

## Une offre diversifiée soumise au défi de l'excellence Les destinations congrès au Québec

Sylvie Lafleur

Volume 4, Number 3, November 1985

L'essor de l'industrie des congrès

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1080788ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1080788ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Lafleur, S. (1985). Une offre diversifiée soumise au défi de l'excellence : les destinations congrès au Québec. *Téoros*, 4(3), 12-14.  
<https://doi.org/10.7202/1080788ar>

# Une offre diversifiée soumise au défi de l'excellence

par Sylvie Lafleur\*

Bien avant d'entreprendre l'étude des différentes alternatives qui lui sont offertes pour réaliser son congrès au Québec, un acheteur potentiel doit d'abord identifier les orientations de son association et le profil de ses membres pour ainsi mieux préciser ses besoins et ses attentes face au milieu.

Dépendamment de la dynamique dans laquelle une organisation évolue, le congrès ou la rencontre annuelle de ses membres peut être tout à fait déterminante pour son avenir.

Très souvent, cette rencontre est à peu près la seule mesure vérifiable de la vivacité et de la qualité de l'organisation. Doit-on en faire le plus gros spectacle afin d'accroître le nombre d'adhérents? L'image projetée dans le public en général est-elle à ce point importante qu'il lui faut trouver l'endroit le plus prestigieux pour réunir ses membres? Ou au contraire, est-ce le moment privilégié pour se concentrer et s'éloigner des sollicitations extérieures pour régler bien des problèmes internes?

Toutes ces questions notamment doivent être clairement répondues avant de regarder l'offre globale du Québec en matière de congrès car leurs réponses détermineront le choix d'un type de destination.

Puisqu'on y est, jetons un regard critique sur ces types de destinations qui, pour le besoin de la cause, se diviseront en quatre grandes catégories:

- Les grandes villes du Québec avec leur centre de congrès.
- Les villes moyennes sans centre de congrès (capitales régionales).
- Les villes moyennes possédant un centre de congrès.
- Les centres de villégiature.

## Les grandes villes du Québec et leur centre de congrès

Les avantages que possèdent nos grandes villes, Montréal et Québec, sont nombreux.

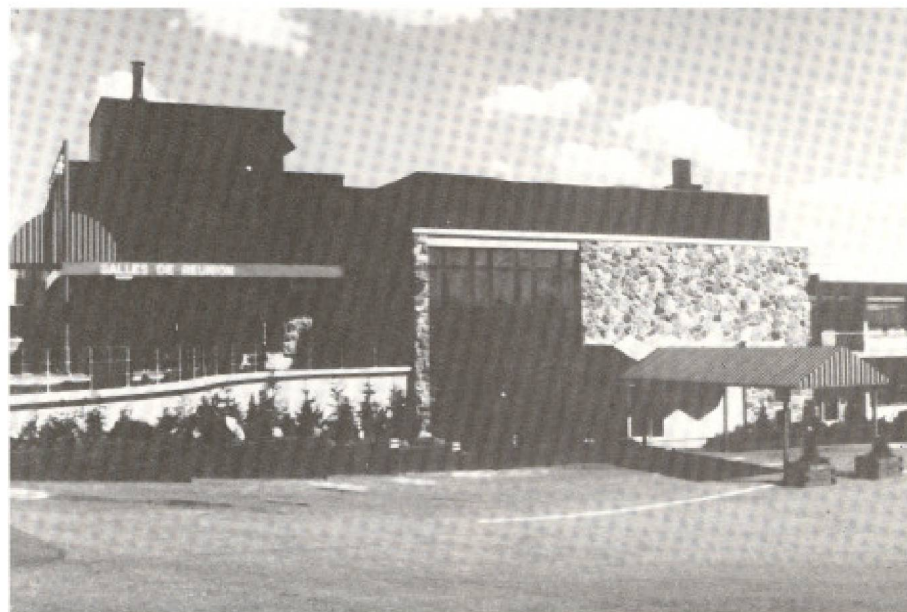
C'est sans doute dans les grands hôtels et les centres de congrès de ces villes que se retrouve tout ce qu'il faut pour satisfaire les plus grands besoins. Notamment ce sont eux qui possèdent le plus grand nombre et les plus grandes salles. Dans un seul hôtel, vous retrouverez plus de chambres et de suites que n'importe où ailleurs. Ces grands hôtels sont très souvent dans les centres-villes, donc à proximité des boutiques et du divertissement et le choix des activités hors congrès est alors très grand. Ces villes sont très attirantes pour le participant au congrès. La popularité de leurs sites touristiques, les grands événements qui s'y déroulent, l'occasion pour les membres des régions éloignées de se ressourcer et de prendre contact de temps à autre avec un grand centre, la facilité pour les organisateurs de trouver réponse à leurs besoins, toutes ces raisons - et bien d'autres - font de ces grands centres sans doute la destination congrès la plus populaire.

Par contre, tous ces avantages peuvent facilement se transformer en inconvénients

lorsque le but de l'association est de créer davantage de liens et d'unité à l'intérieur de ses membres. Tous ces attraits éloignent alors les délégués du but réel de leur rencontre. Toutes ces sollicitations extérieures deviennent des compétiteurs.

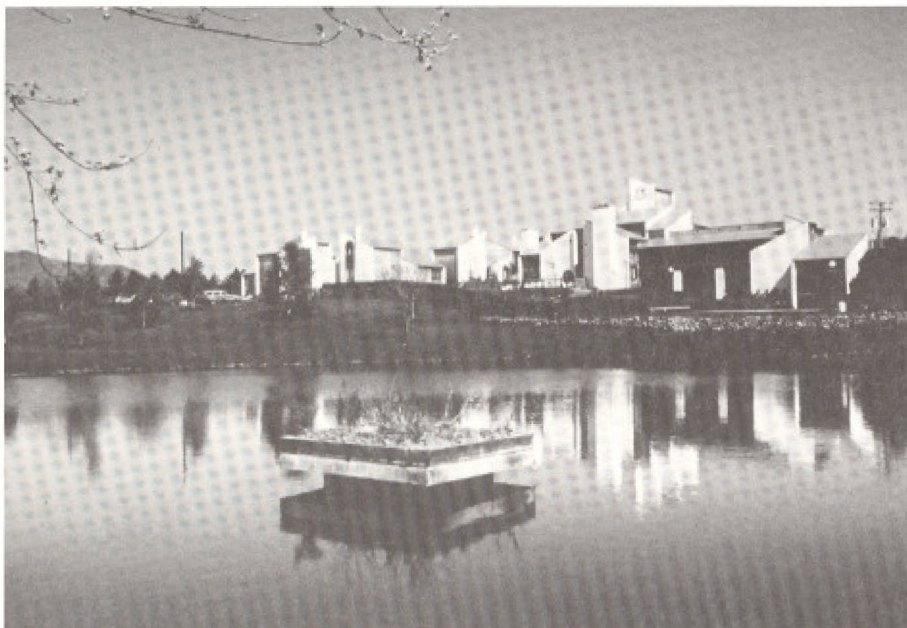
De plus, si un congrès regroupe un nombre limité de délégués (par exemple, moins de 500), il risque de se retrouver noyé dans un lieu qui reçoit en même temps plusieurs activités. Il faut alors prévoir tous ses besoins techniques à l'avance car il y a de la compétition. Chambres, tables, chaises, équipement audio-visuel, besoins spéciaux en électricité, téléphones etc. sont alors souhaités par plusieurs et comme toujours, premier arrivé, premier servi! Les trois, quatre ou cinq cents délégués ont de la difficulté à se retrouver dans un lieu qui peut en accueillir cinq mille et parfois plus. Une bonne signalisation est alors indispensable et il faut s'assurer que le personnel des lieux est bien en mesure de répondre aux demandes de renseignements.

Dans ces grandes villes et peut-être plus



Dans les villes moyennes, les congressistes sont des clients privilégiés. Souvent, dans un hôtel, ils sont à peu près les seuls clients pendant la période du congrès et monopolisent alors l'attention de tout le personnel. Ici, l'hôtel Le Baron à Sherbrooke.

\*Sylvie Lafleur est directrice du marketing au Bureau du tourisme et des congrès de Sherbrooke.



Auberge Chéribourg (Mont-Orford). Les centres de villégiatures favorisent des échanges intenses et fructueux, sans contraintes extérieures.

particulièrement à Montréal, on retrouve aussi des hôtels à congrès situés à proximité des aéroports de Dorval ou Mirabel.

Il est donc évident à ce moment-ci, que le problème du transport n'en est plus de même que les stationnement. Pour une réunion d'une journée, cette alternative semble très alléchante, mais ses avantages perdent de leur attrait pour des séjours plus prolongés car l'environnement n'y est pas trop favorable.

### Les villes moyennes à congrès du Québec (capitales régionales)

Cet environnement, on le retrouve à son meilleur dans les villes moyennes à congrès. Au Québec une dizaine de villes peuvent ainsi se qualifier. Pensons entre autre à Alma, Chicoutimi, Drummondville, Granby, Jonquière, Hull, Laval, Rivière du Loup, Rimouski, Rouyn-Noranda, Sherbrooke, Saint-Hyacinthe, Trois-Rivières et Val d'Or. Ces villes n'ont pas toutes le même potentiel et ne possèdent pas le même équipement. Il est vraiment très variable, mais le point commun qui réunit ces villes, c'est qu'elles ont toutes un bureau de tourisme et des congrès. Le plus simple est de feuilleter les fiches techniques qui se retrouvent dans un autre article de ce numéro spécial, ou mieux encore de vous référer au bureau local qui sera en mesure de vous fournir tous les détails pertinents quant à l'équipement dont disposent ces villes. Certaines de ces villes sont des villes universitaires et, du mois de mai à la fin du mois d'août, les installations de ces institutions scolaires sont disponibles, que ce soit tant au niveau de l'hébergement, des salles de réunion, de banquet, de l'équipement sportif qu'au niveau aca-

démique où des conférenciers chevronnés peuvent prêter leur concours. Les universités ont aussi une vocation d'aide au milieu non négociable qui les rend très disponibles à de telles collaborations.

Ce qui s'avère très important de souligner, c'est que, dans ces villes, les congressistes sont des clients privilégiés. Ils reçoivent la plus grande des attentions parce qu'ils utilisent la majorité sinon la totalité des équipements offerts. Dans un hôtel donné, ils se retrouvent à peu près comme seuls clients et monopolisent alors l'attention de tout le personnel.

Le milieu local en général est conscient de leur passage et le souligne avec éclat. Les autorités municipales sont présentes et un effort particulier est accordé au programme des conjoints. C'est l'occasion pour les congressistes de découvrir un coin de province où malheureusement, ils n'y auraient peut-être pas mis les pieds autrement.

Par contre, il est évident que le choix des salles de réunions et de banquet est beaucoup plus réduit et que l'organisation doit composer avec cette contrainte. On doit aussi faire parfois appel à des services spécialisés de l'extérieur pour des besoins ultra-sophistiqués. Les participants à de tels événements doivent parfois loger dans plus d'un établissement. La question des distances devient aussi un facteur dont on doit tenir compte surtout dans les cas où la ville ne possède pas de liaisons aériennes régulières avec les grands centres ou même d'aéroport. Ces inconvénients sont cependant, aux dires des organisateurs, vite oubliés car, une fois sur place, il est très facile de donner une saveur locale et un ton particulier afin de créer un atmosphère inoubliable et de resserrer les liens entre les membres de l'association.

### Les villes moyennes possédant un centre de congrès

Au Québec, deux villes répondent actuellement à ces critères et ce sont Jonquière et Hull. D'ici peu, une troisième ville se dotera d'un tel équipement, la ville de Laval. Des études de faisabilité sont en cours dans au moins deux autres villes.

Les avantages de ces villes sont énormes. Dans un lieu donné, il est possible de réunir près de 3,000 congressistes, de leur fournir un cadre bien équipé pour leurs réunions et leurs banquets. Le milieu se fait très accueillant et, bien que situé un peu à l'écart, le centre-ville est très facile d'accès à courte distance. Les problèmes de stationnement n'existent pas.

Presque toujours dans une ville moyenne, les mêmes inconvénients s'y retrouvent. Plus d'un établissement hôtelier est presque toujours requis pour satisfaire la demande. Parfois ces mêmes établissements sont situés à une certaine distance les uns des autres. Il est aussi possible, comme dans les grands centres, de retrouver plus d'un organisme à la fois en réunion au même endroit.

Le transport, la disponibilité d'équipements ou de personnel hautement spécialisé sont aussi à vérifier.

### Les centres de villégiature

Situés un peu partout au Québec et particulièrement dans des endroits choisis pour leur beauté géographique, les centres de villégiature du Québec constituent un apport non négligeable dans la composition de l'offre aux congrès.

Ils sont regroupés surtout dans des régions telles que Charlevoix, Estrie et Laurentides de même qu'en Outaouais.

Conçus au départ pour le tourisme de récréation, ces endroits ont beaucoup à offrir et ont intérêt à s'ouvrir de plus en plus au marché des congrès puisque celui-ci leur permettra de rentabiliser des équipements coûteux et d'opérer de façon annuelle et non saisonnière.

C'est d'ailleurs cette vocation première de récréation qui les rend si intéressants pour certains groupes. Il faut cependant bien s'assurer de l'intérêt de nos participants avant de s'y engager. En offrant un programme de travail un peu plus souple qui permettra aux congressistes de profiter des installations, une organisation peut stimuler et augmenter la participation de ses membres à sa réunion annuelle.

Plus que n'importe où ailleurs, les centres de villégiature rendent captifs leurs visiteurs. Ils favorisent ainsi à la fois des échanges intenses et fructueux et en même temps un rapprochement des participants. Il est aussi plus facile pour les organisateurs

de contrôler parfaitement bien le déroulement de l'événement. Peu de contraintes extérieures peuvent intervenir.

Ce service est habituellement de grand qualité et les salles de réunions suffisantes compte tenu de la capacité d'hébergement. Des prix "hors-saison" sont facilement négociables et peuvent rendre la destination fort alléchante.

Comme toujours les inconvénients se situent à la limite des avantages.

Si le programme n'est pas suffisamment bien préparé ou si encore les organisateurs ne tiennent pas bien en main le contrôle du déroulement de la réunion, toutes les installations si agréables peuvent vite entrer en compétition avec le programme et attirer davantage l'attention des congressistes. N'est-il pas plus intéressant de s'offrir une partie de golf dans un cadre automnal ou une journée de ski de printemps que d'écouter un conférencier mal choisi?

La distance, le temps de l'année, le coût, les activités possibles versus les intérêts des participants, la popularité, le prestige et la crédibilité de l'emplacement sont tous des facteurs dont il faut bien tenir compte devant une telle alternative.

## Conclusion

Le marché des congrès est un marché fort important dans l'industrie touristique du Québec. Actuellement, en 1985, l'offre est très diversifiée géographiquement et qualitativement (4 secteurs principaux).

Cette diversification était la 3<sup>ème</sup> recommandation d'un rapport déposé en 1976 par le Conseil de planification et de développement du Québec et intitulé **Avis sur le développement et la promotion au Québec des divers services inhérents aux congrès des associations continentales et nord américaines**, et elle se lit comme suit:

*"En vue de mieux servir les marchés canadien et nord-américain, on devrait promouvoir au Québec, la création d'un nombre restreint mais de haute qualité de sites de congrès, en milieu non-urbain. Cependant, en s'appuyant sur les résultats de l'étude, on doit apporter un soin méticuleux dans le choix de la nature et de la localisation de ces services. De façon plus précise, de tels sites doivent posséder des installations hautement fonctionnelles, avoir des avantages récréatifs élaborés et ils doivent être pourvus de services aériens rapides, fréquents et efficaces.*

*La politique gouvernementale en ce qui a trait aux réunions et aux congrès tenus sous ses auspices devrait encourager, quand cela est possible, la tenue de telles activités dans des centres régionaux. Cela entraîne qu'un programme sérieux d'aide doit être élaboré en vue de faci-*

*ter l'implantation des installations nécessaires dans ces sites. Par ailleurs, il est évident que de telles installations doivent servir d'autres besoins communautaires puisqu'il est improbable que la seule tenue de congrès puisse justifier, à elle seule, de telles mesures."*

Cet avis est plus que jamais d'actualité. Les grandes villes avec leur centre de congrès travaillant sur le marché international, les villes moyennes, qui ont également un centre de congrès peuvent donc facilement travailler sur un marché de congrès majeurs à l'intérieur du Canada principalement et du Québec. Comme nous avons pu le constater plus tôt, les centres de villégiature attirent une clientèle définie répondant à certains besoins bien spécifiques.

Il reste donc pour le dernier groupe, les villes moyennes à congrès du Québec, une bonne part du marché qu'elles peuvent très bien satisfaire. Orientées principalement vers les associations québécoises, les démarches de ces villes n'excluent toutefois pas une sollicitation vers l'extérieur. Elles ont tout intérêt à développer une thématique bien spécifique, reflétant une réalité de leur milieu, que personne d'autre ne pourrait s'approprier.

Afin de développer au maximum son potentiel, le Québec doit favoriser une diversification de son produit congrès, tant au point de vue géographique qu'au point de vue du type de destination. Mais avant toute chose, ce qui doit primer par-dessus tout, c'est l'excellence. Partout, à travers le monde, on retrouve des grandes villes possédant d'extraordinaires centres de congrès; partout à travers le Canada, on retrouve des villes à congrès bien pourvues ou encore des centres de villégiature dans des endroits à faire rêver. Mais, ce qui peut nous distinguer nous Québécois, c'est l'excellence de nos installations et le professionnalisme des gens qui y travaillent.

À tous les niveaux, le gouvernement peut et doit intervenir que ce soit au niveau de la formation ou encore de l'aide et de l'expertise qu'il est en mesure d'apporter par ses différents ministères et services.

C'est la seule issue possible pour renforcer la position concurrentielle du Québec et offrir un produit complet et bien intégré au milieu.

Il ne faut pas se leurrer, le Québec a beaucoup de compétition dans le domaine du tourisme d'affaires et de congrès. Cependant, des pas de géants ont été faits depuis 1976 et la situation semble bien sous contrôle. Tous les espoirs sont permis. †

## Bibliographie

- Choosing a meeting Site, Successful meetings*, Vol. 34, No 7, Montréal, July 1985, p. 63.
- Conseil de planification et de développement du Québec, *Une étude du processus décisionnel des associations nord-américaines dans le choix d'un site de congrès*, Analyse et résultats, Volume 1, Rapport final, collection Études et Recherches, p. 31.
- Conseil de planification et de développement du Québec, *Avis sur le développement et la promotion au Québec de divers services inhérents aux congrès des associations continentales nord-américaines*, Collection: Avis et recommandation, no. 1, février 1976, p. 9.
- Convention Liaison Council, *Convention Liaison manual*, Chapter One: Site Selection, Convention Liaison Council, USA, 1980, p. 10.
- Convention meetings Canada, *Official guide to Canada 1985-86*, Effective Communications limited, Ontario, July 1985, p. 108.
- Economics Research Associates, *Metropoll 1. A study of the North american meeting market, volume 11. Attitudinal and image findings*, 1985, p. 235.
- LORD, C. *Le Québec peut accroître sa part du marché des congrès*, *Revue Commerce*, Quatre-vingt sixième année / No. 1, Janvier 1984, p. 32.
- RHÉAUME, Charles, *Industrie des congrès: L'heure de la concertation a sonné*, *Revue MBA*, Vol. XI, no. 2, juin 1985, p. 17.
- The Theory and practice of convention management, Site Sélection, Successful meetings*, Vol. 26, no. 3, New-York 1977, p. 5.