

# RAPPORT ANNUEL

# 2021

# UNE ANNÉE DE DÉFIS ET DE BELLES RÉALISATIONS



Bien qu'encore sous le signe de la pandémie, l'industrie touristique a traversé l'année 2021 dans un **esprit de collaboration encore plus grand et une solidarité indéfectible**. Tant les membres et les partenaires que l'équipe de Tourisme Laval se sont serrés les coudes. Nous avons travaillé à l'unisson et nous sortons plus forts de cette période difficile.

Il y a eu de belles initiatives au cours de cette année tumultueuse. Pensons à la gestion du Fonds de développement en tourisme d'affaires pour l'ensemble du Québec, la création d'un programme de privilèges pour les travailleurs et travailleuses de l'industrie touristique (Carte Avantages), l'engagement dans une cohorte du Fonds Ecoleader visant l'écoresponsabilité des événements, l'évolution vers un service d'intelligence d'affaires ou encore, des campagnes promotionnelles créatives et des partenariats réussis avec des influenceurs et des médias.

Nous reprenons donc la route du positivisme et du dynamisme qui caractérisent si bien notre destination. Des défis nous attendent certes, mais riches de nouvelles expériences, nous saurons les aborder avec la conviction que l'entraide nous permettra d'aborder la reprise avec enthousiasme. Gardons tous le cap sur le développement et la mise en valeur d'une destination urbaine effervescente !

Merci à la présence constante et l'apport inestimable des membres du conseil d'administration. Merci de tout cœur à tous nos membres. Vous êtes les fleurons de la destination et vous répondez présent à toutes nos idées (folles ou plus sérieuses). Nous tenons à souligner votre résilience. Vous avez fait preuve de courage, d'innovation et de créativité.

Nous disons un merci chaleureux à la pétillante équipe de Tourisme Laval qui a su démontrer toute l'agilité requise en ces temps mouvementés. Nous remercions également la Ville de Laval, fidèle partenaire de nombreux projets. Merci au ministère du Tourisme et à l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, qui nous ont apporté une aide précieuse dans les efforts de relance et de promotion de notre destination, LAVAL !

C'est avec un regard optimiste que nous entamons la prochaine année.

**Geneviève Roy**  
Présidente-directrice générale

**Yanick Pazzi**  
Président du conseil d'administration

# CONSEIL D'ADMINISTRATION

## AU 31 MARS 2022

### Comité exécutif

#### YANICK PAZZI

Président du conseil d'administration –  
Sheraton Laval

#### YVES LEGAULT

Vice-président – Collège Letendre

#### GUYLAINE ARCHAMBAULT

Secrétaire – Musée de la santé Armand-Frappier

#### MICHEL GALLAND

Administrateur – Voyages Blainville

#### GENEVIÈVE ROY

Présidente-directrice générale – Tourisme Laval

### Administrateurs

#### PATRICIA ALAOUZ

Holiday Inn Laval – Montréal

#### SANDRA EL-HELOU

Ville de Laval

#### STÉPHANIE GIRARD-BEAUDRY

Cosmodôme

#### GUY MCDONALD

McDonald Deschênes Dubé, Avocats

#### CHRISTINE MÉTAYER

Éco-Nature/Parc de la Rivière-des-Mille-Îles

#### DANIEL MONGRAIN

Escalade Clip'n Climb Laval

#### MARTIN SAVOIE

Sports Laval

#### VYCKIE VAILLANCOURT

Ferme Vaillancourt

# BILAN DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DE LAVAL

# 2021

## Nos objectifs 2018-2023

Augmenter le **nombre de touristes de 4 %** annuellement

Augmenter les **dépenses touristiques de 4 %** annuellement

Augmenter le **nombre de nuitées de 2 %** annuellement

Augmenter l'achalandage des **attraits touristiques de 4 %** annuellement

Contribuer à la **création de nouvelles expériences touristiques**

## La provenance des touristes

Province de Québec : **48,5 %**

Reste du Canada : **37,4 %**

États-Unis : **11 %**

Autres pays : **3,2 %**

## Les clientèles

**43,5 %**

en tourisme d'affaires

**56,5 %**

en tourisme d'agrément

# NOS RÉSULTATS 2021

**770 955** touristes en 2021  
(480 195 en 2020, 1,8 M en 2019)

**49,8 M \$** en dépenses des touristes  
(40,1 M \$ en 2020, 116,1 M \$ en 2019)

**36,2 %** taux d'occupation hôtelier<sup>i</sup>  
(30,7 % en 2020, 80,3 % en 2019)

**21** événements et congrès réalisés  
(35 en 2020, 212 en 2019)

**Hausse de l'achalandage  
des attraités tarifés<sup>ii</sup>**  
(43,2 % de plus qu'en 2020, 48,6 % de moins qu'en 2019)

**87 millions** de personnes sont jointes  
par nos actions de relations de presse  
(67 millions en 2020, 137 millions en 2019)

<sup>i</sup> Échantillon des 6 ou 7 principaux hôtels

<sup>ii</sup> Échantillon d'une dizaine d'activités touristiques tarifées

# ÉCOSYSTÈME NUMÉRIQUE

## TOURISME LAVAL.COM

	2019	2020	2021
Visites	680 296	333 449	387 806
Visites uniques	534 867	281 061	329 220
Pages vues	1 280 722	631 426	775 348

### Variation 2021/2020

+ 16,30 %

+ 17,13 %

+ 22,79 %

## FACEBOOK

	2019	2020	2021
Taux d'engagement	4,8 %	7,4 %	4,8 %
Abonnés	13 699	14 764	15 487
Portée (personnes atteintes)	3 200 000	3 447 822	5 752 417

### Variation 2021/2020

- 2,6 %

+ 723

+ 2 304 595

## INSTAGRAM

	2019	2020	2021
Abonnés	3 188	3 744	4 567
Portée (personnes atteintes)	129 000	204 847	675 706

### Variation 2021/2020

+ 823

+ 470 859

## LINKEDIN

	2019	2020	2021
Taux d'engagement	7,52 %	5,5 %	4,61 %
Portée (personnes atteintes)	171 000	208 295	74 022

### Variation 2021/2020

- 0,89 %

- 134 273

# ÉCOSYSTÈME NUMÉRIQUE

		2020	2021	
YOUTUBE	Taux de clics	7,5 %	7,3 %	Variation 2021/2020 - 0,2 %
	Portée (personnes atteintes)	154 480	108 360	- 46 120
TWITTER	Abonnés	5 670	5 632	2020 5 612 Variation 2021/2020 - 20
	Portée (personnes atteintes)	256 000	141 700	64 400 - 77 300
BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE	Actes de renseignements	2 106	694	2020 2021 1 697 Variation 2021/2020 + 1 003

## Notes :

- Les données de l'écosystème numérique sont pour la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2021.
- Un (1) acte de renseignements est l'action de renseigner (comptoir, téléphone, courriel, courrier, agent conversationnel [chatbot]) une seule ou plusieurs personnes faisant partie d'un même groupe.
- Le bureau d'information touristique fonctionnait en mode hybride en raison de la pandémie.

# LAVAL REPREND LA PLANIFICATION DES ÉVÉNEMENTS

		Marché sportif	Marchés congrès et voyageurs	Total
NUITÉES VENDUES PAR L'ÉQUIPE DE TOURISME LAVAL	2019/2020	7 795	4 956	12 751
	2021/2022	5 434	2 360	7 794

Notes : En raison des restrictions liées à la COVID-19 applicables aux rassemblements, aucune donnée pour l'année 2020/2021 ne figure dans ce tableau.

## La Société des musées du Québec a choisi Laval

Du 13 au 15 octobre 2021, Laval a accueilli le congrès annuel de la Société des musées du Québec, un événement d'envergure qui a réuni la communauté muséale du Québec au tout nouveau Centre de Congrès du Sheraton Laval dans sa nouvelle configuration. Présenté en mode hybride (présentiel et virtuel), l'événement fut l'un des premiers congrès à se tenir depuis le début de la pandémie. À cette occasion, une tournée des musées lavallois, incluant 5 membres de Tourisme Laval, a été organisée en plus d'un cocktail au Centre d'interprétation du Parc de la Rivière-des-Mille-Îles.



Lire l'entrevue avec monsieur Stéphane Chagnon, directeur général de la SMQ, qui raconte son expérience.





## En 2021, on redouble d'efforts pour la relance des activités touristiques

Tourisme Laval a reconduit plusieurs programmes d'aide financière dans l'objectif de soutenir ses membres. Ces derniers ont également pu suivre plusieurs formations et webinaires afin de les accompagner dans leurs démarches. **Plus de 60 Points d'information ont été envoyés** par courriel tout au long de l'année afin de relayer, en temps réel, l'information essentielle de l'industrie touristique. De plus, de nouveaux projets ont été mis sur pied, notamment le projet **Tourisme d'affaires par créneaux économiques porteurs** (TACEP) et la **Carte Avantages**.



## Pour le rayonnement de nos entrepreneurs et de la destination, le projet Tourisme d'affaires par créneaux économiques porteurs (TACEP) voit le jour.

En septembre 2021, la Démarche de relance du Tourisme d'affaires par créneaux économiques porteurs (TACEP) a été lancée grâce au soutien financier de Laval économique.

Cette démarche vise à susciter l'engagement de nos leaders afin de favoriser l'attraction d'événements d'affaires par le développement et l'animation d'un réseau d'ambassadeurs dans le but de générer des retombées économiques.

Cela inclut la réalisation d'une analyse détaillée des créneaux économiques porteurs dans la région lavalloise ainsi qu'une proposition d'approche et d'un mode de fonctionnement innovant. Ce projet s'échelonne sur deux années financières.

**CARTE** Privilèges pour les  
pros du tourisme  
**AVANTAGES**



## Nouveau programme de privilèges pour les employés de l'industrie touristique

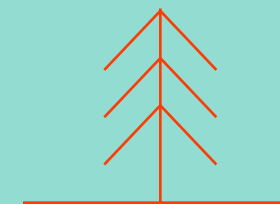
Au cours de l'année, Tourisme Laval, en collaboration avec **Tourisme Lanaudière** et **Tourisme Charlevoix**, a développé un nouveau programme d'offres exclusives pour les travailleuses et travailleurs de l'industrie touristique, la « **Carte Avantages — privilèges pour les pros du tourisme** ». Ce projet-pilote vise à attirer et à fidéliser des travailleuses et travailleurs de l'industrie touristique, à générer des visites et des revenus et à transformer ces précieux collaborateurs en ambassadrices et ambassadeurs du territoire.

Le principe est simple : les entreprises membres de ces associations touristiques régionales qui offrent un rabais peuvent ensuite proposer la Carte Avantages à leur personnel. Il s'agit donc d'un privilège concret à offrir à leur équipe.

Les premiers tests auprès de quelques entreprises ont débuté en mars 2022 et un déploiement plus important est prévu pour l'année à venir.



**Consulter le site**



## Quatre régions unissent leurs efforts pour le tourisme d'affaires

Quatre régions touristiques du Québec ont fait front commun pour déployer une démarche collective de prospection, d'identification et de qualification d'opportunités en tourisme d'affaires afin de soutenir les hôtels, les sites de congrès et les fournisseurs dans leurs offensives de vente. Initiée par **Tourisme Laval**, soutenue par **Tourisme Centre-du-Québec**, **Tourisme Montérégie** et **Tourisme Outaouais**, cette démarche a pour but de générer des nuitées et des retombées directes et indirectes liées aux événements d'affaires. Une nouvelle ressource s'est jointe pour soutenir les équipes de vente des régions participantes en actualisant les bases de données, en améliorant la connaissance de la clientèle et en générant des occasions d'affaires.



## L'écoresponsabilité mise de l'avant avec le Fonds Écoleader

Tourisme Laval s'est impliquée dans un projet de cohorte Écoleader visant à évaluer l'impact environnemental des événements selon l'approche cycle de vie. Ce projet est réalisé par le Groupe AGECO, expert en analyse du cycle de vie, ainsi que par le Réseau des femmes en environnement et son Conseil québécois des événements écoresponsables. Cette nouvelle certification nous permettra d'améliorer le processus de prise de décision, de contribuer à l'intégration de pratiques écoresponsables et de positionner Laval comme leader dans l'accompagnement de l'organisation d'événements écoresponsables.



## Renouvellement du Programme de soutien aux événements de Laval SportCité

Afin de développer sur le territoire lavallois une stratégie d'attraction et d'accueil d'événements sportifs d'envergure, la **Ville de Laval**, **Tourisme Laval** et **Sports Laval** ont reconduit le programme de soutien financier aux événements sportifs tenus sur le territoire lavallois.



# EPRT 2020-2022

## un soutien aux PME touristiques

Dans le cadre du troisième volet de l'Entente de partenariat régional en tourisme — Soutien aux projets de développement et de structuration de l'offre touristique, Tourisme Laval a soutenu **17 projets de 16 entreprises et organismes** pour une aide totale de près de **464 000 \$**.

- BFLY – Création de l'attraction BLFY Laval
- C.I.EAU – Billetterie en ligne
- C.I.EAU – Étude de faisabilité pour le déploiement du C.I.EAU en musée national de l'eau
- Co-Motion – Village Laval, prélude à LVL UP
- Cosmodôme – Développement et scénarisation de la salle d'entraînement des astronautes
- Diapason – Événement Symbiose
- Ferme d'Auteuil – Création et mise en marché d'expériences agrotouristiques
- Festival des bières de Laval – Édition 2022
- Grand Hôtel Times – Aménagement du Salon Wright
- Hilton-Sheraton – Implantation du système interactif STAY1000/LX
- Illumi – Renouvellement d'un monde de la programmation Illumi
- La Centrale des artistes – Festival Mosaïque
- Le Crux centre d'escalade – Achat d'équipement
- Le Cube Secret – Modernisation de quatre appartements
- Musée Armand-Frappier – Création de l'exposition Santé tout le monde
- Orchestre symphonique de Laval – Festival classique hivernal
- Sheraton Laval – Implantation d'un videowall dans l'entrée et l'aire commune



## FDTA : un nouveau Fonds pour soutenir la relance du tourisme d'affaires

Le 6 décembre 2021, le gouvernement du Québec a lancé le Fonds de développement en tourisme d'affaires, assorti d'une **enveloppe budgétaire de 2,5 millions de dollars** afin de soutenir la relance du tourisme d'affaires au Québec. Présents à Laval pour l'annonce, la ministre du Tourisme, madame Caroline Proulx, en compagnie du ministre responsable de la région de Laval, monsieur Benoit Charette, attribuent à Tourisme Laval, qui sera appuyé par un comité directeur, la gestion de l'enveloppe budgétaire de ce Fonds.

Cette aide financière pour la tenue des réunions d'entreprises, de congrès et d'expositions commerciales en 2022 visait à insuffler un regain de croissance et à contribuer à la relance du tourisme d'affaires, qui génère habituellement des retombées pour toutes les collectivités du Québec.

Deux appels de projets ont eu lieu au cours de l'année financière, soit en février et en mars. Tourisme Laval a d'ailleurs organisé un webinaire d'information sur le Fonds le 17 février 2022 afin de répondre à toutes les questions des demandeurs.



## Mémoire sur la vision touristique du centre-ville

Dans le cadre de la consultation publique de la Ville de Laval sur le programme particulier d'urbanisme (PPU) Centre-ville, Tourisme Laval a déposé un mémoire sur la Vision touristique du centre-ville. Il a été partagé sur le site Web dédié aux consultations citoyennes de la Ville, Repensons Laval.



**Consultez les cinq (5) recommandations présentées dans le mémoire**



## Du nouveau dans les forfaits Explore Québec et Passeport Attraités

Deux programmes de rabais destinés à inciter les Québécois à visiter des attractions touristiques d'ici, que la ministre du Tourisme, madame Caroline Proulx, avait lancés en 2020, ont été reconduits à l'été 2021. Trois nouveaux forfaits Explore Québec ont été ajoutés sur les sites Web de Voyages Blainville, Omnitour et Voyage Bellevue. Ces forfaits mettent en vedette le Cosmodôme. De plus, 16 Passeports Attraités comprenant 9 attractions de la région, dont 8 membres de Tourisme Laval, ont été produits.

# L'AGROTOURISME À LAVAL, ON Y VOIT!

## Une analyse majeure et le développement d'un nouveau produit

Dans le cadre de la mise en œuvre du Plan d'action provincial sur l'avenir du tourisme gourmand, dont les organisations fondatrices sont l'Association de l'Agrotourisme et du Tourisme Gourmand et la Société du réseau ÉCONOMUSÉE, l'une des actions prioritaires portait sur la réalisation de portraits régionaux en tourisme gourmand. Tourisme Laval a ainsi participé à cette démarche et colligé toutes les informations requises. Un portrait régional lavallois, arrimé au portrait provincial, sera finalisé sous peu.

## L A V A L L'île au Terroir

### à la découverte des produits d'ici

Tourisme Laval a accompagné cinq producteurs agrotouristiques dans le développement et la mise en marché d'expériences inédites. Ce projet a mené au développement de nouvelles activités ainsi qu'à la création de visites éducatives et ludiques. Les différentes expériences créées sont présentées et promues sur un site dédié : L'île au terroir.



Consulter le site





Tourisme Laval a entrepris un important chantier d'organisation et de développement de l'intelligence d'affaires.

D'une part, l'association a revu au cours de l'année sa méthode de **compilation de statistiques** auprès des hôteliers, des attrait ainsi que des festivals et événements. Le nouveau format permet aujourd'hui de consulter et d'interroger rapidement les données à l'aide de **PowerBI**, un puissant outil de visualisation.

D'autre part, Tourisme Laval a mis en place au cours de l'année une **veille stratégique** en continu de plus de 100 sources d'information afin de rester à l'affût des opportunités, de mieux connaître les clientèles et les tendances, de suivre l'évolution des destinations et de s'inspirer des bonnes pratiques.

L'information recueillie est partagée par l'entremise de **Yammer**, réseau social d'entreprises qui facilite la diffusion de renseignements, la recherche et les échanges. Cet outil permet un partage rapide et efficace de l'information selon des thèmes et des mots-clés.

Cette veille et ce traitement plus raffiné des données visent à développer la connaissance au sein de l'équipe et à alimenter nos divers outils de diffusion (bulletin connaissances, infolettre affaires, infolettre aux hôteliers, etc.).

Ce développement de l'intelligence d'affaires se poursuivra en 2022-2023.

## Données de connaissances stratégiques partagées aux membres

Cinq éditions du bulletin connaissances stratégiques ont été diffusées au cours de l'année. Les contenus présentés comprenaient notamment des articles sur les tendances touristiques, des profils de clientèles, des conseils portant sur le marketing ou les ressources humaines. Ce bulletin est alimenté par la veille stratégique continue.

Depuis plusieurs années, une cohorte d'hôteliers participe à notre collecte de statistiques qui permet de suivre l'évolution du tourisme à Laval. Depuis septembre, les statistiques colligées sont présentées dans une infolettre mensuelle diffusée aux établissements participants. À ces données s'ajoutent quelques études ou articles pertinents qui sont également extraits de la veille stratégique continue.



## Relance du baromètre touristique

En collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, la Chaire de tourisme Transat ESG UQAM et Tourisme Québec, le baromètre touristique régional est relancé après deux ans de pause. Toujours en version sondage court et sondage long, ce sondage-enquête auprès des visiteurs du territoire permet à Tourisme Laval ainsi qu'aux entreprises participantes de se doter d'un portrait détaillé des visiteurs. Nouveauté notable de cette nouvelle mouture, les résultats seront compilés en temps réel et pourront être consultés au besoin.



# FORMATION ET ACCOMPAGNEMENT, DES ÉLÉMENTS CLÉS

## Optimiser ses stratégies de vente sur LinkedIn

Le 1<sup>er</sup> décembre 2021, le Groupe de vente de la destination Laval (GDVL) a offert la formation « Comment vendre avec LinkedIn – B2B », qui s'est déroulée au Tiers Lieux devant huit participants. Cette formation avait pour objectif d'optimiser sa présence sur LinkedIn pour maîtriser les différents aspects de la vente sociale (*social selling*) en B2B.

## S'adapter au mode virtuel

Dans le cadre d'une entente avec Événements Attractions Québec, Tourisme Laval a offert des accès gratuits à 18 participants du Comité des communicateurs en tourisme (CCTL) et du Groupe de vente de la destination Laval (GDVL) pour les trois webinaires :

- Le virtuel : exploration d'un modèle d'affaires
- Atelier sur le développement d'une stratégie de données
- Le virtuel : avenues de monétisation du numérique

## Google Voyage : l'accompagnement se poursuit

Depuis l'été 2020, l'Alliance de l'industrie touristique du Québec travaille en collaboration avec les Associations touristiques, grâce au soutien financier de Développement économique Canada pour les régions du Québec, afin de renforcer la présence numérique des entreprises touristiques et de la destination Québec.

Au cours de l'année, Tourisme Laval a poursuivi l'accompagnement des membres participants et a propulsé deux formations sur mesure destinées aux responsables de la présence numérique des entreprises touristiques, soit **Débuter avec Google Mon entreprise** et **Comment utiliser efficacement Google Mon entreprise**.

# DES CAMPAGNES POUR INCITER LE QUÉBEC À VISITER NOTRE DESTINATION

## Tourisme Laval participe aux plans partenaires de l'AITQ

En raison de la pandémie, l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ) a proposé aux Associations touristiques régionales (ATR) et sectorielles (ATS) des plans partenaires incluant de sa part un investissement équivalent au nôtre.

En raison de la période de confinement, quelques actions prévues en 2020 ont été reportées en 2021 telles que l'article « **MEILLEURS RESTAURANTS DE LAVAL — POUR UNE EXCURSION GOURMANDE** » publié par **Tastet** ainsi que le **REPORTAGE DE MÉLISSA BÉDARD ET DE SON CONJOINT KARL FORTIER** diffusé sur le **site Web de Radio-Canada**.

Parmi les nouveaux plans proposés, Tourisme Laval a sélectionné les actions les mieux agencées à ses marchés, ses créneaux et ses cibles. C'est ainsi que nous avons été présents à l'émission **Salut Bonjour** le samedi 21 août et le mercredi 15 septembre 2021, et qu'un article publié dans le magazine **Ricardo** proposait **6 ADRESSES GOURMANDES À VISITER À LAVAL**. À l'hiver, un partenariat de rédaction avec **Urbania** mettait en lumière une foule d'activités dans un article intitulé « **C'EST QUOI LE PLAN À ... LAVAL** »

Plus tard à l'automne, des bannières promotionnelles « Courts séjours » dirigeaient les internautes vers l'itinéraire « **LAVAL, L'ÎLE DE TOUS LES POSSIBLES** » sur le **site Web de Bonjour Québec**. Avec des audiences ciblées par intérêt, d'autres bannières pointant vers [tourismelaval.com](http://tourismelaval.com) favorisaient la conversion.

Toujours dans le cadre de ce partenariat avec l'AITQ, **deux ambassadeurs** ont visité la région. **Yasmeen Ghanavi**, influenceuse et photographe, a visité Laval à deux reprises à l'automne 2021 et à l'hiver 2022. Dans **SES STORIES**, elle présente la destination d'un point de vue historique, mais aussi en parlant de nature, saveurs locales et agrotouristiques. De son côté **Jean-François Frenette** a profité de la frénésie des Fêtes pour découvrir un Laval effervescent : marché de Noël, Illumi — Nouvelle Féerie de Lumières, restaurants branchés et magasinage afin de publier, sur son blogue **Jeff on the road**, l'article « **VISITER LAVAL EN 10 LIEUX INCONTOURNABLES** ».



# UNE CAMPAGNE SIGNÉE TOURISME LAVAL ET VILLE DE LAVAL

En plus des actions en partenariat avec l'AITQ, la destination Laval a amplifié sa présence dans les médias numériques au cours de l'été. Plusieurs éléments composant la stratégie étaient adaptés au contexte de déconfinement des zones et des régions. Un des objectifs de la campagne consistait à faire percoler la marque **Laval c'est maintenant** et à la lier à l'ouverture des activités.

Dans le but de démontrer la complémentarité et la diversité de l'offre, plusieurs actions se sont succédé, dont une série de publicités sociétales en programmation et des **ANNONCES RADIO** de 30 secondes diffusées à plus de 300 occasions sur les ondes de Rythme **FM** et de **CKOI**. Une **INFOLETTRE** dédiée à la destination a aussi été envoyée à plus de 35 000 voyageurs inscrits dans la base de données **d'Événements Attractions Québec**. Un autre partenariat de rédaction avec **Urbania** intitulé « **JOURNAL DE BORD D'UNE VIRÉE RAFRAÎCHISSANTE À LAVAL** » mettait en lumière une foule d'activités.

Finalement, l'article **LAVAL : DES ACTIVITÉS AU MÈTRE CARRÉ** paru dans **La Presse+** présentait un portrait de la destination, tant pour son côté urbain que pour les activités de plein air.

## MERCI À LA VILLE DE LAVAL!

Tourisme Laval tient à remercier Ville de Laval pour sa contribution financière dans le cadre du **Fonds de réserve du Plan de relance**. Cette aide de **96 000 \$** a permis d'augmenter considérablement la portée de la campagne estivale 2021, favorisant ainsi la visibilité de la destination et celle des attraits touristiques, établissements hôteliers, restaurants, produits agrotouristiques, musées, festivals, et parcs sur le territoire de la ville de Laval. Les efforts déployés dans ce cadre étaient accompagnés de la signature **Laval. Une île d'exceptions**.

# LE CONCOURS « MA TOTALE À LAVAL » PIÈCE MAÎTRESSE DE NOTRE CAMPAGNE

C'est le 15 juin que la campagne estivale ayant comme pièce maîtresse le concours **Ma Totale à Laval** a été lancée. Ce concours, qui **regroupait 31 membres**, a permis d'améliorer la segmentation des bases de données clients de Tourisme Laval et de créer deux nouvelles infolettres, l'une s'adressant particulièrement aux familles et l'autre aux jeunes adultes. En plus de ces actions collaboratives, **l'humoriste Daphné Létourneau** a fait un retour avec des accroches vidéos pour la promotion du concours « Ma Totale à Laval ».

Plus de **37 000 stories** de Daphné propulsées sur les médias sociaux ont été regardées, sans compter tout le trafic que cela a généré sur le site de Tourisme Laval. La page du concours a été vue **35 012** fois et **7 196** inscriptions ont été comptabilisées. On compte **62 %** de participants parmi le segment de clientèle couples et amis et **38 %** parmi le segment famille.

## Merci aux membres participants

- [co]motion
- Café Déco Céramique
- Centre d'interprétation de l'eau (C.I.EAU)
- Centropolis
- CF Carrefour Laval
- Château Taillefer Lafon
- Corporation Rose-Art
- Cosmodôme
- Éco-Nature/Parc de la Rivière-des-Mille-Îles
- Escalade Clip 'n climb
- Ferme BM Forget
- Ferme Marineau
- Illumi – Féerie de Lumières
- Immersia Jeux d'évasion
- L'Antre-Nous, Crêperie Bistro
- La Bête à Pain
- Le Boating Club
- Le Crux – Centre d'escalade
- Les Insulaires Microbrasseurs
- Maeva Surf
- Mouvement Diapason
- Musée Armand-Frappier
- Orchestre symphonique de Laval
- Oregon Bar-à-vin
- Pizzeria Napolitaine No 900
- Putting Edge
- Serres Cléroux



CONCOURS

MA  
TOTALE

À  
LAVAL

## CET ÉTÉ, PARTICIPEZ AU CONCOURS MA TOTALE À LAVAL.

Courez la chance de gagner 3 activités de votre choix parmi plusieurs ! Une valeur de 150\$ par activité et de 450\$ par gagnant !

Pour créer sa totale à Laval, c'est maintenant ! Il vous suffit de sélectionner 3 activités parmi les thématiques variées sur la page concours de Tourisme Laval.  
Vous pourriez être un des gagnants !

Faites votre choix maintenant !



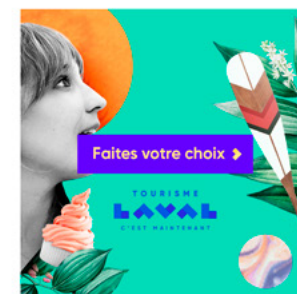
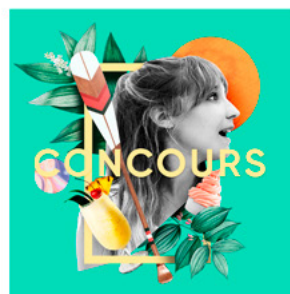
## RÉSULTATS – CAMPAGNE ANNUELLE 2021

(15 JUIN AU 31 OCTOBRE 2021)

### Retombées de la campagne

- + **10 millions** d'impressions
- + **55 492** clics
- + **223 546** sessions
- + **571 574** interactions
- + **138 779** pages vues des fiches membres
- + **19 730** pages vues sur le jeu concours

Un taux de clics global sur les différents créatifs de **0,52 %**

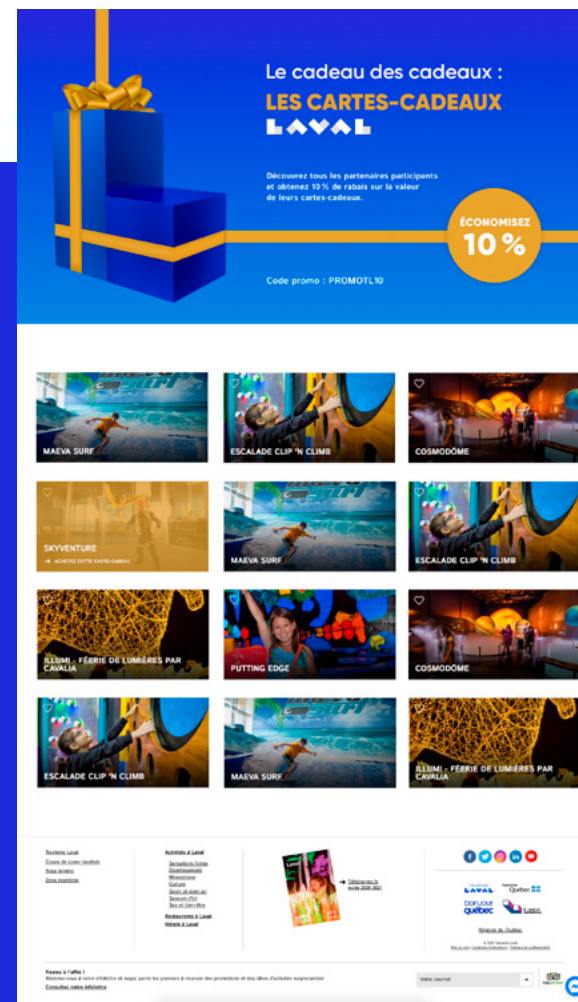


# CÉLÉBRER LE TEMPS DES FÊTES AVEC LE CADEAU DES CADEAUX!

À l'hiver 2021, Tourisme Laval a orchestré une campagne pour la promotion de cartes-cadeaux offertes par ses membres. Entièrement numérique, la campagne a commencé lors du Vendredi fou et s'est terminée à la fin de décembre. Notre site Web comptait une page de destination qui regroupait toutes les offres et qui était d'ailleurs le point d'atterrissage de toutes les activités promotionnelles de cette campagne.

Plusieurs placements médias ont été faits, notamment sur les plateformes propriétaires de Événements Attractions Québec (ÉAQ). D'abord, l'offre des cartes-cadeaux sur la page d'atterrissage de Quebecvacances.com a été **vue 379 fois** entre le 29 novembre et le 31 décembre 2021. De plus, un affichage dans un bulletin dédié de l'ÉAQ envoyé le 9 décembre 2021 a été **vu par plus de 50 000 personnes**. Finalement, une publication commanditée sur la page Facebook de l'ÉAQ a été en ligne pendant une semaine. Avec une **excellente portée, cette publication a généré 409 clics et 425 interactions**.

À cela s'ajoutent des publicités sociales statiques sur Facebook et Instagram qui ont été diffusées tout au long de la campagne, soit du 29 novembre 2021 au 7 janvier 2022. Elles ont eu une **portée totale de 343 405 et ont généré 6 366 clics**.



## Merci aux membres participants

- Baseball Town
- Café Déco Céramique
- Centre d'interprétation de l'eau (C.I.EAU)
- Charbonneau L'Expert
- Escalade Clip 'n climb
- Escaparium
- Immersia Jeux d'évasion
- Le Cube Secret
- Maeva Surf
- Musée pour enfants
- Serres Cléroux
- Serres Lavoie
- Zone 15

## Google Ad Grant performe comme jamais

Avec la collaboration de l'agence GLO, nous bonifions et ajustons constamment les thématiques et les contenus pour répondre aux requêtes des gens sur Google. Ces efforts ont **permis de générer 16 % du trafic organique sur notre site Web.**

## Tourisme Laval participe à la campagne *Faites briller l'été partout au Québec*

En mai 2021, Tourisme Laval a fait la promotion auprès de ses membres de la campagne *Faites briller l'été partout au Québec*. Cette campagne lancée par l'AITQ avait pour objectif de pallier la pénurie de main-d'œuvre dans le secteur touristique, de favoriser la rétention des travailleuses et des travailleurs de l'industrie et d'en recruter de nouveaux à l'aide d'une plateforme Web d'offres d'emploi ainsi que d'un coffre à outils. Une deuxième campagne a eu lieu pendant la saison hivernale. Cette fois, la campagne valorisait les réalisations des employé(e)s en tourisme sur les réseaux sociaux.



## Le site Web de Tourisme Laval repart à neuf

En octobre 2021, Tourisme Laval a mandaté l'agence GLO pour faire l'analyse de son site Web actuel. Ce mandat d'audit avait pour but de mener à la production d'un cahier des charges comprenant des recommandations et des requis pour la refonte du nouveau site Web. Un comité de sélection formé de cinq (5) personnes a analysé chacun des dossiers de candidature et a sélectionné l'agence ParDesign qui a entrepris les démarches pour la refonte du site Web en avril 2022.

# UNE BANQUE D'IMAGES INSPIRANTES

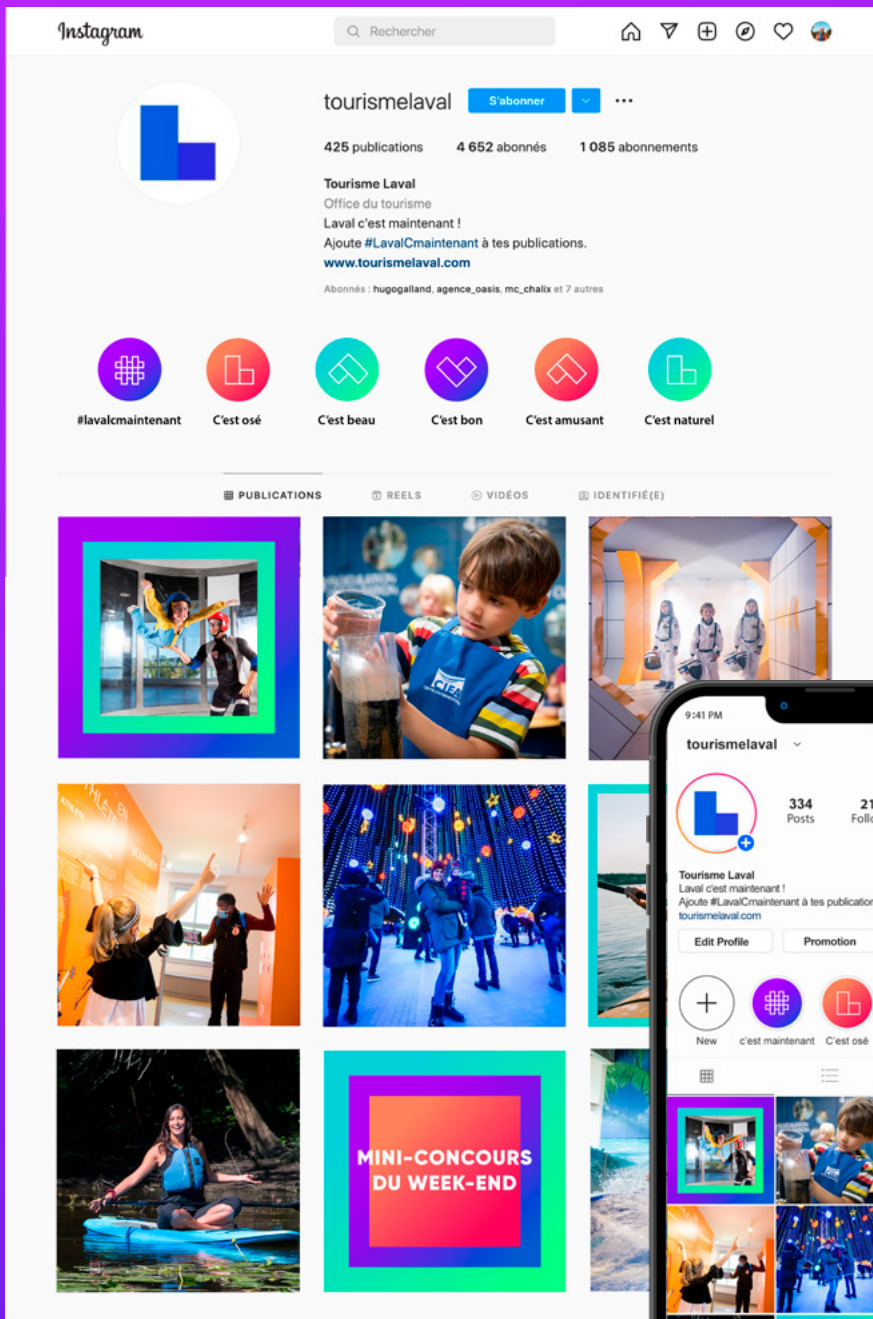
Afin d'enrichir sa banque d'images et de vidéos inspirantes et représentatives de ses personas, soit les familles et les jeunes adultes, Tourisme Laval a organisé des séances photo dans des lieux typiques de la destination au cours de l'année.

L'été dernier, une tournée a été organisée dans les fermes maraîchères, à Centropolis ainsi que lors des événements comme le Festival Diapason, LVL UP et le Festival Mosaïque. Cet hiver, plusieurs séances de photos familiales ont été réalisées, notamment au Centre de la nature, dans les Bois de Laval, à la patinoire Bleu Blanc Bouge ainsi sur plusieurs berges.

De plus, des partenariats ont été conclus avec des influenceurs, notamment avec Charles Raymond, le youtubeur de Raymond VS Bass, fin connaisseur de la pêche, avec Steph Von Rob du blogue Ma Banlieue et avec Caroline Lachapelle du blogue L'Espace Urbain. Du nouveau contenu photo, vidéo et rédactionnel a été produit dans le cadre de ces activités pour raviver nos contenus promotionnels et revitaliser ainsi la performance de nos outils.







# UNE STRATÉGIE DE CONTENU REVUE ET ADAPTÉE

En 2021, l'équipe des communications de Tourisme Laval a revu sa stratégie de contenu afin de s'ajuster à la relance de l'industrie touristique, aux besoins de ses membres et au marché de proximité. Plus que jamais, le contenu est traité de façon 360 afin qu'il soit cohérent et intégré sur toutes nos plateformes propriétaires : dans le SEO, le site Web, les infolettres, les billets de blogue et les médias sociaux. Une nouvelle stratégie de contenu pour l'image de marque sur le compte Instagram de Tourisme Laval a aussi été développée.

# NOUVELLE GÉNÉRATION DE NOS INFOLETTRES

## Une segmentation qui porte fruit

Grâce aux données recueillies dans le cadre du concours Ma totale à Laval, Tourisme Laval a pu générer deux nouvelles infolettres segmentées destinées aux clientèles couples et amis ainsi qu'aux familles. Comportant chacune du contenu personnalisé et adapté aux profils des cibles, elles ont connu un franc succès. **Les taux d'ouverture de ces deux infolettres ont dépassé les 40 %** et ont généré des taux de clics importants.

A o û t

LAVAL c'est maintenant  
Que tu t'éclates dans  
un festival !

### D'la musique qui décoiffe

La musique joue constamment dans tes écouteurs? Village Laval, un nouvel espace *chill* pour venir voir tes artistes prefs. Rap québ, Hip-hop, électro, folk: voici une belle façon de clore ta saison estivale.

[Choisis ton show! >](#)



### Mange ton île !

Une nouvelle façon de voyager dans ta propre région : l'agrotourisme. Autocueillette d'aliments et de fleurs, labyrinthe de maïs géant, centre de jardins, animaux de la ferme... Il y en a beaucoup à explorer!

[Retour aux sources >](#)



### L'adrénaline comme plan de match

Convertis-toi à la nouvelle tendance sportive : l'escalade. Originale, ludique et motivante, cette forme d'entraînement t'amènera à te surpasser tout en t'amusant en couple ou avec ta gang. Relève le défi!

[C'est parti ! >](#)



### Soleil, chapeau et appareil photo



# RETOMBÉES DE PRESSE 2021

Malgré un début d'année où le tourisme n'était pas encouragé au Québec et que les entreprises touristiques étaient fermées, l'été s'est avéré dynamique sur le plan de la couverture de presse accordée à la destination de Laval. Dès le début juin, les différentes plateformes médias se sont mises à la recherche de suggestions d'activités respectant les mesures sanitaires. Tourisme Laval n'a alors pas manqué une occasion pour donner envie aux gens du Grand Montréal et aux Québécois de venir faire des activités à Laval durant la saison estivale et à l'automne.

Les activités agrotouristiques et les terrasses ont été particulièrement populaires auprès des médias, car les gens étaient principalement à la recherche d'activités extérieures. De plus, différentes productions ont profité de la saison estivale pour venir tourner des segments de leur émission à Laval. Ainsi, les équipes des émissions **L'Amour est dans le pré** (Noovo), **Si on s'aimait** (TVA) et **Les petits tannants** (SRC) sont venues tourner des segments de leur émission respective dans six attraits de Laval.

**Retombées : portée de 3 millions de personnes**

Malgré le ralentissement des événements d'affaires, les cahiers réunions et congrès de **La Presse+**, du **Devoir** et du journal **Les Affaires** ont été publiés en 2021.

**Retombées : portée de 5,2 millions de personnes**

En août, l'humoriste Philippe Bond s'est arrêté à Laval pour tourner **une capsule au Maeva Surf pour l'émission Sucré Salé** de TVA.

**Retombées : portée de 1,5 million de personnes**

◇ **Écouter l'émission**

Les actions de relations de presse avec différents pigistes collaborant avec le **Magazine Véro** ont permis la publication de **6 articles Web** au cours de l'année afin de promouvoir des activités de la destination de Laval. Les plus populaires ont été « 28 nouvelles activités à faire en famille au Québec » et « Top 5 des activités pour prolonger l'été ».

**Retombées : portée de 460 000 de personnes**

◇ **Lire l'un des articles**

Deux chroniques estivales « Quoi faire ce week-end » **sur les ondes du 98,5** dans l'émission **Le Québec maintenant** parlaient de la destination de Laval. Plusieurs membres de Tourisme Laval ont été mentionnés, y compris le Festival Diapason.

**Retombées : portée de 2,2 millions de personnes**

◇ **Écouter l'émission**

Toujours fidèle, le site Web Narcity Québec a maintenant une section exclusivement dédiée à Laval ! Tout au long de l'année, les rédacteurs ont fait rayonner les activités urbaines et les nouveautés de la destination tout en mettant de l'avant les espaces nature.

**Retombées : portée de 5 millions de personnes**

◇ **Consulter la section Laval**

La Presse+ a diffusé un article proposant un tour de l'île de Laval tout en pratiquant des activités estivales comme le Rallye des rivières du C.I.EAU.

**Retombées : portée de 10,5 millions de personnes**

◇ **Lire l'article**

Au cours de l'année 2021, les **différentes plateformes de Québecor** telles que le Journal de Montréal, le Journal de Québec, 24 heures et TVA Nouvelles (Web) ont aussi proposé à leurs lectrices et lecteurs différentes activités de plein air à faire à Laval.

**Retombées : portée de 37 millions de personnes**

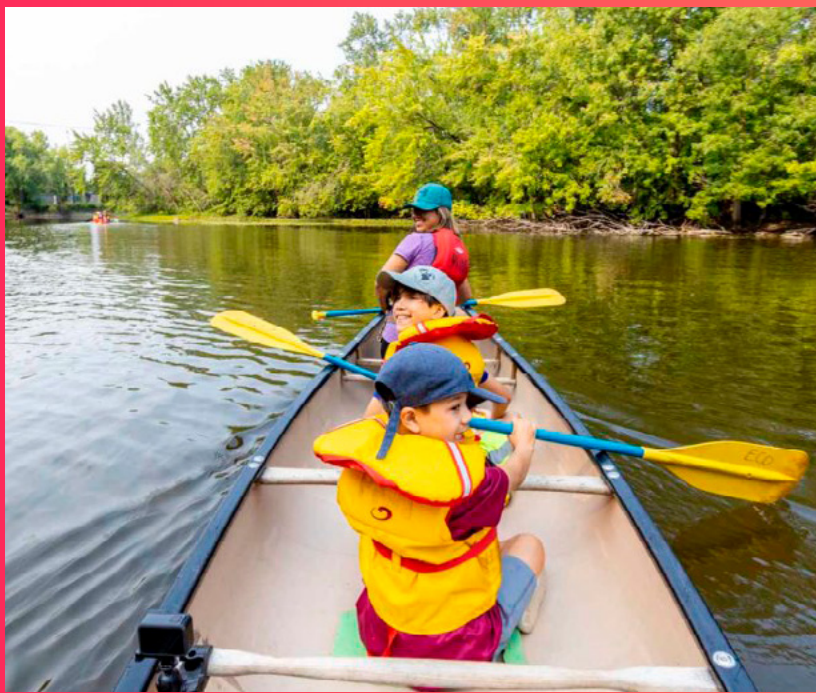
◇ **Lire l'un des articles**

# RETOUR DES BOURSES MÉDIAS

## Travel Media Association of Canada

Le 3 juin 2021 a eu lieu le Travel Media Association of Canada. Pour l'occasion, les rendez-vous organisés par Tourisme Laval se sont déroulés, en mode virtuel, en direct du Cosmodôme afin de rendre l'expérience plus réelle et dynamique. À la suite de cet événement, Laval a accueilli le journaliste ontarien Kevin Wagar et sa famille en juillet. Il s'agissait alors de l'un des premiers médias canadiens à venir en tournée depuis la réouverture des frontières canadiennes.

◇ Lire son billet de blogue



## Bourse des médias hivernale

Les 5 et 6 octobre 2021 marquaient le retour de la Bourse des médias intra-Québec organisée par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec. Tourisme Laval a eu le plaisir de rencontrer, lors de ces deux journées, **21 blogueurs, influenceurs, créateurs de contenu et journalistes**. Cet événement s'est déroulé en mode virtuel et Tourisme Laval s'est démarquée en profitant de la belle température pour faire les rencontres directement sur une terrasse à Centropolis, démontrant ainsi le caractère vibrant de la destination.

## Tourisme Laval présente à une mission économique à Toronto

Le 3 décembre 2021, Tourisme Laval a fait partie d'une délégation composée de la ministre du Tourisme, madame Caroline Proulx, ainsi que d'une vingtaine de représentants et de partenaires de l'industrie touristique québécoise. Cette mission avait notamment pour objectif de promouvoir la destination touristique québécoise auprès des Ontariens et de les inciter à visiter les régions du Québec durant l'hiver. Elle a permis de rencontrer plusieurs influenceurs ainsi que des représentants des médias.



# PARTICIPATION ACTIVE DES MEMBRES DE TOURISME LAVAL AUX CCTL ET GDVL

Toujours en mode collaboratif, le **Comité des communicateurs en tourisme de Laval** s'est réuni cinq fois en visioconférence au cours de l'année. L'un de ces rendez-vous était une rencontre spéciale pour présenter, proposer et prioriser des projets marketing pour la relance. Cinq (5) projets ont vu le jour à la suite de cette rencontre :

- **Les plans partenaires pour la promotion de la campagne estivale 2022**
- **Une cohorte SEM-SEO**
- **Un nouveau programme coop – marketing de contenu**
- **Passeports Attraits Laval**
- **Étude de faisabilité pour le projet rando culture**

Près de 30 membres ont participé à chacune des rencontres du CCTL toujours aussi populaires et au cours desquelles les actions de promotion ont été résumées, les bilans analysés et les stratégies partagées.

En 2021, un nouveau groupe de discussion a été initié par Tourisme Laval, soit le **Groupe de vente de la destination Laval** (GDVL). La première réunion a eu lieu en mode virtuel le 10 mars et quatre autres ont suivi au cours de l'année. En moyenne, une dizaine de participants du milieu des affaires se sont réunis dans l'objectif de discuter des perspectives et des tendances

par clientèle (affaires, voyageurs et sportive), des enjeux et défis ainsi que des actions et stratégies à venir. L'offre de service du Simplificateur est aussi mise de l'avant lors de ces rencontres.

Le 14 décembre 2021, un événement spécial sous forme de **5 à 7** s'est tenu en présentiel au Café Ricardo en compagnie des membres du CCTL et du GDVL. Ce cocktail du temps des Fêtes avait pour objectif d'offrir une occasion de réseautage aux membres après une longue période d'événements en mode virtuel.



## Marché affaires

# LA REMONTÉE DU TOURISME D'AFFAIRES

Tourisme Laval a mis à jour les concepts créatifs et le contenu de la section affaires sur son site Web et a intégré quatre entrevues réalisées par l'interprète québécoise Amy, qui avaient été tournées en 2020. Ces courtes capsules mettent de l'avant des Simplificateurs certifiés et permettent de bien saisir tout le potentiel de tenir un événement à Laval.

◇ Visiter la section et écouter les capsules

La destination d'affaires Laval rayonne également dans les cahiers réunions et congrès et tourisme d'affaires dans les médias québécois. On y présente, entre autres, les nouveautés hôtelières lavalloises. La destination a eu de la visibilité dans un plan-écran de **LA PRESSE+** et dans une annonce insérée à la une du **CAHIER RÉUNIONS ET CONGRÈS** du journal **Les Affaires**.

Enfin, l'imagerie des outils promotionnels, dont le cahier de candidature, les fiches d'établissement et l'infolettre affaires, a également été améliorée.

## Marché sportif

# Déploiement de la campagne Match ton Laval mettant en vedette l'animateur Kevin Raphael, Marc DeBlois et Roseline Filion

En novembre dernier, une campagne pour le marché sportif a été lancée et une nouvelle page d'atterrissage dans la section **ÉVÈNEMENT SPORTIF** de notre site Web a été créée.

Pendant le confinement au printemps 2020, deux capsules vidéos de type accroche (teaser) de 30 secondes avec l'animateur Kevin Raphael avaient été produites afin de promouvoir le challenge « **Match ton Laval** ». Ces capsules dans lesquelles l'animateur mettait au défi Roseline Filion, championne olympique, et Marc DeBlois, directeur général des Jeux du Québec, permettaient d'en savoir plus sur tous les avantages de tenir un événement à Laval.

Ces deux nouvelles vidéos, dont une a été traduite pour le marché canadien, ont été au cœur de la stratégie de déploiement. La diffusion sur les réseaux sociaux a permis d'augmenter considérablement le trafic de la section sportive avec **plus de 3 700 pages vues** depuis le 12 novembre 2021, ce qui représente **une augmentation de 145 %** en comparaison à la période précédente. Les fiches d'information sur les infrastructures sportives à Laval ont, par le fait même, connu une hausse des pages vues.

## La destination de Laval présente sur ADRENALIN

Un solide partenariat avec **ADRENALIN** a aussi offert de la visibilité à la destination avec des articles, des bannières et une infolettre. Une section dédiée à la destination de Laval « **ORGANIZING A SPORTING EVENT IN LAVAL, A WINNING GAME PLAN!** » a été ajoutée pour un an. On y recense les établissements et les terrains sportifs de haut calibre, notamment la patinoire de taille olympique à la Place Bell, toutes les commodités à proximité de ces lieux ainsi que les services qu'offre le programme Laval SportCité.

The screenshot displays the ADRENALIN website interface. At the top, the navigation bar includes 'HOME', 'ABOUT US', 'MY ACCOUNT', 'SUBSCRIBE', and 'ADVERTISE'. The main header features the 'ADRENALIN' logo with the tagline 'THE BUSINESS OF SPORT EVENTS'. Below the header, a secondary navigation bar lists 'ARTICLES', 'DIGITAL MAGAZINE', 'INDUSTRY EVENTS', 'NEWS', 'SUBSCRIBE', and 'ARCHIVE'. The main content area is titled 'ORGANIZING A SPORTING EVENT IN LAVAL, A WINNING GAME PLAN!' and includes a sub-header 'SPONSORED NEWS UPDATES'. The article text describes the benefits of Laval as a sports destination, mentioning its proximity to the airport, diverse amenities, and strategic location. It lists several facilities and venues available in Laval, such as over 500 restaurants, 20 attractions and hotels within a 20-km radius, 3 metro stations, Place Bell, the Complex Multi-Sports de Laval, and the Place Forcari. A list of services offered by Certified Simplifiers is also provided, including bid development, search and suggestions, promotion support, and personalized mobile applications. The article is accompanied by several images: an indoor sports arena, an aerial view of a sports complex, and a track and field race. On the right side of the page, there are several promotional banners for 'SPORT EVENT RESEARCH PORTAL' and 'NOV 2-3-4! EDMONTON' with a 'REGISTER NOW' button. At the bottom, there is a section for 'The 55th Finals of the Jeux du Québec to be held in Laval' and a 'BROWSE THE LATEST ISSUE' section for 'ADRENALIN' magazine.

# INITIATIVES PROMOTIONNELLES 2020-2021

(1<sup>er</sup> avril 2021 au 31 mars 2022)

## TYPES D'INITIATIVES

### INVITATIONS ÉLECTRONIQUES

Rendez-vous Canada (RVC)	Voyagistes	2	Voyagistes
Canadian Meetings – EVENTS EXPO (CMEE)	Affaires	4	Organisateurs d'événements associatifs et corporatifs
<b>NOUVEAU</b> Fonds de développement en tourisme d'affaires	Industrie	3	Industrie du tourisme d'affaires
<b>NOUVEAU</b> Invitation – Groupe de vente de la destination Laval (GVDL)	Membres	4	Membres
Invitation – Groupe des communicateurs en tourisme de Laval (CCTL)	Membres	4	Membres
Invitation – Formation LinkedIn	Membres	1	Membres
Invitation – Webinaires de l'AITQ sur les programmes d'aide financière	Membres	3	Membres
Invitation – Offre de formations sans frais pour webinaires de l'ÉAQ	Membres	1	Membres

### ARTICLES PROMOTIONNELS POUR LE WEB

Articles de blogue	Agrément	32	Web
Communiqués de presse	Médias	6	Web et CNW
Conseils d'experts (billets de blogue)	Affaires	11	Web



## TOP 5 DES VIDÉOS PUBLIÉES PAR TOURISME LAVAL

Ma Totale à Laval - Daphné (Agrotourisme)	Agrément	256 K	Instagram
Ma Totale à Laval - Daphné (Parc de la Rivière-des-Mille-Îles)	Agrément	255 K	Instagram
Ma Totale à Laval - Daphné (Place Bell)	Agrément	234 K	Instagram
Ma Totale à Laval - Daphné (Centropolis)	Agrément	218 K	Instagram
Ma Totale à Laval - Daphné (Cosmodôme)	Agrément	182 K	Instagram

## BULLETINS

Bulletin des membres	Membres	6	Membres
Bulletin Connaissances stratégiques	Membres	5	Membres
Points d'information touristiques (PDI)	Membres	62	Membres

## INFOLETTRES

Laval, c'est maintenant – Général	Agrément	12	Consommateurs
<b>NOUVEAU</b> Laval, c'est maintenant – Famille	Agrément	4	Consommateurs
<b>NOUVEAU</b> Laval, c'est maintenant – Couple et amis	Agrément	4	Consommateurs
L'expertise du Simplificateur	Affaires	3	Organisateurs d'événements associatifs et corporatifs
<b>NOUVEAU</b> Indicateurs hôteliers et veille stratégique	Affaires	4	Cohorte d'hôteliers

## COURRIELS PROMOTIONNELS (E-PUSH)

Renouvellement d'adhésion	Membres	1	Membres
Inscription – Entreprise de tourisme – concours Dunamis	Membres	1	Membres
Concours estival - E-push	Agrément	2	Consommateurs
E-push pour la segmentation des infolettres	Agrément	2	Consommateurs

Pour le tourisme d'affaires, 2021 a été une année d'activités de commercialisation teintée par un retour très progressif des événements en présentiel. La présence virtuelle de Tourisme Laval et de l'équipe du Simplificateur était au rendez-vous pour représenter la destination de Laval et nos partenaires.

## PARTICIPATION À SOULIGNER

### Canadian Meetings + Events Expo

Le CMEE était le premier événement se déroulant en présentiel depuis mars 2020 à Toronto. Tourisme Laval et Sheraton Laval y étaient afin de rencontrer des organisateurs d'événements corporatifs et associatifs parmi les 857 présents ainsi que 72 exposants.

### Rendez-vous Canada

Juste à temps pour Rendez-vous Canada (RVC+), l'équipe du Simplificateur de Tourisme Laval a créé un groupe privé sur la plateforme Facebook dans le but de favoriser des échanges exclusifs entre les voyageurs et d'établir un contact direct avec nos partenaires d'affaires. Le bilan Rendez-vous Canada+, qui a eu lieu du 17 au 20 juin, était un événement entièrement virtuel auquel Tourisme Laval et Sheraton Laval ont participé. Un kiosque virtuel en partenariat avec Bonjour Québec a été présenté. Un total de 98 entreprises ont participé à l'événement.

### Congrès des événements sportifs 2021 par Tourisme Sportif Canada

Le Congrès des événements sportifs 2021 organisé par Tourisme Sportif Canada s'est tenu en mode virtuel du 7 au 9 avril 2021. Il s'agit d'un des plus importants rassemblements d'organismes liés au tourisme sportif au Canada. Directrice des ventes à Tourisme Laval, Andrée-Anne Proulx a représenté **LAVAL SPORTCITÉ** et a profité des « rencontres éclair » et des zones de clavardage pour échanger avec des titulaires de droits sur des événements.

### The EVENT

Les trois chapitres de Meeting Professionals International (MPI), qui cible la clientèle du marché canadien et international, ont organisé, du 13 au 16 avril, un événement en mode virtuel qui a rejoint des centaines de participants de la communauté événementielle. Des échanges et des rencontres individuelles se sont tenus avec des clients par l'entremise de cette plateforme.



# PLAN DE COMMERCIALISATION

DATE	ACTION	MARCHÉ
5 avril 2021	Bourse des médias	Médias
7 avril 2021	Sport Events Congress	Sport
7 avril 2021	Global Meetings Industry	Affaires
15 au 17 avril 2021	The Event	Affaires
14 avril 2021	Événement Tourisme Laval	Médias
29 avril 2021	SCDA Activité de clavardage	Affaires
17 au 20 mai 2021	RVC+ Rendez-vous Canada	Voyagistes
26 mai 2021	Colloque ARF	Voyagistes
1 <sup>er</sup> août 2021	TMAC	Médias
24 août 2021	Webinaire – Fédération des transporteurs par autobus	Voyagistes
8 septembre 2021	MPI Montréal – Québec	Affaires
19 octobre 2021	Canadian Meetings and Events	Affaires
9 novembre 2021	CSAE – Conférence annuelle virtuelle	Affaires
2 décembre 2021	Événement Bonjour Québec (Toronto)	Médias

# PASSEZ EN MODE SIMPLIFICATEUR - UNE OFFRE DE SERVICES RENOUVELÉE

Sous l'égide de **Laval Destination Affaires**, marque de commercialisation de la destination, l'offre de services aux organisateurs d'événements appelée Le Simplificateur a été renouvelée et bonifiée pour fournir des outils innovants et adaptés à la nouvelle réalité.

◇ Voir la gamme élargie du service d'accompagnement  Le Simplificateur

## De nouveaux outils pour vendre la destination

Les outils de promotion et de présentation de l'application mobile Attendify ont été revus et adaptés pour mettre de l'avant tous les avantages d'opter pour cette solution numérique, particulièrement dans la nouvelle réalité post-COVID. Attendify propose une expérience événementielle en ligne comportant plusieurs fonctionnalités, par exemple un service de diffusion en continu (streaming) qui offre à des dizaines de conférenciers invités la possibilité de présenter et gérer leur contenu.

L'orientation stratégique de l'infolettre affaires a également été revue pour offrir aux lecteurs des contenus axés sur le mode de vie. Cette nouvelle approche a généré un meilleur engagement parmi les organisateurs d'événements avec un **taux d'ouverture moyen de 23,83 %**.



 le Simplificateur™

### VOTRE PROPRE APPLICATION ÉVÈNEMENTIELLE MOBILE ET EN LIGNE

Ne rien manquer que l'on soit là ou pas.

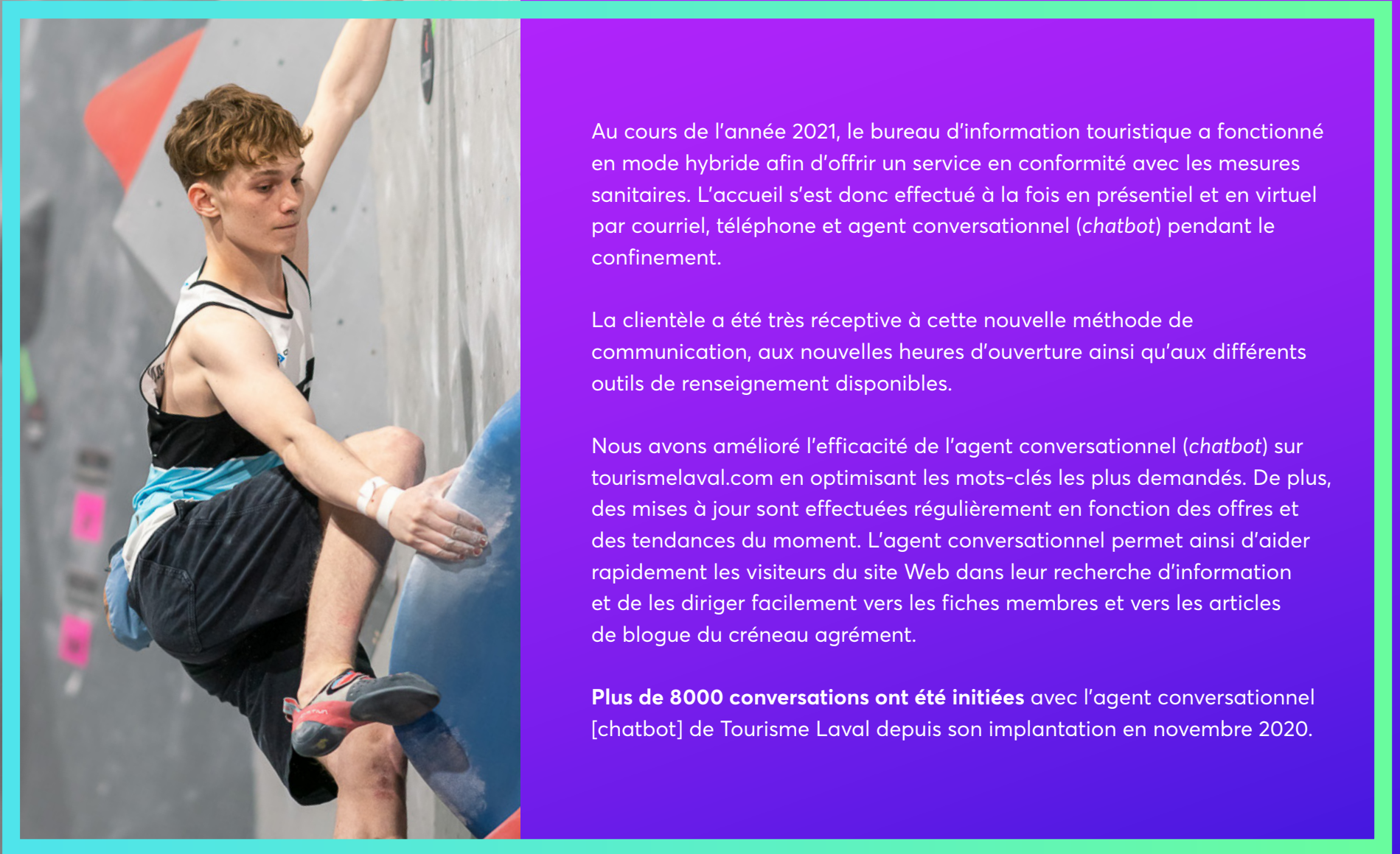
Presque devenues la norme dans les événements, les applications événementielles permettent de créer des expériences engageantes avec des diffusions en direct, des réseaux sociaux, des appels vidéos individuels, des zones d'assemblée, des guichets virtuels, des outils de gestion du contenu, etc. Notre plateforme d'application mobile et d'événements virtuels tout-en-un est dotée d'un service d'inscription intégré et adapté aux formats d'événements en direct, hybrides ou virtuels. Et soyez sans inquiétude, nos Simplificateurs vous proposent l'option de vous accompagner dans l'optimisation des fonctionnalités de la plateforme.

Une exclusivité de  DESTINATION AFFAIRES

attendify

Téléchargez dans l'App Store

Google play



Au cours de l'année 2021, le bureau d'information touristique a fonctionné en mode hybride afin d'offrir un service en conformité avec les mesures sanitaires. L'accueil s'est donc effectué à la fois en présentiel et en virtuel par courriel, téléphone et agent conversationnel (*chatbot*) pendant le confinement.

La clientèle a été très réceptive à cette nouvelle méthode de communication, aux nouvelles heures d'ouverture ainsi qu'aux différents outils de renseignement disponibles.

Nous avons amélioré l'efficacité de l'agent conversationnel (*chatbot*) sur [tourismelaval.com](http://tourismelaval.com) en optimisant les mots-clés les plus demandés. De plus, des mises à jour sont effectuées régulièrement en fonction des offres et des tendances du moment. L'agent conversationnel permet ainsi d'aider rapidement les visiteurs du site Web dans leur recherche d'information et de les diriger facilement vers les fiches membres et vers les articles de blogue du créneau agrément.

**Plus de 8000 conversations ont été initiées** avec l'agent conversationnel [chatbot] de Tourisme Laval depuis son implantation en novembre 2020.

# TOUJOURS ACTIVE DANS SA COLLECTIVITÉ

L'équipe de Tourisme Laval siège à plusieurs comités. Cet engagement s'inscrit dans la mission de l'organisation et confirme la présence active de celle-ci dans son milieu. En voici quelques exemples :

## Conseils d'administration

- Conseil d'administration des Jeux du Québec
- Conseil d'administration — Tourisme d'Affaires Québec (TAQ)

## Comités

- Comité sur la relance économique du centre-ville de Laval
- Comité MTO-Industrie Cadre d'intervention touristique 2021-2025
- Comité de vigie du Plan de développement culturel de la région de Laval
- Comité directeur du Fonds de développement du tourisme d'affaires
- Comité Tourisme et Événements de la Fédération des chambres de commerce du Québec
- Comité de gestion du Programme de soutien aux événements sportifs
- Comité directeur et comité de coordination — Entente agroalimentaire de Laval
- Conférence des directeurs généraux des associations touristiques régionales
- Table des directeurs marketing (ATR\* et ATS\*) du Québec
- Table des directeurs aux communications (ATR et ATS) du Québec
- Table des directeurs en commercialisation (ATR et ATS) du Québec
- Comité des experts en conseils marketing de la Fondation Cité de la santé de Laval

\* ATR (Associations touristiques régionales) et ATS (Associations touristiques sectorielles)

## Tourisme Laval est membre de...

- Agences réceptives et forfaitistes du Québec (ARF-Québec)
- Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ)
- Chambre de commerce et d'industrie de Laval (CCIL)
- Chambre de commerce Montréal métropolitain (CCMM)
- Événements Attractions Québec (ÉAT)
- Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ)
- Fédération des transporteurs par autobus
- La Société canadienne des directeurs d'association (CSAE)
- Regroupement Loisir et Sport du Québec (RLSQ)
- Tourisme d'Affaires Québec (TAQ)
- Tourisme Sportif Canada
- Travel Media Association of Canada (TMAC)



# TOURISME LAVAL RAYONNE GRÂCE AUX ACTIVITÉS DE SON ÉQUIPE

## Une entrevue publiée par etourisme.info

Le 26 janvier, **Maïthé Levasseur**, gestionnaire **Connaissance et stratégie** à Tourisme Laval, a publié un article sur le blogue **etourisme.info**. Cette entrevue avec **Hélène Vézina**, directrice **des communications**, met en lumière cinq stratégies pour positionner une destination voisine d'un grand centre urbain, comme le fait Laval.

◇ Lire l'entrevue

## Une présence marquée au Gueuleton de la Chaire de Tourisme

C'est à l'occasion du Gueuleton touristique – Perspectives 2022, événement très attendu qui se tient en début d'année, que **Geneviève Roy**, présidente-directrice générale de **Tourisme Laval**, a participé à la capsule de la Chaire de Tourisme. Elle y a présenté les pistes d'avenir de l'organisation en matière de tourisme d'affaires et tourisme d'agrément ainsi que les avenues explorées ayant permis l'adaptation à la nouvelle réalité depuis deux ans.

◇ Voir la capsule

## Une présence à l'émission À vos affaires de LCN

**Marie-Josée Bougie**, responsable des relations de presse et médias sociaux de Tourisme Laval, a été invitée à deux reprises avec son homologue de la Montérégie à prendre part à une entrevue en direct à l'émission **À vos affaires**, diffusée à LCN, afin de proposer des activités pour les familles durant la semaine de relâche et le temps des Fêtes 2021.



## Tourisme Laval remporte le prix Platine au Grand Prix du design

Le 21 octobre, Tourisme Laval et son agence Oasis communication ont eu l'honneur de recevoir le prix Platine dans les catégories Image de marque / Actualisation d'une image de marque lors de la 14<sup>e</sup> édition des Grands Prix du Design. L'organisation et son agence ont également remporté la Certification Or dans les catégories Image de marque / Design de logo.



## Un vent de changement pour la catégorie Entreprise de tourisme

Le 10 novembre avait lieu le Gala Dunamis de la Chambre de commerce et d'industrie de Laval au Château Royal. C'est **Illumi — Nouvelle Férie de Lumières par Cavalia** qui a remporté le **Prix Entreprise de tourisme**. Exceptionnellement cette année, ce prix visait à souligner les réalisations originales et concurrentielles des entreprises touristiques de Laval, qui se sont adaptées pour assurer leur survie en temps de pandémie.





# TOURISME LAVAL, UNE ÉQUIPE DYNAMIQUE!

En 2021, Tourisme Laval a redoublé d'efforts afin de s'ajuster aux changements et périodes de déconfinement partiel en raison de la pandémie et ainsi assurer la relance de l'industrie touristique lavalloise. Au fil des mois, l'équipe s'est agrandie et de nouveaux postes se sont créés afin de combler les besoins de l'organisation.

## Administration – Accompagnement et développement de l'offre

**Geneviève Roy**

Présidente-directrice générale

**Maïthé Levasseur**

Gestionnaire, Connaissance et stratégie

**Catherine Lavallée**

Conseillère, Service à la clientèle

**Stéphanie Shanilsky**

Directrice des finances

**Ariane Charette**

Coordonnatrice, Administration et finances

## Communication – Marketing

**Hélène Vézina**

Directrice des communications

**Olivia Lahaie-Richard**

Coordonnatrice de projets marketing numérique

**Marie-Josée Bougie**

Responsable des relations de presse et médias sociaux

**Jessica Samario**

Coordonnatrice de rédaction

Nous les remercions pour leur engagement au cours de l'année.

**Aurélia Hédreux**  
**Florence Samson**  
**Marie-Ève Rodrigue**  
**Pascale Lortie**

## Ventes

**Andrée-Anne Proulx**

Directrice des ventes

**Renée Bénard**

Agente au développement des affaires

**Justine Chan**

Agente commerciale

**Isabelle Bertrand**

Représentante de Destinations AFFAIRES



**MERCI !**

Nos partenaires :



Tourisme Laval  
480, promenade du Centropolis  
Laval (Québec) H7T 3C2

450 682-5522 | 1 877 465-2825  
Visitez [tourismelaval.com](http://tourismelaval.com)