

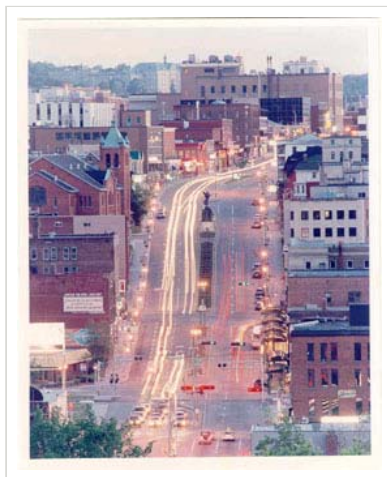
L'ABCQ et les régions - Le tourisme d'affaires en région est en expansion depuis dix ans

RÉGINALD HARVEY

Édition du samedi 23 et du dimanche 24 février 2008

Mots clés : Association des bureaux de congrès du Québec, Congrès, Québec (province)

La prochaine étape consistera à « regarder les marchés limitrophes au Québec pour les attirer »



Il y a plus d'une décennie, les congrès tenus en région se faisaient plus rares faute principalement d'infrastructures nécessaires et d'organisations adéquates. Les temps ont bien changé et l'Association des bureaux de congrès du Québec (ABCQ) se targue maintenant de connaître une croissance rapide du nombre de ses membres; les événements se multiplient et se diversifient en différents coins du Québec à caractère plus ou moins urbain.

En 1996, il s'est tenu 1085 congrès ou événements de plus de 50 nuitées et, en 2006, ce nombre était passé à 1639, ce qui représente une hausse de 51 %. De 2000 à 2008, il y a également eu une augmentation importante des membres de l'ABCQ: on en dénombre maintenant 62 comparativement à 43 il y a huit ans. La présidente

récemment désignée de l'ABCQ, Nancy Lambert, oeuvre depuis près de 20 ans au Bureau du tourisme et des congrès de Saint-Hyacinthe, et elle a assisté à la naissance et à l'évolution du tourisme d'affaires en région, sur lequel elle porte aujourd'hui ce regard: «Mon expérience provient du terrain et de mon travail avec les organisateurs. Je peux donc dire que j'ai constaté tout un changement depuis dix ans et que la situation est maintenant complètement différente.»

Des constats s'imposent

Elle pose toute une série de constats sur les tendances prises par cette industrie, lesquelles en modulent présentement les contours. Ici comme ailleurs, les nouvelles technologies se sont taillé une place de choix: «L'apparition et l'utilisation d'Internet pour la recherche ou pour la transmission d'information a pris une place prépondérante. J'ai vu récemment un congrès au cours duquel on n'a utilisé aucun document sous forme de papier; tout s'est fait par support électronique.» Il en découle une nette et lourde tendance dans la présentation des événements: «C'est la tenue des congrès verts et le recours à Internet qui facilitent l'emprunt de cette avenue-là.» Elle souligne encore que les organisateurs profitent de plus de souplesse dans les modifications à apporter grâce à l'électronique, mais qu'ils doivent aussi faire preuve de plus de rapidité dans leurs temps d'intervention.

Sur un autre plan, elle dégage un autre fait marquant: «Au cours des dix dernières années, il y a eu beaucoup d'ajouts d'infrastructures dans les régions et la plupart d'entre elles se sont dotées d'un centre de congrès. C'est le cas de Victoriaville en 2007, et le métro est arrivé à Laval pendant ce temps. On s'est adapté à cette clientèle-là du tourisme d'affaires, parce que les gens ont vu dans la mise en place d'infrastructures la bonne façon d'étirer une saison touristique d'été trop courte, qui s'étend du 24 juin au 1er septembre.»

Plusieurs nouveaux projets flottent dans l'air ou sont déjà en voie de réalisation: «Un centre de congrès sera inauguré sous peu à Lévis, la dernière phase du complexe Centropolis est en cours à Laval, et un nouvel hôtel quatre étoiles ouvrira en 2009 à Sherbrooke. Je ne parle ici que de ce qui est confirmé, mais ailleurs ça bouge beaucoup aussi.»

Elle signale un troisième point, à savoir que, dans de nombreuses régions, les bureaux ou organismes touristiques en place se sont dotés d'un secteur tourisme d'affaires au cours des dernières années: «Une structure et des ressources ont été ajoutées afin de pouvoir répondre à la demande, pour en faire la promotion et pour en assurer le développement», fait valoir Mme Lambert. En quatrième lieu, la présidente laisse savoir que, à cause la valeur de la monnaie canadienne, il se produit un fléchissement du marché étatsunien envers le Québec. Il s'ensuit que la concurrence est plus vive entre les diverses destinations québécoises qui ont à se partager une clientèle plus locale.

Elle s'arrête sur dernier fait significatif: «La durée des congrès a diminué parce que les organisations ont voulu réduire les coûts de participation. Quand j'ai débuté dans ce travail, on présentait des événements de quatre jours avec beaucoup de temps libres rendus nécessaires par la présence des conjoints. Les congrès se déroulent maintenant sur trois jours et il existe peu ou pas de programmes appelés "d'accompagnateurs".» Il en est ainsi par souci d'efficacité dans un monde où la clientèle a rajeuni et où les deux personnes formant le couple sont en situation d'emploi; en parallèle à cette réalité, le congrès de motivation se trouve en émergence.

La mise en valeur des atouts

Les régions du Québec tirent profit des attraits naturels qui les valorisent et des traits socioéconomiques et culturels qui les distinguent pour attirer les congrès. Nancy Lambert cite en exemple le milieu où elle évolue: «Saint-Hyacinthe est devenue en 1994 la première technopole agroalimentaire au Canada. Il est certain que cela a généré des retombées sur le plan du tourisme d'affaires et nous a notamment amené le congrès international des technopoles. On accueille des événements qui sont reliés au domaine de l'agroalimentaire.»

Dans le même ordre d'idées, Saguenay a su tirer profit de la présence de l'Université du Québec à Chicoutimi (UQAC) pour être l'hôte du 73e congrès de l'Association francophone pour le savoir (Acfas), en 2005. Rimouski est aussi avantagée du fait qu'elle est située en bordure de mer et qu'elle loge l'Institut maritime du Québec.

Les chemins à emprunter

Les régions ont un certain nombre de défis à relever pour se maintenir dans le peloton. Nancy Lambert en est consciente et elle désigne les plus importants d'entre eux: «Primo, celles-ci devront demeurer à la fine pointe sur le plan des nouvelles technologies. Deuzio, elles devront être en mesure de conserver des infrastructures de qualité; il y a beaucoup de nouvelles installations, mais les établissements qui existent depuis déjà quelques années doivent investir régulièrement de l'argent pour maintenir en bon état les infrastructures.»

Elle se penche sur deux autres priorités: «Comme dans tous les domaines d'activité, et le tourisme d'affaires n'y échappe pas, il va falloir recruter et conserver une main-d'oeuvre

compétente. C'est un autre grand défi pour maintenir la qualité des services.» Enfin, l'ABCQ caresse un autre projet: «On doit regarder les marchés limitrophes au Québec pour les attirer: ce sont ceux des États-Unis, de l'Ontario et des Provinces maritimes. Le grand défi auquel on fait face, c'est l'accès aux aéroports et, sur ce plan, il existe un net avantage pour le milieu urbain par rapport aux régions. Malgré cela, on est en présence d'une nette volonté d'élargir ce créneau-là.»

Collaborateur du Devoir

Vos réactions

Aucun commentaire ... soyez le premier !

Réagissez à ce texte

Pour ajouter un commentaire,
identifiez vous :

Lire aussi

- Travailleurs, au château!
- Pour des congrès écoresponsables
- Tourisme Laval prend le virage vert
- Une vingtaine d'événements en
2008 - Québec à l'enseigne de la francophonie