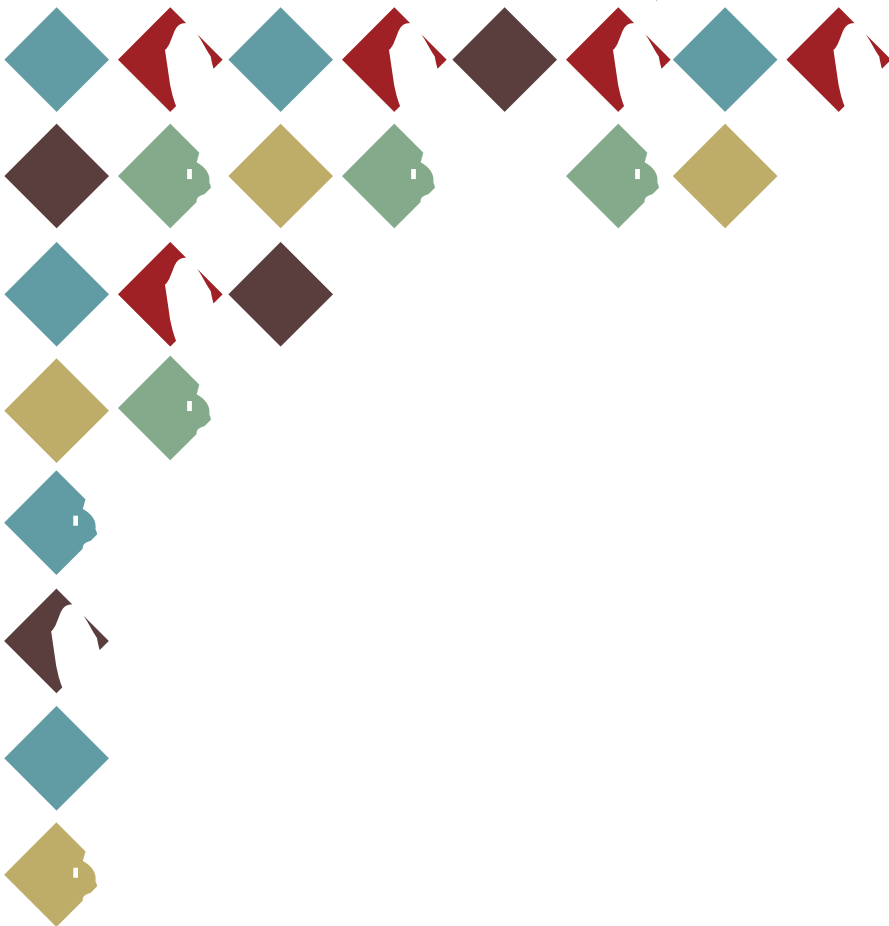


# LES PARTENAIRES LAVALLOIS PASSENT À L'ACTION

RAPPORT ANNUEL

2003





« LE TOURISME S'INSCRIT DANS LA DIVERSITÉ ÉCONOMIQUE DE LAVAL ET, À CE TITRE, IL EST UN CRÉATEUR DE VALEUR. SON SUCCÈS PROVIENT À LA FOIS DE L'ENGAGEMENT ET DE L'AUDACE DE SES ARTISANS ET CONTRIBUE À LA VITALITÉ ÉCONOMIQUE DE NOTRE VILLE. LE TOURISME EST UN DÉFI COLLECTIF QUE NOUS RELEVONS AVEC L'ENTHOUSIASME QUI CARACTÉRISE LES LAVALLOIS. »

A handwritten signature in dark ink, which reads "Gilles Vaillancourt". The signature is written in a cursive style and is positioned above the printed name.

Gilles Vaillancourt  
Maire de Laval

UNE ÉQUIPE, DES PROJETS ET LE CŒUR À L'OUVRAGE : PLUS QUE DES MOTS...  
DES ACTIONS POUR CONSTRUIRE UNE INDUSTRIE TOURISTIQUE SOLIDE.

# UNE ÉQUIPE DES PROJETS

Avoir une vision, c'est une chose, l'inscrire dans une planification stratégique cohérente, c'en est une autre. Démarrer un plan d'action, rallier les gens autour de projets emballants, voilà une autre dimension : celle du travail de Tourisme Laval en 2003.

Les défis sont nombreux, certes, mais ils sont aussi stimulants. Ils font appel au meilleur de nous-mêmes. La participation des partenaires lavallois au grand projet qu'est le développement du tourisme à Laval nous donne des ailes, il n'y a pas de doute là-dessus.

Oui, nous réussissons parce que nous ne sommes pas seuls à partager un objectif, une vision et à nourrir des projets. Au contraire, nous avons entrepris de mettre en chantier les priorités du plan stratégique en rassemblant autour de la table des gens décidés à mettre l'épaule à la roue et à faire arriver les choses. La qualité des intervenants et leur volonté de succès sont nettement des garanties d'actions soutenues, cohésives et concrètes.

Dans ce rapport annuel, nous saluons donc les artisans des différents comités qui sont résolument à l'œuvre pour franchir les premières étapes d'un plan d'action que nous aimons qualifier d'audacieux, d'innovateur et de réaliste. Trois comités sont formés : le conseil des partenaires, l'équipe de réalisation du quartier Sainte-Rose et l'équipe de réalisation du quartier Savoir-Culture. Le conseil des partenaires joue pleinement son rôle de facilitateur en assurant la coordination des partenaires de l'économie de Laval dans nos dossiers. L'équipe de réalisation du quartier Sainte-Rose a collaboré à la réalisation d'un plan de développement pour le pôle touristique Sainte-Rose/rivière des Mille-Îles. L'équipe de réalisation du quartier Savoir-Culture propose des paramètres structurants pour ajouter une dimension touristique dans le périmètre du Collège Montmorency, de l'Université de Montréal et du projet Urbania.

Mais si l'avenir nous intéresse, le présent continue de nous motiver autant par ses réalisations que par ses succès au plan touristique. L'année 2003 confirme donc ce que tous les artisans du tourisme lavallois savent : l'industrie touristique se développe et connaît un succès qui ne se dément pas. L'équipe de Tourisme Laval y contribue en réalisant un plan d'activité qui met en valeur Laval sur l'échiquier touristique au Québec.

Un grand merci à tout le personnel qui a relevé le défi avec enthousiasme et compétence ainsi qu'aux membres du conseil d'administration et à nos précieux partenaires, sans lesquels le succès du tourisme lavallois ne serait pas aussi éclatant. Bonne lecture !



Jean-Louis Bédard  
Président du conseil d'administration



Andrée Courteau  
Directrice générale



NOUS MAINTENONS LE CAP SUR

# LA CROISSANCE ET

2003		
	OBJECTIFS	VERSUS RÉSULTATS <sup>1</sup>
NOMBRE DE VISITEURS	462 755	496 738 <sup>2</sup>
RECETTES TOURISTIQUES	96,7 M\$	100,6 M\$ <sup>2</sup>
RÉPARTITION DES CLIENTÈLES	39 % agrément 61 % affaires	37,8 % agrément 62,2 % affaires
RETOMBÉES MÉDIATIQUES	1 MILLION	1,3 MILLION
CONGRÈS	155	148
TAUX D'OCCUPATION	75,0 %	65,8 %

1) Diverses catastrophes, telles que le SRAS, la vache folle, le virus du Nil, ont fragilisé l'industrie touristique en 2003. Malgré ce contexte difficile, les entreprises hôtelières lavalloises ont bien manœuvré. Les résultats publiés par Tourisme Québec, qui tiennent compte des chambres de tous les établissements lavallois, dont le nouveau St-Martin Hôtel et Suites, révèlent que Laval est la seule région du Québec à avoir enregistré une hausse de l'offre (17 %) et de l'achalandage (5,7 %).

2) Les calculs des résultats de l'année 2003 ont été effectués avec les données corrigées, publiées par Tourisme Québec dans le Tourisme au Québec 2002. Ces ajustements imposeront une révision de nos objectifs.

#### EXPANSION, NOUVEAUTÉS ET CRÉATION D'EMPLOIS

Depuis le dévoilement de la planification stratégique 2002-2007 de Tourisme Laval, les indicateurs de performance en termes d'investissements et de création d'emplois révèlent l'atteinte d'importantes étapes dans le développement de l'offre. Cette année encore, l'industrie touristique lavalloise a bénéficié d'un apport considérable sur le plan économique avec des investissements de 70 M\$ et la création de 159 emplois.

#### OBJECTIFS 2002-2007

INVESTISSEMENTS 300 M\$  
CRÉATION D'EMPLOIS 1 500

#### 2002-2003

INVESTISSEMENTS 100 M\$  
CRÉATION D'EMPLOIS 519

**LAVAL EST AU PREMIER RANG** DES RÉGIONS TOURISTIQUES QUÉBÉCOISES POUR LE TAUX D'OCCUPATION DE SES HÔTELS, POUR UNE CINQUIÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE, ET LA **SEULE RÉGION DU QUÉBEC À AVOIR ENREGISTRÉ UNE HAUSSE DE 17 % DE L'OFFRE ET DE 5,7 % DE L'ACHALANDAGE.**

# LE SUCCÈS

## ÉMERGENCE DE NOUVEAUX PRODUITS

LA ROUTE VERTE; QUI TRAVERSE MAINTENANT L'ÎLE JÉSUS.

LE JEU DE STRATÉGIE SKORPION PAINTBALL.

DE NOUVEAUX RESTAURANTS, DONT L'UNIQUE.

LE CENTRE DE SANTÉ AMÉRISPA - SHERATON LAVAL.

LES BALADES EN KAYAK DE MER OFFERTES PAR AMIKAYAK.

LE CIRCUIT TOURISTIQUE EN AUTOBUS LONDONIEN (« DOUBLE-DECKER »).

LES AVENTURES HIVERNALES DU CAPITAINE DUBORD.

LA BOHÈME DES ARTISANS DANS LE VIEUX-SAINTE-ROSE.

## INVESTISSEMENTS

HÉBERGEMENT ET RESTAURATION 6,2 M\$

CULTURE, LOISIRS ET SPORT 38 M\$

CENTRES COMMERCIAUX À VOCATION TOURISTIQUE 21,5 M\$

PRODUITS ET SERVICES TOURISTIQUES 4,3 M\$

## NOMBRE DE CHAMBRES DISPONIBLES

2002	2003	
1 315	1 547	+ 17,6 %

## NOMBRE DE CHAMBRES OCCUPÉES

2002	2003	
947	1 001	+ 5,7 %

## ANALYSE COMPARATIVE

	2000	2001	2002	2003 <sup>1</sup>
TAUX D'OCCUPATION (6 principaux hôtels)	69,2 %	69,7 %	71,4 %	65,8 %
SEGMENTATION DE LA CLIENTÈLE				
Affaires	64,67 %	62,23 %	61,26 %	62,17 %
Agrément	35,33 %	37,78 %	38,74 %	37,83 %
DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR	2,1	1,9	1,8	1,7
PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE				
Québec	55 %	56 %	58 %	57 %
Canada	28 %	28 %	25 %	25 %
États-Unis	15 %	13 %	15 %	13 %
Outre-mer	2 %	3 %	2 %	5 %

Voir note 1) en page précédente.



# LE CONSEIL DES PARTENAIRES

LA CLÉ DU SUCCÈS



En adoptant sa planification stratégique et le plan d'action qui en découle, Tourisme Laval fondait sa démarche sur la mobilisation des partenaires du développement économique lavallois. Des partenaires sans lesquels il est illusoire de vouloir construire une industrie touristique rentable et en croissance. Le maire de Laval et l'administration municipale ont été les premiers à souscrire d'emblée au plan d'action de Tourisme Laval, donnant ainsi l'impulsion aux travaux qui ont été entrepris en 2003. La Ville de Laval a donc donné un signal important : OUI l'industrie touristique jouait un rôle dans l'échiquier économique lavallois et OUI nous devons développer le potentiel touristique lavallois.

Ainsi, dès 2003, trois groupes d'action se sont mis à l'œuvre pour réaliser et réussir un plan d'action qui transformera l'image touristique lavalloise, en donnant encore plus de mordant à l'offre touristique dans notre ville. Nous sommes donc les partenaires d'une mission unique, une mission possible, comme le démontrent d'ailleurs les premiers résultats des travaux de nos groupes de travail.

Au cœur de l'action, sous la présidence du président de la Société de transport de la Ville de Laval et conseiller municipal de Laval-les-Îles, monsieur Jean-Jacques Beldié, des représentants de la Ville de Laval, de la Chambre de commerce et d'industrie de Laval, du Conseil régional de développement de Laval, du Centre local de développement de Laval et de Tourisme Laval, forment un conseil des partenaires, dont le mandat principal est d'assurer la mise à contribution des ressources et la concertation des actions. Ainsi, les énergies se centralisent, les portes s'ouvrent, les choses avancent.

Au fond, c'est le modèle lavallois qui fonctionne encore une fois, un modèle fondé précisément sur une démarche cohésive. Le conseil des partenaires est donc à l'origine des grandes actions du plan stratégique de Tourisme Laval et, plus concrètement, de la mise en place des deux comités d'actions prioritaires pour le quartier Sainte-Rose et pour le quartier Savoir-Culture.



Line Paquette, directrice générale, CCIL // Raymond Talbot, président, CCIL // Jean-Louis Bédard, président, CRD // Jean-Jacques Beldié, conseiller municipal, Ville de Laval, et président du conseil des partenaires réalisateurs // Manon Caron, directrice générale, CRD // Damien Cloutier, directeur, CLD // André Courteau, directrice générale, Tourisme Laval // Michel Latour, directeur général, Cosmodôme // N'apparaît pas sur la photo: Jocelyn Vallières, directeur général adjoint, Ville de Laval



DÉVELOPPER UNE PENSÉE TOURISTIQUE ET UNE APPROCHE D'AMÉNAGEMENT URBAIN EN CONSÉQUENCE, VOILÀ UN DES OBJECTIFS MAJEURS QUE TOURISME LAVAL PARTAGE AVEC L'ADMINISTRATION MUNICIPALE.

# QUARTIER SAVOIR-CULTURE

CRÉER UN LIEU D'IDENTIFICATION EXCLUSIF

Tourisme Laval recherche donc à établir un réflexe « tourisme », en quelque sorte, dans l'aménagement urbain, afin d'ajouter à la qualité de l'accueil et de solidifier l'image touristique de Laval auprès des visiteurs, qu'ils soient des touristes d'agrément ou d'affaires.

Cette préoccupation a conduit à la création de l'équipe de réalisation chargée de créer une perspective « tourisme »

dans l'aménagement du quartier Savoir-Culture - dans l'environnement du métro de Laval, du Collège Montmorency, du campus de l'Université de Montréal, du Collège Letendre et de l'important projet Urbania. L'équipe de réalisation a fixé les objectifs, orienté le contenu, défini les paramètres et confié le mandat de mise en forme aux firmes Giasson Farregut Architectes, Beaupré et associés, experts-conseils et Jean-Claude Boisvert architecte concepteur urbain.

Ce projet crée un véritable lieu d'identification et de rassemblement qui fera partie intégrante de la signature lavalloise. Pour les Lavallois, ce projet deviendra un lieu de vie collective.

Le dossier est complété. L'administration de Laval a accueilli le projet avec satisfaction, parce qu'il s'inscrit dans sa propre vision d'aménagement.

4... 5

Andrée Courteau, directrice générale, Tourisme Laval // Jacques Gravel, vice-recteur exécutif adjoint, Université de Montréal // Normand Rock, chef de division, Parcs et Places publiques, Ville de Laval // Paul Lemay, directeur, Service de la Vie communautaire, de la Culture et des Communications, Ville de Laval, et délégué du Conseil de la Culture // Yves Legault, directeur général, Collège Letendre // François Allard, directeur général, Collège Montmorency, et président de l'équipe de réalisation // Marcel Alexander, directeur général, corporation SAM // Nicole Boutin, Laval Technopole // Giséle Chapleau, coordonnatrice, Service de l'Urbanisme, Ville de Laval  
N'apparaît pas sur la photo: Gérard Divay, directeur du Centre Urbanisation, Culture et Société, (INRS)

L'ÉQUIPE DE RÉALISATION DU QUARTIER SAINTE-ROSE A ÉTÉ FORMÉE POUR **CRÉER**  
UN PLAN DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE POUR CE QUARTIER.

# SAINTE ROSE

BÂTIR UN ENVIRONNEMENT  
TOURISTIQUE RENTABLE



L'équipe de réalisation, en collaboration avec Tourisme Laval et différents experts du tourisme et de l'aménagement, a relevé le défi en préparant un plan de développement qui vise l'émergence d'un environnement touristique de qualité et d'un produit touristique attrayant et rentable.

Accompagné d'experts, Tourisme Laval a accompli un travail gigantesque en menant des consultations auprès du milieu, un sondage auprès de la clientèle, une analyse du produit événementiel, de la dynamique commerciale et des infrastructures urbaines, l'élaboration d'un circuit historique, l'inventaire du patrimoine architectural, etc. Ce sont plus de 100 personnes qui ont participé à cette consultation qui visait autant à tracer un bilan à jour de l'offre touristique dans le quartier Sainte-Rose, qu'à identifier les pistes d'action et les potentiels.

Tourisme Laval, en collaboration avec un spécialiste en développement touristique, a analysé la situation, dégagé les axes d'action et inventorié les possibilités. À chaque étape de son travail, l'équipe de réalisation est intervenue pour effectuer les choix stratégiques et pour valider les orientations.

Au bout d'une année d'un travail soutenu, l'équipe de réalisation et Tourisme Laval ont accompli leur mission : proposer des paramètres et une vision du développement touristique qui guideront tous les partenaires et les gens du milieu dans le développement d'un produit de qualité, d'un environnement touristique stimulant et attractif, afin que Sainte-Rose fasse partie plus que jamais de l'offre touristique lavalloise.

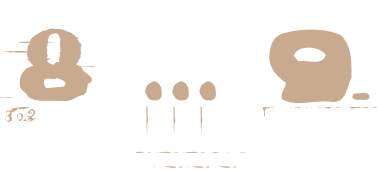
Ce plan comprend cinq axes principaux d'intervention et plus de 56 actions ciblées. Les axes d'intervention sont :

- ajouter de la valeur aux produits et services touristiques existants et développer de nouveaux attraits en lien avec le positionnement recherché;
- embellir et améliorer le cadre urbain;
- préserver et mettre en valeur l'actif (patrimoine naturel et bâti);
- consolider le développement touristique en développant les produits de support;
- promouvoir le quartier.

Le plan est terminé, les gens du quartier Sainte-Rose et les différents partenaires doivent maintenant le mettre en œuvre. Nous estimons qu'au cours des prochaines années, Sainte-Rose aura franchi d'importantes étapes dans le développement du tourisme en consolidant la mise en valeur du caractère insulaire de Laval.



Andrée Courteau, directrice générale, Tourisme Laval // Michel Aubé, représentant d'un attrait touristique majeur, de l'environnement, et membre de la Table locale de développement // Marie Claire Vaillancourt, représentante du milieu commercial et présidente de la Table locale de développement // Yves Tremblay, représentant de la culture au Conseil de la Culture // Gisèle Chapleau, représentante de la Ville, urbanisme et patrimoine // N'apparaît pas sur la photo : Christian Loisel, représentant du BML, Ville de Laval



# LES ÉTOILES DU TOURISME

LAURÉATS DES GRANDS PRIX DU TOURISME

- RESTAURATION – GASTRONOMIE –  
RBC BANQUE ROYALE

**Restaurant Derrière les fagots**  
Lauréat régional en 2004, Derrière les fagots se taille une place enviée parmi les plus grandes tables du Québec en remportant le titre de **Lauréat national Or en 2003** des Grands Prix du tourisme québécois. Derrière les fagots cumule les honneurs, qui reposent non seulement sur la réalisation d'un rêve cher à son propriétaire Denis Carbonneau, mais aussi sur le talent d'une équipe chevronnée qui partage les plaisirs de la table avec sa clientèle.

- HÉBERGEMENT - 150 CHAMBRES -  
CORPAV

**Hôtel Hilton Montréal-Laval**  
L'excellence des services offerts à la clientèle, le professionnalisme de son personnel et le grand confort de ses chambres permettent à cet établissement, classifié quatre étoiles, de se tailler une place enviable sur le marché d'affaires.

- HÉBERGEMENT - 50 À 149 CHAMBRES –  
JOURNAL LA RÉUSSITE

**Le St-Martin Hôtel et Suites**  
Simplicité, chaleur et élégance enveloppent ce nouvel établissement aux allures de vieux château français. Cet hôtel grand luxe à petits prix trouve sa niche en ouvrant les portes d'un hôtel-boutique quatre étoiles dans le quartier des affaires de Laval.

## Tourisme Laval remercie les membres du jury

### Mme Adèle Girard,

directrice générale du Conseil québécois des ressources humaines en tourisme.

**M. André Despatie**, directeur du développement et services aux membres des ATR associées du Québec.

**M. René-Luc Blaquière**, directeur général de l'Association québécoise de la formation en restauration, en tourisme et en hôtellerie.



- HÉBERGEMENT – MOINS DE 50  
CHAMBRES ET RESTAURATION –  
DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

### **Restaurant Auberge Les Menus-Plaisirs**

En plein cœur du Vieux-Sainte-Rose, le Restaurant Auberge Les Menus-Plaisirs relie une table fort réputée de la région à une auberge de charme quatre étoiles, où chaque détail de la décoration est pensé pour donner une âme au lieu.

- MANIFESTATION TOURISTIQUE – BUDGET  
DE MOINS DE 500 000 \$ - HYDRO-QUÉBEC

### **Festival des orchestres de jeunes du Québec**

La force de cet événement passe par le bénéfice qu'en retirent les jeunes musiciens en s'exécutant sous la baguette de grands chefs. Ce caractère unique favorise le rayonnement de la région et du Québec sur l'échiquier de l'offre touristique.

- PLEIN AIR ET AVENTURE – BELL CANADA  
**Amikayak**

Prenant sa source à la confluence de la maîtrise du kayak et de la passion de la nature, ce concept haut de gamme de découverte naturelle en pleine ville contribue à l'amélioration de l'offre touristique lavalloise.

## MENTIONS SPÉCIALES DU JURY

- COUP DE CŒUR - SHERATON LAVAL  
**PlanifAction**

Ce projet innovateur et unique au Québec ajoute un volet pratique à la formation en Techniques de tourisme du Collège Montmorency. Les étudiants apportent un soutien gratuit aux organisateurs de congrès et d'événements dans la préparation de leurs activités.

- MANIFESTATION POPULAIRE – COURRIER  
LAVAL, CONNEXIONS AFFAIRES

### **La Grande Fête des Enfants**

Parfaite combinaison de plusieurs présentations, telles que le Grand feu des îles et le Festival des Petits Trains, cet événement contribue à la qualité de vie des enfants et leur offre un lieu de découverte et d'ouverture sur le monde.

# LAVALLOIS

UNE GRANDE ANNÉE.

## LE CLUB DES AMBASSADEURS DE LAVAL

Depuis sa création, Le Club des Ambassadeurs de Laval vise à stimuler les forces vives du milieu dans le but d'augmenter les retombées économiques dans la région. La progression fulgurante du nombre de congrès, passant de 60 en 1996 à 148 en 2003, prouve que l'industrie du tourisme s'affirme de plus en plus comme un joueur clé de notre économie. Cette croissance phénoménale a nécessité l'adaptation de nos outils de développement. C'est dans cette optique que Tourisme Laval a redéfini les paramètres du Club des Ambassadeurs de Laval et le relançait officiellement en mai 2003 à l'hôtel de ville, en présence du maire de Laval, monsieur Gilles Vaillancourt.

En 2003, Le Club des Ambassadeurs de Laval développe de nouvelles alliances stratégiques avec l'INRS-Institut Armand-Frappier et la Commission scolaire de Laval, des organismes dynamiques regroupant des gens impliqués dans leur milieu et résolu à participer à la croissance économique de Laval. Fort de ces nouvelles alliances stratégiques, Le Club des Ambassadeurs de Laval accueillait, lors de la Soirée Reconnaissance, ses membres émérites; des gens d'affaires et membres du milieu des associations profession-



### AMBASSADEURS ÉMÉRITES

- nelles qui participent à la réussite économique de Laval, par leur engagement à confirmer des congrès et événements à Laval.
- **Alain Bouchard, consacré membre Rayonnement 2004**  
C'est en présence du maire de Laval et président d'honneur de la Soirée Reconnaissance, monsieur Gilles Vaillancourt, de la ministre responsable de la région de Laval, madame Michelle Courchesne, et du président de Tourisme Laval, monsieur Jean-Louis Bédard, que monsieur Alain Bouchard recevait cet honneur. Avec ses multiples déplacements à la conquête des marchés, son esprit d'entrepreneurs et son ouverture sur le monde, M. Bouchard se démarque; véritable ambassadeur, il contribue à faire connaître Laval, en lui donnant une visibilité certaine sur la scène nationale et internationale.
- **Ambassadeur – Sociocommunaire et sportif**  
**M. René Boucher**, président du comité des événements du Club de patinage artistique de Laval
- **Ambassadeurs – Affaires**  
**Mme Francine Charbonneau**, présidente de la Commission scolaire de Laval  
**Mme Lorna Halderman**, président of The Catholic Women's League of Canada  
**M. Michel Labbé**, membre du bureau provincial de l'Ordre des CGA
- **Ambassadeurs – Producteurs**  
**Mme Michelle Lortie**, directrice générale du Challenge des Amériques  
**M. Albert Rillart**, président de la Coupe Soccer internationale de Laval  
**M. Yves Tremblay**, vice-président des opérations de l'Association des orchestres de jeunes du Québec

### Tourisme Laval remercie le jury du membre Rayonnement 2004

**Mme Nicole Boutin**  
**M. Claude Labelle**, éditeur du Courrier Laval et des éditions de quartier.  
**M. Marius Brisson**, président de Solutionpointcom.





# DES ACTIONS

◎ **CAMPAGNE ESTIVALE  
AUPRÈS DES FAMILLES**

La campagne **Laval, c'est amusant** reprend du service en 2003 avec la production de 780 000 encarts promotionnels distribués dans des régions ciblées du Québec. Issu d'une volonté régionale, le réseau de distribution s'élargit avec l'encartage de la brochure dans le Journal de Montréal. Pour renforcer son positionnement « famille » et alimenter les journalistes en support visuel, Tourisme Laval se dote d'une nouvelle banque d'images numériques. En 2003, Tourisme Laval renouvelle sa participation au Salon Vacances et Loisirs d'été, à Montréal et à Québec, et à l'émission Partis pour l'été, à TQS. Des placements médias dans les brochures estivales et de nombreux articles de presse accroissent également la visibilité de Laval auprès des familles québécoises.

◎ **MISE EN MARCHÉ - TOURISME  
D'AFFAIRES ET D'AGRÈMENT**

Les catastrophes que l'industrie touristique a connues ces dernières années amènent Tourisme Laval à réviser ses stratégies et à recentrer ses activités de démarchages auprès de la clientèle corporative et associative au Québec, gouvernementale ainsi que des associations de la région d'Ottawa. Tourisme Laval fait également valoir ses services aux organisateurs d'événements, aux spécialistes du voyage et aux membres du Club des Ambassadeurs de Laval, en mettant en ligne trois nouvelles rubriques dans le [www.tourismelaval.com](http://www.tourismelaval.com).

ACTIONS DE MISE EN MARCHÉ	Activités		Clients rencontrés	
	2002	2003	2002	2003
<b>MARCHÉ AFFAIRES CANADA</b>				
Bourses et foires	4	4	290	91
Représentations	10	13	55	82
Réseau de distribution	3	6	17	26
Tournées de familiarisation	0	1	0	10
Autres promotions	5	6	92	104
<b>MARCHÉ AFFAIRES QUÉBEC</b>				
Bourses et foires	3	3	53	98
Représentations	40	7	40	74
Réseau de distribution	11	9	29	29
Tournées de familiarisation	3	2	33	15
Autres promotions	11	10	91	38
<b>MARCHÉ AGRÈMENT - GROUPES</b>				
Bourses et foires	8	5	169	179
Représentations	20	15	20	31
Réseau de distribution	3	2	32	31
Tournées de familiarisation	2	1	24	16
Autres promotions	1	1	253	260

	2002	2003
<b>ACTIVITÉS PARACONGRÈS</b>		
Demandes traitées	56	28
Kiosque d'accueil lors d'événements	18	27
<b>RELATIONS DE PRESSE</b>		
Nombre d'émissions et d'articles produits suite à l'intervention de Tourisme Laval		
Entrevues et mentions à la radio	7	11
Entrevues et mentions à la télévision	19	12
Articles et mentions dans les imprimés	57	85
Articles dans Internet	7	22
Visites ou rencontres avec des journalistes	76	64
Médias rencontrés à des bourses	118	176

**TOURISME LAVAL JOUE LE RÔLE DE PROMOTEUR DU TOURISME LAVALLOIS VISANT À FAIRE CONNAÎTRE LAVAL COMME DESTINATION TOURISTIQUE ET METTRE EN VALEUR LES DIFFÉRENTS PRODUITS, TANT POUR LE TOURISME D'AFFAIRES QUE POUR LE TOURISME D'AGRÉMENT, INCLUANT LES GROUPES ET LES CONSOMMATEURS. STIMULER LA DEMANDE AUPRÈS DE CES CLIENTÈLES, VOILÀ UN DÉFI DE TOUS LES INSTANTS POUR L'ÉQUIPE DE TOURISME LAVAL.**

# EFFICACES

POUR PROGRESSER  
ENCORE ET TOUJOURS !

LES PUBLICATIONS		
Titre	Tirage	Distribution
GUIDE TOURISTIQUE 2003-2004	115 000	Bureaux d'information touristique du Québec, centres Infotouriste, délégations et consulats, visiteurs et congressistes, envois postaux.
GUIDE DES RESTAURANTS 2003	30 000	Bureau d'information touristique de Laval, Infotouriste de Montréal, réseau lavallois de présentoirs, visiteurs et congressistes.
BROCHURE LAVAL, C'EST AMUSANT 2003	780 000	Foyers des régions de Québec, Gatineau, Abitibi, Sherbrooke, Saguenay, encartage dans le Journal de Montréal, hôtels et attraits de la région, bureau d'information touristique de Laval.
CARTE TOURISTIQUE, plus un laminé pour la halte touristique à l'extérieur	10 000	Bureau d'information touristique de Laval, établissements hôteliers de la région.
BULLETIN QUOI DE NEUF 2003 été et hiver	1000	Journalistes.
BULLETIN TOURISME LAVAL au service du développement économique	6 400	Membres et partenaires économiques.
BULLETINS ÉLECTRONIQUES	Envoi électronique	
Nouvelles de Tourisme Laval	9	Membres
Quoi de neuf, édition médias	9	Journalistes
Quoi de neuf, édition affaires	3	Associations et corporations
Quoi de neuf, édition agrément	3	Tours-opérateurs

● **PLANIFICATION, UN PARTENAIRE D'AFFAIRES**  
C'est dans une volonté de développer des partenariats et dans un contexte où il y a un manque de main-d'œuvre qualifiée dans le domaine de l'organisation de congrès et d'événements que le Collège Montmorency, en collaboration avec Tourisme Laval, initie un Club des planificateurs en congrès et événements. Unique au Québec, ce projet devient réalité avec la création de PlanifAction, où des étudiants en Techniques de tourisme du Collège Montmorency, appuyés par leurs

professeurs ainsi que par le personnel de Tourisme Laval et les partenaires des établissements hôteliers et sites de congrès, ajoutent un volet pratique à leur formation en apportant gratuitement un soutien aux organisateurs de congrès et d'événements dans la préparation de leurs activités. En 2003, ce service devient rapidement un avantage concurrentiel pour la région et génère d'importantes retombées, en apportant un soutien à dix différents regroupements. Tourisme Laval souhaite remercier tous les établissements hôteliers et partenaires associés à PlanifAction.

L'ÉQUIPE DE TOURISME LAVAL  
(photo page précédente)

Geneviève Roy, déléguée commerciale  
Lise Lacoste, secrétaire-réceptionniste  
Sylvie Longtin, coordonnatrice aux ventes  
Fanny Pasteur, agent de développement  
Nicole Vachon, coordonnatrice de l'accueil  
Denis Giroux, relations de presse  
Jean-Louis Bédard, président de Tourisme Laval  
Lucie Desrochers, adjointe à la direction  
Andrée Courteau, directrice générale  
Stéphanie Bug, directrice des ventes  
Maryse Doré, services aux membres  
Hélène Vézina, directrice des communications.

## VERS DE NOUVEAUX STANDARDS

D'ACCUEIL ET  
DE SERVICES

● BUREAU

D'INFORMATION TOURISTIQUE

Tourisme Laval participe au programme de classification des lieux d'accueil de Tourisme Québec et obtient la dénomination de bureau d'information touristique (BIT). Ce symbole de qualité confirme à Tourisme Laval le rôle de leader en matière d'accueil et d'information touristiques sur le territoire de Laval. Au cours de l'année, Tourisme Laval multiplie et améliore ses services reliés à l'information, qui passent, entre autres, par un aménagement extérieur et intérieur, l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite et l'ajout d'une borne informative donnant un accès Internet aux visiteurs. Toujours dans un souci de qualité, Tourisme Laval participe au premier rendez-vous des gestionnaires de lieux d'accueil et de renseignements touristiques.

● INFORMATION TOURISTIQUE  
SUR LA ROUTE VERTE

À l'été 2003, Tourisme Laval initie un service d'information touristique sur la Route verte. C'est donc à vélo que des préposés à l'accueil de Tourisme Laval parcourent l'axe nord-sud de la Route verte pour donner des renseignements et compléter un sondage auprès des cyclistes, dans le but d'orienter les priorités en matière de développement et d'aménagement.

● PORTES OUVERTES

Tourisme Laval participe à la première édition des Journées nationales du tourisme, mises de l'avant par Tourisme Québec, en organisant une journée portes ouvertes. Cinq partenaires touristiques unissent leurs efforts pour sensibiliser les Lavallois à l'offre touristique régionale. Une campagne de promotion s'organise autour de cette activité.

● SIGNALISATION TOURISTIQUE

Suite aux interventions de Tourisme Laval, le ministère des Transports apporte des modifications aux corridors d'exclusion, ce qui permet à huit entreprises touristiques d'obtenir des panneaux bleus de signalisation touristique sur le réseau autoroutier.

● FORMATION

En plus de la formation aux préposés à l'accueil du bureau d'information touristique de Laval, à laquelle participent également des représentants des établissements hôteliers, Tourisme Laval donne de la formation aux préposés des régions des Laurentides, Lanaudière et Montréal, en plus des centres Infotouriste de Rigaud, Rivière-Beaudette et Lacolle.

À sa cinquième année en tant que diffuseur, Tourisme Laval offre toujours la formation Client Plus du CQRHT.

D'abord destinés aux nouveaux membres, Tourisme Laval continue d'organiser ses petits déjeuners d'affaires. Ces rencontres, qui connaissent un grand succès, visent à favoriser le réseautage ainsi qu'à développer des stratégies de mise en marché avec Tourisme Laval.

	2002	2003
<b>INFORMATION TOURISTIQUE</b>		
Actes de renseignements au comptoir d'information	35 082	32 997
Correspondance	2 539	3 371
Appels téléphoniques	4 134	4 355
Nombre d'internautes	60 377	63 355

# RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

## AUX MEMBRES DE OFFICE DU TOURISME DE LAVAL INC.

Nous avons vérifié le bilan de Office du Tourisme de Laval Inc. au 31 mars 2004 et les états des résultats, de l'évolution des actifs nets et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Organisme. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Organisme au 31 mars 2004 ainsi que des résultats de ses activités et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

*Samson Belair  
Devoite & Faucher*

Comptables agréés, le 29 avril 2004

## état des résultats

DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2004

	2004	2003
	\$	\$
<b>REVENUS</b>		
Subventions	371 739	335 647
Cotisations des membres	48 231	62 947
Contribution du milieu	1 198 161	1 225 419
Recouvrement de taxes et autres	10 483	139 580
	<b>1 628 614</b>	<b>1 763 593</b>
<b>DÉPENSES</b>		
- fonctionnement - annexe 1	320 772	394 323
- mise en marché - annexe 2	877 587	896 885
- accueil et information touristiques - annexe 3	127 272	130 307
- développement de l'offre	278 319	169 969
	<b>1 603 950</b>	<b>1 591 484</b>
<b>EXCÉDENT DES REVENUS SUR LES DÉPENSES</b>	<b>24 664</b>	<b>172 109</b>

## état de l'évolution des actifs nets

DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2004


				2004	2003
	Réservés	Investis en immobilisations	Non réservés	Total	Total
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>SOLDE AU DÉBUT</b>	<b>84 878</b>	<b>112 600</b>	<b>317 572</b>	<b>515 050</b>	342 941
Excédent des revenus sur les dépenses	-	(34 282)	58 946	24 664	172 109
Investissement en immobilisations	-	7 020	(7 020)	-	-
<b>SOLDE À LA FIN</b>	<b>84 878</b>	<b>85 338</b>	<b>369 498</b>	<b>539 714</b>	515 050


## bilan

AU 31 MARS 2004

	2004	2003
	\$	\$
<b>ACTIF</b>		
<b>À court terme</b>		
Encaisse	49 566	196 195
Placements temporaires, au taux de 2,05 %	260 459	-
Débiteurs (note 3)	228 974	217 069
Frais imputables au prochain exercice	96 154	103 746
	<b>635 153</b>	<b>517 010</b>
Immobilisations (note 4)	85 338	112 600
	<b>720 491</b>	<b>629 610</b>
<b>PASSIF</b>		
<b>À court terme</b>		
Créditeurs et charges à payer (note 6)	149 584	78 184
Revenus reportés (note 7)	31 193	36 376
	<b>180 777</b>	<b>114 560</b>
<b>ACTIFS NETS</b>		
Réservés	84 878	84 878
Non réservés	369 498	317 572
Investis en immobilisations	85 338	112 600
	<b>539 714</b>	<b>515 050</b>
	<b>720 491</b>	<b>629 610</b>

Au nom du conseil

 , administrateur

 , administrateur

## état des flux de trésorerie

DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2004

	2004	2003
	\$	\$
<b>ACTIVITÉS D'EXPLOITATION</b>		
Excédent des revenus sur les dépenses	24 664	172 109
Éléments sans incidence sur la trésorerie		
Amortissement des immobilisations	47 326	45 450
Amortissement de la subvention reportée	(13 044)	(13 044)
	<b>58 946</b>	<b>204 515</b>
Variation des éléments hors caisse du fonds de roulement d'exploitation	61 904	(38 779)
	<b>120 850</b>	<b>165 736</b>
<b>ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT</b>		
Acquisition d'immobilisations	(7 020)	(15 990)
Accroissement de la trésorerie	113 830	149 746
Trésorerie au début	196 195	46 449
<b>TRÉSORERIE À LA FIN</b>	<b>310 025</b>	<b>196 195</b>
Composée de		
Encaisse	49 566	196 195
Placements temporaires	260 459	-
	<b>310 025</b>	<b>196 195</b>

DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2004

**1 ● DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE**

L'Organisme, constitué en vertu de la Partie III de la Loi sur les compagnies du Québec, a pour but de promouvoir le développement touristique régional de Laval et de ses environs et est considéré comme un organisme sans but lucratif enregistré au sens de la Loi de l'impôt sur le revenu.

**2 ● CONVENTIONS COMPTABLES**

Les états financiers ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus du Canada et tiennent compte des principales conventions comptables suivantes :

**Immobilisations**

Les immobilisations sont comptabilisées au coût et sont amorties selon la méthode de l'amortissement linéaire sur une période de cinq ans.

**Cotisations des membres**

Les revenus de cotisations des membres étaient comptabilisés au moment de la facturation. Aucun revenu reporté n'était comptabilisé en regard de ces cotisations. La facturation qui s'échelonnait sur 12 mois a été arrêtée au 1<sup>er</sup> octobre de chaque année. Les revenus reportés seront calculés en date de fin d'exercice à compter du 31 mars 2005.

**Frais imputables au prochain exercice**

Les frais imputables au prochain exercice, comptabilisés au coût, se détaillent comme suit :

	<u>2004</u>	<u>2003</u>
	\$	\$
Frais reliés au guide touristique	<b>59 230</b>	49 344
Autres frais payés d'avance	<b>36 924</b>	54 402
	<b>96 154</b>	103 746

**3 ● DÉBITEURS**

Clients et autres  
Taxes sur l'hébergement Tourisme Québec  
Subventions

	<u>2004</u>	<u>2003</u>
	\$	\$
	<b>72 757</b>	78 811
	<b>118 591</b>	90 221
	<b>37 626</b>	48 037
	<b>228 974</b>	217 069

**4 ● IMMOBILISATIONS**

Mobilier et équipement  
Équipement informatique  
Système téléphonique  
Site Internet  
Enseigne

Améliorations locatives  
Subvention reportée

	<u>Coût</u>	<u>Amortissement cumulé</u>	<u>2004</u> Valeur comptable nette	<u>2003</u> Valeur comptable nette
	\$	\$	\$	\$
	<b>107 719</b>	<b>95 111</b>	<b>12 608</b>	10 929
	<b>89 209</b>	<b>64 997</b>	<b>24 212</b>	34 589
	<b>23 926</b>	<b>22 619</b>	<b>1 307</b>	1 775
	<b>44 189</b>	<b>22 083</b>	<b>22 106</b>	30 938
	<b>15 026</b>	<b>7 181</b>	<b>7 845</b>	10 845
	<b>280 069</b>	<b>211 991</b>	<b>68 078</b>	89 076
	<b>96 752</b>	<b>43 637</b>	<b>53 115</b>	72 423
	<b>(65 203)</b>	<b>(29 348)</b>	<b>(35 855)</b>	(48 899)
	<b>31 549</b>	<b>14 289</b>	<b>17 260</b>	23 524
	<b>311 618</b>	<b>226 280</b>	<b>85 338</b>	112 600

L'amortissement de l'exercice pour le mobilier et équipement, l'équipement informatique, le système téléphonique, le site Internet, l'enseigne, les améliorations locatives et la subvention reportée s'élève à 4 216 \$, 11 502 \$, 468 \$, 8 832 \$, 3 000 \$, 19 308 \$ et 13 044 \$ respectivement.

**5 ● EMPRUNT BANCAIRE**

L'Organisme dispose d'une marge de crédit autorisée de 50 000 \$ au taux préférentiel et garantie par les débiteurs et autres biens meubles. Au 31 mars 2004, la marge de crédit était inutilisée.

**6 ● CRÉDITEURS ET CHARGES À PAYER**

Créditeurs et charges à payer  
Salaires, retenues à la source et vacances à payer

	<u>2004</u>	<u>2003</u>
	\$	\$
	<b>131 352</b>	65 758
	<b>18 232</b>	12 426
	<b>149 584</b>	78 184

**7 ● REVENUS REPORTÉS**

Solde au début  
Montant constaté dans les revenus  
Montants encaissés au cours de l'exercice  
    Guide  
    Autres  
Solde à la fin

	<u>2004</u>	<u>2003</u>
	\$	\$
	<b>36 376</b>	32 171
	<b>(36 376)</b>	(32 171)
	<b>29 661</b>	32 426
	<b>1 532</b>	3 950
	<b>31 193</b>	36 376

**8 ● ENGAGEMENT**

L'Organisme loue de Ville de Laval, un immeuble situé au 2900, boul. Saint-Martin Ouest et cela pour une somme symbolique de 1 \$.

## dépenses de fonctionnement - ANNEXE 1

DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2004

	<b>2004</b>	2003
	\$	\$
Salaires et charges sociales	<b>154 725</b>	200 682
Frais financiers	<b>1 490</b>	1 431
Frais de représentation et voyages	<b>21 187</b>	25 005
Frais de formation	<b>3 907</b>	5 076
Télécommunications	<b>14 011</b>	17 058
Dépenses administratives	<b>125 452</b>	145 071
	<b>320 772</b>	394 323

## dépenses de mise en marché - ANNEXE 2

DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2004

	<b>2004</b>	2003
	\$	\$
Publicité	<b>324 112</b>	374 062
Publipostage	<b>16 673</b>	14 874
Relations de presse	<b>23 544</b>	60 896
Honoraires	<b>25 590</b>	3 755
Publications	<b>33 970</b>	54 905
Matériel promotionnel	<b>7 874</b>	8 029
Salaires démarchage	<b>275 947</b>	216 020
Frais de représentation et voyages	<b>11 294</b>	21 179
Bourses et foires	<b>16 850</b>	24 286
Tournées de familiarisation	<b>13 301</b>	18 260
Réseau de distribution	<b>4 468</b>	2 904
Autres promotions	<b>12 737</b>	11 999
Promotions des administrateurs et DG	<b>11 797</b>	-
Nouvelles technologies	<b>11 922</b>	8 555
Grands Prix du tourisme	<b>31 067</b>	23 615
Frais d'abonnement, commercialisation	<b>8 265</b>	5 732
Guide touristique régional	<b>48 176</b>	47 814
	<b>877 587</b>	896 885

## dépenses d'accueil et information touristique - ANNEXE 3

DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2004

	<b>2004</b>	2003
	\$	\$
Salaires et charges sociales	<b>89 491</b>	72 242
Réseau d'accueil, d'information et de réservations touristiques	<b>31 314</b>	46 751
Activités des membres	<b>6 467</b>	11 314
	<b>127 272</b>	130 307

# CONSEIL D'ADMINISTRATION



## EXÉCUTIF

PRÉSIDENT  
JEAN-LOUIS BÉDARD

VICE-PRÉSIDENTE  
MICHELINE CARON-GROULX



SECRÉTAIRE-TRÉSORIER  
RÉGENT WATIER

JEAN-JACQUES BELDIÉ

MICHEL LATOUR



## ADMINISTRATEURS

FRANÇOIS ALLARD  
MICHEL GALLAND  
DOMINIC GAUTHIER

PAUL LEMAY  
GUY MCDONALD  
RICHARD TROTTIER

NANCY GUAY  
ANDRÉE COURTEAU



TOURISME LAVAL  
2900, boul. Saint-Martin Ouest  
Laval (Québec) H7T 2J2  
Téléphone : (450) 682-5522  
1 877 465-2825  
Télécopieur : (450) 682-7304

[www.tourismelaval.com](http://www.tourismelaval.com)



Québec