

2022

RAPPORT ANNUEL

TOURISME



UNE ANNÉE DE CROISSANCE ET DE MAILLAGES



C'est avec un regard optimiste que nous avons entamé cette nouvelle année, et avec raison ! Après quelques mois d'inquiétude en début d'année 2022, la reprise s'est ensuite concrétisée et a même dépassé nos prévisions. Avec le retour en force des visiteurs à Laval, le rebond du taux d'occupation de nos hôtels et la multitude de projets en cours, l'enthousiasme est assurément au rendez-vous.

La confiance des partenaires envers notre organisation a soufflé une nouvelle énergie sur la consolidation, la structuration et le développement de l'offre ainsi que sur l'attractivité de la destination. Dans un esprit de collaboration encore plus grand, les défis se sont transformés en occasions. Pensons à la nouvelle mouture de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT), issue d'une collaboration entre Tourisme Laval et le ministère du Tourisme (MTO), qui a soutenu cinq projets d'envergure sur le territoire.

De plus, grâce au soutien qu'a accordé le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIE) à la Ville de Laval, dans le cadre du Plan de relance économique du centre-ville, le programme Passeport Attraits Laval et le Fonds de soutien du tourisme au centre-ville de Laval (FSTCV) ont vu le jour afin d'appuyer et accompagner l'industrie touristique lavalloise dans son développement et sa croissance.

Avec le renouvellement de l'entente qui nous assure le soutien du MTO pour les quatre prochaines années, de nouveaux mandats en matière de développement durable et de main-d'œuvre ont aussi occupé les troupes. Mentionnons, entre autres, le programme « Carte Avantages — privilèges pour les pros du tourisme », qui s'est ouvert en 2022 à l'ensemble du Québec avec la mobilisation de 13 régions touristiques du Québec.

L'effervescence se vit également sur le plan du marketing avec des campagnes mobilisatrices, le retour en force des créateurs et créatrices de contenu sur le territoire, la performance des médias sociaux, les activations dynamiques et colorées lors des événements et activités du plan de commercialisation de la destination.

En 2022, Tourisme Laval a aussi entrepris la démarche de planification stratégique pour le prochain exercice triennal. Audacieuse, structurante et rassembleuse, elle insufflera une impulsion mobilisatrice à l'industrie touristique lavalloise et la guidera vers de nouveaux sommets.

Les initiatives et les résultats encourageants de l'année financière 2022-2023 sont le fruit d'une vive collaboration des membres, du soutien de la Ville de Laval, de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, du ministère du Tourisme, ainsi que de la présence constante et de l'apport inestimable des membres du conseil d'administration, et de la créativité débordante de notre équipe.

MERCI d'être là. MERCI de votre confiance.

Félicitations à toutes et tous,

GENEVIÈVE ROY
Présidente-directrice générale

YANICK PAZZI
Président du conseil d'administration

CONSEIL D'ADMINISTRATION AU 31 MARS 2023

COMITÉ EXÉCUTIF

Yanick Pazzi

Sheraton Laval — **Président**

Yves Legault

Collège Letendre — **Vice-président**

Guyline Archambault

Musée de la santé Armand-Frappier — **Secrétaire**

Michel Galland

Voyages Blainville — **Administrateur**

Geneviève Roy

Tourisme Laval — **Présidente-directrice générale**

ADMINISTRATRICES ET ADMINISTRATEURS

Sandra El-Helou

Ville de Laval

Stéphanie Girard-Beaudry

Cosmodôme

Guy McDonald

McDDD, Avocats

Christine Métayer

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

Daniel Mongrain

Escalade Clip 'n climb Laval

Martin Savoie

Sports Laval

Linda Taub

Residence Inn Laval par Marriott

Vyckie Vaillancourt

Ferme Vaillancourt

BILAN DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DE LAVAL 2022*

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 : **50,7 %**
- ◇ Reste du Canada : **30,5 %**
- ◇ États-Unis : **15,7 %**
- ◇ Autres pays : **3,1 %**

Remarque :

* Les résultats du bilan de l'industrie couvrent la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2022.

Les clientèles

53,9 %

en tourisme d'affaires

46,1 %

en tourisme d'agrément

NOS RÉSULTATS 2022

1 427 700

TOURISTES EN 2022

(770 955 en 2021 / 1,8 M en 2019)

69,0 % TAUX D'OCCUPATION
HÔTELIER

(36,2 % en 2021 / 80,3 % en 2019)

Hausse de l'achalandage

DANS LES ATTRAITS TOURISTIQUES

(+57,8 % par rapport à 2021 / - 20 % par rapport à 2019)

104,7 M\$

EN DÉPENSES TOURISTIQUES

(49,8 M\$ en 2021 / 116,1 M\$ en 2019)

136 ÉVÈNEMENTS ET
CONGRÈS RÉALISÉS

(23 en 2021 / 212 en 2019)

214,9 millions

**DE PERSONNES SONT JOINTES PAR NOS
ACTIONS DE RELATIONS DE PRESSE**




(87 millions en 2021 / 105,1 millions en 2019)

ÉCOSYSTÈME NUMÉRIQUE

Tourisme Laval a entièrement revu son processus de suivi d'indicateurs liés aux réseaux sociaux. Un tableau de bord dynamique a été créé en se connectant aux données sources des plateformes. Plus efficace, cette nouvelle façon de faire entraîne cependant quelques considérations méthodologiques.

Les données n'ont été disponibles qu'au moment où le connecteur a été installé en janvier 2023 et la comparaison à l'année précédente n'est pas possible pour certaines données. Aussi, comme la portée demeure évolutive, une lecture a été prise en début d'année.

RÉSEAUX SOCIAUX

	2022	Variation avec une période comparable en 2021		2022	Variation avec une période comparable en 2021	
	Abonnés	18 659	+ 20,5 %	Abonnés	364	ND
	Estimation de la portée	8 581 131	+ 31,9 %	Audience	102 139	- 5,7 %
	Taux d'engagement	7,32 %	+ 2,3 points	Taux d'engagement	7,9 %	+ 0,6 point
	Abonnés	5 190	+ 13,6 %	Abonnés	2 869	ND
	Estimation de la portée	1 744 007	+ 14,8 %	Estimation de la portée	77 150	+ 4,2 %
	Taux d'engagement	2,86 %	- 2,8 points	Taux d'engagement Tourisme Laval	6 %	+3,8 points
	Abonnés	5 559	- 1,1 %	Taux d'engagement Le Simplificateur	8,73 %	+ 8,7 points
	Estimation de la portée	17 457	- 72,9 %	Taux d'engagement L2L – Nouveau	11,97 %	ND
	Taux d'engagement (pour les 3 premiers mois de l'année)	2 %	ND			

TOURISME LAVAL.COM

	2021	2022	Variation 2022/2021
Visites	387 806	467 002	+ 20,5 %
Visites uniques	329 220	393 623	+ 19,6 %
Pages vues	775 348	1 036 726	+ 33,7 %

BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE

	2021	2022	Variation 2022/2021
Actes de renseignements *	1 697	1 725	+ 28

Remarque :

* Un (1) acte de renseignements est l'action de renseigner (comptoir, téléphone, courriel, courrier, clavardage personnalisée) une seule ou plusieurs personnes faisant partie d'un même groupe.



LES PASSEPORTS ATTRAITIS LAVAL

**Un projet porteur pour la
relance de l'industrie**

Le projet Passeports Attraitis Laval a été créé dans le but de stimuler la visite des attraitis lavallois, de doter la destination d'offres exclusives et de soutenir financièrement les attraitis. Cette initiative a été rendue possible grâce au soutien accordé par le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIE) à la Ville de Laval dans le cadre du Plan de relance économique du centre-ville de Laval.

Cette offensive permettait aux acheteurs de passeports d'obtenir une réduction allant jusqu'à 40% sur le coût d'un billet d'entrée adulte. Au total, neuf passeports proposant des activités à faire majoritairement au centre-ville de Laval étaient en vente sur les plateformes et outils du puissant moteur de vente TUANGO.

Quelques chiffres...

Nombre d'attrait participants : **16 entreprises**

Nombre de passeports vendus : **2 849**

Nombre de visites générées : **9 886**

Dépenses totales chez les commerçants par des clients détenant le passeport : **274 941\$**

Achalandage sur la page dédiée du site Web de Tourisme Laval : **53 033 pages vues**



Activités participantes

- ◇ BFLY
- ◇ Boston Pizza
- ◇ Café Déco Céramique
- ◇ Centre d'interprétation de l'eau (C.I.EAU)
- ◇ Cosmodôme
- ◇ Escalade Clip 'n climb
- ◇ Escaparium
- ◇ Illumi – Nouvelle Féerie de Lumières
- ◇ Immersia
- ◇ L'Atelier (Escaparium)
- ◇ Le Crux
- ◇ Le Cube secret
- ◇ Maeva Surf
- ◇ Parc de la Rivière-des-Mille-Îles
- ◇ Putting Edge
- ◇ Salon de Quilles BG LAVAL 2000

CIRCUITS NATURE-CULTURE

Pour explorer la richesse naturelle et culturelle de Laval

L'idée de ces circuits, née d'un atelier de cocréation auquel ont participé des acteurs du créneau du tourisme culturel lavallois, avait été mise sur pause en raison de la pandémie.

Tourisme Laval a réactivé ce projet d'activité événementielle qui vise à mettre en valeur les atouts culturels et les espaces naturels de Laval, à amener les familles et les autres types de visiteurs à être plus actifs et à conscientiser les clientèles sur des enjeux environnementaux.



Tourisme Laval a obtenu de l'aide financière du Fonds régions et ruralité (FRR) du ministère des Affaires municipales et de l'Habitation pour ce projet et est accompagnée pour sa mise en œuvre par l'agence événementielle Cellule créative.

Les Circuits Nature-Culture offriront aux familles un programme de journées clés en main aussi enrichissantes qu'énergisantes, des journées qui allient une activité culturelle et une activité de plein air. D'une activité à l'autre, les participant.e.s monteront à bord d'une navette qui les transportera à leur prochaine destination, le tout dans une ambiance festive et ludique grâce à l'ajout d'animation tout au long du parcours.

Les Circuits Nature-Culture seront offerts quelques samedis ou dimanches, de juillet à septembre 2023.

PROGRAMME d'aide financière au développement de l'offre

En octobre dernier, Tourisme Laval annonçait deux programmes d'aide financière visant à soutenir financièrement l'industrie touristique lavalloise et à l'accompagner dans son développement et sa croissance, dans une approche responsable et durable.



Le Fonds de soutien du tourisme au centre-ville de Laval (FSTCV)

Le Fonds de soutien du tourisme au centre-ville de Laval (FSTCV) est mis en place en collaboration avec la Ville de Laval et est assorti d'une enveloppe budgétaire de 500 000 \$. Cette initiative a aussi été rendue possible grâce au soutien accordé par le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIE) à la Ville de Laval dans le cadre du Plan de relance économique du centre-ville de Laval.

Les entreprises soutenues dans l'appel de projets qui s'est terminé le 1^{er} décembre 2022 sont :

- ◇ Escalade Clip 'n climb
- ◇ Centre de création Cavalia
- ◇ Attractions SOS inc.
- ◇ Ubisoft Divertissement inc.

Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT)

Nouvelle mouture du programme issu d'une collaboration entre Tourisme Laval et le ministère du Tourisme du Québec, l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) totalise 1 735 000 \$ pour trois années.

Les entreprises soutenues dans l'appel de projets qui s'est terminé le 1^{er} décembre 2022 sont :

- ◇ Escaparium
- ◇ Centre de création Cavalia
- ◇ Best Western Laval-Montréal
- ◇ Sheraton Laval
- ◇ La Centrale des artistes

BILAN DU FONDS DE DÉVELOPPEMENT en tourisme d'affaires

Suite à la décision du ministère du Tourisme de confier à Tourisme Laval la gestion du Fonds de développement en tourisme d'affaires (FDTA), qui dispose d'un budget de 2,5 M\$, trois appels à projets ont été lancés. Grâce à ces appels, **une centaine d'évènements d'affaires ont été soutenus dans 17 régions du Québec.**



Le coût total des évènements soutenus est d'environ **33,5 M\$**, sans compter les dépenses directes et indirectes générées par près de **207 700 participant.e.s attendu.e.s dans les régions du Québec**. Le Fonds atteint également les objectifs suivants :

- ◇ **Stimuler la relance des évènements d'affaires à court terme**, ceux-ci devant se tenir d'ici le 31 mars 2023
- ◇ **Pallier l'augmentation des coûts causés par la pandémie**
- ◇ **Appuyer des organisations québécoises** pour lesquelles la tenue d'évènements d'affaires est vitale ou très importante pour le financement des opérations et les soutenir dans l'adaptation de leur expérience
- ◇ **Hausser l'adoption de bonnes pratiques durables et responsables**, dont l'approvisionnement local, les pratiques écoresponsables et les technologies propres, l'accessibilité aux personnes à capacité physique restreinte et plusieurs autres types d'action

L'équipe de Tourisme Laval a poursuivi tout au long de l'année la gestion de ce programme, principalement les redditions de compte suivant les évènements.

10 M\$ pour attirer davantage d'évènements d'affaires d'envergure internationale – Tourisme Laval, responsable de la gestion de la mesure

Le 20 février, la ministre du Tourisme, madame Caroline Proulx, annonçait un investissement de 10 M\$ afin de stimuler l'attraction d'évènements d'affaires d'envergure internationale au Québec. Le Ministère a confié la gestion de cette enveloppe budgétaire à Tourisme Laval. C'est là une incroyable marque de confiance envers notre organisation.

Cette initiative permettra de soutenir la réalisation de plans d'affaires destinés aux organisateurs d'évènements d'affaires, d'appuyer les activités de démarchage et de familiarisation auprès de ces organisateurs et de mettre en place des incitatifs afin d'attirer des évènements d'affaires d'envergure internationale au Québec.

Participation active des membres au rayonnement et au développement de la destination

Toujours en mode collaboratif, le **Comité des communicateurs en tourisme de Laval** s'est réuni quatre fois au cours de l'année. 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. Quant aux membres participant au **Groupe de vente de la destination Laval** (GVDL), ils se sont réunis à trois reprises dans l'objectif d'échanger et de faire le point sur plusieurs aspects en lien avec le marché des évènements d'affaires et sportifs. Près d'une dizaine de membres ont participé à chacune des rencontres. Le 13 décembre, un évènement spécial, sous forme de cocktail teinté de la plus belle magie du temps des fêtes, a eu lieu en compagnie d'une quarantaine de membres du CCTL et du GVDL.

En route vers une nouvelle planification stratégique

Tourisme Laval a entrepris la démarche de planification stratégique pour le prochain exercice triennal. Cette planification stratégique se veut audacieuse, structurante et rassembleuse afin de donner une impulsion mobilisatrice à l'industrie touristique lavalloise et de la guider vers de nouveaux sommets. Tourisme Laval est accompagnée de la firme Vignola Stratégies dans cette démarche qui implique l'identification des enjeux en matière de développement, de promotion, d'accueil, de main-d'œuvre, de connaissance et de tourisme durable, la définition d'orientations pour les trois prochaines années ainsi que les pistes d'action et les indicateurs de mesure des résultats. Les membres, les principaux partenaires économiques et d'autres parties prenantes ont été consultés. À terme, cette planification stratégique mènera à une vision commune qui permettra à l'industrie de viser les mêmes cibles et de s'entendre sur les moyens de maximiser les efforts.

LA CARTE AVANTAGES

Le programme de privilèges pour les employé.e.s de l'industrie touristique s'étend au Québec.

CARTE
AVANTAGES
Privilèges pour les pros du tourisme



Le programme « **Carte Avantages — privilèges pour les pros du tourisme** », qui avait été mis en place au cours de l'année 2020-2021 par Tourisme Laval en collaboration avec Tourisme Lanaudière et Tourisme Charlevoix, a été ouvert à l'ensemble du Québec à l'automne. Aujourd'hui, 13 régions touristiques du Québec (ATR) se sont mobilisées et ont joint ce mouvement visant à favoriser l'attractivité des emplois et la rétention du personnel.

En fin d'année, les ATR avaient recruté dans le programme près de **250 entreprises touristiques** qui ont inscrit plus de **1 600 travailleuses et travailleurs**. Plus de **230 offres** exclusives leur permettent de vivre diverses expériences touristiques et de devenir de précieux ambassadeurs du territoire.

De plus, une entente a été conclue avec le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme pour soutenir la mise en place d'actions de communication et de marketing.

Tourisme Laval coordonne ce programme, appuyée par un comité directeur.



PARCOURS PRIVILÈGE

Une initiative de maillage entre étudiant.e.s et employeurs du secteur du tourisme.

En octobre dernier, Tourisme Laval s'associait au Collège Montmorency et à sa Fondation dans un projet visant à soutenir les entreprises et la main-d'œuvre étudiante qualifiée en tourisme. L'initiative Parcours privilèges vise à stimuler la relève, combler les besoins en personnel et contribuer à renouveler les pratiques d'affaires au sein de l'industrie touristique lavalloise.

Tourisme Laval assure le maillage entre le département Techniques de tourisme au Collège Montmorency et ses entreprises membres souhaitant accueillir des étudiant.e.s pour un stage d'exploration, un stage d'intégration au marché du travail ou pour acquérir une expérience de travail.

Un partenariat inspirant pour soutenir les athlètes

À la suite de fructueux échanges en cours d'année, le Club de la médaille d'or et Tourisme Laval ont récemment conclu une entente qui repose sur leur volonté commune de soutenir les athlètes. Cette initiative, une première, incite les organisateurs d'évènement qui choisissent Laval pour la tenue de leur évènement à inspirer la jeunesse de notre région à poursuivre leur développement tant sur le plan sportif qu'académique, en vue d'un avenir professionnel à la hauteur de leurs rêves.

Ce partenariat repose sur des valeurs communes telles que le dépassement de soi, l'atteinte de résultats et la poursuite de l'excellence. Il démontre que chacun peut jouer un rôle positif dans la vie de jeunes athlètes, en offrant des ressources et des opportunités pour favoriser leur développement personnel et professionnel.



FONDS ÉCOLEADER

Tourisme Laval obtient sa certification

Tourisme Laval a obtenu une certification dans le cadre du projet de cohorte Développement d'un cadre d'évaluation de l'impact environnemental des évènements selon l'approche de l'analyse de cycle de vie.

FONDS ÉCOLEADER

Les objectifs de cette démarche sont :

- ◇ **Mieux comprendre l'impact environnemental** et suivre les résultats dans le temps
- ◇ **Améliorer le processus de prise de décision** et intégrer des pratiques écoresponsables en évitant les solutions inadéquates
- ◇ **Positionner le Québec et les organisations de la cohorte en tant que leaders internationaux** dans le domaine de l'évènementiel

Tourisme Laval a utilisé cette méthode de calcul et d'aide à la décision lors d'un évènement d'affaires organisé à Laval.

Cela a permis d'obtenir une meilleure compréhension des principaux facteurs contribuant à l'impact environnemental, d'estimer les émissions de gaz à effet de serre et d'observer l'impact de certaines initiatives d'amélioration.

MAXIMISER LES PERFORMANCES

grâce à l'intelligence d'affaires

Dans le but d'alimenter nos divers outils de diffusion (bulletin **Connaissances stratégiques**, infolettre affaires, infolettres aux hôteliers et aux attraits, etc.), Tourisme Laval a poursuivi ses travaux d'organisation et de développement de l'intelligence d'affaires en 2022-2023.

D'une part, Tourisme Laval a bonifié sa **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. Les informations recueillies sont partagées par l'entremise de **Yammer**, réseau social d'entreprises qui facilite la diffusion de renseignements, la recherche et les échanges.

D'autre part, l'organisation poursuit le remaniement des données afin de les intégrer dans des **tableaux de bord dynamiques** permettant de suivre en temps réel plusieurs indicateurs stratégiques (hôteliers, événements d'affaires et sportifs, opportunités de vente, médias sociaux, retombées de presse et autres).

Diffusion de connaissances stratégiques aux membres

Pour accompagner le milieu dans ses prises de décisions et analyses, Tourisme Laval rassemble dans son bulletin **Connaissances stratégiques** des articles sur les tendances touristiques, des profils de clientèles, des conseils portant sur le marketing ou les ressources humaines. Ce bulletin alimenté par la veille stratégique continue a été diffusé cinq fois au cours de l'année.

La collecte de données auprès de cohortes d'hôteliers et de gestionnaires d'attrait tarifés s'est poursuivie tout au long de l'année, tout comme la diffusion. Les données recueillies sont précieuses pour suivre l'évolution du tourisme sur le territoire. Elles sont redirigées de manière agrégée auprès de ces cohortes sous forme d'infolettres, mensuellement pour les hôteliers et biannuellement pour les gestionnaires d'attrait. Des études ou des articles d'intérêt sont également relayés dans ces publications.





AUTRES ACTIVITÉS de recherche et de connaissances stratégiques

Participation au **Baromètre touristique régional**, volets sondage clientèle et panier d'indicateurs, en collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, la Chaire de tourisme Transat ESG UQAM et Tourisme Québec.

Étude sur les habitudes numériques des consommateurs d'offres touristiques québécoises menée par l'équipe d'Événements Attractions Québec avec l'aide de Léger Marketing.

Enquête sur la valeur des touristes participant à des événements d'affaires, une démarche initiée par Tourisme Laval, en collaboration avec Tourisme Centre-du-Québec, Tourisme Montérégie et Tourisme Outaouais. Ce mandat, octroyé à la firme Segma Recherche, est une poursuite de la collaboration amorcée en 2021 entre ces régions. Les données obtenues leur permettront d'estimer la valeur d'un.e touriste qui effectue un séjour lié à un événement d'affaires dans leur région respective.

Étude sur la notoriété et les perceptions envers les attraits touristiques à Laval réalisée en partenariat avec la Ville de Laval. Cette actualisation de l'étude menée en 2022 vise à comprendre les éléments d'attractivité de la destination et les points faibles, les motivations et les caractéristiques des visites, et à analyser l'évolution dans le temps.

CAMPAGNES EN PARTENARIAT AVEC L'ALLIANCE

En 2022, Tourisme Laval a poursuivi sa collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec sur le marché québécois et celui de l'Ontario.

L'offensive comprenait deux types de campagnes : **une campagne générique propulsée à 100 % par l'Alliance**, dont un bel exemple sur le marché québécois est le **plein écran de Laval** publié le 9 juillet 2022 dans La Presse+, et **une campagne réalisée en partenariat** (1 \$ d'investissement de Tourisme Laval pour 1 \$ de la part de l'Alliance). Les actions de campagne menées en collaboration avec l'Alliance étaient précédées d'une impressionnante offensive de sa part, qui s'inscrivait dans les phases « Éblouir » et « Motiver » du parcours du voyageur. Pour sa part, Tourisme Laval complétait le parcours en mettant en place des actions principalement axées sur les phases « Motiver » et « Activer », en lien avec ses cibles et son identité territoriale.



ACTIONS DE CAMPAGNES RÉALISÉES AVEC L'ALLIANCE

ACTIONS DE CAMPAGNES RÉALISÉES AVEC L'ALLIANCE	MARCHÉS VISÉS	PHASES	PÉRIODES COUVERTES	CIBLES
Ici les Vacances + CBC.ca	Intra-Québec	Outiller	Été	Grand public 25+ (francophone et anglophone)
Salut Bonjour avec extra Hublo	Intra-Québec	Motiver	Été	Grand public
Voyageurs qualifiés	Intra-Québec	Activer	Automne	Audience sur mesure
Voyageurs qualifiés	Intra-Québec	Activer	Hiver	Audience sur mesure
Campagne expérience : Saveurs locales	Ontario	Outiller / Activer	Été / Automne	Grand public 25 + (Amateurs de produits locaux et d'expériences authentiques)
Campagne expérience : Plaisirs d'hiver urbains	Ontario	Outiller / Activer	Hiver	Amateurs d'escapades urbaines

bonjour
québec

Résultats

ICI LES VACANCES + CBC.CA

Le partenariat comprenait la création d'un espace publicitaire adapté sur ICI les Vacances, plus un article complet sur la destination. Ce plan partenaire, qui offrait un volet anglophone sur la plateforme CBC Life/Travel, fut l'occasion pour la destination de joindre le Québec anglophone. Avec une dominance Web, de l'amplification sur les réseaux sociaux, des bannières en rotation et des tuiles natives, les résultats ont été au rendez-vous.

◇ Voir la version anglaise de l'article

	Pages vues	Temps passé	CPPV	CTR
SRC	2 253	4 min 41 s	5,55 \$	0,16 %
CBC	3 454	3 min 40 s	2,32 \$	0,31 %
Moyenne des 8 régions participantes	3 268	5 min 04 s	3,62 \$	0,26 %

SALUT BONJOUR + EXTRA

Cette action a permis l'intégration d'un segment de 3 minutes au cours de l'émission à grande écoute **Salut Bonjour**. La présence de l'animateur Guillaume Duranceau-Thibert sur le lieu des attraits a ajouté à l'expérience un moment d'authenticité. L'amplification de cette démarche dans les médias sociaux ainsi qu'un **contenu publicitaire enrichi dans le Journal de Montréal** ont permis de rejoindre des audiences de choix et d'optimiser le référencement SEO.

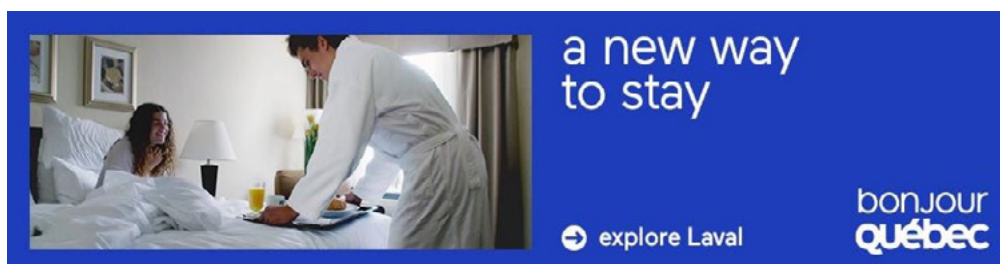
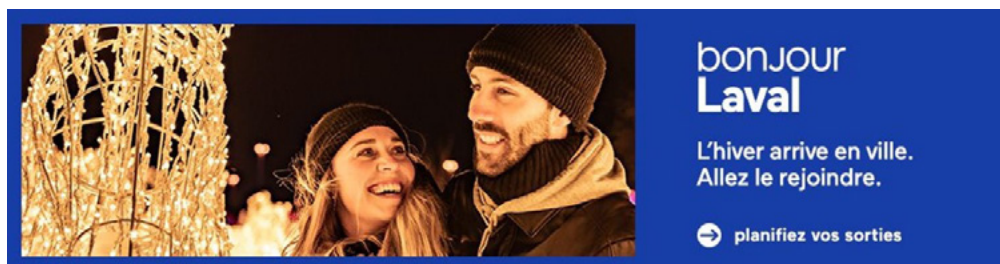
◇ Laval : découvrez une foule d'activités pour petits et grands dans un rayon de 20 km

Résultats

VOYAGEURS QUALIFIÉS ET SAVEURS LOCALES

La diffusion des bannières numériques du premier volet de la campagne « **Voyageurs qualifiés** » s'est déroulée de la fin août à la fin octobre sous le thème « **Profitez du plein air cet automne** ». Le volet hivernal a commencé le 31 octobre et s'est poursuivi jusqu'à la fin février, avec des titres accrocheurs comme « **Une surprenante expérience muséale vous attend à Laval** », « **L'hiver arrive en ville, allez le rejoindre!** » et « **Lâchez votre fou dans la ville de toutes les possibilités** ».

Un partenariat de contenu dans le **Globe and Mail** pour la promotion de nos saveurs locales a généré **388 000 impressions** et des publications sur Facebook ont généré **497 visites qualifiées**.



PLAISIRS D'HIVER URBAINS

Afin de positionner les villes urbaines du Québec comme des destinations accessibles pour des séjours de courte durée et mettre de l'avant la proximité et l'accessibilité des activités urbaines, Tourisme Laval participe à la campagne Plaisirs d'hiver urbains. Au menu des actions, un partenariat de contenu avec **TIME OUT**, un magazine numérique qui couvre les événements, le divertissement et la culture dans les villes du monde entier.

Ce plan comprenait aussi un partenariat de contenu incluant un article, plus un quiz, une carte interactive et de l'amplification dans le **National Post**. La portée estimée de l'article **Laval: Exciting outdoor and indoor adventures the whole family can enjoy this winter**, paru le 7 décembre et publié en version papier et en édition électronique, fut de plus de 1 million de personnes. Cet article a généré **8 501 pages vues** dans notre site Web et **2 699 clics**.

S'ajoutent à la stratégie des placements de redirection et des publications statiques sponsorisées sur Facebook et Instagram ainsi que du reciblage des pages partenaires et du site de Bonjour Québec, pour un total de **8254 visites qualifiées** et **12 220 clics supplémentaires**, soit un taux nettement supérieur au benchmark.

CAMPAGNES DE TOURISME LAVAL

Campagne estivale « Chante ton Laval »

Afin que l'été 2022 soit marqué par une campagne mémorable, forte et ludique qui annonçait haut et fort que Laval est la destination où venir s'amuser et profiter de nombreux attraits, l'agence Oasis, en collaboration avec Tourisme Laval, a concocté une campagne festive avec la **création de 10 jingles** chantés et animés par Daphné Létourneau, porte-parole de nos campagnes pour une troisième année.

Huit partenaires de Tourisme Laval ont profité d'un plan de partenariat en publicité coop pour **insuffler près de 90 000 \$ dans la bonification d'initiatives de promotion.**

Essentiellement numériques, plusieurs de ces initiatives dirigeaient vers une page concours où les participant.e.s pouvaient voter pour leur jingle préféré. À cela, se sont ajoutés une **stratégie de promotion sur Instagram et Facebook**, et en partenariat avec les membres, une **insertion hors série de huit écrans dans La Presse+ du 16 juillet**, des articles commandités dans **Urbania** et sur les plateformes partenaires de **OBOX** comprenant, entre autres, une **vidéo** diffusée sur la plateforme Web de TPL Moms.



Au plus fort de la campagne estivale, soit de la mi-juin à la fin septembre, une multitude d'actions en communication, marketing et relations de presse dirigeaient vers des articles, des fiches membres, des sections d'activités, de restauration ou d'hébergement sur notre site Web.

L'ensemble de ces actions a généré une incroyable **hausse de 19,66 % des pages** vues sur notre site, y compris une **hausse de 40 % de la clientèle des 35-44 ans**. La page « Concours Cet été, chante ton Laval », pièce maîtresse de la campagne, **a été vue plus de 25 000 fois et 731 personnes ont participé au concours**, dont 444 souhaitaient chanter en famille alors que les autres préféraient chanter entre amis. Un bel exercice pour segmenter notre clientèle pour l'envoi d'infolettres ciblées!

 [Voir les 10 jingles](#)

RÉSULTATS CAMPAGNE ANNUELLE 2022

+ 12 millions d'impressions

+ 79 105 clics

+ 195 678 sessions

+ 1 006 372 interactions

+ 16 939 pages vues des fiches membres

+ 25 826 pages vues sur le jeu concours

Un taux de clics global sur les différents créatifs de 0,66 %

PARTENAIRES DE LA CAMPAGNE ÉTÉ 2022

PLAN OR	Cosmodôme	Illumi – Féerie de Lumières	Parc de la Rivière-des-Mille-Îles	Sheraton Laval
PLAN ARGENT	Holiday Inn Laval	Les attractions BFLY		
PLAN BRONZE	Comfort Inn	Hilton Montréal		

Campagne « Monte ton podium »

La tenue dans une ville d'un évènement sportif d'envergure comme la 55^e Finale des Jeux du Québec constitue une incroyable source de rayonnement, qui dépasse les limites du territoire.

C'est dans ce cadre que Tourisme Laval a organisé la campagne « Monte ton podium » mettant en vedette le célèbre animateur **Kevin Raphaël**, en **collaboration avec 12 attraits touristiques et 4 établissements hôteliers**.

En plus d'une page de promotion complète dans le **Guide du spectateur**, qui comportait cinq codes QR différents et proposait aux visiteurs des idées d'activités, de restaurants et d'hébergement pendant leur séjour, une **page de destination** était accessible sur le site Web de la 55^e Finale des Jeux du Québec.

Les actions de promotion de la campagne « Monte ton podium » ont généré **4 659 pages vues** sur la page de destination et **310 inscriptions**. C'est un bon résultat considérant que la clientèle en tourisme sportif est très nichée.



Le Programme de rabais COOP s'adapte au marketing relationnel

L'édition 2022-2023 du Programme de rabais coop a innové en s'adaptant aux outils modernes de communication en **priorisant la création de contenu** (articles, vidéos, photos, amplification de contenu) **et l'orchestration de campagnes SEM** pour améliorer la performance de résultats sur les moteurs de recherche. Un troisième volet du programme a permis d'insuffler **90 000 \$ à la campagne estivale** grâce aux **plans partenaires** or, argent et bronze.

Quatre exemples de création de contenu réalisés avec les membres :

- ◇ **Création d'un article** – Festival des bières de Laval
- ◇ **Séance photos** – Le Crux
- ◇ **Production de vidéos** – Escalade Clip 'n climb
- ◇ **Partenariat avec une influenceuse** – Parc de la Rivière-des-Mille-Îles

Campagnes SEM et Google Ad Grant toujours aussi pertinentes

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. Le référencement payant a permis de **générer 8,6 % du trafic sur notre site Web**. Les sessions ont été de meilleure qualité que celle de l'année dernière avec un taux de rebond en baisse de 17 %, **une augmentation de 50 % quant au nombre de pages vues** en comparaison à 2021 ainsi qu'une hausse de 77 % du temps passé sur le site.



De la création de contenu pour des performances optimales

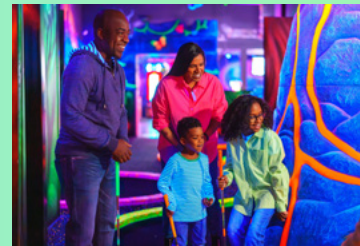
Tourisme Laval a adopté une stratégie de création de contenu au cours de la dernière année en produisant de courtes vidéos et en procédant à des séances photos pour enrichir ses plateformes numériques. L'objectif était de transmettre des émotions, des sensations et des idées pour attirer l'attention, de communiquer avec plus d'efficacité, de renforcer l'image de marque de l'organisation et d'augmenter l'engagement de ses cibles.

En plus, avec l'aide du Programme de rabais COOP, **neuf (9) entreprises touristiques** se sont jointes à une initiative de création de contenu pilotée par Tourisme Laval.

MERCI AUX MEMBRES PARTICIPANTS

- ◇ Château Royal
- ◇ Clip 'n climb Laval
- ◇ Embassy Plaza
- ◇ Hilton Laval
- ◇ iSaute
- ◇ Immersia
- ◇ Centre de congrès Palace
- ◇ Musée de la santé Armand-Frappier
- ◇ Sheraton Laval

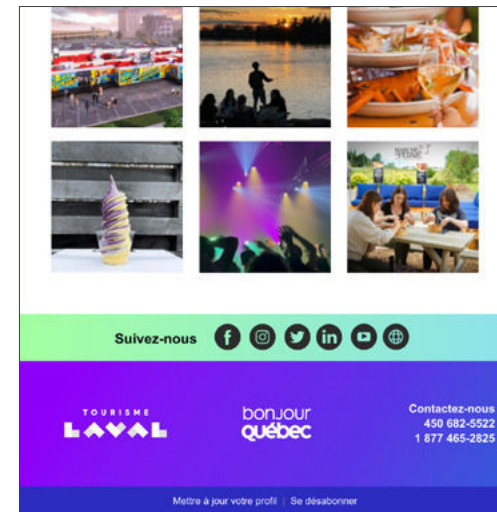
Tourisme Laval a aussi organisé des séances photos et vidéos dans des lieux emblématiques de la destination dans le but d'enrichir sa collection d'images inspirantes représentant fidèlement les personas des familles et des jeunes adultes. Des partenariats ont également été conclus avec des influenceurs et influenceuses ainsi qu'avec des blogueurs et blogueuses pour revitaliser nos contenus promotionnels et améliorer la performance de nos outils.



Harmonisation de nos infolettres

Il y a un vent de renouveau dans nos communications numériques. Afin d'assurer la cohérence entre les visuels de ses infolettres, Tourisme Laval a revu et uniformisé le tout.

Le but de ce changement est de maintenir la même ligne créative dans tous nos envois et d'ainsi améliorer la présentation de leur contenu, peu importe l'appareil sur lequel ils sont consultés (mobile ou ordinateur).



Suivez-nous      

TOURISME
LAVAL

bonjour
québec

Contactez-nous
450 682-5522
1 877 465-2825

Mettre à jour votre profil | Se désabonner



Année extraordinaire en relations de presse ! Une tournée avec 20 représentant.e.s de médias québécois !

Les 21 et 22 septembre, Laval a accueilli plus d'une vingtaine de représentants et représentantes de médias québécois lors d'une tournée de presse de deux jours organisée conjointement par Tourisme Laval, Saveurs de Laval et Ville de Laval. Au cours de la première journée, sous le thème « Saveurs locales », plus d'une quinzaine de journalistes, blogueurs, influenceurs et photographes ont visité neuf producteurs agrotouristiques de Laval. Les personnes des médias invitées ont séjourné dans trois différents hôtels de Laval.

Lors de la deuxième journée, c'est sous la thématique « Ville vibrante » qu'une quinzaine de représentants et représentantes des médias ont découvert l'offre de restauration, en plus de visiter deux attraites uniques à Laval. Plus d'**une centaine de stories et de publications** sur les médias sociaux ont été publiées lors de la tournée et les **retombées médiatiques s'élèvent à plus de 35 millions de personnes atteintes.**

L'engouement grandissant envers les influenceurs et influenceuses

Au cœur de notre stratégie de relations de presse, nous avons mis en place une approche de collaboration avec des influenceurs et influenceuses s'adressant plus spécifiquement à la clientèle famille.

En voici quelques exemples :

- ◇ **Jeff on the road** : Visiter Laval en 10 lieux incontournables
- ◇ **Raymond VS Bass** : 4 vidéos sur la pêche blanche à Laval
- ◇ **Maman sur mesure** : Nos vacances à Laval
- ◇ **Vie de parents** : Un séjour familial à Laval (Parties 1 et 2)
- ◇ **Caroline Savard – Wooloo** : Sortie en famille : 2 jours WOW à Laval pour la relâche
- ◇ **Au QUEB** : Trois bonnes raisons de (re)découvrir Laval en famille !
- ◇ **Moi, mes souliers** : Quoi faire à Laval : une fin de semaine de filles
- ◇ **Charlène Fowo – Kelledstyle** : Week-end d'amoureux à l'approche des fêtes



Le pouvoir persistant des médias traditionnels

Une très belle notoriété de visibilité auprès de médias de masse a aussi été acquise avec le populaire magazine Coup de pouce qui a mentionné deux attraits lavallois, dont un à la une, dans son spécial **Escapades estivales : de Laval à Ferme-Neuve**.

→ **Retombées : 2,8 millions de personnes atteintes.**

L'émission **Sucre Salé** a renouvelé son engagement envers la destination et est venue vivre **l'expérience iFly avec Jonathan Roy**, et la station de **radio 98,5** a proposé un week-end au tout nouveau labyrinthe de tournesol à la Ferme Marineau dans son émission **Le Québec maintenant**.

→ **Retombées : 4,5 millions de personnes atteintes.**

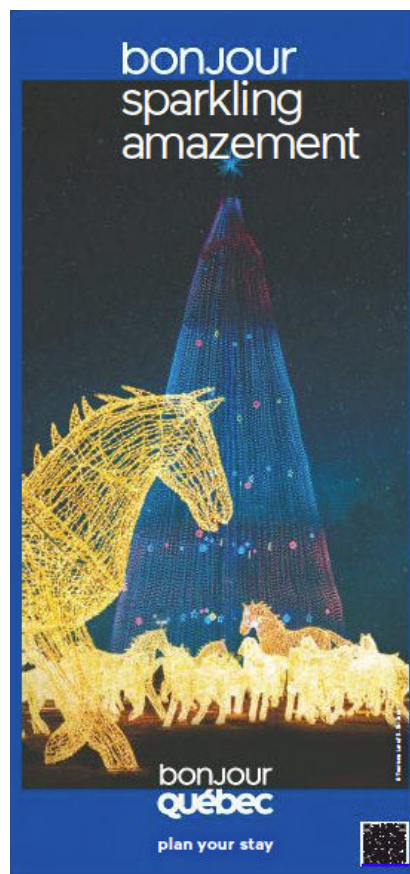
Le journaliste Alain Demers a rédigé trois articles d'une page dans le Journal de Montréal et de Québec (papier et Web) : **Dans l'archipel de la rivière des Mille Îles, 3 idées pour une virée à Laval cet été** et **Marcher en forêt à Laval**.

→ **Retombées : 20 millions de personnes atteintes avec toutes les plateformes de Québecor média.**

LCN propose des activités lavalloises

Avec maintenant une chronique hebdomadaire de notre homologue de la Montérégie, François Trépanier, le vendredi à l'émission À vos affaires animée par Pierre-Olivier Zappa et diffusée à LCN, **Laval a fait l'objet de 4 chroniques**. Tourisme Laval a participé à celle diffusée le 23 décembre dernier avec un **combat des régions** pour proposer des activités des fêtes aux téléspectateurs et internautes.

→ **Retombées : 9,5 millions de personnes atteintes.**



Une page complète sur la destination Laval dans le Toronto Star !

À la suite d'actions de relations de presse à Toronto et d'une collaboration avec l'Alliance, Dean Lisk, journaliste réputé du Toronto Star et spécialisé dans le voyage, a passé 24 heures à Laval en décembre. Cette visite a fait l'objet d'un article d'une page complète proposant **une escapade de trois jours** pour découvrir les trésors cachés et les incontournables de la destination. Une page publicitaire Bonjour Québec a été ajoutée par l'Alliance pour former une double page sur Laval.

L'article **Sample the best of Quebec on one island** a généré une **portée estimée à plus de 12 millions de lecteurs** pour toutes les plateformes du Toronto Star.

Expansion de la portée de Laval sur Narcity

Fidèle à ses habitudes de consacrer une section à Laval, le populaire portail Web **Narcity a publié plus de 49 articles sur notre région, qui ont rejoint près de 40 millions de personnes**. On y proposait des articles sur les activités à faire au cours de l'année. L'un de ces articles portant sur les citrouilles à la Ferme Marineau, **This Farm In Canada Has Over 30,000 Pumpkins & It's Like Walking Through A Fall Dreamland**, a même été publié sur la version mondiale narcity.com, dont la portée est de 9 millions !

ÉVÈNEMENTS MÉDIAS au Québec et en Ontario

Lors des bourses médias organisées par l'Alliance en mars et octobre, Tourisme Laval a rencontré près de 30 médias généralistes ou spécialisés en voyage. De ces rencontres, s'est amorcée une tournée de presse agrotouristique et urbaine avec plus d'une vingtaine de médias.

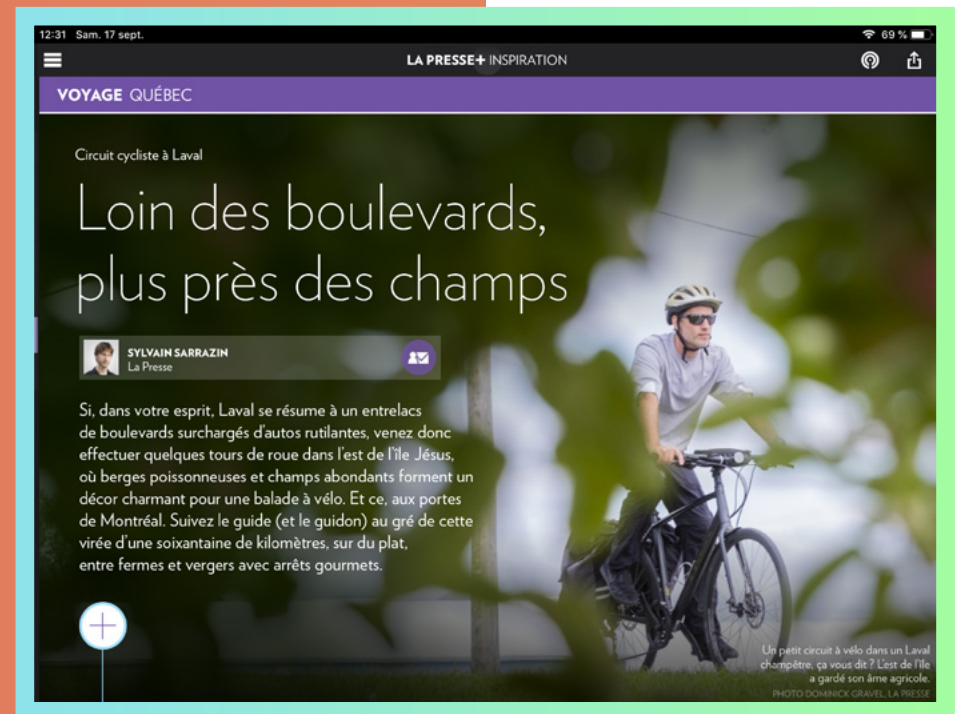
Un circuit cycliste a aussi été planifié pour Sylvain Sarrazin de La Presse **Loin des boulevards, plus près des champs**, le 17 septembre dernier.

→ **Retombées : 4,7 millions de personnes atteintes.**

Tourisme Laval a aussi participé aux événements Bonjour Québec à Toronto en avril et octobre, dans le but de rencontrer des médias de la capitale de l'Ontario. Cette participation a donné lieu à une tournée de presse et à un article rédigé par Dean Lisk dans le Toronto Star.

→ **Retombées : 12 millions de personnes atteintes.**

En novembre, la région de Laval a assisté au **Meet Up Ottawa** du Travel Media Association of Canada (TMAC). Une première ! Cet évènement a permis de rencontrer les délégués du Québec et de l'Ontario ainsi qu'une dizaine de journalistes.



INITIATIVES PROMOTIONNELLES

TYPES D'INITIATIVES

MARCHÉ

DIFFUSION / TIRAGE

DISTRIBUTION

INVITATIONS ÉLECTRONIQUES

EPRTNT & FSTCV	Industrie	1	Membres
Invitations — Groupe de vente de la destination Laval (GVDL)	Membres	4	Membres
Invitations — Groupe des communicateurs en tourisme de Laval (CCTL)	Membres	4	Membres
Invitations — Évènements client (Lunch promo, cocktail, invitation VIP)	Affaires et sports	7	Organisateur d'évènements associatifs et corporatifs
Invitations médias	Médias	5	Influenceurs, blogueurs, journalistes
Invitation à adhérer au programme Carte Avantages	Membres	1	Membres
Sondage de satisfaction des membres	Membres	1	ND
Sondage : Besoins et attentes de la clientèle affaires	Affaires	1	Organisateur d'évènements associatifs et corporatifs

ARTICLES PROMOTIONNELS POUR LE WEB

Articles de blogue	Agrément	32	Web
Conseils d'expert	Affaires	11	Web

TOP 5 DES VIDÉOS PUBLIÉES PAR TOURISME LAVAL

Go Rocket (séries)	Agrément	29 k	Instagram + Facebook
Passeports Attraités – Lâche ton fou au Vendredi fou	Agrément	9 k	Instagram + Facebook

Chante ton Laval – Illumi	Agrément	8 k	Instagram + Facebook
La Fête des pompiers (parade)	Agrément	4 k	Facebook
Aventures Mille-Îles (Alpagas)	Agrément	3,5 k	Instagram

BULLETINS

Bulletin des membres	Membres	5	Membres
Bulletin Connaissances stratégiques	Membres	4	Membres
Points d'information touristique (PDI)	Membres	3	Membres

INFOLETTRES

Laval, c'est maintenant — Général	Agrément	12	Consommateurs
Laval, c'est maintenant — Famille	Agrément	4	Consommateurs
Laval, c'est maintenant — Couple et amis	Agrément	4	Consommateurs
L'expertise du Simplificateur	Affaires	3	Organisateur d'évènements associatifs et corporatifs
Indicateurs hôteliers et veille stratégique	Affaires	11	Cohorte d'hôteliers
Indicateurs des attraits touristiques et veille stratégique	Membres	2	Cohorte d'hôteliers

COURRIELS PROMOTIONNELS (E-PUSH)

Renouvellement d'adhésion	Membres	1	Membres
Inscription — Entreprise de tourisme – concours Dunamis	Membres	1	Membres
Concours Monte ton podium – E-push	Membres	1	Membres
E-push pour la segmentation des infolettres	Membres	1	Consommateurs

Opportunités d'affaires

L'équipe de vente de Tourisme Laval et ses partenaires de la destination se sont fortement impliqués dans les efforts de commercialisation de la destination pour ce qui est des événements d'affaires et sportifs, sur les marchés intra-Québec et canadien.

SEGMENT SPORTIF	ANNÉES	NUITÉES VENDUES
	2021/2022	5 434
	2022/2023	5 001

SEGMENT AFFAIRES	ANNÉES	NUITÉES VENDUES
	2021/2022	2 360
	2022/2023	4 463

TOTAL	ANNÉES	NUITÉES VENDUES
	2021/2022	7 794
	2022/2023	9 464

Afin de répondre à la reprise des événements sportifs, Tourisme Laval a renforcé son équipe du Simplificateur en embauchant à l'automne 2022 un agent commercial dédié à temps plein au segment sportif.

DU SUCCÈS avec nos outils promotionnels B2B

Nous avons connu un grand succès avec nos outils promotionnels B2B, notamment nos infolettres spécialement conçues pour nos clientèles affaires et sportives.

Ces infolettres ont un **taux d'ouverture remarquable, qui atteint en moyenne plus de 30 %**, ce qui témoigne de l'intérêt des destinataires pour le contenu adapté à leurs besoins et leurs intérêts. Nos pages sur les réseaux sociaux dédiées aux organisateurs d'événements, le Simplificateur et L2L reflètent également notre dynamisme et notre engagement envers nos clients. Elles ont une portée importante et une excellente visibilité, avec un **bassin d'abonnés de plus de 700 pour le Simplificateur** sur LinkedIn et **plus de 200 pour L2L**.

Ces résultats positifs témoignent de l'efficacité de notre approche de marketing B2B et de notre capacité à communiquer efficacement avec nos clientèles professionnelles.

PRÉSENCE MARQUÉE aux couleurs de la marque dans les salons



L'équipe des ventes des Simplificateurs et Simplificatrices certifié.e.s a adopté une nouvelle approche sur le terrain consistant à occuper le plancher avec une activation qui se démarque. À titre d'exemples, lors de la **Conférence annuelle de la Société canadienne des directeurs d'association**, qui a eu lieu du 19 au 21 octobre 2022 à Halifax, « The Laval Blue Team » a représenté fièrement la campagne affaires « **Tant qu'affaires** » en portant les couleurs de cette dernière.

Pour ajouter une touche spéciale à l'évènement, un cocktail maison spécial lavallois a été créé et servi sur place aux invités. Cette initiative a permis de faire connaître la marque Laval tout en impressionnant les invités avec une expérience mémorable.

Aussi, les 6 et 7 février à Ottawa, l'équipe du Simplificateur de Tourisme Laval a participé à **Destination Direct Canada**, évènement annuel réservé aux DMOs (organisations spécialisées en marketing de destination) sur le marché canadien.

L'animation d'un photobooth aux couleurs de la marque a encore une fois suscité beaucoup d'engouement auprès de la clientèle et a déclenché des interactions sur les médias sociaux. À elles seules, nos publications ont généré plus de **3 400 impressions** sur notre page LinkedIn Le Simplificateur et enregistré **un taux d'engagement de 18,86 %**.



LE SIMPLIFICATEUR

La communauté des Simplificateurs et Simplificatrices certifié.e.s est de retour

Tourisme Laval a repris les activités et le recrutement de nouveaux membres pour renforcer sa communauté de Simplificateurs et Simplificatrices.

Objectif : créer une force de vente active et une offre de service uniforme pour nos clientèles B2B, favorisant ainsi la collaboration entre toutes les personnes expertes sur la destination !



Laval, partenaire OR à la Journée nationale du tourisme d'affaires

Après trois ans d'absence, l'évènement de la Journée nationale du tourisme d'affaires a eu lieu le 21 février 2022, sous une forme renouvelée, et a réuni plus de 150 personnes au Palais des congrès de Montréal.

Au programme, des activités interactives traitant des principaux enjeux de l'industrie ainsi qu'une portion bourse touristique.

Congrès des évènements sportifs 2022

Laval SportCité était représenté lors du Congrès des évènements sportifs qui a eu lieu à Edmonton, du 2 au 4 novembre 2022. Cette édition marquait le retour marqué en présentiel.

Ce fut l'occasion de positionner Laval comme une destination sportive de haut calibre auprès de plus d'une cinquantaine de fédérations sportives et d'associations pancanadiennes.

L2L – UNE DÉMARCHE NOVATRICE EN TOURISME D’AFFAIRES



La démarche de relance du tourisme d'affaires par créneaux économiques porteurs (TACEP) fut initiée en 2021 avec le soutien de Ville de Laval dans le cadre du Plan de relance économique, capitale des opportunités approuvé en juillet 2020.

Cette démarche se poursuit maintenant sous la marque L2L, **de leader à leader**, incubateur de synergies gagnantes. Le but est de réaliser la tenue à Laval d'évènements d'affaires générés par des ambassadeurs et ambassadrices du milieu, faire rayonner les entrepreneurs lavallois et promouvoir Laval comme destination d'affaires.

Au cours du dernier exercice financier :

- ◇ 25 ambassadeurs et ambassadrices ont été recruté.e.s et 20 dossiers de candidature ont été déposés
- ◇ 5 nouveaux évènements ont été confirmés

La création d'une image de marque forte, d'un [site Web](#) attrayant et d'outils promotionnels efficaces ont permis à L2L de se démarquer et de renforcer sa position relativement au soutien d'évènements d'affaires.

◇ [Voir la vidéo présentation L2L](#)

Le coup d'envoi de L2L a été donné le 24 novembre dernier lors du Gala Dunamis organisé par la Chambre de commerce et d'industrie de Laval. Nous y avons inauguré notre toute première activation en kiosque avec nos nouveaux outils promotionnels.



Unification de l'ADN de la marque LAVAL

Afin de renforcer la promotion de sa destination, Tourisme Laval a unifié davantage son message principal à ses divers marchés. En effet, la personnalité distincte de Laval est un atout des plus éloquentes auprès de l'ensemble de ses différents créneaux. Ainsi, pour les créneaux sportif et affaires, nous mettons fortement de l'avant la proposition attrayante de profiter d'un évènement tenu à Laval pour y vivre un séjour mémorable grâce à la diversité, la concentration et le nombre d'attraits et d'activités divertissantes qu'offre le territoire. Des publicités numériques plein écran dans des environnements dédiés au tourisme d'affaires dans Le Devoir et La Presse +, un partenariat de contenu avec Le Devoir, une présence soutenue dans le site Web de Tourisme d'Affaires Québec, des bannières Web en programmation ainsi qu'une stratégie de déploiement sur LinkedIn ont soutenu la présence de Laval dans les médias principalement québécois, en plus d'une percée sur le marché canadien dans le magazine Ignite.

RÉSULTATS CAMPAGNE AFFAIRES 2022

+ 2 894 078 impressions

+ 5 324 clics

+ 19 788 sessions

+ 11 878 interactions

Un taux de clics global sur les différents créatifs de 0,18 %

L A V A L

Tant qu'AFFAIRES

Notre réputation de ville effervescente va bien au-delà du 9 à 5 ou même de nos 5 à 7. Laissez-nous vous concocter des vacances d'affaires mémorables... tant qu'à faire. **Laval, c'est maintenant.**

leSimplificateur.com

WEB

C'est triplant

C'est buzzant

C'est bon

C'est facile

Place Bell

Tant qu'à JOUER

NEWS bis



Tourisme Corporatif
Choisir Laval pour son offre éclectique

Alliant infrastructures urbaines ultramodernes, vie culturelle vibrante, activités hors de l'ordinaire et grands espaces nature, Laval est la destination de l'heure pour se (re)connecter avec ses employés.

À l'heure du télétravail et des visioconférences, qui sont à la fois de bon, les interactions en direct sont plus essentielles que jamais. Elles permettent non seulement de tisser des liens concrets avec collègues et employés, mais aussi de créer des connexions interpersonnelles ne cadrant pas nécessairement avec un ordre du jour. Car il ne faut pas sous-estimer la portée des échanges imprévisibles, essentiels pour faire vivre la culture d'entreprise.

Comment recréer cette spontanéité? Comment se rapprocher de ses employés, même s'ils ne passent qu'une ou deux journées par semaine au bureau, et pas toujours en fonction du même horaire que leurs collègues? Les réunions d'affaires extra-muros s'avèrent une excellente solution, à la condition de les orchestrer en fonction des besoins des individus - et pas seulement des objectifs de l'entreprise. Dans une récente publication, *What Companies Get Wrong About Talent Management*, le Harvard Business Review rappelle que les organisations doivent revoir leur proposition de valeurs, tout particulièrement dans un contexte où l'attraction et la rétention de talents posent tout le défi. Cette offre doit faire en sorte que les employés puissent non seulement compter sur de bonnes conditions de travail, mais qu'ils puissent aussi trouver un sens à leur travail, forger des connexions interpersonnelles et, surtout, s'épanouir sur le long terme.

UNE AVENUE À EXPLORER: LES VACANCES D'AFFAIRES
Malgré le contexte inflationniste actuel, les séjours de motivation bien pensés et bien articulés constituent non seulement une dépense stratégique, mais aussi un investissement qui portera ses fruits dans le futur. Surtout si l'événement combine plages de travail intense, activités éducatives propices à la consolidation d'équipe (teambuilding) et moments de détente sur mesure. C'est la clé du succès!

Les Américains utilisent le mot-valise *bleisure* - contraction de *business* et *leisure* - pour décrire un phénomène qui gagne en popularité depuis quelques années, tout particulièrement auprès des milléniaux. L'idée consiste à broder un déplacement d'affaires en incitant les participants à prolonger leur séjour pour en profiter à leur guise. À l'heure où la technologie brouille les démarcations entre vie professionnelle et vie personnelle, ces moments de décrochage planifié, auxquels conjoint et famille peuvent être conviés, contribuent à abaisser le stress, à stimuler la créativité et à renforcer l'engagement envers l'entreprise.

DES ACTIVITÉS DIVERSIFIÉES, PROPICES À LA SOCIALISATION
Où que sa situation géographique idéale à proximité des grands axes routiers, de Montréal et de l'aéroport international Pierre-Elliott-Trudeau, Laval s'impose comme une destination à part entière en raison de l'étonnante diversité

de son offre à la fois urbaine, culturelle et nature, qui est particulièrement propice aux rencontres et aux interactions sociales. Dans un rayon de quelques kilomètres à peine, il est possible de participer à une conférence dans un des 30 lieux de réunions et congrès, d'assister en groupe à une rencontre sportive à la Place Bell, de s'offrir une soirée concert à la salle André-Mathieu et de faire une visite de magasinage au CF Carrefour Laval. Les organisateurs d'événements peuvent aussi combler les amateurs de sensations fortes avec des activités de renforcement d'équipe déjantées, comme le surf intérieur, l'escalade, ou même une expérience de chute libre dans une soufflerie, qui sont entre autres offertes au Centropolis Laval. Rien de tel qu'une montée d'adrénaline pour stimuler les troupes!

Voilà pour l'écoté givré. Mais la région de Laval se distingue également par son cadre naturel propice à la relaxation et aux activités de plein air. Au programme: canotage et planche à pagaie au Parc de la Rivière-des-Mille-Îles pendant la belle saison - Laval est une île, ne l'oublions pas! - ou activités et randonnées toute l'année dans le Centre de la Nature. Et on n'oublie pas les soins et les forfaits spa, toujours appréciés.

Enfin, on ne peut passer les bonnes tables lavalloises sous silence. Parmi celles-ci, notons la brasserie Chez Lionel et des tables réputées comme Le Mitoyen, Les Enfants Terribles, le Gatto Matto et le surprenant Boating Club. Pour des repas légers, citons le restaurant de cuisine végane L'OV, le Café Ricardo et, pour les adeptes de bière locale, Les Insulaires Microbrasseurs. Les épicuriens pourront aussi apprécier les circuits œnologiques, qui leur permettent de découvrir les vins, fromages et produits de la région. Pendant la belle saison, ils peuvent même visiter des fermes et des vergers pour faire de l'autocueillette.

UNE OFFRE D'HÉBERGEMENT RENOUVÉLÉE
Laval dispose d'un impressionnant portfolio hôtelier qui peut accueillir avec le même professionnalisme des congrès à grande échelle ou de plus petits comités. Parmi ceux-ci, citons le Grand Hôtel Times, le Château Royal, Le Palace ou encore le Sheraton Laval, qui a récemment fait l'objet d'une impressionnante transformation et qui a en fait été complètement repensé pour répondre aux nouvelles réalités du tourisme d'affaires. À découvrir: des aires communes accueillantes et bien agencées, un bar convivial et un concept de restauration inédit portant aux rencontres imprévisibles - même avec les gens du coin.

Comme on peut le constater, en raison de son offre diversifiée et de son vaste menu d'expériences conviviales, classiques ou inédites, la région de Laval offre un large éventail de possibilités aux organisateurs d'événements corporatifs. Tout est en place pour planifier une rencontre de motivation sur mesure favorable aux échanges et aux rencontres inspirantes.



Le plaisir de voter avec l'expérience de chute libre PTI.



Hôte gourmand au Café Rivière.



Laval accueille de nombreux spectacles en plein air.



Pause détente au Sheraton Laval.

CONTENU PARTENAIRE

Laval occupe une place de choix dans les cahiers spéciaux consacrés au tourisme d'affaires

La destination a été mise en valeur dans les médias québécois avec la publication d'articles sur le tourisme d'affaires lavallois.

Ces publications ont contribué à accroître la notoriété de Laval en tant que destination d'affaires auprès d'un public plus large et à attirer l'attention des entreprises qui cherchent des options de réunions et d'événements professionnels. Cela a également renforcé la position de Laval comme une ville dynamique. Ces articles ont **généralisé des retombées de plus de 15 millions** lors de l'année 2022.

- ◆ **Le charme des hôtels urbains, Le Devoir**
- ◆ **Coup de pouce à la relance du tourisme d'affaires (L2L), La Presse**
- ◆ **Québec investit 2,5 millions pour stimuler la reprise, Le Devoir**
- ◆ **Tourisme corporatif : choisir Laval pour son offre éclectique, Le Devoir**

ÉVÈNEMENT EN VUE ?

À découvrir: un service d'accompagnement pour simplifier et accélérer l'organisation de rencontres. Tourisme Laval met à la disposition des organisateurs une équipe de spécialistes et de spécialistes en tourisme d'affaires, qui les accompagnent de l'idée à la clôture de l'événement. Parmi les services gratuits proposés par cette équipe expérimentée, on compte le repérage d'hébergements, de salles et de sites, l'obtention de renseignements et de cahiers de candidature, la coordination de visites et la sélection d'un menu d'activités répondant aux aspirations des clients. Ils peuvent en outre se charger de présenter la destination aux décideurs et accompagner les entreprises dans l'organisation d'un événement écoresponsable.

Pour en savoir plus: tourismelaval.com



En tant qu'association touristique régionale, Tourisme Laval assure le leadership sur le plan de l'accueil et de la promotion des attraits, contribue au développement de Laval comme destination et joue le rôle d'agent multiplicateur auprès des membres et partenaires dans une perspective de développement durable.

En tant que secteur qui regroupe des entreprises privées pour des associations, Le Devoir du Tourisme n'a pas été impliqué dans la production de cet contenu.

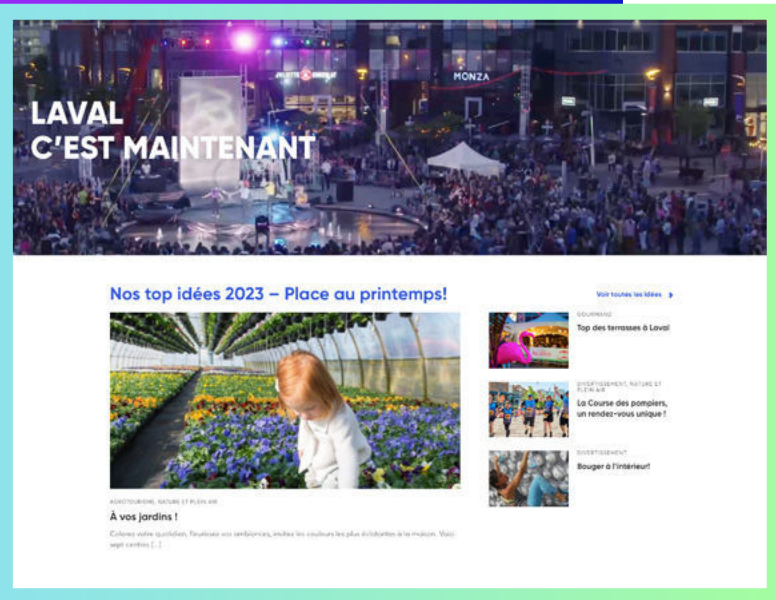
PLAN DE COMMERCIALISATION 2022-2023

DATE	ACTION	MARCHÉ
4 au 6 avril 2022	Destination Direct Canada	Affaires
5 avril 2022	Bourse des médias	Médias
6 avril 2022	Tête-à-Tête	Affaires
12 avril 2022	Bonjour Québec	Médias
28 avril 2022	The Event – MPI	Affaires
3 mai 2022	Salon Entrepreneur	Affaires
17 mai 2022	Salon Momentum	Affaires
2 juin 2022	Évènements clients	Affaires
14 juin 2022	Évolution CCIL	Affaires
14 juin 2022	JNTA Québec	Affaires
15 août 2022	Reveal Social	Affaires
16 août 2022	CMEE	Affaires
20 septembre 2022	Salon Momentum	Affaires
2 octobre 2022	Bourse des médias	Médias
4 octobre 2022	PCMA Montréal	Affaires
11 octobre 2022	Évènements clients	Affaires

PLAN DE COMMERCIALISATION 2022-2023

DATE	ACTION	MARCHÉ
14 octobre 2022	Évènements clients	Affaires - Sportif
18 octobre 2022	Bonjour Québec	Médias
19 octobre 2022	Mtl Connecte	Affaires
19 au 21 octobre 2022	CSAE Conférence annuelle	Affaires
2 au 4 novembre 2022	SEC – Tourisme sportif Canada	Sportif
20 novembre 2022	PCMA CIC	Affaires
24 novembre 2022	Gala Dunamis	Affaires
7 décembre 2022	Évènements clients	Affaires
6 février 2023	Destination Direct Canada	Affaires
6 février 2023	Évènements clients	Sportif
7 février 2023	Reveal social	Affaires
8 février 2023	Tête-à-Tête	Affaires
21 février 2023	JNTA Montréal	Affaires
21 mars 2023	Salon Momentum	Affaires
23 mars 2023	Évènement clients	Affaires
29 mars 2023	Évènement clients	Affaires

* Pour les évènements, les retombées engendrées par notre présence seront évaluées à long terme.



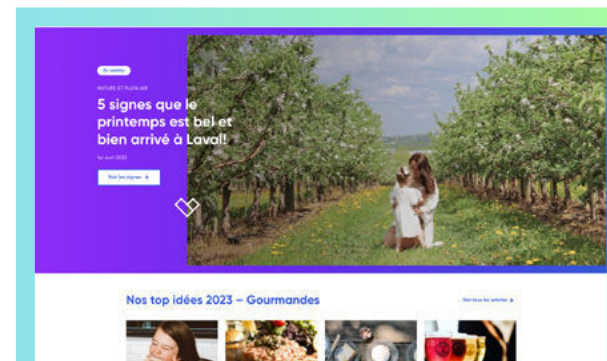
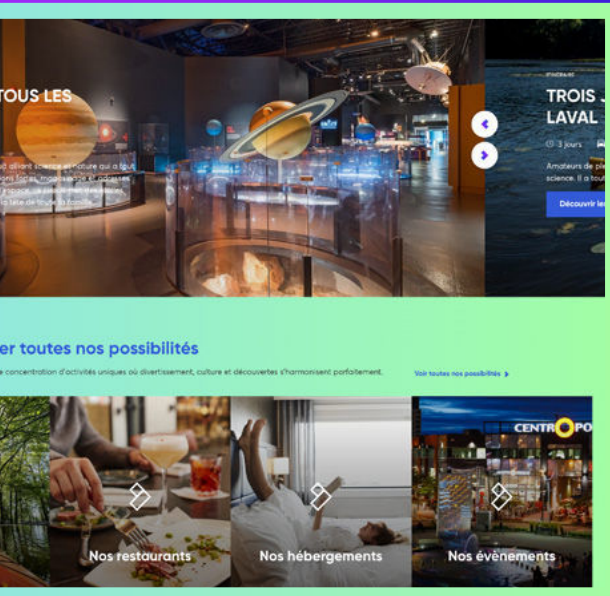
TOURISME LAVAL.COM fait peau neuve

Le lancement du site Internet de Tourisme Laval couronne une année de travaux d'analyse, de réflexion, de développement et de production. Ce site a été conçu avant toute chose pour répondre aux besoins des touristes qui s'intéressent à la région de Laval. L'architecture a été pensée pour vivre pleinement l'expérience Laval avec des contenus photos, vidéos, textuels, qui sont riches et utiles pour les visiteurs.

La nouvelle mouture du site www.tourismelaval.com permettra aux visiteurs de s'inspirer, s'informer et préparer des activités et escapades à Laval. D'ailleurs, le site ne s'adresse pas seulement aux visiteurs individuels. Il comprend également des sections pour les organisateurs d'évènements d'affaires, de compétitions sportives, la presse touristique et les membres de Tourisme Laval.

Tourismelaval.com constitue la pierre d'assise des stratégies marketing de l'organisation.

◇ Voir le site web



Un nouveau système d'information touristique

Parallèlement au nouveau site Web, Tourisme Laval a concrétisé son adhésion à un nouveau système d'information touristique hébergé sur la **plateforme Tourinsoft**.

Ce projet de grande envergure piloté par le ministère du Tourisme du Québec, qui vise à créer un réseau de coopération et de mutualisation de l'information numérique, a été implanté dans l'écosystème numérique de Tourisme Laval cette année. La nouvelle base de données permettant d'alimenter le contenu des fiches membre du site Internet est désormais connectée et synchronisée régulièrement avec le CMS WordPress de Tourisme Laval.

Transformation des actes de renseignements

Au cours de l'année 2022, le Bureau d'information touristique a continué à fonctionner en mode hybride, en particulier les lundis et les vendredis. L'accueil se faisait donc à la fois en présentiel et en virtuel par courriel, téléphone et agent conversationnel (chatbot).

Plus de 1 600 conversations avec l'agent conversationnel de Tourisme Laval ont été initiées au cours de la dernière année, pour un total de 9 600 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.

COMITÉS

- ◇ Comité de développement économique de la Conférence administrative régionale de Laval
- ◇ Comité de gestion du Programme de soutien aux événements sportifs
- ◇ Comité de pilotage de développement agrotouristique lavallois
- ◇ Comité de relance du centre-ville
- ◇ Comité des experts en conseils marketing de la Fondation Cité de la santé de Laval
- ◇ Comité KPI sur les retombées médias (ATR - ATS)
- ◇ Comité directeur de l'Entente agroalimentaire de Laval
- ◇ Comité directeur du Fonds de développement du tourisme d'affaires
- ◇ Comité directeur du Fonds pour stimuler le tourisme d'affaires international
- ◇ Comité MTO-Industrie Cadre d'intervention touristique 2021-2025
- ◇ Comité exécutif du SIT (MTO)
- ◇ Comité technique du SIT (MTO)
- ◇ Comité Tourisme et Événements de la Fédération des chambres de commerce du Québec
- ◇ Comité de vigie du Plan de développement culturel de la région de Laval
- ◇ Communauté entrepreneuriale de Laval
- ◇ Conférence des directeur.trice.s généraux.ales (ATR et ATS)
- ◇ Table des directeur.trice.s marketing des associations touristiques (ATR et ATS)
- ◇ Table des délégué.e.s (ATR et ATS)
- ◇ Table des communications (ATR et ATS)
- ◇ Table du développement et des connaissances (ATR et ATS)
- ◇ Table de concertation sur la Trame vert et bleu lavalloise (TVBL)

CONSEIL D'ADMINISTRATION

- ◇ Conseil d'administration du Comité organisateur de la 55^e finale des Jeux du Québec à Laval
- ◇ Conseil d'administration — Tourisme d'Affaires Québec (TAQ)

TOURISME LAVAL EST AUSSI MEMBRE DE...

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

CONCOURS DUNAMIS

Prix Hommage aux acteurs de l'industrie touristique

Exceptionnellement cette année, en 2022, en raison des deux dernières années difficiles, le Prix Entreprise de tourisme s'est transformé en Prix Hommage à l'industrie touristique afin de souligner la détermination et la passion dont tous les membres et partenaires ont fait preuve. Ainsi, tous les acteurs de l'industrie ont remporté les honneurs. Félicitations à toutes et à tous pour votre résilience et votre persévérance !

- ◇ [Voir la vidéo hommage aux finalistes](#)
- ◇ [Voir la vidéo hommage aux lauréats](#)



TOURISME LAVAL, une équipe engagée et pleine d'énergie !

Tourisme Laval a intensifié ses efforts pour s'adapter à la remontée rapide des indicateurs de performance. Au cours des derniers mois, l'équipe s'est agrandie et de nouveaux postes ont été créés pour répondre aux besoins croissants de l'organisation. Voici l'équipe en place au 31 mars 2023.

DIRECTION, DÉVELOPPEMENT, FINANCES ET ADMINISTRATION

Geneviève Roy Présidente - directrice générale

Stéphanie Shanilsky Directrice - Finances et administration

Maïthé Levasseur Gestionnaire - Connaissance et stratégie

Ariane Charette Coordinatrice - Finances et administration

Rosanna Cusinato Coordinatrice - Finances et administration

Catherine Lavallée Conseillère - Service à la clientèle

VENTES ET MARKETING

Andrée-Anne Proulx Directrice - Ventes et marketing

Renée Bénard Agente - Développement des affaires

Isabelle Bertrand Représentante - Destinations affaires

Valérie Collin Agente commerciale - Marché affaires

Brian Karmazin Agent commercial - Marché sportif

COMMUNICATIONS ET MARKETING

Hélène Vézina Directrice - Communications et marketing

Sara-Ève Bertrand Coordinatrice - Communications et marketing

Marie-Josée Bougie Responsable - Relations de presse et médias sociaux

Olivia Lahaie-Richard Gestionnaire - Projets marketing numérique

Adriane Rousseau-Regaudie Coordinatrice - Projets marketing numérique

Jessica Samario Coordinatrice - Rédaction (En congé de maternité)

Nous les remercions pour leur engagement au cours de l'année : **Justine Chan** et **Diane Venot**.

MERCI!



Crédits photos :

André Chevrier
LastingMotion
Sarah Charron
Robbie Photographe

Jay Gallant
Romain Beauvois
Kristelle Diotte
Clair Obscur

Stéphanie Robillard-Sarganis
Caroline Savard

Nos partenaires :



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

450 682-5522 | 1 877 465-2825
Visitez tourismelaval.com