

Rapport
annuel

**20
18**

TOURISME
LAVAL



Laval, une destination touristique urbaine de nature.

Je profite de cette occasion pour souligner le travail et les réalisations des acteurs du milieu touristique qui s'investissent pour faire de Laval une réelle destination touristique. Les efforts combinés de tous ont permis à la région de rayonner et conserver sa courbe de croissance en matière de performance.

Laval possède assurément tous les atouts nécessaires pour plaire aux différents types de voyageurs, qu'ils recherchent une destination affaires, familiale, culturelle, événementielle ou sportive. C'est grâce à l'engagement, au dynamisme et à l'esprit de concertation des entrepreneurs touristiques lavallois, qui favorisent le développement de projets rassembleurs, que 1,7 million de touristes ont choisi Laval comme destination en 2018 pour vivre des expériences authentiques et étonnantes.

Dans notre Planification stratégique – Urbaine de nature, nous énonçons vouloir développer un centre-ville animé et attrayant. C'est donc avec enthousiasme que nous faisons équipe avec Tourisme Laval, agent canalisateur, pour mobiliser l'industrie, atteindre nos objectifs communs et ainsi bâtir notre centre-ville.

En terminant, je profite de l'occasion pour saluer le travail exceptionnel des administrateurs et de l'équipe de Tourisme Laval. Votre créativité, votre vision, votre passion permettent de positionner Laval comme une destination touristique unique !

Marc Demers

Maire de Laval

Des idées aux projets

Il y a cinq ans, nous avons rêvé de grands projets, de projets qui allaient contribuer au rayonnement de Laval en tant que destination touristique et qui la propulseraient vers de nouveaux sommets.

Aujourd'hui, l'engagement, le dynamisme et l'esprit de concertation des acteurs de l'industrie touristique de la région ont permis le développement de projets porteurs et rassembleurs qui bonifient l'offre et confirment la position de Laval comme une destination qui séduit gens d'affaires et congressistes, familles, milléniaux et retraités, associations sportives, groupes scolaires et voyageurs.

Toute cette effervescence n'est pas près de s'éteindre. Parmi les projets majeurs, mentionnons l'annonce de nouveaux établissements hôteliers sur notre territoire, l'inauguration attendue du Centre d'exploration du Parc de la Rivière-des-Mille-Îles, le dévoilement du Plan de développement culturel de la région de Laval, la concertation active des acteurs du secteur touristique pour bâtir un centre-ville animé, les nombreux événements culturels et sportifs d'envergure tenus à la Place Bell, ainsi que la venue dans quelques mois de l'événement Illumi – Féerie de Lumières créé par Cavalia. S'ajoute à cela la reconnaissance de l'expertise lavalloise en tourisme d'affaires avec l'annonce de la démarche stratégique en tourisme d'affaires du ministère du Tourisme.


Grâce à toutes ces initiatives, Laval s'est imposée comme un important pôle en tourisme urbain. En tant que catalyseur de l'industrie touristique lavalloise, nous sommes engagés à faire la promotion de la destination Laval, tant à l'échelle provinciale que nationale. Chaque jour, nous travaillons de concert avec nos membres, partenaires et autres acteurs du milieu afin de faire de Laval une région touristique encore plus vibrante et surprenante.

C'est avec énergie et enthousiasme que nous entreprenons la deuxième année de notre planification stratégique 2018-2023. Nous poursuivrons nos efforts, relèverons les nouveaux défis, innoverons et tirerons parti des occasions porteuses afin de consolider et bonifier la place de Laval comme destination urbaine de choix.



Geneviève Roy

Présidente-directrice générale



Yves Legault

Président du conseil d'administration

Conseil d'administration.

CE Comité exécutif

Ad Administrateurs



Yves Legault

Président du conseil d'administration

CE



Patricia Alaouz

Ad



Guy McDonald

Ad



Geneviève Roy

Présidente-directrice générale

CE



Patricia Dupuy

Ad



Luc Ménard

Ad



Yanick Pazzi

Vice-président

CE



Sandra El-Helou

Ad



Martin Savoie

Ad



Guylaine Archambault

Secrétaire

CE



Stéphanie Girard-Beaudry

Ad



Mark Weightman

Ad



Michel Galland

Administrateur

CE

Bilan de l'industrie touristique de Laval.

2018

Nos objectifs 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 attractions touristiques de 4 % annuellement

Contribuer à la création de nouvelles expériences touristiques

Provenance des touristes

Province de Québec **60,34 %**

Reste du Canada **18,13 %**

États-Unis **17,61 %**

Autres pays **3,92 %**

 **82,2 %**

pour le taux d'occupation des établissements hôteliers, soit une augmentation de 1,6 %

1 739 926*

touristes, une baisse de 6,98 %

114 443 085 \$*

en dépenses touristiques, une baisse de 0,28 %



3 %

d'augmentation de l'achalandage dans une douzaine d'activités touristiques tarifées

 **292 195 nuitées**

soit une baisse de 0,27 %

 **206**

congrès et événements, soit 5 de plus qu'en 2017, ce qui a généré des retombées de 8 227 120 \$

 **156 millions**

de personnes atteintes par nos retombées médiatiques

 **52 %**

en tourisme d'affaires

 **48 %**

en tourisme d'agrément

*Baisse dans les établissements d'hébergement non commerciaux

*Méthodologie des indicateurs de performances touristiques 2018, Lemay Stratégies et Tourisme Laval

Laval, créatrice d'occasions.

L'APTS retient Laval pour son congrès 2021

La candidature de Laval a été retenue comme ville hôte du congrès de l'Alliance du personnel professionnel et technique de la santé et des services sociaux (APTS) en 2021. Nous estimons à **plus de 1 450** le nombre de nuitées dans les établissements hôteliers lavallois que générera ce congrès.

Judo Québec choisit Laval

L'Association régionale de judo, en partenariat avec Tourisme Laval, est heureuse d'accueillir à Laval l'**assemblée générale annuelle**, les **passages de grades** et le **29^e Gala d'excellence** de Judo Québec qui auront lieu en juin 2019.

Congrès international de la SCGC à Laval en juin 2019

Laval accueillera le Congrès annuel de la Société canadienne de génie civil en juin 2019. Cet événement d'envergure internationale sera l'occasion pour les jeunes professionnels, les professeurs et les vétérans de l'industrie de se rencontrer et d'échanger sur le thème « Croître avec les jeunes ». Nous estimons le nombre de nuitées générées par ce congrès à plus de **550**.

Nuitées vendues par l'équipe de Tourisme Laval

	2017/2018	2018/2019
Marché sportif	2 129	2 048
Marché congrès et voyageurs	8 528	10 315
Total	10 657	12 363

Écosystème numérique.

Tourismelaval.com

	2017	2018
Visites	274 581	358 941
Visites uniques	226 801	287 446
Pages vues	666 953	776 274

Facebook

	2017	2018
Taux d'engagement	1,28 %	4,5 %
Abonnés	11 356	12 484
Portée (personnes atteintes)	13 950 228	2 100 000*

Twitter

	2017	2018
Abonnés	5 346	5 564
Portée (personnes atteintes)	277 900	270 000

Instagram

	2017	2018
Abonnés	2 078	2 525
#ExperienceLaval	3 512	4 902
Portée (personnes atteintes)	N/A	109 000

LinkedIn

	2017	2018
Taux d'engagement	2,2 %	8 %
Portée (personnes atteintes)	163 000	74 000

Bureau d'information touristique

	2017	2018
Actes de renseignements	2 302	2 493

*Janvier 2018 : Facebook implante un nouvel algorithme diminuant la portée des publications dans le but de favoriser l'engagement.



Développement de l'offre

Tourisme Laval, créatrice de nouvelles expériences touristiques.

Parmi les intentions stratégiques émises dans sa planification, Tourisme Laval souhaite être un catalyseur du développement de l'offre et des expériences touristiques en stimulant l'élaboration de nouveaux produits d'appel structurants pour ces différents créneaux. **Cette année, trois projets ont fait l'objet d'un développement accéléré, pilotés par l'équipe de Tourisme Laval.**

Laval, Première de classe

Créneau voyagistes (groupes scolaires)

Lancée en 2017, la première mouture de ce programme, qui s'adresse à des groupes scolaires et permet d'établir un lien direct entre les matières enseignées en classe et les activités originales offertes à Laval, comprenait **cinq attraits**.

En 2018, Tourisme Laval, de concert avec la firme CRÉO spécialisée dans le développement d'activités éducatives, **a accompagné deux attractions dans la structuration de nouvelles activités inédites** et parfaitement adaptées à l'expérience qu'elles offrent. L'ajout de ces deux nouvelles activités au catalogue permet de confirmer le positionnement de Laval comme une destination qui se démarque.

[VOIR LES ACTIVITÉS](#)

Concepts événementiels atypiques

Créneau affaires

Au cours de l'été, Tourisme Laval a mené à terme le développement des concepts événementiels atypiques qui avaient été imaginés pour les **six lieux de réunions et congrès** qui participaient au projet. Avec la collaboration de ces derniers, ces concepts ont été réalisés dans le cadre d'événements réels et captés en images.

Cela a permis de produire des vidéos percutantes qui illustrent les ambiances et les émotions distinctes des différents concepts. Ces vidéos ont ensuite été propulsées dans le cadre de la **campagne affaires Proposer l'inattendu**.

[REGARDEZ LES VIDÉOS](#)

Projet Clef de chambre

Créneau sportif et affaires

Le projet pilote Clef de chambre visait la clientèle des hôtels de Laval qui réserve un bloc de chambres pour ses événements d'affaires ou sportifs. Tourisme Laval a conçu un document promotionnel qui était remis à l'organisateur de l'événement au moment de la réservation. Les participants aux événements étaient ainsi informés qu'ils pouvaient profiter d'une offre spéciale consistant en 15 % de rabais dans différentes attractions de Laval. Au total, **cinq établissements hôteliers et six attraits touristiques ont participé à cette initiative**.

[VOIR LE DOCUMENT PROMOTIONNEL](#)

L'EPRT, une aide financière importante pour le déploiement de nouveaux festivals

En juin 2017, l'**Entente de partenariat régional en tourisme (EPRT)**, qui a pour objectif de favoriser le **développement de l'offre touristique de la région de Laval**, avait été reconduite grâce à la participation financière du ministère du Tourisme et de Tourisme Laval.

En 2018-2019, cette aide financière a pu soutenir le développement d'une cohorte de **cinq festivals**, dont quatre en sont à leur première édition :

Festival des bières de Laval – Tenue de l'édition 2018 de l'événement

Festival Laval en Rires – Tenue de la première édition du festival en 2018

Illumi – Féerie de Lumières par Cavalia – Tenue de la première édition de l'événement en 2019

Festival LVL UP – Tenue de la première édition du festival en 2019

Festival des tulipes de Laval – Tenue de la première édition du festival en 2019

[VOIR GUIDE DU PROMOTEUR](#)

L'EDNET, un fonds pour stimuler la transformation numérique des entreprises touristiques

C'est le 14 février, lors de son événement **Prenez le virage numérique**, que Tourisme Laval lançait l'appel de projets dans le cadre de l'**Entente de développement numérique des entreprises touristiques (EDNET)**, un fonds pour soutenir les entreprises touristiques lavalloises souhaitant relever le défi numérique et ainsi poursuivre leurs objectifs et enrichir l'expérience client.

Pour bénéficier de ce programme, les entreprises touristiques doivent présenter des projets sous l'un des deux volets suivants :

- ▶ Accompagnement préalable, qui fait référence à la réalisation d'études nécessitant une expertise spécifique afin d'accroître la capacité et le rayonnement numérique de l'entreprise
- ▶ Projet de mise en œuvre, qui vise la réalisation de projets numériques ou l'implantation d'un plan stratégique numérique

Avec le levier financier de l'EDNET, les entreprises touristiques pourront se démarquer sur le plan numérique et technologique en proposant des solutions innovantes qui bonifieront l'expérience client et contribueront au rayonnement de notre destination.

[VOIR GUIDE DU PROMOTEUR](#)



Baromètres affaires et agrément.

Pour un meilleur portrait de la clientèle d'affaires

Pour une deuxième année consécutive, Tourisme Laval a réalisé le baromètre affaires, dont le but est de connaître les habitudes de consommation de produits touristiques par les touristes d'affaires lors de leur passage dans la région.

Tourisme Laval a ainsi approché divers événements d'affaires au courant de l'année afin de les inviter à participer au baromètre. En 2018, **6 congrès ont accepté de se prêter au jeu**. Lors de ces événements, les congressistes étaient invités à répondre à un court sondage directement sur leur appareil mobile. Au total, **573 personnes ont répondu au sondage court** et **168 d'entre elles ont pris le temps de remplir un deuxième sondage long**.

Faits saillants

33 % des répondants disent être arrivés un jour ou quelques jours avant leur congrès et **5 %** disent avoir prolongé leur séjour.

57 % des répondants disent avoir fait au moins une activité à l'extérieur de l'établissement où se tenait leur congrès. Les activités les plus populaires étaient d'aller manger au restaurant (**76 %**) et de magasiner (**60 %**).

Tourisme Laval a également repensé les critères de sélection des événements qui pourraient participer au baromètre. Nous serons ainsi en mesure d'augmenter l'échantillonnage et de diversifier la source des répondants.

Des données représentatives des visiteurs dans les attraits

Tourisme Laval a poursuivi le baromètre agrément en partenariat avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec et la Chaire de tourisme Transat, dans le but de mieux connaître le profil, les motivations et les comportements des visiteurs.

Onze attraits touristiques de Laval ont collaboré à la collecte de données. Au cours de 2018, **2 082 personnes ont répondu au sondage court**. Parmi ces répondants, **434 ont par la suite rempli le sondage long en ligne**.

Faits saillants

43 % des répondants qui ont visité Laval en famille comptaient en moyenne 2,1 enfants dans leur groupe.

60 % des répondants ont dit qu'il s'agissait de leur première visite à Laval.

Les trois activités les plus souvent pratiquées par les visiteurs sont les activités récréatives et muséales (**64 %**), manger au restaurant (**52 %**) et magasiner (**42 %**).

41,1 % des visiteurs disent qu'ils recommanderaient assurément la destination lavalloise à leurs parents et amis.

92 % des répondants disent avoir l'intention de visiter de nouveau Laval au cours des 12 prochains mois.

Consultation du ministère du Tourisme.

Les acteurs de l'industrie touristique lavalloise participent à la consultation du ministère du Tourisme

Développement de l'offre

Quelque **70 dirigeants de l'industrie touristique lavalloise** se sont réunis le 25 février au Sheraton Laval pour **participer aux ateliers de réflexion dans le cadre de la démarche de consultation** réalisée par la ministre du Tourisme du Québec, **madame Caroline Proulx**, afin d'élaborer la future **stratégie de croissance économique de l'industrie touristique 2020-2025**.

Lors de cet événement, les participants ont été invités à **dresser le portrait de la situation de l'industrie touristique lavalloise**. Ils ont mis en lumière divers enjeux, fait part de leurs préoccupations et suggéré des pistes de solution, et ce, selon six principaux thèmes, soit le capital humain, l'entrepreneuriat, l'innovation, les investissements, l'accès aux marchés (promotion, accueil et transport) ainsi que les connaissances stratégiques.

La stratégie de croissance économique de l'industrie touristique 2020-2025 sera dévoilée aux Assises du tourisme en mai 2020.



La ministre a terminé sa journée par une visite du SkyVenture



Lancement de la démarche stratégique en tourisme d'affaires

Développement de l'offre

La **ministre du Tourisme du Québec, madame Caroline Proulx**, a procédé au **lancement de la démarche stratégique en tourisme d'affaires visant à accroître les recettes touristiques générées par les visiteurs d'affaires et de congrès au Québec**, le 14 mars au Centre de congrès Palace de Laval.

Cette démarche a été développée pour permettre aux associations touristiques régionales (ATR) qui le souhaitent de consolider leur potentiel en tourisme d'affaires, de manière adaptée à leur contexte.

Cette démarche initiée par Tourisme Laval et menée conjointement avec l'**Association des professionnels de congrès du Québec (APCQ)**, comprend trois volets où des fournisseurs de services professionnels externes seront appelés à collaborer :

Volet 1 : accompagnement pour évaluer le potentiel en tourisme d'affaires (diagnostic)

Volet 2 : accompagnement pour établir l'inventaire des outils existants en vue de valoriser ce potentiel

Volet 3 : accompagnement pour la mise en œuvre des services offerts par le ministère du Tourisme (MTO) et ses partenaires

En sa qualité d'organisme spécialisé en tourisme d'affaires depuis plus de trente ans, Tourisme Laval possède une solide expertise et jouit d'une réputation bien établie dans ce secteur d'activité, ce qui lui permet aujourd'hui de coordonner et d'animer la démarche stratégique en tourisme d'affaires.

Des stratégies d'accueil qui rehaussent notre côté vibrant.

Dans sa volonté d'accroître la qualité de l'expérience en accueil des visiteurs avant, pendant et après le séjour, Tourisme Laval a mis de l'avant plusieurs actions qui ont eu des répercussions jusque chez nos membres et qui ont permis d'offrir un accueil de haute qualité dans plusieurs points de contact de nos visiteurs.

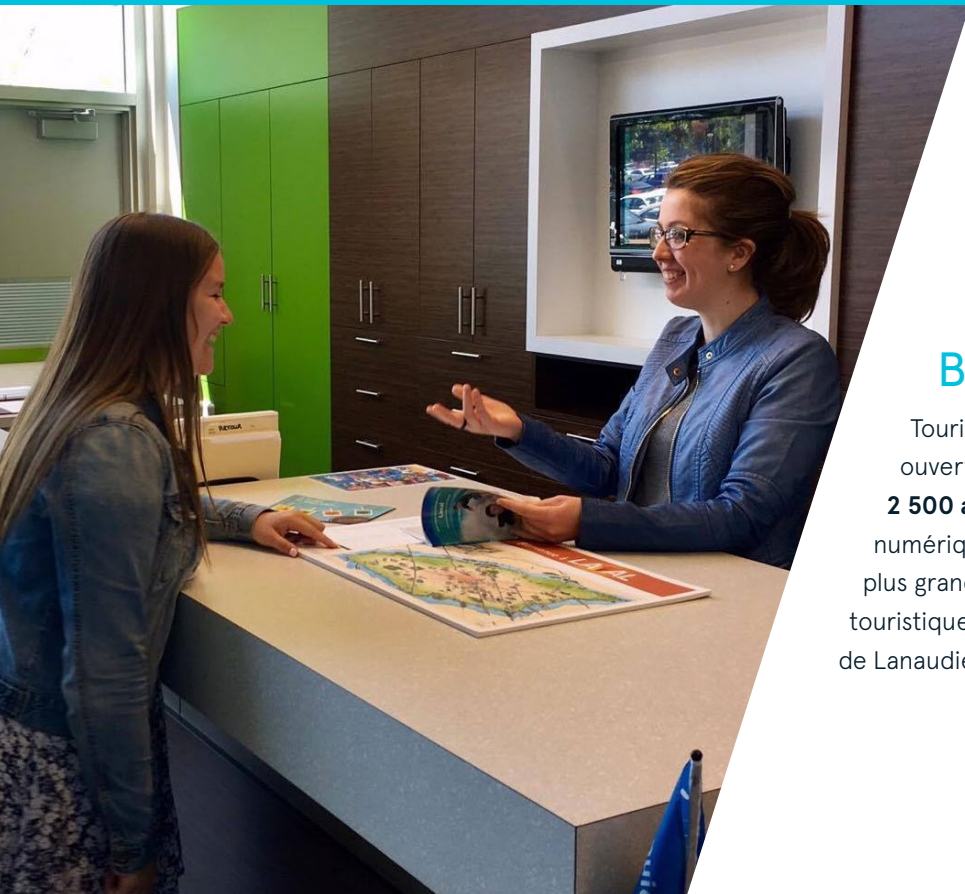
Guide touristique officiel de Laval

La mouture 2019-2020 de ce document renommé dont tous les aspects respectent minutieusement les normes établies par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec dans le cadre de la collection des guides touristiques régionaux, a été développée au cours de l'année et remplit une fois de plus son rôle. Avec sa page couverture aux couleurs vibrantes et ses **84 pages de contenu scrupuleusement mis à jour** par l'équipe de Tourisme Laval en collaboration avec ses membres, le Guide touristique de Laval demeure un outil d'accueil toujours aussi populaire qui dresse un portrait fidèle de l'effervescence lavalloise.

[CONSULTEZ LE GUIDE](#)

Bureau d'information touristique de Laval

Tourisme Laval gère le bureau d'information touristique régional situé à Centropolis et est ouvert durant toute l'année. L'équipe d'accueil a effectué au cours de la dernière année près **2 500 actes de renseignements**, que ce soit en personne, au téléphone ou via les plateformes numériques. Selon les informations recueillies au cours de l'été 2018, les Lavallois représentent la plus grande partie de la clientèle (plus de 68 %) qui se rend au bureau pour se procurer les guides touristiques régionaux. On note également que les excursionnistes de Montréal, des Laurentides et de Lanaudière utilisent également nos services et constituent plus de 23 % de la clientèle.



Formation sur les outils d'accueil de destination

Pour la deuxième année, Tourisme Laval a offert la formation sur les outils d'accueil disponibles aux visiteurs. Cette formation, **donnée directement chez nos membres**, permet aux employés de première ligne des hôtels et attraits de la région de se familiariser avec le fonctionnement du guide touristique et la navigation sur le site Internet de Tourisme Laval. En connaissant bien ces outils, les équipes étaient en mesure de mieux répondre aux questions des clients et d'offrir un service à la clientèle bonifié. Cette année, la tournée s'est arrêtée chez sept de nos membres.

Les Matins de l'accueil

Nouvelles initiatives mises de l'avant au cours de cette année, les Matins de l'accueil avaient pour objectif de **rencontrer les réceptionnistes et concierges des hôtels pour les informer de l'offre touristique** saisonnière de Laval. Avec ces informations en main, les employés de première ligne pouvaient offrir un service bonifié aux clients en leur suggérant des activités concrètes et adaptées à la période de leur séjour. L'équipe de Tourisme Laval s'est déplacée pour aller à la rencontre du personnel à la réception de cinq établissements hôteliers et leur présenter les activités spécifiques au temps des Fêtes et à la semaine de relâche.



Plan marketing 2019-2022.

Tourisme Laval dévoile son plan marketing 2019-2022

Ce plan marketing est **un des premiers jalons de la mise en œuvre de la planification stratégique 2018-2023** « Une destination urbaine en pleine effervescence » de Tourisme Laval. Développé dans un souci de synchronisation des efforts des membres et partenaires touristiques régionaux, il a pour objectif de mettre en place les stratégies et actions qui permettront à la destination de maintenir sa croissance.

La mise en chantier de nombreux projets, dont ceux entourant le développement du centre-ville, est une autre manifestation de la vitalité de la destination et de l'engagement de l'industrie touristique lavalloise. Cette dynamique constante à vouloir se surpasser insufflé cette énergie qui permet le développement de son modèle visant à faire de Laval un exemple de réussite en tourisme urbain.

Ce plan reflète la volonté d'**augmenter la notoriété de la destination et de garder le cap sur les objectifs** établis dans la planification stratégique, tout en assurant sa réalisation.

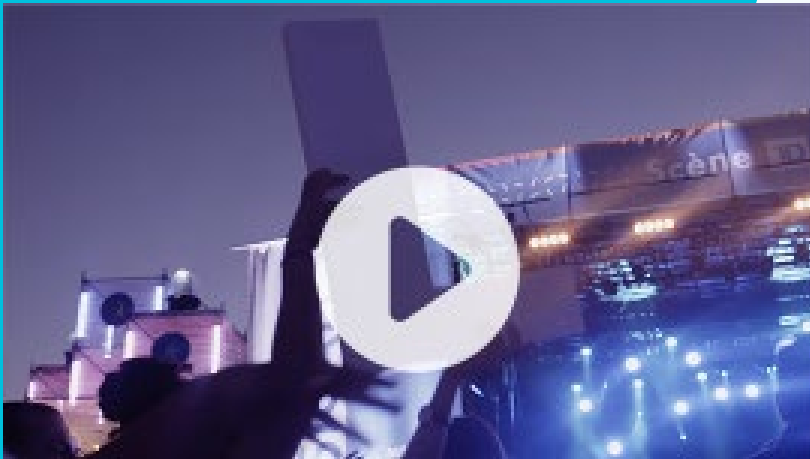
Pour obtenir de l'information sur les stratégies marketing, communiquez avec la directrice des communications :

Hélène Vézina, au 450 682-5522, poste 105.



Promotion de la destination.

Les spécialistes de la communication et du marketing cogitent sur la promotion de la destination



Projet réalisé en collaboration avec le Service des communications et du marketing de la Ville de Laval, la vidéo Destination Laval met en valeur la grande diversité de l'offre touristique de la région et confirme la vitalité, le dynamisme et la personnalité unique de la destination.

[VISIONNEZ LA VIDÉO DESTINATION LAVAL](#)

Une des plateformes les plus actives pour la mobilisation et qui favorisent les échanges est assurément le **Comité des communicateurs en tourisme**, le CCTL. Ce comité de plus en plus populaire rassemble maintenant à chacune des rencontres **une trentaine de directeurs et responsables en communication et marketing**. Lors des **quatre rendez-vous** de cette année, les participants ont échangé sur des concepts de campagnes, des plans de partenariat, des propositions médias et des analyses de marché. Les participants en profitent aussi pour créer des maillages et favoriser le développement de leur entreprise ou organisation respective. **Un volet connaissance stratégique et un volet commercialisation** ont été ajoutés au contenu des rencontres, ce qui favorise l'enrichissement de la prise de décision.

Des rencontres fructueuses ont également eu lieu avec l'équipe des communications du **Conseil régional de la culture de Laval** pour établir des ponts communicationnels entre nos organismes. Notre collaboration avec le **Service des communications et du marketing de la Ville de Laval** s'est intensifiée cette année dans le cadre d'un projet pour la production d'une vidéo destination.

Sur le plan provincial, nous avons intégré le **comité expérience « Villes vibrantes et festivités »** de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec. Agissant à titre d'experts de l'expérience, les membres de ce comité contribuent aux orientations stratégiques de l'Alliance pour la promotion de l'expérience sous la marque QuébecOriginal.



Sors ton côté Laval deviens qui tu veux.

Communication | marketing

Une campagne marketing estivale à tonalité festive

La campagne estivale « Sors ton côté Laval. Deviens qui tu veux » invitait les familles, adultes, ados, couples et amis à découvrir l'immense terrain de jeu lavallois et à **devenir astronautes, kayakistes, scientifiques, surfeurs, acrobates, grimpeurs, tunnelistes ou chefs d'orchestre**. La campagne comprenait également un volet « **Recharge ton côté Laval** » en collaboration avec des établissements hôteliers ainsi que « **Sors ton côté festif** » pour la promotion des festivals et événements lavallois.

Sur une tonalité festive, colorée et pince-sans-rire, cette campagne confirmait le positionnement de Laval comme une destination vibrante et innovante. La stratégie 360 comportait des actions marketing et de déploiement sur le marché québécois avec une pointe sur la grande région de Montréal et Ottawa.

Campagne marketing estivale.



Sors ton côté
FESTIF



Recharge ton côté
LAVAL

Une campagne rassembleuse

Regroupant huit partenaires, soit le **Cosmodôme**, le **Parc de la Rivière-des-Mille-Îles**, le **Musée Armand-Frappier**, **Maeva Surf**, **iSaute**, **Escalade Clip'n climb**, **SkyVenture** et l'**Orchestre symphonique de Laval**, la campagne mettait en valeur le côté dynamique, rassembleur et attrayant de la destination.

Le volet « Recharge ton côté Laval » a été réalisé en partenariat avec cinq hôtels de la région, soit le **Sheraton Laval**, le **Hilton Montréal/Laval**, le **Holiday Inn Laval Montréal**, le **Comfort Inn Laval** et le **Quality Suites Laval**. Pour sa part, « Sors ton côté festif » faisait la promotion des festivals majeurs de la destination, dont le **Festival musical indépendant Diapason**, le **Festival des bières de Laval** et le **Festival Laval en Rires**.

Le plan tactique de la campagne

Réalisée en collaboration avec l'agence **Oasis Communication**, la campagne estivale se déclinait principalement dans l'univers numérique avec une offensive en affichage dans les stations de métro, en priorité sur la ligne orange qui mène à la station Montmorency.

La promotion estivale se prolonge avec le Rocket de Laval

En partenariat avec le Rocket de Laval, la thématique « Sors ton côté Laval » de la campagne estivale fut prolongée à l'automne avec une **captation vidéo inédite** mettant en vedette les joueurs du Rocket de Laval. Ces capsules humoristiques ont été projetées sur le « Jumbotron » de la Place Bell lors de huit matchs du Rocket, et leur diffusion dans les réseaux sociaux a généré **plus de 75 000 vues et 2 000 interactions**.

[REGARDEZ EN RAFALE LES CAPSULES HUMORISTIQUES](#)

30 novembre 2018 - Place Bell
Match du Rocket de Laval

Une soirée familiale à saveur touristique

L'industrie touristique lavalloise a animé la Place Bell pour faire la promotion des activités et attraits touristiques de la destination. **Huit partenaires étaient présents dans les coursives avec diverses animations et concours.** Pour donner le ton à la soirée, l'hymne national a été interprété par un quintette de cuivres de l'**Orchestre symphonique de Laval**. Plusieurs animations ont suivi afin de faire la promotion des attraits et des activités familiales à faire à Laval !

La mise au jeu officielle de la Soirée Tourisme Laval à la **Place Bell** s'est déroulée en présence de madame Geneviève Roy, présidente-directrice générale de Tourisme Laval et de madame Sandra El-Helou, responsable du tourisme au sein du conseil municipal. Elles étaient accompagnées de la jeune Sarah Baillargeon, ambassadrice de la clientèle familiale et de monsieur Mark Weightman, vice-président, développement des opérations pour la Place Bell.



Record d'achalandage en 2018 pour la navette 360

73 % plus de passagers qu'en 2017

Tourisme Laval, en collaboration avec la **Société de transport de Laval (STL)**, invitait les gens à monter à bord de la navette 360. Une belle collaboration qui s'est traduite en espaces promotionnels partagés au terminus Montmorency et sur les abribus sur le boulevard Le Corbusier.

Résultats saison estivale 2018.

Retombées de la campagne estivale

- + de **15 millions** d'impressions
- + de **129 000 sessions** sur le site en 3 mois
- + de **69 000 clics**
- 👆 **8 600 interactions**
- 👆 Audience unique de **915 000** personnes atteintes sur Facebook
- + de **118 000 pages vues** des fiches membres

Retombées de la campagne sur Tourismelaval.com

- 📈 de **14 %** du nombre d'utilisateurs
- 📈 de **3 %** du nombre de pages vues
- 📈 de **17 %** des sessions sur mobile
- 📈 du trafic organique de **3 %**

Autres résultats

- 📈 **Croissance d'achalandage de 5 %** chez nos attraits tarifés
- 💰 Dépenses touristiques de **31,5 M \$**
- 🏠 Un taux d'occupation hôtelier **stable à 90,9 %***
- 👥 **1,1 million de personnes atteintes** sur Facebook.

Laval Destination Affaires.

Tourisme Laval propose l'inattendu pour époustoufler la clientèle affaires

La campagne **Laval Destination Affaires** de Tourisme Laval positionnait la région comme une destination expérimentée, urbaine, innovante, vibrante, et l'une des rares à offrir une formule clés en main aux planificateurs de congrès.

Regroupant trois partenaires, soit le **Sheraton Laval**, le **Hilton Montréal/Laval** et le **Holiday Inn Laval Montréal**, la campagne, réalisée en collaboration avec l'agence **Oasis Communication**, visait à faire découvrir toute la richesse et les possibilités qu'offre Laval comme destination affaires. Déployée dans les univers numérique et imprimé, elle mettait en valeur le côté dynamique, créatif et attrayant de la destination.

Proposer l'inattendu

Pour répondre aux besoins de la clientèle affaires en quête de moments uniques, Tourisme Laval proposait l'inattendu et repoussait les limites du concept événementiel en présentant son offre d'expériences atypiques. **Développés en collaboration avec l'Agence Emy et six sites de réunions et de congrès de Laval**, ces concepts revisitent les formules traditionnelles et misent sur l'expérience immersive.

Les six sites de réunions et de congrès de Laval

Sheraton Laval

Holiday Inn Laval Montréal

Château Royal

Théâtre Marcellin-Champagnat

Cabaret de l'Avenir

Centre de congrès Palace

Résultats de la campagne affaires.

Retombées de la campagne affaires

- + de **87 000** sessions sur le site en 3 mois
- + de **70 000** nouveaux utilisateurs sur le site
- + de **22 millions** d'impressions
- + de **42 000** clics
- 👉 Audience unique de **192 595** personnes atteintes sur Facebook

Retombées de la campagne sur Tourismelaval.com

- ↑ de **67 %** du nombre d'utilisateurs
- ⬆ de **50 %** du nombre de pages vues
- ↑ du trafic organique de **27 %**
- 👉 Durant la campagne, la page la **plus consultée** sur le site fut celle créée pour la campagne **Laval Destination Affaires**



Des leviers pour la promotion de la destination

Les membres investissent 500 000 \$ dans le cadre du Programme de rabais publicitaire

La participation des membres à l'édition 2018-2019 du Programme de rabais publicitaire multiplie les points de contact pour la diffusion de l'identité visuelle de la marque LAVAL. La participation de Tourisme Laval aux investissements collectifs de ses membres constitue un important levier pour la promotion de la destination.

Les hôteliers propulsent aussi la destination à l'aide du **Programme de crédit marketing**. Plus de **280 000 \$** ont été investis au cours de la dernière année en promotion et commercialisation de la destination.

Laval dans les médias.

Tourisme Laval se démarque dans les grands médias

L'éveil de Laval – La Presse+

Ce dossier, présenté par la réputée **journaliste Iris Gagnon-Paradis** dans la section Gourmand de La Presse+ de novembre, était constitué de quatre articles de fond, entre autres, sur l'effervescence gastronomique de Laval, avec mention de nouvelles adresses gourmandes.

Personnes atteintes : 3 100 000

[LISEZ L'ARTICLE](#)

À Laval, on marche sur des îles et on s'amuse sur la glace – Journal de Montréal

Le **journaliste Alain Demers** a signé un article d'une page complète mettant en valeur les activités hivernales à faire en famille au Parc de la Rivière-des-Milles-Îles. Cet article a été publié durant les vacances des Fêtes dans le Journal de Montréal et le Journal de Québec.

Personnes atteintes avec les deux journeaux : 2 800 000

[LISEZ L'ARTICLE](#)

Autocueillette de tulipes à Laval – Salut Bonjour

En mai, **Joanie Gonthier, chroniqueuse** à Salut Bonjour, a présenté un reportage sur cette première au Québec : l'autocueillette de tulipes.

Personnes atteintes : 2 100 000

[VISIONNEZ LE REPORTAGE](#)

Bienvenue à Laval, ville touristique – Les Affaires

Dans cet article publié en octobre, Tourisme Laval s'est taillé une place, pour la première fois, dans le **dossier Focus régional** où l'on a présenté la région de Laval comme un secteur économique en pleine effervescence.

Personnes atteintes : 780 000

[LISEZ L'ARTICLE](#)

Cahier Notre Québec – La Presse+

En mai, la destination de Laval a été présentée dans **quatre articles** dans le cadre du cahier Notre Québec, publié annuellement dans La Presse+.

Personnes atteintes : 600 000

[LISEZ L'ARTICLE](#)

Des routes et nous au Québec – Canal Évasion

L'émission Des routes et nous au Québec, diffusée sur le Canal Évasion, est une émission qui **met en vedette les trésors du Québec**. En juillet, Laval a été mise en vedette par ses activités inusitées et sa grande concentration d'attraits.

Personnes atteintes : 155 000

[VISIONNEZ L'ÉMISSION](#)



Les médias du Québec, du Canada, des États-Unis et de la Belgique en visite à Laval !

Au cours de l'année, **Tourisme Laval a organisé neuf tournées de presse** avec la généreuse collaboration de ses membres et partenaires. **Plus de 32 journalistes, blogueurs et influenceurs** du Québec, du Canada, des États-Unis et de la Belgique ont exploré la destination touristique de Laval et ses attraits uniques.

Laval, une destination de plus en plus populaire auprès des médias canadiens et américains

La région de Laval a été **sélectionnée à trois reprises pour des tournées initiées par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec** pour les marchés canadiens et américains. Ces tournées ont fait beaucoup de bruit sur les médias sociaux des journalistes de passage à Laval.

- ▶ En juin, **6 journalistes et leurs enfants** ont participé à la tournée « Fun and discoveries for the whole family ».
- ▶ En janvier, **5 journalistes** ont découvert la région de Laval sous la neige pour la tournée « Experience the winter like the locals! ». Parmi ceux-ci, soulignons la **présence de réputés journalistes du magazine Forbes et des guides Lonely Planet**.
- ▶ C'est aussi en janvier que **Kristen Oliveri et son conjoint, originaires de New York**, sont venus découvrir le Laval gourmand.

Portée totale : **872 478 personnes atteintes**

Sept régions du Québec s'unissent pour recevoir une blogueuse de la Belgique !

À l'initiative de Tourisme Laval, six régions du Québec ont travaillé de concert afin de recevoir **Emmanuelle Hubert du blogue belge Au goût d'Emma**. À la suite de cette tournée, deux articles ont fait mention de la région de Laval.

Portée : **50 000 personnes atteintes**

▶ [UNE JOURNÉE À LAVAL, LA VOISINE MÉCONNUE DE MONTRÉAL](#)

▶ [LA ROUTE DES EXPLORATEURS : UN ROADTRIP HORS DES SENTIERS BATTUS AU QUÉBEC](#)





On s'amuse à Laval.

La **Société de transport de Laval** (STL), en collaboration avec Tourisme Laval, a initié **quatre tournées de presse** afin de promouvoir la navette 360. Au cours de l'été, des influenceurs (amis, couples, familles ainsi que des participants d'Occupation Double) ont profité de la navette 360 pour se déplacer d'un attrait à l'autre du centre-ville de Laval.

Découvrez leur journée lavalloise à bord de la navette 360 :

- 📌 **UNE JOURNÉE ENTRE COPINES À LAVAL POUR FAIRE DU SHOPPING ET S'AMUSER !**
- 📌 **LP, ALANIS, PHILIPPE ET CAMILLE PASSE UNE FOLLE JOURNÉE ENTRE AMIS À LAVAL !**
- 📌 **JOURNÉE D'AMoureux POUR ALEX ET CHARLOTTE**
- 📌 **UNE SUPER JOURNÉE EN FAMILLE À LAVAL À BORD DE LA NAVETTE 360 !**

Silence, on tourne !

L'émission « **La Roue de fortune** », diffusée à TVA, s'est arrêtée au **SkyVenture** et au **Kiosque Chez Forget** au cours de l'année.

Portée : **2 000 000 personnes atteintes**



MON CÔTÉ LAVAL

Les coups de cœur de fiers Lavallois

Pour suivre les tendances communicationnelles d'authenticité, Tourisme Laval a donné la parole à des amoureux de la région qui vibrent pour leur banlieue. Dans une vidéo et un billet de style « entrevue », nous avons fait un saut dans leur univers pour découvrir leur côté Laval. Un article a déjà été diffusé et d'autres suivront prochainement.

Découvrez le côté Laval de :

📌 [KEVIN VINCENT, ALIAS HIGH KLASSIFIED](#)



LA PETITE HISTOIRE

La petite histoire...

Tourisme Laval a entrepris de faire connaître, d'une façon différente, les attraits touristiques de la région en allant à la rencontre des gens qui se cachent derrière ces entreprises et organisations. Cela a donné lieu à de magnifiques histoires et à la découverte de nombreux trésors cachés. Deux billets sont déjà en ligne et d'autres suivront bientôt.

Découvrez nos premières histoires :

📌 [MÉLANIE L-GUÉRIN, VICE-PRÉSIDENTE EXÉCUTIVE DU SKYVENTURE](#)

📌 [JEANNE GAUVIN, M.I.C., DIRECTRICE DU MUSÉE DÉLIA-TÉTREault](#)



Communication | marketing

ÉTUDIANTS EN CAVALE

Des étudiants découvrent Laval

Tourisme Laval a invité des étudiants à explorer Laval et à nous présenter le côté vibrant et surprenant de la destination. Nous vous faisons découvrir, en lecture et en vidéo, leurs expériences vécues entre amis.

📌 [AUDREY GAGNON - DÉCOUVRIR SA VILLE SOUS UN AUTRE CŒIL](#)

📌 [ÉMILE COSSETTE - PAS BESOIN D'ALLER À L'AUTRE BOUT DU MONDE POUR VIVRE DES EXPÉRIENCES UNIQUES](#)



Le Service de gestion des médias sociaux complice de votre rayonnement

L'équipe du Service de gestion des médias sociaux de Tourisme Laval travaille en étroite collaboration avec ses membres afin de les soutenir dans leurs stratégies d'affaires, d'accroître leur communauté, d'attirer davantage de visiteurs et de faire rayonner leur marque ainsi que la destination touristique.

Cette équipe a développé une solide expertise dans l'élaboration de stratégies de contenu, le service-conseil, la veille stratégique, la gestion de communauté et la création de campagnes publicitaires et de concours.

Voici les membres qui ont profité du service de gestion des médias sociaux au cours de l'année :

- Best Western Plus Laval-Montréal
- Château Taillefer Lafon
- Collège Letendre
- Comfort Inn
- Hampton Inn & Suites
- Holiday Inn Laval Montréal
- Kiosque Chez Forget
- Ô Motel et Suites
- Quality Suites
- Réseau ArtHist
- Zone 15



Salon Jouons en dedans

Les 24 et 25 novembre 2018, 830 visiteurs sont venus s'amuser au Salon Jouons en dedans qui se tenait au Cosmodôme où **13 attractions touristiques étaient rassemblées** pour présenter leur offre aux familles.

Pour promouvoir la quatrième édition de cet événement, des capsules vidéos ont été produites avec la jeune Sarah Baillargeon, ambassadrice de la clientèle familiale. Sous le thème « Sarah vous invite », ces capsules ont **atteint 155 597 personnes sur Facebook et généré 2 995 interactions !**

Retombées pour l'ensemble des actions sur les réseaux sociaux

Audience : **260 000**

Taux d'engagement : **4,18 %**

Nombre d'interactions : **8 000**

Vues des vidéos : **124 000**

Fans de la page : **+8,7 %**

Voyez les capsules de Sarah vous invite...

[!\[\]\(758ebdf4629c903da74c2e079717ae32_img.jpg\) CENTRE D'INTERPRÉTATION DE L'EAU \(C.I.EAU\)](#)

[!\[\]\(fe3aebe81acea8d45108cd2768939da7_img.jpg\) COSMODÔME](#)

[!\[\]\(626ce8ac21792b9405bfddfea8e0c96a_img.jpg\) ESCALADE CLIP 'N CLIMB](#)

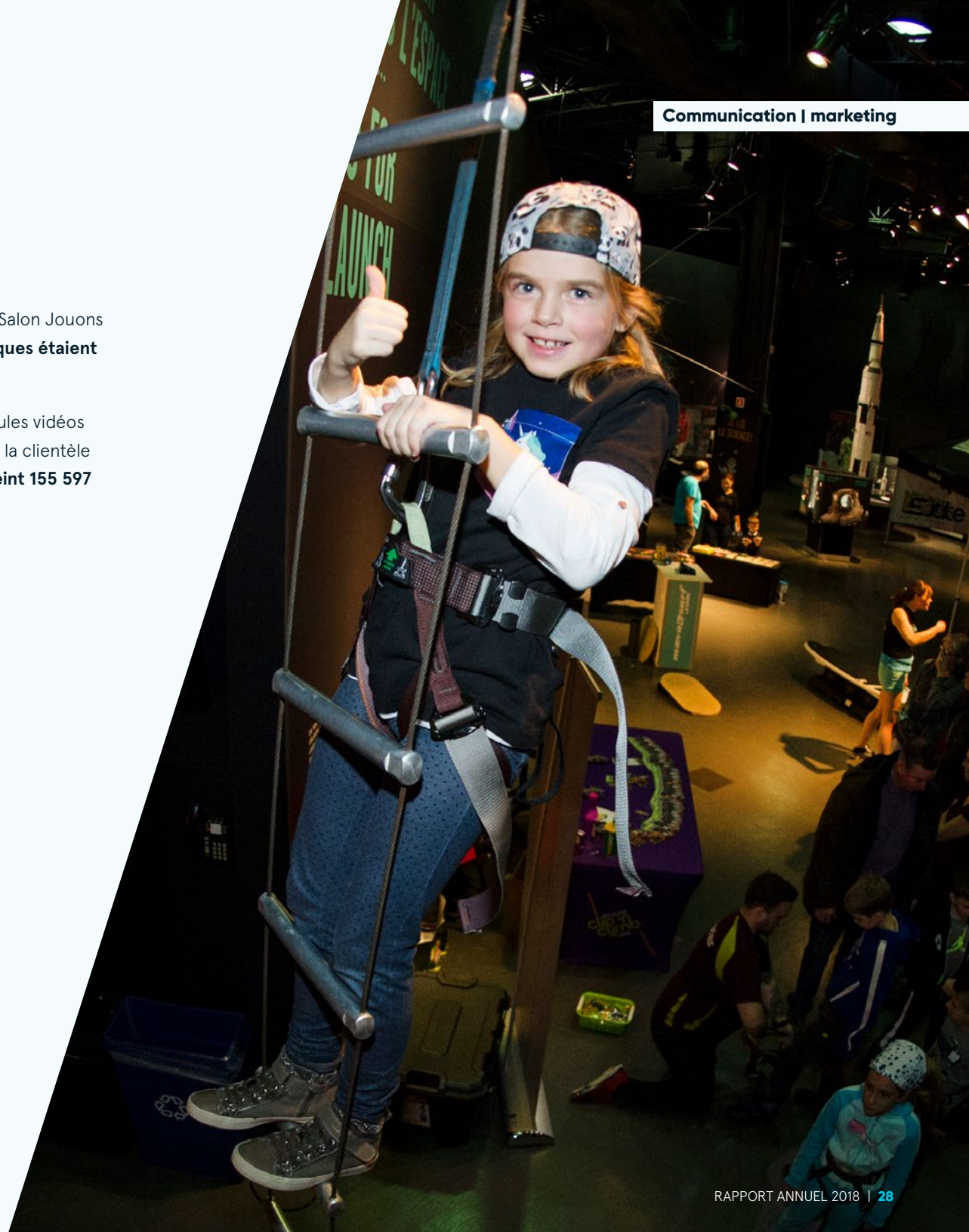
[!\[\]\(a8f9309f944226d1420f5fed22e2b6e6_img.jpg\) ISAUTE](#)

[!\[\]\(248b91fcdac4810ffd15cf33fb6aec6f_img.jpg\) MAEVA SURF](#)

[!\[\]\(899d8b7697d64725bf017d3296cfcf1b_img.jpg\) MUSÉE ARMAND-FRAPPIER](#)

[!\[\]\(c1168d6a8b365d11e842ece304635fa7_img.jpg\) PUTTING EDGE](#)

[!\[\]\(cbd8541a32dfc32f356f5c6c994b0a21_img.jpg\) ZONE 15](#)



Lancement de la 55^e Finale des Jeux du Québec Laval 2020.

Vivez-les de près !

Le 8 mars, SPORTSQUÉBEC et le Comité organisateur de la 55^e Finale des Jeux du Québec – Laval 2020 ont procédé au lancement de la prochaine Finale des Jeux du Québec au Centre des congrès de Québec.

Tourisme Laval a profité de l'occasion pour propulser et positionner la destination Laval, ville vibrante, en présentant une prestation artistique (chorégraphie et chant). C'est en musique, dans un rap énergique ayant pour titre Vivez-les de près ! que les attraits touristiques de Laval ont été présentés.

Écoutez la chanson

 [VIVEZ-LES DE PRÈS !](#)

55^e FINALE DES JEUX DU QUÉBEC

LAVAL
2020

DU 31 JUILLET AU 8 AOÛT

VIVEZ-LES
DE PRÈS!



Initiatives promotionnelles 2018-2019

TOP 5 DES VIDÉOS PUBLIÉES PAR TOURISME LAVAL	MARCHÉ	DIFFUSION/TIRAGE	DISTRIBUTION
Rocket de Laval : Lukas Vejdemo	Agrément	11 327 pers. atteintes, 2 988 visionnements, 8 interactions	Facebook
Portrait gourmand : Talie Chocolat	Agrément	10 957 pers. atteintes, 3 827 visionnements, 367 interactions	Facebook
Tourisme Laval à l'autocueillette de tulipes	Agrément	9 026 pers. atteintes, 4 514 visionnements, 260 interactions	Facebook
Rocket de Laval : Étienne Marcoux	Agrément	7 894 pers. atteintes, 2 634 visionnements, 5 interactions	Facebook
Rocket de Laval : Michael Pezzetta	Agrément	7 857 pers. atteintes, 2 535 visionnements, 11 interactions	Facebook
OUTILS PROMOTIONNELS IMPRIMÉS			
Carte postale « Laval, première de classe »	Voyagistes	1 140	Salons spécialisés
Invitation Cocktail Gala Sports Laval	Sport	40	Fédérations et associations sportives
Sondage baromètre touristique	Agrément		Attraits touristiques participants
Sachets de bonbons personnalisés à la thématique Osez Laval	Affaires	2 400	Organisateurs d'événements associatifs et corporatifs
BULLETIN			
Nouvelles de Tourisme Laval et de l'industrie	Membres	6 éditions	Membres de Tourisme Laval
INFOLETTRES			
Quoi de neuf	Agrément	12 éditions	Consommateurs
Les conseils du Simplificateur	Affaires	6 éditions	Organisateurs d'événements associatifs et corporatifs
Voyage en groupe à Laval	Voyagistes	4 éditions	Voyagistes
Le Simplificateur certifié	Affaires	2 éditions	Simplificateurs certifiés
COURRIELS PROMOTIONNELS (E-PUSH)			
Quoi de neuf cet hiver (SATQ)	Agrément	180 000 abonnés	Abonnés de Quebecvacances.com
Guide touristique 2019-2020, trousse média	Membres	1 envoi	Membres de Tourisme Laval
Guide touristique 2019-2020, commande	Membres	1 envoi	Membres de Tourisme Laval
Renouvellement du membership	Membres	1 envoi	Membres de Tourisme Laval
Rapport annuel 2017	Membres	1 envoi	Membres de Tourisme Laval
Aux fêtes, sors ton côté Laval (Maman pour la vie)	Agrément	47 616 abonnés	Abonnés de mamanpouirlavie.com
Tourisme Laval propose l'inattendu – Les Affaires	Affaires	15 511 abonnés	Abonnés de lesaffaires.com
Laval – Dare our colours – Invitation Tête-à-Tête Tradeshow	Affaires	1 envoi	Organisateurs d'événements associatifs et corporatifs
Laval – Dare our colours – Invitation IncentiveWorks	Affaires	1 envoi	Organisateurs d'événements associatifs et corporatifs

INVITATIONS ÉLECTRONIQUES	MARCHÉ	DIFFUSION/TIRAGE	DISTRIBUTION
Cocktail Reconnaissance	Membres	4 envois	Membres de Tourisme Laval
Découvrez une cuisine authentique et une destination unique – Lunch de réseautage à Montréal	Affaires	1 envoi	Organisateurs d'événements associatifs et corporatifs
Invitation Cocktail VIP Gala Sports Laval	Sport	1 envoi	Fédérations et associations sportives
Goûtez à notre expertise lavalloise – Lunch de réseautage à Ottawa	Affaires	2 envois	Organisateurs d'événements associatifs et corporatifs
Get a taste of the Laval expertise – Lunch de réseautage à Ottawa	Affaires	2 envois	Organisateurs d'événements associatifs et corporatifs
BBQ annuel	Membres	3 envois	Membres de Tourisme Laval
Soirée Sors ton côté Laval à la Place Bell	Membres	1 envoi	Membres de Tourisme Laval
Laissez-nous vous offrir l'inédit – Lunch de réseautage à Québec	Affaires	1 envoi	Organisateurs d'événements associatifs et corporatifs
Laissez-nous vous offrir l'inédit – Lunch de réseautage à Montréal	Affaires	1 envoi	Organisateurs d'événements associatifs et corporatifs
Un événement sur mesure pour vous – Tournée de familiarisation	Sport	1 envoi	Fédérations et associations sportives
A unique event awaits you – Tournée de familiarisation	Sport	1 envoi	Fédérations et associations sportives
ARTICLES PROMOTIONNELS POUR LE WEB			
Coup de cœur lavallois	Agrément	45	Web
Les idées de Marie-Josée	Médias	6	Web
Conseils d'experts	Affaire	6	Web
Les secrets de Nadia	Agrément	4	Web
PAGES DE DESTINATION (LANDING PAGES)			
Laval destination affaires / Laval Meeting Destination	Affaires		Web
Sors ton côté festif	Agrément		Web
Recharge ton côté Laval	Agrément		Web
Salon Jouons en dedans	Agrément		Web
CAHIERS DE CANDIDATURES			
Dossiers de présentation	Affaires	33	Organisateurs d'événements associatifs et corporatifs
Dossiers de présentation	Sport	12	Fédérations et associations sportives

Tourisme Laval

toujours aussi présente et active

Ventes

IncentiveWorks | 13 et 14 juillet 2018

IncentiveWorks est l'un des salons les plus importants pour les professionnels des réunions et des événements qui ont lieu à Toronto. Le salon accueille année après année plus de 2 000 planificateurs d'événements. Au total, au kiosque de Tourisme Laval, **plus de 94 personnes ont été rencontrées.**

Bienvenue Québec | 22 au 24 octobre 2018

Tourisme Laval était présente à la 30^e édition de Bienvenue Québec qui avait lieu à Rivière-du-Loup. Cet événement est un incontournable pour l'industrie du voyage de groupe au Québec. Cette bourse est axée sur l'offre touristique québécoise. Au total, **62 personnes ont été rencontrées.**

House of Sport | 23 novembre 2018

Tourisme Laval était présente à l'événement « House of Sport » qui avait lieu au RA Centre d'Ottawa. Cet événement est un lieu de rassemblement de la plupart des fédérations sportives nationales. Au total, **30 fédérations sportives ont été rencontrées.**

Tourisme Laval présente à la première Bourse média MEETUP QuébecOriginal | 22 février 2019

Tourisme Laval a pris part à la première édition de la Bourse média « MEETUP QuébecOriginal 2019 » auxquels assistaient 39 représentants des médias du Canada et de sept pays. Au cours de l'événement, **15 journalistes ont été rencontrés.**

Tournées de familiarisation

L'équipe des ventes a été en mesure d'offrir un accueil exceptionnel et de faire découvrir la destination à **53 clients potentiels** dans le cadre de quatre tournées de familiarisation.

Laval SportCité, catalyseur d'opportunités dans son milieu

Au cours de l'année, Laval SportCité a passé sous la loupe **69 événements sportifs**. De ce nombre, **12 comités organisateurs ont sélectionné Laval** pour la tenue de leurs événements, assemblées générales annuelles, réunions et lieux d'hébergement, ce qui a contribué à positionner la ville comme une destination sportive surprenante, accueillante et performante.

Consultez la liste complète des activités de commercialisation à la page 34.



Programme du Simplificateur certifié

Une communauté en croissance

Une cohorte de 28 Simplificateurs certifiés

Depuis le lancement du programme, l'équipe de Tourisme Laval a organisé **quatre séances d'information**, au cours desquelles 28 professionnels du développement des affaires événementielles ont reçu leur accréditation. Ils sont maintenant en mesure d'offrir à leurs clients un service 360 tel que cela est proposé par Tourisme Laval.

Nouvelle infolettre pour la communauté des Simplificateurs certifiés

Tourisme Laval a également lancé une nouvelle infolettre destinée aux Simplificateurs certifiés. Ce nouvel outil de communication propose des rubriques qui répondent à leurs besoins et contribue à accroître le sentiment d'appartenance des partenaires. Les lecteurs y trouvent, entre autres, les bons coups de l'équipe des ventes de Tourisme Laval et des articles pertinents liés au tourisme d'affaires.



Plateforme Internet exclusive

De plus, une section du site Internet dédiée entièrement à la communauté des Simplificateurs certifiés a été développée et mise en ligne. Cette plateforme protégée se veut un outil de référence pour les professionnels du développement des affaires événementielles à Laval. Ils ont accès, entre autres, à divers contenus pour les appuyer dans leurs efforts de vente, y compris des documents pratiques et le calendrier des activités de commercialisation.

Plan de commercialisation

Date	Action	Marché
6 avril 2018	Bourse des médias	Journalistes
12 avril 2018	Sommet du sport de Montréal	Sportif
21 avril 2018	Salon de la Garde scolaire	Scolaire
10 mai 2018	Assises et Gala SportsQuébec	Sportif
17 mai 2018	Lunch promo – Montréal	Affaires
25 mai 2018	Gala Sports Laval	Sportif
7 juin 2018	Lunch promo – Ottawa	Affaires
12 juin 2018	Bourse APCQ	Affaires
13 juin 2018	Journée affaires de l'APCQ – Québec	Affaires
15 août 2018	Incentive Works – Toronto	Affaires
29 août 2018	Salon Momentum	Affaires
20-21 septembre 2018	AGA de MPI et blitz clients	Affaires
5 septembre 2018	Gala HMI	Affaires
25 septembre 2018	Blitz clients à Ottawa	Affaires
26 septembre 2018	Événement clients personnalisé	Affaires
26 septembre 2018	PCMA – Ottawa	Affaires
4 octobre 2018	Événement clients personnalisé	Sportif
6 octobre 2018	Événement clients personnalisé	Affaires
7 octobre 2018	Événement clients personnalisé	Affaires
24 octobre 2018	CSAE	Affaires
25-26 octobre 2018	AESTQ	Scolaire
25 octobre 2018	Skate Canada	Sportif

Plan de commercialisation

Date	Action	Marché
25 octobre 2018	Bourse des médias	Journalistes
22 au 24 octobre 2018	Bienvenue Québec	Voyagistes
30-31 octobre 2018	Tours Triomphe	Affaires
7 novembre 2018	Salon MercadOr	Affaires
23 novembre 2018	House of Sport	Sportif
29 novembre 2018	Congrès ARF	Voyagistes
29 novembre 2018	[un] GOLF & Sport Tourism FORE-um by the CSTA	Sportif
30 novembre 2018	Événement Soirée Rocket	Sportif / Affaires
5 décembre 2018	Bourse APCQ	Affaires
11 décembre 2018	Lunch promo – Québec	Affaires
15 décembre 2018	Conférence sur la place des femmes dans le monde du sport	Sportif
18 décembre 2018	Cocktail du Planificateur	Affaires
9 janvier 2019	Salon MERCI	Affaires
30 janvier 2019	Tête-à-Tête Ottawa	Affaires
31 janvier 2019	Lunch promo – Montréal	Affaires
21 février 2019	Tournée de familiarisation – Fédérations sportives provinciales	Sportif
27 février 2019	Tournée de familiarisation – Fédérations sportives nationales	Sportif
8 mars 2019	Lancement de la 55 ^e Finale des Jeux du Québec 2020	Sportif
14 mars-15 mars 2019	Blitz clients – lunch clients – Québec	Sportif
19 mars 2019	CSTA – Ottawa	Sportif
26 mars 2019	QuébecOriginal – Toronto	Voyagistes
27 mars 2019	Soirée Rocket	Sportif

Total des clients rencontrés : 942

Les comités produits engagés dans le développement de l'offre

Les comités produits ont poursuivi leurs travaux au cours de l'année en actualisant leur façon de faire. Une **quarantaine d'acteurs du milieu** ont participé à l'une ou l'autre des **cinq rencontres** qui ont été présidées par différents membres du conseil d'administration de Tourisme Laval.

Comité produit Tourisme culturel : réorientation des axes d'intervention

Le comité **produit Tourisme culturel** présidé par madame **Guylaine Archambault, directrice générale du Musée Armand-Frappier**, s'est réuni en début d'année pour dresser le bilan des actions de l'année précédente. Lors de cette rencontre, le comité s'est aussi penché sur l'un des axes d'intervention établis par le groupe de travail, soit celui sur le développement de circuits thématiques. L'atelier de travail, qui a suivi la rencontre et qui était animé par la firme Raymond Chabot Grant Thornton, a permis de confirmer une volonté du comité de développer l'axe « événementiel » plutôt que l'axe « circuits ».

Comité produit Famille : en mode événementiel

De leur côté, les membres du comité **produit Famille** sous la présidence de madame **Patricia Dupuy, copropriétaire de Maeva Surf**, se sont également réunis en début d'année pour évaluer les avancées et retombées des projets initiés par ce comité, dont le Salon Jouons en dedans et la Ligne 360. Le comité produit Famille, ayant établi que le développement d'un événement rassembleur était un axe d'intervention prioritaire, la firme Raymond Chabot Grant Thornton a ensuite animé un atelier de travail afin d'amorcer les réflexions.

Les ateliers de cocréation... des marathons d'idéation stimulants

À la suite de ces ateliers de travail, les membres des comités produits Tourisme culturel et Famille ainsi que d'autres partenaires du milieu ont été invités à participer à **deux ateliers de cocréation de type « hackathon »** afin d'imaginer des concepts événementiels mettant en valeur les aspects distinctifs de Laval. La créativité dont ont fait preuve les participants a grandement contribué à cet exercice stimulant et a permis, au terme des travaux d'idéation et d'analyse, d'esquisser des projets événementiels porteurs qui feront l'objet de démarches plus poussées.

Comité produit Réunion et congrès : synergie et dynamisme

Le comité **produit Réunion et Congrès**, présidé par monsieur **Yanick Pazzi, directeur général du Sheraton Laval**, s'est réuni à une occasion pour discuter et dresser un portrait des congrès au Québec (bilan et nouveautés). Des sujets tels que la connaissance stratégique (baromètre affaires), la campagne affaires et le programme d'activation dans les salons, bourses et foires ont également été abordés.

Bienvenue aux nouveaux membres.

La force du réseau des membres de Tourisme Laval

Tourisme Laval est fière de pouvoir compter sur son réseau de membres dynamiques et engagés qui sont au cœur de notre effervescence touristique. Notre organisation poursuit la consolidation de son réseau, dont **le nombre de membres a augmenté de plus de 6 %** en 2018-2019, pour un total de **191 membres**.

Au chapitre des nouveaux arrivés, **27 entreprises ont décidé d'adhérer à Tourisme Laval**.

Kiosque Chez Forget
Les Insulaires Microbrasseurs
Festival Laval en Rires
1909 Taverne Moderne
La Cité de la culture et du sport de Laval
Sonorisation Holiday
Loue la Vie Exotics
Canopée
Comité organisateur - Finale des Jeux du Québec Laval - 2020
Escondite
Premier Joueur
Industria Pizzeria + Bar
Entrepreneuriat et Gestion Élilo
MontVR
La Foire de l'Horreur
La Cage - Brasserie Sportive - Carrefour Laval
Échappe-Toi Laval
Ferme Chez Vaillancourt
Jeux d'évasion Codex
Sky Zone Laval
L'Atrium du Couvent
Randolph Pub Ludique Centropolis
La Bête à pain Laval
Semaine des Artisans de Laval
Restaurant À Domicile
Oregon Bar à Vin
Table 51

Des activités qui enrichissent le bagage de connaissances de nos membres

Six événements étaient inscrits au calendrier des activités d'enrichissement des compétences de l'année 2018-2019. Ces ateliers, formations et conférences ont porté sur plusieurs sujets, du développement numérique aux communications en passant par les ventes.

Date	Titre	Sujet	Participants
29 mai 2018	Comment maximiser vos relations de presse	Relations de presse	19
5 juin 2018	Rédaction d'un communiqué de presse et établissement d'une liste de presse	Relations de presse	10
29 janvier 2019	Solutions à la rareté de la main-d'œuvre	Ressources humaines	13
14 février 2019	Prenez le virage numérique	Développement numérique	17
14 février 2019	Obtenir et maximiser la subvention publicitaire de Google	Marketing	9
25 mars 2019	Développement des compétences créatives en ventes	Affaires	12

Le monde du numérique nous appartient

Le 14 février, Tourisme Laval a invité ses membres à participer à l'événement **Prenez le virage numérique**. Lors de cet événement, qui marquait le lancement du nouveau programme d'aide financière accordée par le ministère du Tourisme et Tourisme Laval dans le cadre de l'**Entente de développement numérique des entreprises touristiques (EDNET)**, la **vingtaine de participants** présents ont eu l'occasion d'assister à des conférences inspirantes dont :

- ▶ Les six clés du virage numérique – Les premiers pas vers un projet numérique réussi par le CEFRIO
- ▶ Portefeuille de tactiques numériques et échelle de maturité des entreprises touristiques par FansLab
- ▶ Offre d'accompagnement personnalisée aux PME vers la vente en ligne par le Conseil québécois du commerce de détail (CQCD)
- ▶ Intégrer l'agilité et l'innovation pour les entreprises en tourisme, culture et divertissement par le MT Lab



Assemblée générale annuelle et BBQ

prélude à une saison estivale exceptionnelle

L'assemblée générale annuelle de Tourisme Laval suivie du traditionnel BBQ a eu lieu le 15 juin 2018 au Château Taillefer Lafon. On a profité de l'occasion pour faire un bilan de nos réalisations et présenter les résultats des performances touristiques de la région. Nous avons également célébré les précurseurs de notre industrie : Michel Galland, président et chef de la direction des Autobus Galland et membre de l'association depuis 30 ans, ainsi qu'Hélène Vézina, directrice des communications chez Tourisme Laval depuis 25 ans.

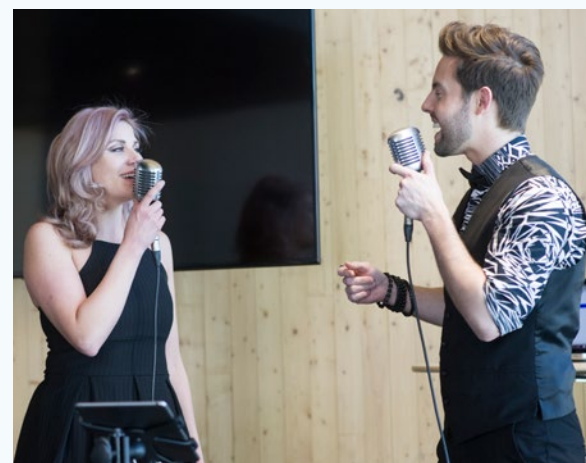


Des honneurs grandeur nature

Le 25 mars 2019, lors de son **Cocktail Reconnaissance**, qui s'est tenu au nouveau **Centre d'exploration du Parc de la Rivière-des-Mille-Îles**, l'industrie touristique lavalloise a applaudi les résultats de l'année qui sont le fruit du dynamisme, de la persévérance et de la détermination de Tourisme Laval et de ses partenaires. Plus d'**une centaine de personnes ont participé** à l'événement, qui est l'occasion de souligner les réalisations de ceux et celles qui s'investissent tout au cours de l'année afin de faire de Laval une destination vibrante.

Découvrez l'album photos

 [COCKTAIL RECONNAISSANCE 2019](#)



Ensemble, on contribue au rayonnement et au développement de la région

Services aux membres et partenariats

Ils étaient présents aux réunions du Comité des communicateurs en tourisme de Laval (CCTL)

Patra Andrianopoulos, Tulipes Autocueillette
Catherine Angehrn, Parc de la Rivière-des-Mille-Îles
Marilène Barale, Les Insulaires Microbrasseurs
Vincent Bélanger, iSaute
Catherine B. L'Anglais, L'Oasis de l'Île
Myriam Bonneau-Lefebvre, Jeux d'évasion Codex
Nathalie Boucher, Parc de la Rivière-des-Mille-Îles
Mélanie Brisebois, L'Élixir de Jouvence
Annick Brodeur, iSaute
Jean-Frédéric Caron, Orchestre symphonique de Laval
Cristina Cesari, Holiday Inn Laval Montréal
Odile Cliche, Ville de Laval (Service culture, loisirs, sport et développement social)
Samantha Damiens, Premier Joueur
Robert Décary, Les Menus-Plaisirs Restaurant-Auberge
Emmanuel De Gouvello, Échappe-Toi
Gabriel Desbiens, Spin Jeux & Activations Inc.
Jean-François Desrochers, Maeva Surf
Manon Dionne, Centre Laval
Geneviève Dufour, Chambre de commerce et d'industrie de Laval
Marie-Kim Dupuis-Brault, [co]motion
Marilyn Filion, Immersia
Maxime Filion, Immersia
Martin Foster, Sheraton Laval et Hilton Montréal/Laval
Mylène Gross, Sheraton Laval et Hilton Montréal/Laval
Sophie Guilbault, 55^e Finale des Jeux du Québec - Laval 2020

Pierre-Olivier Jetté, Restaurant Tamashi
Mélanie L.-Guérin, SkyVenture
Caroline Lachapelle, CF Carrefour Laval
Estelle Lacroix, Société de Transport de Laval
Isabelle Landry-Larue, Escalade Clip'n climb
Johan Lauret, Conseil régional de la culture de Laval
Patricia Lopraino, Festival musical indépendant Diapason
Juliette Marcoux-Tassé, SkyVenture
Mélicca Mignacca, Festival Laval en Rires
Daniel Mongrain, Escalade Clip'n climb
Annie Morin, C.I.EAU
Cynthia Pétrin, Restaurant Tamashi
Adrien Poumeyrau, Musée Armand-Frappier
Johanne Robinson, Entrepreneuriat et Gestion Éliio
John Rodousakis, Tulipes Autocueillette
Karine Rodrigue, Centropolis
Joanna Roupas, Quality Suites
Benjamin Roy, Rocket de Laval
Jessica Roy, CF Carrefour Laval
Marc-André Roy, Escalade Clip'n climb
Guillaume Saint-Étienne, Échappe-Toi
Christine Silva, [co]motion
Vyckie Vaillancourt, Ferme Chez Vaillancourt
Sébastien Vaillant, Rocket de Laval

Ils se sont impliqués au sein des comités produit Tourisme culturel, produit Famille et produit Réunion et congrès

Services aux membres et partenariats

Guylaine Archambault, Musée Armand-Frappier

Paul-François Asselin, Cabaret de l'Avenir

Marilène Barale, Festival des bières de Laval

Catherine Beaulieu, Société de Transport de Laval

Dominique Bodeven, Centre d'archives de Laval

Nathalie Boucher, Parc de la Rivière-des-Mille-Îles

Cristina Cesari, Holiday Inn Laval Montréal

Denise Cloutier, C.I.EAU

Marianne Coineau, Conseil régional de la culture de Laval

Jasmine Colizza, Maison des arts de Laval

Jean-François Desrochers, Maeva Surf

Michael Drivas, Centre de congrès Palace

Patricia Dupuy, Maeva Surf

Marilyn Filion, Immersia

Jean-Daniel Fortin, [co]motion

Martin Foster, Sheraton Laval et Hilton Montréal/Laval

Stéphanie Girard-Beaudry, Cosmodôme

Mylène Gross, Sheraton Laval et Hilton Montréal/Laval

Paul Labonne, Centre d'archives de Laval

Josée Lafortune, Ville de Laval (Développement économique)

Sylvie Lemay, Réseau ArtHist

Patricia Lopraino, Festival musical indépendant Diapason

Daniel Mongrain, Escalade Clip 'n climb

Rosalie Naud, C.I.EAU

Yanick Pazzi, Sheraton Laval

Karine Perreault, Centre de la nature

Adrien Poumeyrau, Musée Armand-Frappier

Louis Provost-Brien, Parc de la Rivière-des-Mille-Îles

Martine-Andrée Racine, Ville de Laval (Développement économique)

Marie-Pierre Rolland, Orchestre symphonique de Laval

Joanna Roupas, Quality Suites

Benjamin Roy, Rocket de Laval

Joseph Zunenshine, Putting Edge



Active dans son milieu.

L'équipe de Tourisme Laval siège à plusieurs comités dans le but de faire rayonner l'industrie touristique et représenter ses membres. Cet engagement s'inscrit dans le rôle de l'organisation et confirme la présence active de celle-ci dans son milieu.

Conseils d'administration

- ▶ Conseil d'administration des Jeux du Québec 2020
- ▶ Conseil d'administration du Conseil régional de la culture de Laval
- ▶ Conseil d'administration de l'Association des professionnels de congrès du Québec

Comités

- ▶ Conférence des directeurs généraux des associations touristiques
- ▶ Comité centre-ville, Ville de Laval
- ▶ Comité des partenaires en entrepreneuriat de Laval
- ▶ Table de développement agroalimentaire de Laval
- ▶ Comité expérience « Villes vibrantes et Festivités » de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec



Nous sommes là pour vous.

Tourisme Laval est membre de...

- ▶ Association de l'industrie touristique du Canada
- ▶ Canadian Sport Tourism Alliance (CSTA)
- ▶ Société Canadienne des Directeurs d'Association (SCDA)
- ▶ Agences réceptives et forfaitistes du Québec (ARF-Québec)
- ▶ Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ)
- ▶ Association des professionnels de congrès du Québec (APCQ)
- ▶ Fédération des transporteurs par autobus
- ▶ Regroupement Loisir et Sport du Québec (RLSQ)
- ▶ Société des Attractions Touristiques du Québec (SATQ)
- ▶ Chambre de commerce et d'industrie de Laval (CCIL)
- ▶ Conseil régional de la culture de Laval (CRCL)



Tourisme Laval, une équipe qui défie les limites du tourisme !

Du haut de la photo, à partir de la gauche :

Stéphanie Shanilsky, contrôleur financier

Julie Dallaire, agente commerciale, marchés sportif et affaires

Sandra Leclerc, gestionnaire de communauté

Andrée-Anne Proulx, directrice des ventes

Anne Lévesque, conseillère au service à la clientèle

Linda Lavoie, adjointe administrative à l'accueil

Amélie Pallascio Laurin, gestionnaire de communauté

Jessie-Kim Malo, responsable de la rédaction et de la gestion de contenu

Lyne Voyer, directrice du développement de l'offre et des expériences touristiques

Aurélia Hédreux, adjointe administrative à l'accueil

Geneviève Roy, présidente-directrice générale

Ariane Charette, coordonnatrice aux communications et projets numériques

Teresa Hernandez-Truesdell, coordonnatrice des services aux membres

Marie-Josée Bougie, responsable des relations de presse et des médias sociaux

Hélène Vézina, directrice des communications

Ne paraît pas sur la photo : **Nadia Dubé**, agente commerciale.

Merci.

Aux membres du conseil d'administration, à l'équipe de Tourisme Laval et aux membres et partenaires pour cette année active et effervescente.

Crédits photos :

Martin Alarie
Romain Beauvois
Olivier Blouin
Charles Briand
André Chevrier
Stéphanie Robillard Sarganis

Nos partenaires :



TOURISME
LAVAL

RAPPORT ANNUEL 2018

Tourisme Laval

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

450 682-5522 | 1 877 465-2825
WWW.TOURISMELAVAL.COM