsi que des outils et des conseils, disponibles sur le site Internet de la destination.
- Il y a une multitude de lieux de rencontre sur un territoire relativement restreint.
- Laval profite de la proximité avec Montréal et son aéroport, de la présence du métro, de très bons accès routiers ainsi que de services de transport en commun interrégional.

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Les acteurs évoluant dans le secteur du tourisme d'affaires de la région du Centre-du-Québec, qui accueille depuis longtemps de nombreux événements d'affaires québécois, sont très mobilisés.

- Les offices de tourisme locaux disposent d'une vaste expérience dans le secteur ainsi que de budgets réservés à cet effet. Depuis quelques années, l'ATR pose des gestes afin d'assurer davantage de concertation entre les acteurs des différentes localités et les partenaires y adhèrent.
- Très industrielle, la région compte de nombreuses entreprises, et le tourisme d'affaires fait naturellement partie des secteurs importants pour les gens de la région.
- Tourisme Centre-du-Québec dispose d'une personne-ressource qui consacre son temps au secteur du tourisme d'affaires. L'organisation offre aussi des services d'accompagnement.
- Les offices de tourisme de Bécancour, de Drummond, de Nicolet et de Victoriaville offrent des services d'accompagnement pour les organisateurs d'événements, en plus de proposer des activités paracongrès pour les participants ainsi que pour les conjoints qui les accompagnent.
- Tourisme Victoriaville et sa région a créé Destination Victoriaville, un fonds réservé aux congrès et aux événements qui vise à attirer de nouveaux événements, tant sportifs, culturels que d'affaires.
- Il y a plusieurs exemples de maillage entre établissements hôteliers, centres d'exposition, attraits touristiques et producteurs locaux.
- Drummondville a un club d'ambassadeurs de la destination.



Dynamisme régional

L'économie de la région est très diversifiée. Le secteur de la fabrication, proportionnellement plus important dans le Centre-du-Québec que dans le reste du Québec, est constitué de PME actives dans plusieurs sphères d'activité. Le secteur agroalimentaire est aussi très dynamique. Bécancour est première au classement des plus grands espaces industriels contigus de la province, alors que Drummondville se classe au huitième rang.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Parc industriel et portuaire de Bécancour : électrométallurgie, électrochimie, industries lourdes et technologies propres
- Centre d'innovation en transformation agroalimentaire de Nicolet (Corporation de développement économique de Nicolet)
- Secteurs clés : agroalimentaire, travail du bois, fabrication de machines, de produits métalliques et de papier, fabrication de matériel de transport
- Trois créneaux d'excellence ACCORD : meuble et bois ouvré, transport terrestre, textiles techniques

Recherche universitaire et collégiale :

- Université : Université du Québec à Trois-Rivières (Centre universitaire de Victoriaville et campus de Drummondville)
- Collèges : Cégep de Drummondville, Cégep de Victoriaville et École nationale du meuble et de l'ébénisterie
- Centres collégiaux de transfert de technologie : agriculture biologique et de proximité, innovation sociale en agriculture, innovation en ébénisterie et en meuble

Vitalité culturelle :

La région compte plusieurs musées, une Route des antiquaires ainsi que des salles de spectacle et des théâtres, en plus d'être l'hôte d'événements culturels et de festivals aux thèmes variés.



Credit photo : Mathieu Dupuis

CENTRE-DU-QUÉBEC

Maturité régionale : ● En émergence

Innovation

- Les sites Internet de Tourisme Drummond, de Tourisme Bécancour et de Tourisme Victoriaville ont une section sur le tourisme d'affaires qui propose, en plus des lieux de rencontre, plusieurs services et activités connexes.
- Le volet tourisme de la Corporation de développement économique de Victoriaville et sa région a réalisé une vidéo promotionnelle en tourisme d'affaires qui illustre le caractère urbain et naturel de la destination.
- Le Victorin Hôtel et Congrès de Victoriaville a reçu en 2016 la certification Terroir et Saveurs du Québec, une première québécoise pour ce type d'établissement.

Notoriété touristique

Bien que le nom de la région soit relativement peu connu, il y a une diversité d'activités et d'attraits reconnus et appréciés des touristes : agrotourisme et tourisme gourmand, routes découvertes, vélo, circuits touristiques pour la découverte des produits locaux ou des trésors des antiquaires, excursions en bateau ainsi que plusieurs autres activités culturelles et récréotouristiques. La région compte plusieurs lieux reconnus, notamment le lac Saint-Pierre (désigné Réserve mondiale de la biosphère par l'UNESCO), le Village québécois d'antan, le Centre de la biodiversité du Québec et le Musée des Abénakis. Par ailleurs, Victoriaville a reçu en 2017 la première certification provinciale Destination pour tous de trois étoiles décernée par l'organisme Kéroul.

Organismes engagés dans le développement du tourisme d'affaires

Tourisme Drummond – SDED, Tourisme Nicolet-Yamaska, Tourisme Victoriaville et sa région, Tourisme Bécancour et sa région, Tourisme Centre-du-Québec

Éléments techniques

Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 16

Superficie totale des salles : 305 515 pi²

Capacité maximale unique : 60 000 pi² (Centrexpo Cogeco)

Grandes chaînes hôtelières : 3 (Universel, Quality, Comfort Inn)

Capacité d'hébergement³⁵

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 361

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 693

Accessibilité

Accès aérien : non

Accès routier par voie rapide : oui

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

35 En date du 7 septembre 2018

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017³⁶



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 262 000

Hors Québec : 967



Volume de touristes

Intra-Québec : 23 000

Hors Québec : 10 500



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 84 667

Hors Québec : 52 833

Défis

- Selon les partenaires de la région, le problème de la pénurie de main-d'œuvre est particulièrement important dans le Centre-du-Québec. Les difficultés de recrutement freinent l'expansion des entreprises, notamment dans le secteur du tourisme.
- Créée en 1997, la région du Centre-du-Québec est encore peu connue.
- Le fait que la plupart des visiteurs québécois puissent accéder à la région facilement et rapidement ne favorise pas le prolongement des séjours et l'augmentation des nuitées.

Forces et perspectives

- La mobilisation des acteurs économiques envers le tourisme d'affaires est remarquable dans les localités du Centre-du-Québec. Les produits du terroir sont à l'honneur lors des événements et les maillages entre entreprises complémentaires sont nombreux.
- Les offices de tourisme locaux investissent et travaillent avec sérieux à l'attraction d'événements d'affaires sur leur territoire.
- La région occupe une position géographique centrale, à mi-chemin entre la métropole et la Capitale-Nationale, et au carrefour des principaux axes routiers, notamment l'autoroute 20 et l'autoroute 55. Environ 70 % de la population du Québec réside à moins d'une heure de route de Drummondville.
- La région compte un nombre appréciable d'infrastructures de rencontre et d'établissements hôteliers de trois étoiles et plus, et plusieurs hôtels ont été récemment rénovés.
- Les lieux de rencontre sur le territoire sont très variés, des salles pouvant accueillir des congrès aux produits de villégiature idéaux pour le renforcement d'équipe et les réunions de planification stratégique, et ce, à des coûts très abordables.
- Le Centrexpo Cogeco, pourvu d'installations ultramodernes et à la fine pointe de la technologie, propose des salles modulables et des équipements flexibles qui s'adaptent à différents besoins.
- Le centre de congrès de l'Hôtel Montfort, à Nicolet, offre un produit distinctif de réunions en villégiature.
- Le Victorin Hôtel et Congrès de Victoriaville procure une solution clés en main et à proximité de lieux d'expertise, notamment dans les domaines du développement durable et de l'agriculture biologique ou traditionnelle.

Éléments qualitatifs



Dynamisme régional

L'économie du Nunavik repose pour une large part sur le secteur primaire, mais également sur le secteur tertiaire, avec des proportions d'emploi plus importantes que dans le reste du Québec.



Notoriété touristique

Le tourisme est très peu développé dans la région.

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 2

Superficie totale des salles : non disponible

Capacité maximale unique : 400 pi² (Hôtel de la coopérative de Kuujuarapik)

Grandes chaînes hôtelières : 0



Capacité d'hébergement³⁷

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 37

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 0



Accessibilité

Accès aérien : oui

Accès routier par voie rapide : non

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : non

³⁷ En date du 7 septembre 2018



Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017³⁸



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : 1 667

Hors Québec : 0



Volume de touristes

Intra-Québec : 11 333

Hors Québec : 4 000



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 169 333

Hors Québec : 12 000

Défis

- L'éloignement et les problèmes d'accessibilité constituent des freins majeurs au développement du tourisme d'affaires dans la région.
- Le manque d'infrastructures entrave aussi le développement de ce secteur.

Éléments qualitatifs



Mobilisation du milieu

Bien que le secteur du tourisme ne soit pas encore développé dans la région, les acteurs du milieu montrent une volonté et un esprit de collaboration remarquables.

- Il y a une collaboration notable non seulement entre les acteurs du milieu, mais aussi avec ceux de la Jamésie. En effet, Tourisme Eeyou Istchee et Tourisme Baie-James développent de manière conjointe le tourisme dans la région.
- L'agence réceptive Voyages Eeyou Istchee Baie-James dispose d'une ressource qui offre des services d'aide à l'organisation de réunions.



Dynamisme régional

Le Nord fait l'objet d'investissements miniers majeurs.

Parc technologique et grappe industrielle :

- Créneau d'excellence ACCORD en tourisme nordique
- Secteurs clés : mines, hydroélectricité, foresterie

Recherche universitaire et collégiale :

- Aucune institution
- Par contre, le Nord-du-Québec se présente actuellement comme un laboratoire naturel et plusieurs chercheurs le visitent.

Vitalité culturelle :

Les communautés crie sont engagées dans un effort visant à valoriser leur culture ancestrale.



Innovation

La création de Voyages Eeyou Istchee Baie James permettra de faire connaître l'offre touristique unique de la région.

- Afin de développer le tourisme dans la région, Tourisme Eeyou Istchee, Tourisme Baie-James et l'Association crie de pourvoirie et de tourisme ont créé conjointement un organisme de promotion de la destination, Voyages Eeyou Istchee Baie-James. Cet organisme a pour but de faciliter les déplacements vers le Nord, en participant à la structuration et à la promotion de l'offre touristique du Nord ainsi qu'en mettant en place des outils de réservation. Bien qu'il vise surtout le tourisme d'agrément, il a également pour objectif de favoriser la croissance du nombre de réunions tenues par les entreprises minières, notamment dans les pourvoiries.
- Par contre, le site Internet de l'organisme ne comporte pas de section consacrée au tourisme d'affaires. De plus, les sites Internet des quatre établissements hôteliers offrant des salles de conférence à louer dans la région transmettent très peu d'information.



Notoriété touristique

Le tourisme est encore très peu développé dans le Nord-du-Québec. Cependant, l'offre y est unique, en grande partie en raison des produits touristiques autochtones proposés, des rassemblements culturels dans les diverses communautés crie, tels que la cérémonie des premiers pas et la tenue de pow-wow. Le territoire compte des lieux de villégiature grandioses, de nombreuses pourvoiries ainsi que de multiples sentiers pour la motoneige et les véhicules tout-terrain. En plus de pouvoir observer des animaux marins à la Baie-James et la faune nordique à l'intérieur des terres, il est possible de visiter des lieux inusités comme les centrales hydroélectriques.





Organismes engagés dans le développement du tourisme d'affaires

Voyages Eeyou Istchee Baie-James, Tourisme Eeyou Istchee, l'Association crie de pourvoirie et de tourisme, Tourisme Baie James

Éléments techniques



Espaces de rencontre

Nombre d'emplacements : 4

Superficie totale des salles : non disponible

Capacité maximale unique : non disponible

Grandes chaînes hôtelières : non disponible



Capacité d'hébergement³⁹

Nombre d'unités de location 3 étoiles : 84

Nombre d'unités de location 4 et 5 étoiles : 0



Accessibilité

Accès aérien : oui

Accès routier par voie rapide : non

Accès au transport en commun routier ou ferroviaire : oui

Résultats du tourisme d'affaires – Moyenne des années 2015, 2016 et 2017⁴⁰



Volume d'excursionnistes

Intra-Québec : non disponible

Hors Québec : 0



Volume de touristes

Intra-Québec : 12 667

Hors Québec : 0



Nombre de nuitées

Intra-Québec : 306 667

Hors Québec : 0

³⁹ En date du 7 septembre 2018

⁴⁰ Source : Statistique Canada

Défis

- L'éloignement de la région et les difficultés d'accès à cette dernière sont les freins les plus importants au développement de son potentiel touristique.
- Les membres des communautés crie organisent de nombreuses réunions auxquelles participent des gens venant des quatre coins du vaste territoire du Nord-du-Québec. Le Secrétariat aux alliances économiques Nation crie Abitibi-Témiscamingue tient ainsi régulièrement des rencontres. Cependant, plusieurs de ces rencontres ont lieu au Sud, c'est-à-dire en Abitibi, voire à Montréal. C'est en 2017 que le Secrétariat a organisé sa première conférence annuelle en territoire cri, à Mistissini.
- Les acteurs du milieu travaillent en concertation afin de développer le tourisme dans la région, mais ces efforts seraient renforcés par la mise en place de structures plus officielles et de mécanismes tels qu'une plateforme de diffusion de l'information sur l'offre en tourisme d'affaires, ou encore un réseau d'ambassadeurs.

Forces et perspectives

- La région accueille de nombreux voyageurs d'affaires, notamment en raison de l'activité minière et de la recherche scientifique sur les effets des changements climatiques dans les milieux nordiques.
- Quatre hôtels ont été construits ou ont subi des rénovations majeures grâce au programme Aide au développement touristique au nord du 49^e parallèle (ADN49). Leurs espaces de rencontre disposent maintenant d'équipements à la fine pointe de la technologie.
- Le potentiel de développement en matière de voyages de motivation ou de réunions de planification stratégique est important grâce à la présence de produits de villégiatures uniques. De plus, les expériences mettant en vedette la culture autochtone, notamment des rencontres avec les anciens et la découverte des bases de la philosophie autochtone, en font une offre touristique exceptionnelle.

