

# Impact de la pandémie de la COVID-19 au Québec : LE TOURISME D’AFFAIRES AU SERVICE DE LA RELANCE

Rapport de recommandations dans le cadre  
des consultations prébudgétaires 2021-2022 et d’une reprise des activités

Février 2021



TOURISME  
D’AFFAIRES  
QUÉBEC





## Sommaire des recommandations

**Créer un fonds destiné aux associations pour les événements en présentiel**

1

**Établir un crédit d'impôt temporaire non remboursable**

2

**Subventionner le transport aérien régional**

3

**Subventionner l'organisation d'événements hybrides**

4

**Prolonger la subvention salariale d'urgence du Canada**

5

**Instaurer un programme de soutien aux infrastructures**

6

**Moduler les mesures sanitaires en vigueur**

7





### Table des matières

I. Introduction .....	4
II. Qu'est-ce que le tourisme d'affaires ? .....	5
III. Un secteur en croissance .....	6
IV. Le tourisme d'affaires alimente un véritable écosystème .....	8
V. L'enjeu des ressources humaines .....	9
VI. Recommandations .....	10
1. Créer un fonds destiné aux associations pour les événements en présentiel .....	10
2. Établir un crédit d'impôt temporaire non remboursable .....	11
3. Subventionner le transport aérien régional .....	12
4. Subventionner l'organisation d'événements hybrides .....	12
5. Prolonger la subvention salariale d'urgence du Canada .....	12
6. Instaurer un programme de soutien aux infrastructures .....	13
7. Moduler les mesures sanitaires en vigueur .....	13
VII. Conclusion .....	14



### I. INTRODUCTION

Fondée en 1981, *Tourisme d'Affaires Québec* est l'association touristique qui œuvre à la promotion, la valorisation et la croissance du secteur du tourisme d'affaires au Québec. L'association s'affaire à fédérer, représenter et mettre en valeur ses membres en adoptant un leadership sectoriel qui profite à l'ensemble des parties prenantes du tourisme d'affaires. Formé de 148 entreprises, l'effectif actuel de l'association se compose notamment d'hôtels, centres de congrès et de foires (106), d'attraites touristiques (musées, lieux inusités), d'Office de tourisme et d'associations touristiques régionales [ATR].

Tourisme d'Affaires Québec regroupe 92 % des infrastructures du secteur des réunions et congrès au Québec.

Le tourisme d'affaires constitue le segment qui génère le plus de dépenses touristiques par visiteur, le voyageur rapportant **deux fois plus de retombées directes**<sup>1</sup> que le touriste d'agrément. Le secteur apporte une contribution remarquable au développement économique de toutes les régions du Québec, produisant des dépenses directes de **663,7 M\$** en 2019, dont **106,1 M\$** pour les régions (hors Montréal, Québec et Gatineau).

La pandémie frappe durement le secteur, si vital à la survie de nombre d'établissements pouvant accueillir des événements d'affaires. Le tourisme d'affaires vient notamment combler les périodes creuses observées dans le segment de l'agrément.

En 2020, 85 %<sup>2</sup> des événements ont été annulés, entraînant une perte directe de 534 M\$ pour les établissements du Québec qui accueillent des événements d'affaires.

**Ce mémoire repose sur les travaux d'une cellule de travail formée d'entreprises représentatives du secteur.** Il vise à mettre en relief les besoins d'aide du secteur du tourisme d'affaires afin de relancer les activités post-pandémie. Il se veut un guide pour orienter les politiques gouvernementales découlant d'un plan de relance de l'économie du Québec.

---

<sup>1</sup> Source : Diagnostic en tourisme d'affaires, RCGT, février 2020

<sup>2</sup> Source : Destination Canada, janvier 2021



## II. QU'EST-CE QUE LE TOURISME D'AFFAIRES ?

Afin de bien cerner les composantes du secteur, nous définissons dans un premier temps les quatre piliers du tourisme d'affaires<sup>3</sup>.

**Congrès** : Un congrès est un rassemblement qui réunit un grand nombre de participants pour échanger sur un thème prédéfini. Souvent, une exposition est présentée au moment de cette rencontre. Les congrès sont majoritairement organisés par des associations nationales, provinciales ou régionales. Dans cette catégorie figurent les colloques, séminaires, conférences, assemblées générales annuelles, banquets, symposiums, rassemblements et activités de formations pour des événements de plus d'une journée.

**Réunions** : Les réunions rassemblent des participants pour discuter de sujets particuliers. Il peut s'agir d'assemblées d'actionnaires, de rencontres d'information, de formation ou de renforcement d'équipe, ou encore de rencontres avec des clients. Les réunions sont souvent organisées par des entreprises à but lucratif, mais également par des associations patronales et syndicales. Dans cette catégorie, se trouvent notamment les réunions de vente, réunions d'actionnaires, forums, consolidations d'équipes, fêtes de fin d'année, tournois de golf et galas d'entreprise.

**Expositions** : Les expositions commerciales visent à mettre en relation des acheteurs corporatifs et des vendeurs de produits ou de services dans un secteur d'activité donné (B2B). Elles peuvent être attachées à un congrès ou être indépendantes. Les expositions publiques visent à mettre en relation des acheteurs individuels et des vendeurs dans un secteur d'activité donné.

**Voyages 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 spécifiques.

---

<sup>3</sup> Source : <https://www.congres.com/outils/vocabulaire>

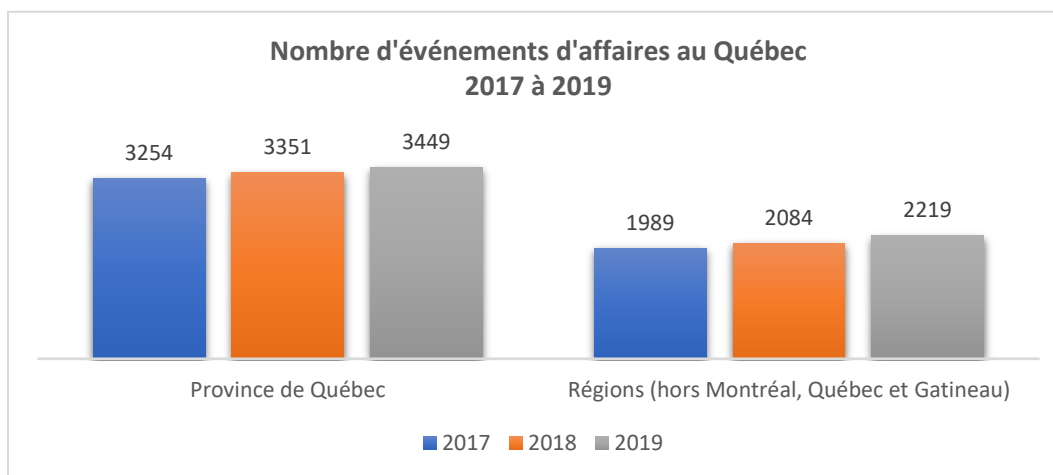


### III. UN SECTEUR EN CROISSANCE

Tourisme d'Affaires Québec collige annuellement les statistiques du secteur à l'égard des dépenses directes et du nombre d'événements organisés dans la province. Les données recueillies portent sur la location de salles, la quantité de nuitées générées<sup>4</sup> et les repas servis lors de l'événement.

Comparativement à 2017, nous observons en 2019 une croissance de 11,5 % des événements dans les régions (hors Montréal, Québec et Gatineau) et de 5,9 % pour l'ensemble de la province. Ainsi, la croissance est plus forte hors des portes d'entrée de Montréal, Québec et Gatineau.

**Tableau 1**



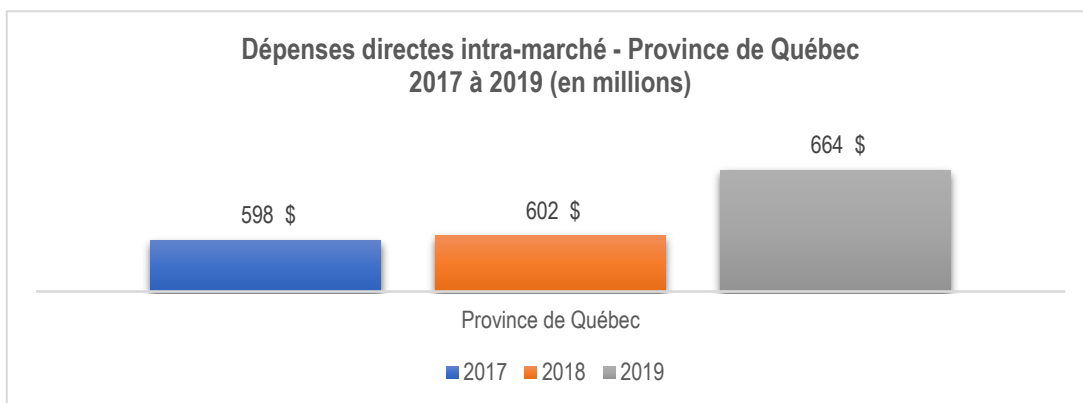
Au chapitre des dépenses directes, le secteur a enregistré une hausse de 11 % pour l'ensemble de la province entre 2017 et 2019, le volume ayant atteint 663,7 M\$ en 2019 (tableau 2).

<sup>4</sup> Tourisme d'Affaires Québec collige les données pour des événements générant plus de 40 nuitées. Ainsi, les données que nous présentons constituent un seuil minimum, car ne prenant pas en compte les événements regroupant moins de 40 nuitées.





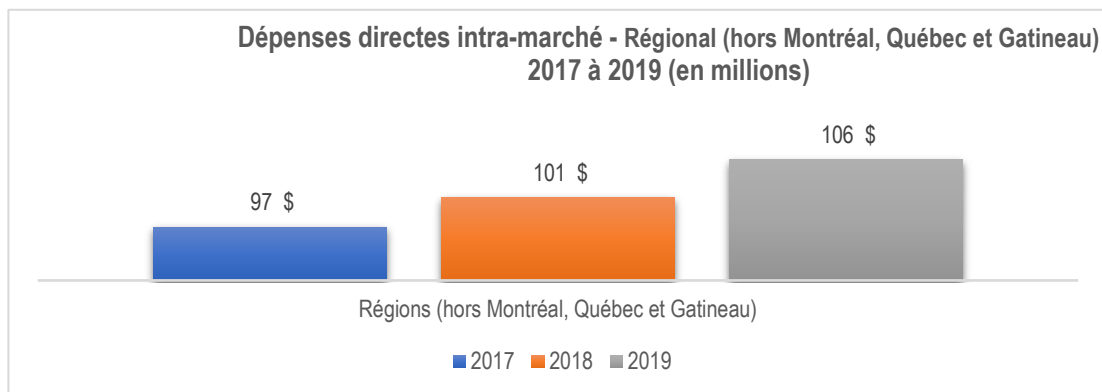
**Tableau 2**



Les établissements en région génèrent jusqu'à 60 % de leurs recettes annuelles par le tourisme d'affaires, lequel vient notamment combler les périodes creuses en tourisme d'agrément. À titre d'exemple, l'hôtel Universel/Centre des congrès de Rivière-du-Loup engendre 60 % de ses revenus annuels du secteur du tourisme d'affaires et seulement 17 % du tourisme d'agrément.

En retirant des données les portes d'entrée de Montréal, Québec et Gatineau, la croissance des dépenses directes s'élève à 9,2 %. Entre 2017 et 2019, les dépenses directes **régionales** sont passées de 97 M\$ à 106 M\$ (tableau 3).

**Tableau 3**



#### IV. LE TOURISME D'AFFAIRES ALIMENTE UN VÉRITABLE ÉCOSYSTÈME

Les données colligées par Tourisme d'Affaires Québec regroupent la location de salles, les nuitées et les repas fournis par l'établissement. Chaque dollar de dépenses directes entraîne des contributions indirectes non comptabilisées à l'heure actuelle, qui pourraient atteindre 40 \$ par tranche de 100 \$ de dépenses directes<sup>5</sup>, et ce, au profit des fournisseurs événementiels et des commerces locaux.

**La création de mesures de relance profitera directement aux milliers d'entreprises qui gravitent dans le secteur. Les événements d'affaires font notamment appel à des locateurs de matériel audiovisuel et scénique, des fournisseurs de kiosques, des décorateurs, des animateurs, des artistes et des planificateurs d'événements.**

Le voyageur d'affaires produit des retombées directes au bénéfice de l'ensemble de l'économie locale. Il mange au restaurant, il visite les attraits touristiques d'une région, il magasine dans les commerces locaux. Il alimente un écosystème qui génère des recettes fiscales pour les gouvernements, lesquelles financeront en partie le coût des programmes de soutien. Et surtout, il participe à la relance économique et à celle de l'industrie touristique.

**Tableau 4**

Dépenses dans les établissements	Dépenses auprès des fournisseurs
Locations de salles	Location de mobilier et accessoires
Nuitées (location de chambres)	Service audiovisuel et matériel scénique
Repas et pauses-café	Animation et spectacles
	Visite d'attrait touristiques
	Bars et restaurants
	Location de kiosques
	Transport terrestre et aérien
	Achats dans les commerces locaux

<sup>5</sup> Selon une évaluation de RCGT rapportée en février 2020. Diagnostic en tourisme d'Affaires.





### V. L'ENJEU DES RESSOURCES HUMAINES

Le secteur employait 27 000 personnes avant la crise liée à la COVID-19. Puisque 80 % de la main-d'œuvre s'est retrouvée en chômage en raison de la crise, nous observons un exode des travailleurs vers d'autres secteurs de l'économie québécoise. Bon nombre d'établissements entrevoient des temps difficiles pour recruter des travailleurs qualifiés une fois la reprise bien installée. Tourisme d'Affaires Québec entend travailler de concert avec le *Conseil Québécois des Ressources Humaines en Tourisme* afin de déployer une stratégie de rétention et d'attraction de la main-d'œuvre.

Les gouvernements seront vraisemblablement interpellés dans l'élaboration de la stratégie nationale à cet égard.



### VI. RECOMMANDATIONS

Afin de soutenir une reprise durable du secteur du tourisme d'affaires et de redémarrer les activités de l'ensemble de son écosystème, le groupe de travail mis sur pieds par Tourisme d'Affaires Québec recommande aux divers paliers de gouvernement l'instauration de mesures temporaires à compter du 1er avril 2021 et que nous détaillons ci-après. Ces mesures devraient être maintenues jusqu'au 31 mars 2023, soit le moment où nous anticipons retrouver le volume d'affaires observé en 2019, avant la pandémie.

Il importe de mettre en place des incitatifs visant à reprendre les activités lorsque les conditions sanitaires s'y prêteront. Les centres de congrès et de foires ne sont actuellement pas admissibles à la majorité des programmes instaurés durant la pandémie. Les établissements font face à une crise de liquidités sans précédent. Sans le tourisme d'affaires, plusieurs ne survivront pas au-delà du printemps 2021. Il y a urgence d'agir.

À l'égal des programmes d'aide créés pour palier à la crise dans le secteur des festivals et événements, il importe de soutenir financièrement l'industrie du tourisme d'affaires, car elle agit comme moteur économique de toutes les régions du Québec.

#### 1. Créer un fonds destiné aux associations pour les événements en présentiel

Le milieu associatif, qui génère 36 %<sup>6</sup> des nuitées totales du secteur, est durement affecté par la crise, car il se finance par des activités (congrès, galas d'excellence) qui ont dû être annulées en raison de la pandémie.

En 2019, les associations dépensaient 38 M\$<sup>7</sup> dans l'organisation d'événements dans les régions du Québec (nuitées, location de salles et repas).

La création d'un fonds destiné à subventionner les associations (OBNL) pour couvrir 50 % des coûts liés à l'organisation d'un événement s'avère une mesure forte. Le retour des activités associatives viendra directement en aide aux hôteliers et centres de congrès en générant des nuitées et des locations de salles dans leurs établissements, en plus d'aider les fournisseurs qui gravitent dans l'écosystème (voir tableau 4).

---

<sup>6</sup> Source : Diagnostic en tourisme d'affaires. RCGT, février 2020

<sup>7</sup> Source : Tourisme d'Affaires Québec. Hors Montréal, Québec et Gatineau



Les frais d'inscription à un événement devraient aussi faire partie des éléments subventionnés, car nombre d'entreprises interdisent à leurs salariés toute participation à un événement afin de limiter les dépenses.

### Subventions au secteur associatif Coûts de la mesure

Marchés	Subvention de 50 %
Montréal	57 M\$
Québec	43 M\$
Reste du Québec	19 M\$
<b>TOTAL</b>	<b>119 M\$</b>

## 2. Établir un crédit d'impôt temporaire non remboursable

Le segment des événements corporatifs représente 40 %<sup>8</sup> des nuitées totales en tourisme d'affaires. Alors qu'une nouvelle concurrence constituée des événements virtuels est née durant la pandémie, ceux-ci ne servent en rien les hôteliers, dont le gagne-pain provient des visiteurs d'affaires dans leur établissement.

Afin d'inciter les entreprises à but lucratif à organiser des événements en présentiel, un crédit d'impôt non remboursable correspondant à 35 % des coûts de l'activité stimulerait une relance forte.

### Crédit d'impôt temporaire Coûts de la mesure

Marchés	Crédit d'impôt de 35 %
Montréal	44,5 M\$
Québec	33,6 M\$
Reste du Québec	14,9 M\$
<b>TOTAL</b>	<b>92,9 M\$</b>

<sup>8</sup> Source : Diagnostic en tourisme d'affaires. RCGT, février 2020



(Suite)

Les frais d'inscription à un événement devraient aussi faire partie des éléments subventionnés, car nombre d'entreprises interdisent à leurs salariés toute participation à un événement afin de limiter les dépenses.

### **3. Subventionner le transport aérien régional**

Le tourisme d'affaires en région passe inexorablement par un lien aérien abordable et stable dans le temps. Nous proposons d'étendre le programme actuel de réduction du tarif aérien du ministère des Transports au secteur du tourisme d'affaires pour les voyageurs d'affaires à destination des régions du Saguenay–Lac-Saint-Jean, de l'Abitibi-Témiscamingue, de la Côte-Nord, du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie-Iles-de-la-Madeleine.

### **4. Subventionner l'organisation d'événements hybrides**

Les événements hybrides sont appelés à se multiplier et à demeurer pour un certain temps du moins. La portion virtuelle d'un événement ne génère malheureusement pas de liquidités pour un établissement, entraînant plutôt des coûts supplémentaires pour l'organisateur et le site de l'événement. Ainsi, notre groupe de travail suggère de subventionner 50 % des frais liés à la portion virtuelle d'une activité tenue en présentiel dans un établissement.

Puisque peu de données existent actuellement, il nous est difficile de chiffrer le coût de cette mesure.

### **5. Prolonger la subvention salariale d'urgence du Canada**

Puisqu'une véritable reprise du tourisme d'affaires ne surviendra vraisemblablement qu'à compter du deuxième semestre de 2021 et afin de restaurer le lien d'emploi avec les travailleurs du secteur, nous recommandons de prolonger le programme de Subvention salariale d'urgence du Canada (SSUC) jusqu'au 31 mars 2022.

Il importe de rappeler que les établissements demeurent majoritairement ouverts malgré l'annulation de 85 % des événements depuis la mi-mars 2020. La rétention de la main-d'œuvre constitue désormais un enjeu et le prolongement du programme de la SSUC permettra à tout le moins de freiner l'exode des salariés jusqu'à la reprise des activités.



### 6. Instaurer un programme de soutien aux infrastructures

Selon le *Diagnostic en tourisme d'affaires* réalisé par la firme *Raymond Chabot Grant Thornton* en février 2020, les propriétaires d'établissements (hôtels et centres de congrès) prévoyaient d'investir entre 300 M\$ et 500 M\$ d'ici 2025 dans la modernisation ou la construction de nouvelles infrastructures en tourisme d'affaires. La pandémie aura malheureusement freiné ces projets, car les liquidités manquent désormais.

Afin de stimuler une relance économique régionale, nous recommandons de créer un fonds de 250 M\$ destiné à financer en partie, sous forme de subventions, les projets de construction, d'agrandissement ou de rénovation des établissements.

### 7. Moduler les mesures sanitaires en vigueur

Les hôtels et centres de congrès jouissent de très vastes superficies, à la fois dans les salles de réunions, de banquets ou encore dans les aires communes (hall d'entrée, restaurant, terrasse, etc.). La plus grande salle des établissements offre une envergure moyenne de 6 000 pieds carrés et l'ensemble des lieux sont dotés de systèmes de ventilation et d'échangeurs d'air à la fine pointe de la technologie et conformes aux normes en vigueur.

Les salles peuvent ainsi regrouper un large nombre de personnes en tout respect de la distanciation physique.

Les établissements qui accueillent des réunions d'affaires et des congrès au Québec sont réputés mondialement pour l'adoption de hauts standards de propreté et de salubrité. Ils sont soucieux de préserver la santé et la sécurité tant des travailleurs que celle des visiteurs. Nos mesures s'appuient notamment sur le Plan de sécurité sanitaire COVID-19 adapté au secteur du tourisme d'affaires, dont l'application permet d'entretenir le lien de confiance que nous avons construit avec la clientèle.

Plutôt que de faire reposer les consignes sur des capacités définies (25, 50 ou 250 personnes), nous demandons aux autorités compétentes de définir plutôt la capacité maximale des salles en fonction de leur superficie en tout respect de la distanciation physique et d'harmoniser cette dernière à celle des salles de spectacles, c'est-à-dire 1,5 m.



### VII. CONCLUSION

Les établissements du Québec sont renommés à l'échelle mondiale pour la prestation de services qu'ils rendent aux visiteurs afin de leur faire vivre une expérience unique et agréable.

L'industrie du tourisme d'affaires est un secteur économique important qui concourait avant la pandémie à créer des milliers d'emplois de qualité dans toutes les régions de la province. Le Québec possède tous les éléments pour en faire un secteur en expansion. Les infrastructures existent et elles sont de qualité. La main-d'œuvre, pour sa part, n'attend qu'une reprise pour contribuer à l'essor du domaine.

La relance du tourisme d'affaires aura un impact majeur sur les fournisseurs qui gravitent dans l'écosystème, en leur permettant de redémarrer leurs activités grâce aux événements qui s'organiseront en présentiel dans les hôtels et centres de congrès du Québec. Les mesures que nous proposons dans le cadre de ce mémoire profiteront ainsi à l'ensemble des entreprises qui orbitent dans notre écosystème.





### Annexe 1 : Liste des membres de la cellule de travail

Liste des membres de la cellule de travail			
Entreprises	Prénom	Nom	Fonction
Tourisme d'Affaires Québec / CDEVR	Steeve	Gagné	Président
Destination Sherbrooke - Centre de foires de Sherbrooke	Paul	Beaudoin	Directeur
Château Madelinot Hôtels Accents	Ariane	Bérubé	Directrice des ventes
Sheraton et Centre de congrès de Saint-Hyacinthe	Dany	Boulette	Directeur des ventes
Fairmont Le Manoir Richelieu	Sophie	Desaulniers	Directrice des ventes groupes
Centre des congrès de Lévis	Anthony	L'Heureux	Directeur général adjoint
Esterel Resort	Line	Latour	Directrice des ventes
Hôtel Universel/Centre de Congrès	Martin	Lévesque	Directeur général
Hôtel Rimouski Centre-de-Congrès	Éric	St-Pierre	Directeur général
Domaine Château Bromont	Caroline	Synnott	Directrice des ventes groupe
Tourisme d'Affaires Québec	Gilber	Paquette	Directeur général