Document généré le 13 juin 2025 15:16

Téoros
Revue de recherche en tourisme

La santé économique d'une région
La cause et l'effet des déplacements et des réunions d'affaires

Lynda Généreux

Volume 15, numéro 3, automne 1996

Le tourisme d'affaires

URI : https://id.erudit.org/iderudit/1075068ar
DOI : https://doi.org/10.7202/1075068ar

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)
1923-2705 (numérique)

Découvrir la revue

Citer cet article

Généreux, L. (1996). La santé économique d'une région : la cause et l'effet des déplacements et des réunions d'affaires. *Téoros*, *15*(3), 45–46. https://doi.org/10.7202/1075068ar

Tous droits réservés © Université du Québec à Montréal, 1996

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

LA SANTÉ ÉCONOMIQUE D'UNE RÉGION

LA CAUSE ET L'EFFET DES DÉPLACEMENTS ET DES RÉUNIONS D'AFFAIRES

Lynda Généreux, responsable de la promotion touristique et des congrès
Société de développement économique de la région Sherbrookoise – secteur tourisme

Selon le rapport statistique de Tourisme Québec, les déplacements d'affaires et les congrès représentent 26,4 % des dépenses touristiques faites au Québec en 1994. Les déplacements et les réunions d'affaires sont au premier rang avec des dépenses de 661 millions de dollars, soit 61 %. Pour ce qui est de l'industrie des congrès, cette activité a généré des dépenses touristiques de l'ordre de 292 millions de dollars.

Parallèlement aux sources de Tourisme Québec, le réseau des quinze bureaux de congrès du Québec (ABCQ) recueille annuellement le nombre de nuitées/chambres qui sont générées par les congrès sur leurs territoires d'intervention. La méthodologie de calcul diffère du ministère mais permet quand même d'évaluer la croissance de cette industrie dans ces quinze villes. L'ABCQ qualifie de congrès une réunion d'affaires qui engendre un minimum de cinquante nuitées/chambre. Par ailleurs, la méthode de compilation des bureaux de congrès ne permet pas de compter les déplacements et les réunions d'affaires. Il faut aussi rappeler que les bureaux de tourisme et de congrès ont le mandat de promouvoir les destinations auprès des associations ou corporations. Pour les déplacements et réunions, c'est l'affaire des hôteliers. À cet égard, certains établissements réussissent des affaires d'or en étant très actifs auprès de leurs clientèles cibles. Les hôtels qui sont affiliés à une chaîne ont probablement une longueur d'avance; la force de l'équipe des ventes est un atout.

Les clients qui font des déplacements d'affaires sur une base régulière se voient

Photo: Palais des Congrès de Montréal

offrir des programmes Privilège ou d'adhésion à un Club Sélect où leur profil sera conservé dans le fichier de réservations à l'aide d'un numéro qui leur est attribué. Ils se verront alors offrir des appels locaux gratuits, une chambre plus spacieuse que la catégorie demandée, aucune attente au départ pour le règlement de la note, des réductions dans les autres services de l'hôtel (bars, restaurants, spa ou salon de coiffure); bref, ils pourront profiter de leur statut de clients d'affaires. Les bons clients seront aussi appelés à transmettre leur appréciation aux services des ventes; ces rencontres pourront s'effectuer lors du déplacement à l'hôtel ou lors de visites annuelles du représentant affecté à ce poste. Plusieurs organisations au Québec bénéficient de statut de client privilégié à partir du potentiel de nuitées que leurs employés peuvent générer sur une période annuelle. Cette qualification leur donnera accès aux traitements de faveur offerts par l'établissement qui les sollicitera. D'autres programmes d'encouragement sont aussi proposés aux entreprises: des points bonis, des tirages de voyages vers des destinations où la chaîne hôtelière est présente ou des cadeaux attrayants pour souligner la fidélité des clients. Certains hôteliers miseront plutôt sur la valeur ajoutée des services: équipements audiovisuels, pauses-café et pourquoi pas du sucre à la crème maison! Les petites gâteries auront toujours de l'effet chez les clients... (Eh oui, messieurs! Vous êtes les premiers intéressés).

Les motifs de déplacements d'affaires varient pour chaque région du Québec. Plus souvent qu'autrement, c'est le dynamisme économique et l'accessibilité d'une région qui seront déterminants dans la progression de ce segment d'activités. Les Bombardier, Waterville T.G., Shermag et les deux universités représentent un potentiel important de déplacements d'affaires vers la région de Sherbrooke qui est en voie d'accueillir un Centre de recherche en santé, unique au Canada, avec l'inauguration du Centre de recherche clinique et de l'Institut de pharmacologie, tous deux situés dans le parc biomédical. Deux établissements hôteliers qui sont sous la bannière de chaînes reconnues vous diront que la clientèle d'affaires représente de 45 % à 60 % de leur chiffre d'affaires.

Photo: Palais des Congrès de Montréal

La région de Rimouski se qualifie aussi comme carrefour de réunions d'affaires par la présence de l'Institut Maurice-Lamontage (pêches et océans), des sièges sociaux de ministères provinciaux et fédéraux ainsi que des universités.

L'Hôtel Delta Montréal terminera l'année 1996 avec le plus haut taux d'occupation des hôtels de même catégorie; La clientèle d'affaires représente 71 % de son occupation annuelle.

Le Holiday Inn Plaza La Chaudière, un hôtel majeur de la région de Hull mentionne que le monde des affaires fait souvent référence à «Silicon Valley» pour parler du potentiel d'entreprises en informatique de sa région. Leur clientèle de déplacements d'affaires et de réunions provient en majorité du gouvernement puisque six sièges sociaux de ministères sont adjacents aux hôtels majeurs, sans compter les entreprises des pâtes et papiers de l'Outaouais qui alimentent de nombreux déplacements.

Il est aussi vrai que les déplacements d'affaires ont beaucoup diminué dans le cas de certaines entreprises et organisations. Des déplacements qui étaient effectués aux deux semaines ont été réduits au mois et parfois même à une ou deux fois par année.

La région de Joliette, une capitale régionale, a relégué la clientèle d'affaires au troisième rang dans ses priorités d'actions commerciales, bien que certaines entreprises de la région soient de bons générateurs de déplacements d'affaires, entre autres Firestone, Papier Scott, Simard St-Laurent et la compagnie Graybec.

En terminant, les hôteliers qui désirent faire de bonnes affaires n'auront pas d'autres choix que de cibler les entreprises qui sont en croissance dans certains secteurs de l'économie, notamment la haute technologie, et proposer des tarifs ainsi que des services innovateurs. La clientèle d'affaires dépense entre 150 $ à 199 $ par nuitée selon le pays d'origine. Cette dernière mérite une attention particulière pour répondre à ses besoins sans cesse croissants. Saurons-nous être à la hauteur?