

# Cadre pour la reprise et la relance des événements d'affaires au Canada

Recherche visant à guider la reprise des événements d'affaires

Décembre 2020



# Table des matières

1. Introduction
2. État actuel des événements d'affaires
3. Analyse de contexte des événements d'affaires dans le monde
  - i. Sommaire
  - ii. Analyse de la situation – FFPM
  - iii. Méthode de recherche
  - iv. Résultats de la recherche
4. Scénarios de reprise au Canada
5. Cadre de relance et signes de reprise au Canada

# Introduction

Notre approche de recherche à plusieurs paliers sur les événements d'affaires nous fournit des données précieuses sur les répercussions de la COVID-19, le paysage mondial des événements d'affaires et notre public cible. Grâce à elle, nous sommes en mesure de comprendre le marché, les secteurs et les besoins des décideurs, et par extension d'aider nos partenaires canadiens à se distinguer en accueillant des événements pertinents au Canada.

Vous trouverez dans le présent document :

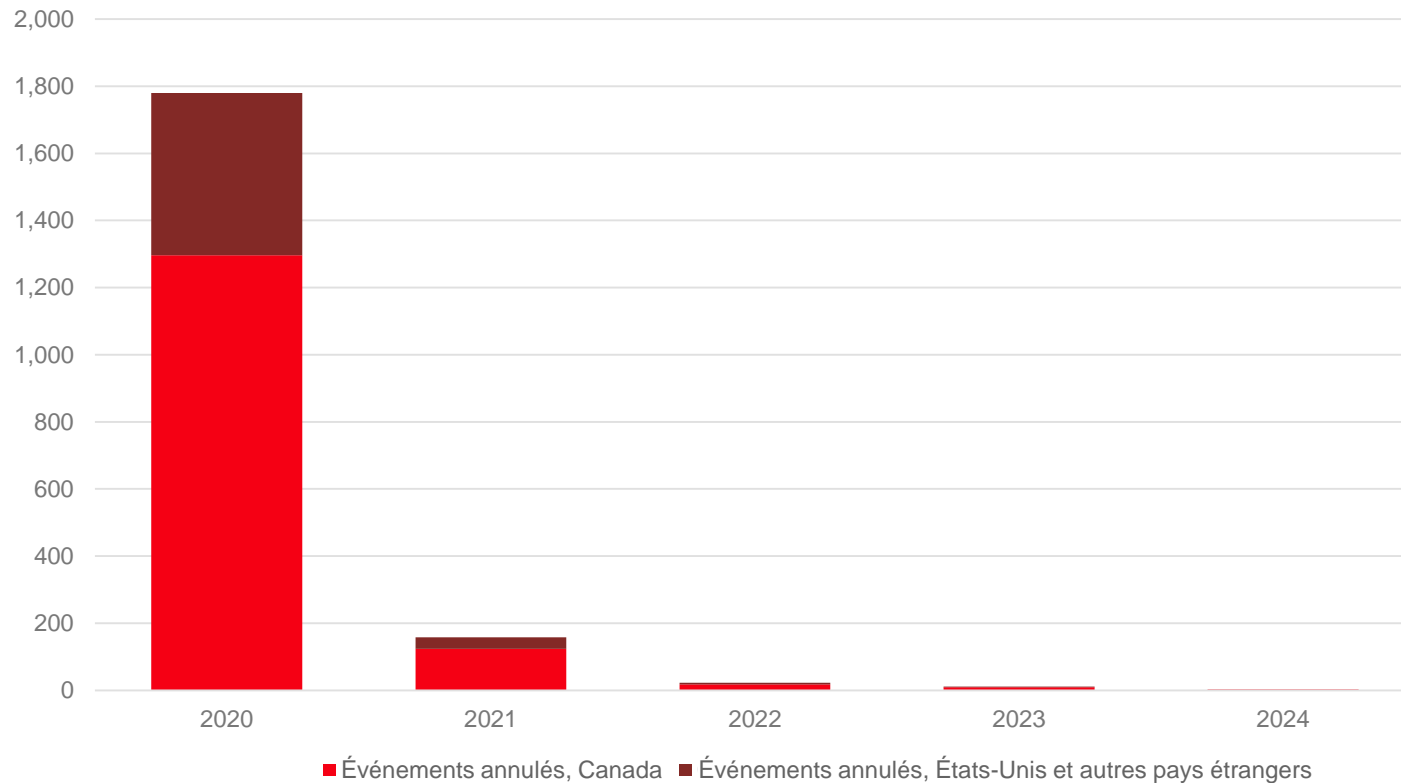
1. Un portrait de l'état actuel des événements d'affaires et des répercussions de la COVID-19
2. Une analyse de contexte des événements d'affaires dans le monde
3. Les scénarios de reprise au Canada
4. Le cadre de relance et les signes de reprise au Canada

# 1. État actuel des événements d'affaires

# Depuis la COVID-19, pratiquement tous les événements sont annulés

84 % des événements de 2020 ont été annulés

Annulations liées à la COVID-19



Les événements d'affaires ont connu un essor sans précédent au Canada dans la dernière décennie, ce qui a contribué à la prospérité économique de nombreuses destinations.

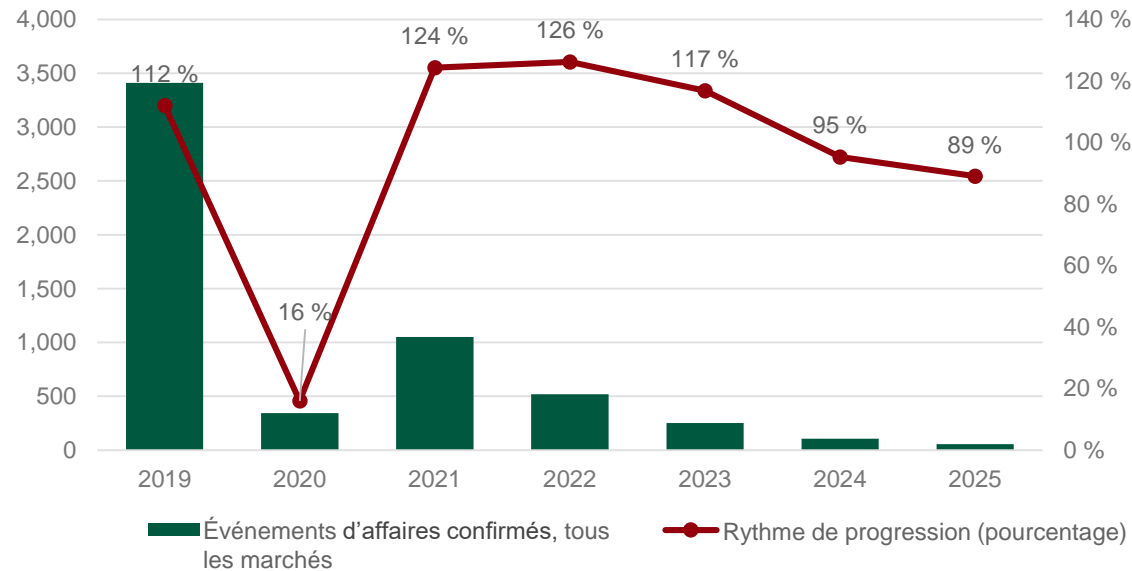
Presque tous les événements de 2020 ont été annulés, tout comme certains événements prévus pour aussi loin que 2024.

# Rythme mondial à venir – événements d'affaires réservés au Canada

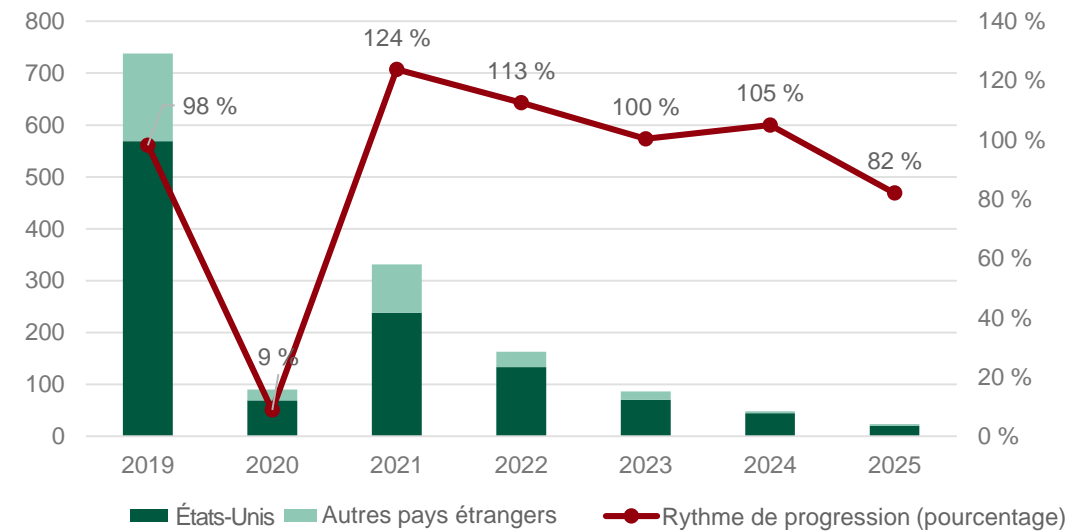
Le « remaniement COVID-19 » :

Malgré le rythme élevé prévu pour 2021 (124 %), la prudence est de mise, car de nombreux événements de 2021 sont susceptibles d'être reportés, en particulier au premier et au deuxième trimestre.

### Ensemble des événements d'affaires confirmés



### Événements d'affaires internationaux



**Confirmés = Événements d'affaires réservés**

Source : Données du rapport sur le rythme des événements d'affaires au Canada en date du 31 octobre 2020

# 2.

# Analyse de contexte des événements d'affaires dans le monde

Recherche commandée par Destination Canada et menée par FLOOR13

# Analyse de contexte : résumé

La pandémie de COVID-19 a posé des difficultés inimaginables à l'industrie des événements d'affaires. Mais comme toute crise, elle s'accompagne d'occasions non seulement de reprise, mais de croissance et de renouvellement. À la lumière des études approfondies menées au sein de l'industrie, il est évident que la pandémie a gravement miné la prospérité actuelle et à court terme de nos clients, partenaires et fournisseurs. Mais il en ressort aussi que chaque segment de l'industrie voit une façon de se relever, une avenue à suivre pour un éventuel retour à la rentabilité.

Les événements d'affaires n'auront plus le même visage à l'avenir, et des ajustements devront être faits. La nécessité étant mère de l'invention, les innovations fuseront. La raison d'être et les résultats attendus des événements reposeront sur des facteurs de motivation qui seront en partie les mêmes, et en partie différents. Au bout du compte, les besoins pratiques et affectifs qui justifient les rassemblements entre pairs pour apprendre, vendre, acheter et se rapprocher referont surface dans des environnements plus sûrs et plus contrôlés.

L'analyse de contexte des événements d'affaires vise à décrire l'état actuel des choses, mais surtout à passer au peigne fin les réponses, les opinions et les expériences afin d'en dégager les moyens de faire du Canada la destination internationale par excellence pour une industrie des événements d'affaires en rétablissement.

Cette analyse est fondée sur des recherches approfondies prenant la forme de groupes de discussion, d'entretiens individuels, de sondages en ligne et d'études de l'industrie. Des planificateurs de réunions d'associations et d'entreprises, des dirigeants d'OMD et d'entreprises de tourisme réceptif ainsi que des représentants d'offices nationaux du tourisme (ONT) étrangers ont volontairement décrit leurs expériences et leurs perspectives quant aux effets de la pandémie sur leur travail, et fourni leurs réflexions sur les horizons temporels et les modèles possibles pour la reprise.



# **Analyse de la situation**

# Analyse de la situation

## Effet de la COVID-19 sur le marché

La pandémie de COVID-19 a complètement transformé la situation pour les destinations et les événements d'affaires. Si l'industrie des événements d'affaires a déjà essuyé des tempêtes dévastatrices par le passé, la pandémie a réuni un ensemble de conditions plus fatales que jamais, empêchant les experts de prédire le moment et les caractéristiques d'une reprise.

Principaux défis :

Les gouvernements nationaux et régionaux ont restreint les passages aux frontières ainsi que les rassemblements et activités de groupe dans la plupart des pays. D'ici à ce que des vaccins et des traitements efficaces soient largement distribués, les gouvernements, les organisations et, surtout, les participants seront peu enclins à la reprise des réunions en personne.

À court terme, l'accès aux destinations demeurera limité à divers degrés, et le marché des événements d'affaires restera au ralenti.

Mesures de redressement :

Les destinations, hôtels, transporteurs aériens et centres de congrès responsables ont déjà mis en place de nouvelles procédures sanitaires comme le port du masque, la prise de température, la distanciation physique, le nettoyage en profondeur au quotidien et les options à distance pour l'arrivée et le départ, entre autres.

De nouveaux types de réunions numériques et hybrides font leur apparition ou deviennent accessibles (Zoom, Teams, WEBB).

De nouvelles technologies continuent de s'ajouter dans le domaine, rehaussant la qualité et la quantité des options qui permettent de répondre au moins partiellement aux impératifs de réunions et de congrès en attendant la reprise.

Comme la situation demeure très changeante et imprévisible, les conclusions, hypothèses et recommandations du présent rapport doivent être considérées dans leur contexte; elles sont appelées à changer à mesure que les choses évolueront. Nous en avons eu la preuve ces six derniers mois, la reprise automnale prévue en avril ne s'étant pas avérée. Ces premières prévisions se sont révélées bien loin de la réalité, et celles que nous faisons aujourd'hui risquent fort bien d'être ajustées en 2021.

# Huit façons de décrire la situation actuelle

## Quatre aspects à considérer

### Sans précédent

Nous l'avons beaucoup entendu,  
c'est une nouvelle réalité

### Incertitude

Que va-t-il se passer avec la  
COVID-19?

### Santé et sécurité

C'est la nouvelle norme

### Fluidité

Paysage en mouvement  
Situation en constante évolution

## Quatre principes pour nous guider dans ces circonstances

### Relations

Alignement et confiance  
Vous serez là pour les clients

### Souplesse

Nécessité d'adapter les plans à  
l'évolution des conditions

### Patience

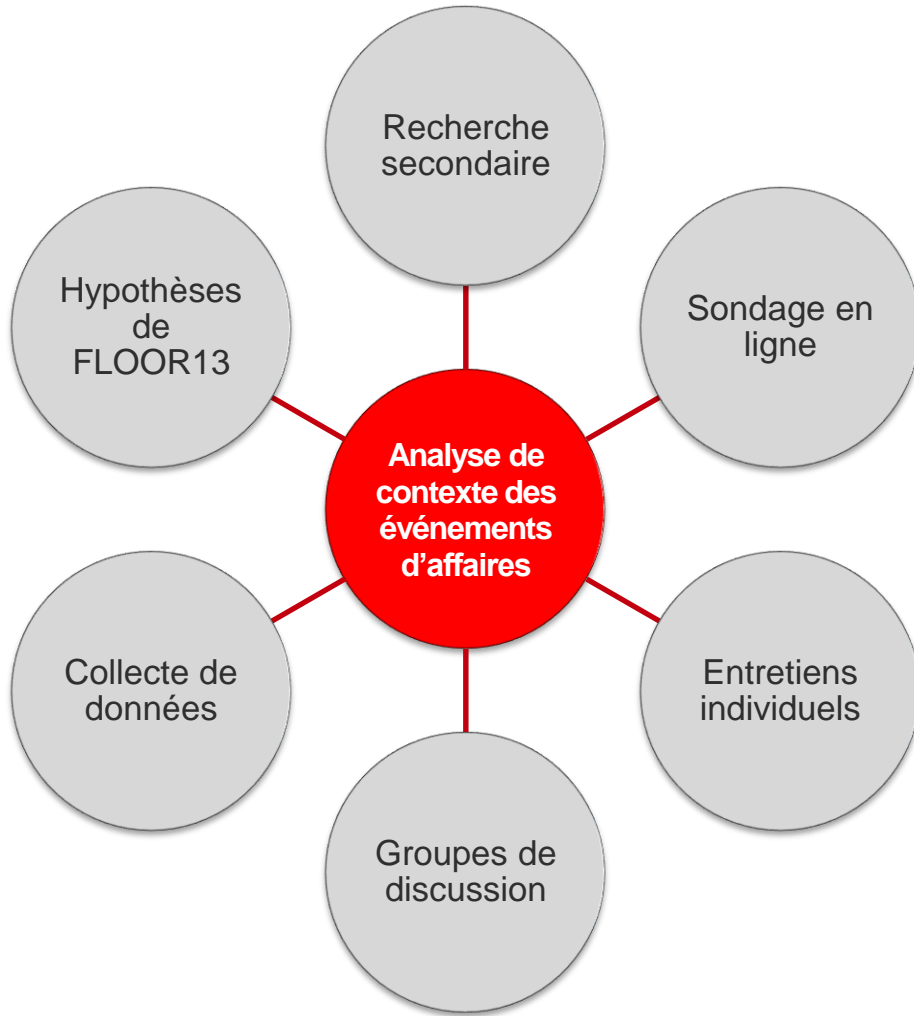
Pousser fort ne changera pas la  
donne – prenez soin de vos  
relations

### Innovation

Que peut-on faire pour avancer?  
Amélioration des processus, des  
façons de travailler, etc.

# **Méthode de recherche et faits saillants**

# Méthode de recherche



Recherche secondaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publications et rapports de l'industrie</li> <li>• Sondage d'opinion et sondage éclair</li> </ul>
Sondage en ligne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sondage en ligne auprès des OMD</li> <li>• Sondage de DC sur les événements d'affaires auprès de clients</li> </ul>
Entretiens individuels	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clients</li> <li>• OMD et concurrents étrangers</li> <li>• Partenaires (entreprises de tourisme réceptif, hôtels, transporteurs aériens, associations de l'industrie)</li> </ul>
Groupes de discussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• American Society of Association Executives (ASAE)</li> <li>• Financial &amp; Insurance Conference Professionals (FICP)</li> <li>• Conférences de l'industrie sur Webex</li> </ul>
Collecte de données	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapport sur le rythme de progression à l'échelle nationale</li> <li>• Résultats de sondage auprès de l'industrie</li> </ul>
Hypothèses de FLOOR13	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enjeux de santé et sécurité (production du vaccin, atténuation des risques)</li> <li>• Incertitude économique</li> <li>• Réglementation à l'étranger</li> <li>• Enjeux juridiques</li> </ul>

# Points saillants de la recherche

## Définitions des événements d'affaires

Les événements d'affaires englobent un vaste éventail de rassemblements, des grands congrès internationaux aux petites réunions de conseils d'administration en passant par les salons professionnels locaux. Pour les besoins de cette analyse de contexte, trois principaux segments sont à l'étude : les associations, les réunions d'entreprise et les voyages de motivation. Ces trois segments représentent environ 80 % de tous les événements d'affaires au Canada.

### Associations

- Ce segment comprend les organismes à but non lucratif, les associations représentant une industrie, les associations professionnelles, les associations de lobbyisme, les associations scientifiques et médicales, les associations techniques, les associations d'éducation, les guildes et les syndicats.
- Il s'agit d'organismes provinciaux, nationaux et internationaux qui tiennent généralement des réunions, des congrès et des salons professionnels.

### Réunions d'entreprise

- Ce segment comprend les sociétés, les entreprises et les entités à but lucratif constituées en personnes morales. Celles-ci peuvent tenir des réunions, des lancements de produit, des salons professionnels, des congrès de vente et des réunions de conseils d'administration.

### Voyages de motivation

- Les voyages de motivation sont offerts aux individus ou aux groupes qui affichent un rendement élevé, généralement au sein d'une entreprise, dans le but de les motiver ou de les récompenser. Ces voyages sont souvent très luxueux et peuvent inclure les conjoints et conjointes.

Source : Rapport sur le rythme de progression à l'échelle nationale de Destination Canada

# Points saillants de la recherche

## *Analyse PESTLE*

Le modèle PESTLE est une méthode d'évaluation exhaustive des conditions actuelles du marché des événements d'affaires en fonction des six facteurs ci-dessous.

**P** – Politique : lois et politiques publiques, stabilité politique, influence internationale

**E** – Économique : confiance des consommateurs, croissance, fiscalité, politique monétaire, taux d'emploi

**S** – Social : modes de vie, changements culturels, influences démographiques, répartition des revenus

**T** – Technologique : technologies de l'information, transformation numérique, nouvelles méthodes

**L** – Juridique (*legal*) : droit de la consommation, santé et sécurité, mobilité internationale, immigration

**E** – Environnemental : responsabilité sociale d'entreprise (RSE), empreinte écologique, gestion des déchets, développement durable, communauté

Nous avons utilisé cette méthode pour évaluer le marché national et les marchés étrangers des événements d'affaires.

# PESTLE : marché national

## Politique

Restrictions à court terme pour les voyages interprovinciaux  
Les règles de rassemblement varient d'une province à l'autre – aucune harmonisation  
Les politiques internes du Canada pourraient interdire les voyages jusqu'à la mi-2021

## Économique

Manque de fonds de secours pour les associations  
Les principales sources de revenus (réunions et salons professionnels) sont pratiquement éliminées à court et moyen terme (jusqu'en 2021)  
Risque que certaines associations fassent faillite ou ferment leurs portes avant d'être en mesure de respecter les engagements relatifs à la tenue de futurs congrès  
Les grandes destinations se livreront une concurrence féroce une fois que les restrictions seront levées  
Le marché des entreprises pourrait se redresser plus rapidement en 2021  
De nouvelles réunions hybrides donnent accès à une nouvelle source de revenus

## Social

Manque d'enthousiasme des délégués pour participer à de grands rassemblements jusqu'à ce qu'un vaccin contre la COVID-19 ou un traitement d'atténuation soit mis en place  
La direction hésite à exposer le personnel aux risques que peuvent poser les déplacements  
La confiance globale des consommateurs reste faible

## Technologique

Congrès en ligne à court et à moyen terme (jusqu'en 2021)  
Réunions hybrides à moyen et à long terme (jusqu'en 2023)  
Adaptation à plus long terme grâce à l'incorporation de participations hybrides aux futurs congrès, ce qui permettra de desservir une nouvelle clientèle  
Les centres de congrès investissent dans la technologie interne (studios, services de diffusion continue)  
La technologie hybride n'est pas encore pleinement développée pour imiter les réunions en personne

## Juridique (legal)

Les associations demandent plus de clémence en ce qui concerne les contrats  
Des délais de réservation plus courts  
Définitions plus larges de la force majeure  
Aucune réservation de blocs de chambres  
Nécessité d'une assurance annulation obligatoire  
Besoin accru de services tiers de séquestre pour protéger les dépôts  
Marché des acheteurs à moyen et à long terme à compter de 2023  
Des exigences plus strictes en matière d'assurance médicale pour les voyages

## Environnemental

Politiques de santé et de sécurité en vigueur à tous les niveaux du cheminement du client  
Les associations qui insistent sur les politiques de RSE des destinations



# PESTLE : marchés étrangers

## Politique

Restrictions à court terme pour les voyages interprovinciaux  
Les règles de rassemblement varient d'une province à l'autre – aucune harmonisation  
Les politiques internes du Canada pourraient interdire les voyages jusqu'à la mi-2021

### Autres considérations internationales :

Fermeture des frontières aux voyages non essentiels pour les États-Unis et le reste du monde

- Des sentiments nationalistes pour tenir les événements dans son propre pays
- La période de quarantaine de 14 jours pour les voyageurs entrants est un élément dissuasif

## Économique

Manque de fonds de secours pour les associations  
Les principales sources de revenus (réunions et salons professionnels) sont pratiquement éliminées à court et moyen terme (jusqu'en 2021)  
Risque que certaines associations fassent faillite ou ferment leurs portes avant d'être en mesure de respecter les engagements relatifs à la tenue de futurs congrès  
Les grandes destinations se livreront une concurrence féroce une fois que les restrictions seront levées  
Le marché des entreprises pourrait se redresser plus rapidement en 2021  
De nouvelles réunions hybrides donnent accès à une nouvelle source de revenus

### Autres considérations internationales :

- La consolidation des compagnies aériennes entraîne une hausse des tarifs à plus long terme
- Les destinations plus petites peuvent en bénéficier

## Social

Manque d'enthousiasme des délégués pour participer à de grands rassemblements jusqu'à ce qu'un vaccin contre la COVID-19 ou un traitement d'atténuation soit mis en place  
La direction hésite à exposer le personnel aux risques que peuvent poser les déplacements  
La confiance globale des consommateurs reste faible

### Autres considérations internationales :

- Le sentiment nationaliste peut inciter plusieurs congrès à demeurer au sein des États-Unis et de l'Union européenne sur la base de l'emplacement de la majorité des participants

## Technologique

Congrès en ligne à court et à moyen terme (jusqu'en 2021)  
Réunions hybrides à moyen et à long terme (jusqu'en 2023)  
Adaptation à plus long terme grâce à l'incorporation de participations hybrides aux futurs congrès, ce qui permettra de desservir une nouvelle clientèle  
Les centres de congrès investissent dans la technologie interne (studios, services de diffusion continue)  
La technologie hybride n'est pas encore pleinement développée pour imiter les réunions en personne

## Juridique (legal)

Les associations demandent plus de clémence en ce qui concerne les contrats  
Des délais de réservation plus courts  
Définitions plus larges de la force majeure  
Moins ou aucune réservation de blocs de chambres  
Nécessité d'une assurance annulation obligatoire  
Besoin accru de services tiers de séquestre pour protéger les dépôts  
Marché des acheteurs à moyen et à long terme à compter de 2023  
Des exigences plus strictes en matière d'assurance médicale pour les voyages

## Environnemental

Politiques de santé et de sécurité en vigueur à tous les niveaux du cheminement du client  
Les associations qui insistent sur les politiques de RSE des destinations

# Autres points saillants de la recherche

## **FACTEURS DE CONFIANCE** – Qu'est-ce qui préoccupe l'industrie?

- Vaccin ou traitement
- Risques financiers de la réservation de réunions
- Reprise et stabilité économiques
- Confiance des consommateurs à l'égard des voyages
- Capacité de survie et solvabilité des organisations
- Ouverture des frontières internationales

## **NOUVELLE LOGISTIQUE À GÉRER** – Quelles sont les questions liées aux « nouvelles » normes dans l'industrie?

- Santé et sécurité
- Réunions virtuelles et hybrides (engagement, coût/rentabilité, pertinence); pas encore développées au point de remplacer les réunions en personne
- Logistique
- Risques et responsabilités liés aux déplacements des employés

## **SCÉNARIOS DE REPRISE** – Quelles sont les hypothèses fondées sur ces « nouvelles » normes pour l'avenir?

- Retour au volume d'affaires de 2019 en 2023 ou ultérieurement
- Les réunions en personne et les formules hybrides perdureront (ces dernières attirent un nouveau public qui n'aurait pas participé par le passé)
- Certaines organisations et certains maillons des chaînes d'approvisionnement ne survivront pas
- Demande refoulée pour les voyages
- Le voyage pourrait redevenir un luxe ou une récompense

# Résultats de la recherche

## *Facteurs de confiance*

### *Informations rapportées*

- Le moment de la création et de la distribution du vaccin influencera grandement la reprise et la confiance des consommateurs.
- Les planificateurs et les clients prévoient maintenant reprendre les réunions à la fin de 2021 ou en 2022 (plutôt qu'à la fin de 2020 ou au premier ou deuxième trimestre de 2021 comme auparavant).
- Parmi les planificateurs et les clients, les plus jeunes semblent plus enclins à recommencer à voyager. Ils se soucient moins des restrictions.
- Les planificateurs européens sont plus prudents que leurs homologues américains quant au retour à la normale.
- On se soucie encore de la capacité des installations et des services (transporteurs aériens, hôtels, centres de congrès, fournisseurs) à offrir des environnements et des produits sûrs.
- Le devoir de diligence est un enjeu majeur pour tous (planificateurs, organisations et délégués).
- Les vagues d'éclotions récurrentes inquiètent toujours.
- Tous n'ont pas également confiance en la capacité de la technologie à produire des réunions hybrides ou numériques de qualité (elle s'améliore sans cesse, mais ne remplace pas la présence en personne).
- La situation économique mondiale est incertaine.

### *Qu'est-ce que ça signifie?*

Sans un vaccin ou un traitement efficace, l'incertitude et le manque de confiance actuels persisteront, et les planificateurs, organisations et fournisseurs de l'industrie seront plus nombreux à risquer l'insolvabilité. La réorganisation des événements annulés était avant tout une mesure d'atténuation des risques; en réalité, la viabilité des grandes réunions prévues pour 2021 n'est absolument pas garantie. Les associations européennes pourraient tarder à reprendre leurs réunions comparativement aux associations américaines. Les destinations doivent afficher un degré de sécurité et des protocoles de diligence bien définis, normalisés et garantis par tous les intervenants du cheminement du client. Les difficultés économiques ralentiront la reprise des réunions, car les entreprises veilleront d'abord à leur rentabilité.

# Résultats de la recherche

## *Nouvelle logistique à gérer*

### *Informations rapportées*

- La capacité à rentabiliser les réunions et les congrès est une grande source d'inquiétude et une question de survie pour plusieurs.
- La conception des événements et l'aptitude à attirer des participants avec des programmes en ligne causent des soucis (durée, coût, richesse du programme).
- Il faut être en mesure de gérer les risques (financiers, sanitaires, juridiques) et de remplir son devoir de diligence.
- L'établissement de budgets pour les nouveaux modèles de réunion et les coûts associés représente un défi.
- Les petites réunions brèves et régionales demeureront la norme dans un avenir proche en dépit de la demande accumulée pour des réunions en personne.
- Les OMD continuent de jouer un rôle important à titre de références en matière d'information à jour sur les destinations.
- On privilégie les destinations de niveaux 2 et 3, les hôtels non urbains (centres de villégiature) et les hôtels-boutiques au détriment des grands établissements et des centres-villes.
- La logistique des multiples modes de participation pose problème.

### *Qu'est-ce que ça signifie?*

La marche à suivre optimale pour les grands événements demeure incertaine. Les associations peuvent-elles tenir des réunions virtuelles ou hybrides qui soient financièrement viables? La technologie est-elle assez avancée pour donner lieu à des réunions pertinentes et rentables? Les programmes en ligne devront être beaucoup plus interactifs, pertinents et ludiques, et il faudra les promouvoir plus énergiquement. Les commanditaires doivent adapter leurs interactions avec les clients potentiels au monde des réunions en ligne. Les destinations qui allègent le devoir de diligence et les risques financiers des planificateurs profiteront d'une reprise hâtive et s'attireront leur bonne foi. Les OMD devront maintenir une stratégie de vente et de communication continue auprès de leur clientèle. La popularité des brèves réunions de moindre envergure peut profiter aux petites destinations qui sont facilement accessibles depuis les grands centres et les points d'entrée (deux ou trois heures de route).

# Résultats de la recherche

## Scénarios de reprise

### Informations rapportées

- Le moment de la reprise est encore impossible à fixer, car il dépend de la vaccination et des mesures d'atténuation (2021, 2022, 2023).
- La demande accumulée de réunions en personne est modérée (14 % selon le tableau de bord de la PCMA).
- Les réunions numériques sont un pas en avant, et elles ouvrent la porte à un nouveau public potentiel plus vaste.
- Les planificateurs externes peuvent devenir un luxe ou une nécessité (une dépense ou une économie pour les organisations qui délaissent les planificateurs internes).
- Les tarifs hôteliers demeureront bas en 2021, mais pourraient monter en flèche en 2022-2023 en raison de la demande.
- Les transporteurs aériens prévoient une période de reprise de trois à cinq ans.
- Les réunions d'entreprise pourraient reprendre dès le deuxième trimestre de 2021. Secteurs favorisés : santé, finance, télécommunications, éducation et technologie.
- Les événements d'associations reprendront probablement après les réunions d'entreprise. Secteurs favorisés : santé, finance, télécommunications.
- Le retour des salons professionnels et des voyages de motivation est moins probable à court terme.

### Qu'est-ce que ça signifie?

L'incertitude règne.

Clients et fournisseurs devront tous deux faire preuve de flexibilité dans leurs interactions.

En 2021 et potentiellement jusqu'en 2022, le marché sera favorable aux acheteurs, dominé par les réunions d'entreprise et les associations qui dépendent des revenus de congrès.

Le modèle hybride sera privilégié vu son potentiel de générer des revenus supplémentaires et d'attirer un nouveau public.

Les destinations s'emploieront plus ardemment que jamais à renflouer les coffres de leurs membres et collectivités. Le tourisme sera vu comme une voie rapide vers leur succès après la pandémie.

Des produits et des fournisseurs nouveaux, transformés ou consolidés feront leur entrée sur le marché, alors que d'autres ne survivront pas à la pandémie. Des hôtels seront convertis ou fermés; des établissements se donneront de nouvelles vocations pour obtenir des sources de revenus plus stables; des consolidations de compagnies aériennes sont à prévoir. Les planificateurs pourraient être de plus en plus sollicités à mesure que les organisations réduiront leur personnel interne pour réaliser des économies.

Les protocoles de dépistage dans les aéroports pourraient devenir la norme à long terme ou de façon permanente.

# Résultats de la recherche

## Répercussions par acteurs de l'industrie

### Changements à l'échelle de l'industrie

La plupart des entreprises de l'industrie ont instauré de rigoureux protocoles sanitaires (nettoyage en profondeur, mise à disposition de gel et de lingettes, prise de température, distanciation physique, port de masque et de gants, inscription et paiement en ligne ou sans contact, amélioration des systèmes de ventilation, boîtes-repas individuelles à usage unique).

### Transporteurs aériens

- Réduction du nombre de vols d'au moins 75 % en raison de la chute de la demande chez les consommateurs; retour lent dans la plupart des destinations; à Air Canada, le nombre de passagers représentait 10 % du niveau d'avant la pandémie en date d'octobre 2020
- Perte de revenus estimée à 90-95 % en 2020 par rapport à 2019
- Selon le Conseil national des lignes aériennes du Canada, retour au volume de 2019 d'ici trois à cinq ans
- Élimination des frais de modification pour les vols intérieurs et court-courriers (American, Delta, United)
- Désinfection en profondeur entre les vols, enregistrement sans contact
- Directives de l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI) suivies par les transporteurs canadiens
- Mise en place de dépistage sans contact, de reconnaissance faciale, de tests rapides et d'autres protocoles sanitaires dans les aéroports
- Assurance COVID-19 (en place à Emirates et Air Canada Vacations, à venir chez d'autres)

### Hôtels

- Intègrent de façon permanente la technologie de vidéoconférence dans les salles de réunion
- Reconfigurent les capacités de réunion pour respecter la distanciation physique
- Bloquent l'utilisation des chambres pendant 48 heures entre deux réservations
- Ont complètement éliminé les buffets
- Ont été transformés, dans certains cas, en centres de traitement de la COVID-19, de quarantaine ou de soins de longue durée
- Repensent les contrats pour les réservations futures, et reconsidèrent les clauses de force majeure
- Subiront vraisemblablement une vague de fermetures ou de réorientations

# Résultats de la recherche

## Répercussions par acteurs de l'industrie

### Centres de congrès

- Représentent l'espace et la clientèle; envisagent de nouvelles vocations (plateau de cinéma, salles de cours, salles d'examen, centre d'inscription électorale, centre de dépistage de la COVID-19, centre de distribution de repas)
- Intègrent de façon permanente la technologie de vidéoconférence dans les salles de réunion, studios de diffusion; investissement important qui pourrait ne pas rapporter rapidement
- Redéfinissent l'espace en fonction des protocoles de distanciation physique (plus d'espace pour moins de délégués)
- Font preuve de flexibilité au chapitre des modalités des contrats

### Organismes de marketing de destination (OMD), voyageurs réceptifs (RTO), organismes de marketing provinciaux (OMP)

- Représentent leur proposition de valeur; participent davantage au développement de la destination dans son ensemble – une tendance déjà en place qui s'est accélérée
- Envisagent un changement des sources de financement (financement municipal, paiement à l'utilisation, fonds de secours)
- Évaluent leurs initiatives dans les marchés géographiques et les marchés non traditionnels dans le cas des destinations de niveau 1
  - Davantage de marketing auprès des consommateurs (B2C) dans les marchés intraprovinciaux et canadiens; visée à long terme dans les marchés interentreprises (B2B) traditionnels à partir de 2023
- Font la promotion des attributs liés à la qualité de vie dans la destination (propre et sûre)
- Proposent désormais des contrats flexibles et une assurance COVID-19
- Accordent plus d'importance que jamais aux relations avec les clients
- Produisent davantage de contenu vidéo en ligne et de visites d'installations

# Résultats de la recherche

## *Répercussions par acteurs de l'industrie*

### Décideurs et tierces parties

- Beaucoup de temps consacré à la planification des scénarios
- Report à des dates futures pour atténuer les clauses d'annulation
- Proposition d'événements de moindre envergure en plein air et dans des lieux locaux
- Intégration de la technologie des réunions au-delà de Zoom/MS Teams, etc. : réalité virtuelle, formule hybride, WEBB, Accelevent, Aventri
- Travail avec les clients à la sélection de lieux et à la planification d'événements pour les troisième et quatrième trimestres de 2021 et les années suivantes
- Augmentation de la valeur apportée aux clients
- Possible consolidation de l'industrie

### Juridique et financier

- De nombreux congrès n'avaient pas d'assurance annulation lorsque la COVID-19 a frappé
- Le secteur des assurances a désormais exclu les pandémies comme raison d'annulation
- Les clauses générales de « force majeure » sont redéfinies
- Les entreprises hésitent à envoyer leurs employés sur la route en raison des risques de contagion et des problèmes juridiques qui en découlent
- Les entreprises peuvent réaliser des économies en limitant les frais de déplacement; il est possible qu'elles continuent de limiter leurs déplacements pendant un certain temps après la COVID-19
- Quête d'une réduction significative des risques financiers liés aux contrats d'hôtels et de lieux de réunion



# Points saillants de la recherche

## Résultats des entretiens – clients (planificateurs, agences et décideurs)

### Conditions de reprise

- Le devoir de diligence fait maintenant partie des attentes minimales envers les destinations pour tous les points de contact, du départ au retour
- Le moment de la reprise des événements en personne dépend de la confiance du public, qui est directement liée à la disponibilité d'un vaccin ou d'un traitement
- Les destinations doivent voir aux risques financiers associés aux clauses de réduction, d'annulation et de dépôt pour 2021-2022
- La rentabilisation des modèles virtuels et hybrides revêt une importance capitale pour la survie financière

### Moment de la reprise

- Réunions virtuelles en 2021
- Petites réunions d'affaires et réunions régionales dès le troisième ou quatrième trimestre de 2021
- L'impératif de revenu poussera les associations à faire ou à refaire des réservations dès 2022, pourvu que les risques financiers soient atténués
- Tout dépend de la rentabilisation des modèles virtuels et de la confiance du public quant aux voyages et aux rassemblements

### Innovations

- Les destinations subventionnent les frais d'espace des centres de congrès
- Les centres de congrès ajoutent des studios de diffusion à leurs installations
- Congrès satellites (réunions régionales de moindre envergure)
- Création d'un programme pour l'accueil de petits groupes au Canada durant les années de récupération (2021-2022)
- Option de réunion hybride visant un nouveau public (comment la rentabiliser?)

### Avenir

- Approche collaborative avec les OMD et les fournisseurs afin d'alléger les risques sanitaires et financiers pour les planificateurs
- Promotion de la culture d'ouverture, de la sécurité, des visas, de la diversité et des grands espaces du Canada, tous importants dans l'après-pandémie
- Incitation constante de l'industrie et des clients à innover
- Rétablissement de la présence canadienne aux États-Unis

# Points saillants de la recherche

## Résultats des entretiens – OMD partenaires

### Conditions de reprise

- La santé et la sécurité d'abord et avant tout (vaccin, traitement, devoir de diligence, contrôle des facteurs liés à la COVID-19)
- Stabilité économique et confiance à l'égard des voyages
- Capacité de survie des organisations clientes
- Ouverture des frontières internationales
- Message commun à la clientèle étrangère

### Moment de la reprise

- Situation qui fluctue d'un mois à l'autre
- Reprise modeste qui débute au quatrième trimestre de 2021 (réunions locales et nationales, quelques réunions internationales) pour s'accélérer en 2022; retour à la normale à compter de 2023
- Retour aux coefficients de remplissage normaux des avions prévu pour 2024 au plus tôt
- Reprise hâtive des événements dans certains secteurs (pharmaceutique, services financiers)

### Innovations

- Studios de diffusion maison
- Les formules hybrides perdureront (réunions, salons professionnels et activités de réseautage virtuels, visites 3D, outils de vente virtuels)
- Assouplissement des contrats (clauses d'annulation, de réduction et de force majeure)
- Harmonisation à l'échelle du pays (règles et mesures de santé et sécurité, contrats, messages à la clientèle, visée à long terme)
- Assurance COVID-19 à destination (une assurance maladie plutôt qu'une assurance événementielle)
- Dépistage rapide dans les aéroports, et plus tard dans les hôtels et les lieux de réunion

### Avenir

- Stratégie de l'Équipe Canada pour la communication avec la clientèle (messages pertinents, règles de santé et sécurité et changements associés, innovations, informations sur les destinations)
- Agir en partenaire, pas seulement en fournisseur
- Options de contrat flexibles à court et moyen terme
- Possible manque de fonds pour les voyages et les dépenses chez les entreprises clientes qui limitent les déplacements et les réunions

# Points saillants de la recherche

## Résultats des entretiens – entreprises de tourisme réceptif

### Conditions de reprise

- Santé et sécurité (vaccin, traitement); le devoir de diligence fait partie des attentes minimales de toutes les destinations et de tous les établissements
- Stabilité économique et accès frontalier
- Confiance des voyageurs
- Atténuation des risques pour les planificateurs

### Moment de la reprise

- Petites réunions régionales au troisième ou quatrième trimestre de 2021 ou en 2022
- Pas de grands congrès hybrides avant le déploiement d'un vaccin efficace et le rétablissement de la confiance des voyageurs
- Les programmes de motivation de 2020 pourraient être exécutés en 2021, en fonction de l'accessibilité du pays et de la gestion de la pandémie; à court terme, les récompenses matérielles pourraient se substituer aux voyages
- Il faudra attendre 2023 pour que les voyages de motivation retrouvent leurs niveaux d'avant la COVID-19

### Innovations

- Les formules hybrides perdureront et feront partie des réunions en personne normales à l'avenir; nouvelle clientèle potentielle pour les associations et les salons professionnels
- Les programmes de motivation délaieront un jour les récompenses matérielles et monétaires au profit des expériences enrichissantes

### Avenir

- En raison de la pandémie, bien des programmes de motivation seront fortement axés sur le bien-être en entreprise, ce qui marquera de façon durable les employés et les clients; innovation et créativité, expériences en plein air... le Canada a les produits et les destinations pour répondre à cette demande, il suffit de déterminer quels sont les objectifs du client

# Points saillants de la recherche

## Résultats des entretiens – concurrence

### Conditions de reprise

- Santé et sécurité (vaccin, traitement)
- Stabilité économique et confiance des consommateurs
- Ouverture des frontières internationales
- Devoir de diligence

### Moment de la reprise

- Reprise modeste à l'échelle locale au quatrième trimestre de 2021; augmentation graduelle en 2022; retour aux niveaux habituels à partir de 2023
- Reprise hâtive des événements dans certains secteurs (pharmaceutique, services financiers, biotechnologie, éducation)

### Innovations

- Harmonisation de la certification en matière de santé et de sécurité pour l'industrie du tourisme à l'échelle nationale (Royaume-Uni)
- Approche de vente discrète auprès de la clientèle
- Tenue d'événements et démonstration de la sécurité de l'environnement (Dubai)
- La formule hybride devrait être un ajout aux réunions et non un remplacement pour les réunions en personne à long terme

### Avenir

- Les entreprises clientes pourraient réduire considérablement leurs budgets pour les voyages et les dépenses
- Les demandes à propos de grands événements organisés à long terme visent maintenant 2025 et 2026
- La plupart des enveloppes de développement des affaires sont toujours en place, et certaines sont revues à la hausse

# Que penser des réunions virtuelles et hybrides?

Le recours à la technologie de réunion virtuelle (entièrement en ligne) a monté en flèche durant la pandémie de COVID-19. Cette mesure, qui se voulait initialement temporaire, est devenue le principal mode de réunion en 2020. La recherche indique que les réunions en personne reprendront après la pandémie, mais que la technologie virtuelle en fera partie intégrante; le modèle hybride sera très répandu. La technologie virtuelle à elle seule ne peut remplacer les échanges en personne, les activités de consolidation d'équipe et les occasions de développement des affaires que permettent les rassemblements entre collègues, clients et amis. Cependant, la formule hybride permet d'attirer de nombreux délégués supplémentaires grâce aux canaux virtuels, et donc d'enrichir le bassin de participants et d'augmenter les revenus d'un événement. Cette option deviendra plus commode au fil de l'évolution de la technologie.

## Occasions

- Les réunions virtuelles permettent des économies (déplacements, restauration, temps morts)
- Les réunions virtuelles se mettent sur pied et se planifient plus rapidement que les réunions en personne
- Les réunions virtuelles coûtent moins cher que les réunions en personne (lieu de réunion, matériel audiovisuel, restauration, etc.)
- Certains risques pour la santé et la sécurité sont éliminés
- Les réunions hybrides permettent d'accueillir un nouveau public qui n'a peut-être jamais participé à une réunion en personne
- Il est possible de rentabiliser la participation de ce nouveau public dans le cadre d'une réunion en personne

## Défis

- Lassitude des réunions en ligne
- Revenus potentiels moins élevés pour une réunion virtuelle que pour un événement payant en personne
- Incapacité à créer de véritables interactions et échanges en mode virtuel
- Difficulté à rentabiliser la commandite virtuelle et la participation aux salons professionnels, que ce soit en formule virtuelle ou hybride
- Nécessité de modifier le programme pour les participants virtuels des réunions hybrides sans compromettre l'engagement
- Coût élevé de la mise en œuvre de la technologie virtuelle

# 3. Scénarios de reprise au Canada

# Scénarios de reprise au Canada

Destination Canada a établi différents scénarios de reprise qui nous aideront à avancer. La reprise du tourisme dépendra du contrôle épidémiologique de la COVID-19 et de la relance économique du Canada et du monde.

Le Canada et d'autres pays ont récemment connu une recrudescence des cas de COVID-19, ce qui a poussé les autorités à réinstaurer des restrictions pour les commerces ainsi que d'autres mesures. Les vaccins ne devraient pas être accessibles à grande échelle avant le deuxième ou le troisième trimestre de 2021 au Canada et dans les principaux marchés sources. L'avenir est caractérisé par des incertitudes importantes. Les présentes prévisions constituent un scénario intermédiaire qui suppose que la COVID-19 reste sous contrôle, que les exigences sanitaires aux frontières sont progressivement assouplies et que l'économie mondiale se redresse.

# Principaux scénarios de reprise des voyages

Ces scénarios concernent l'ensemble des voyages et sont fondés sur les hypothèses suivantes :

**Si la frontière est ouverte**, elle sera ouverte à tous nos principaux marchés étrangers, et toutes les restrictions de voyage au pays seront levées

**Si la frontière est fermée**, les Canadiens voyageant au pays plutôt qu'à l'étranger seront la clé pour compenser les pertes

Réouverture de la frontière	Recettes en 2021 (G\$)	Pertes en 2021 p/r à 2019	Retour au niveau de 2019
Janv. 2021	57	-46 %	2024
Avr. 2021	48	-54 %	2025
Oct. 2021	42	-60 %	2026

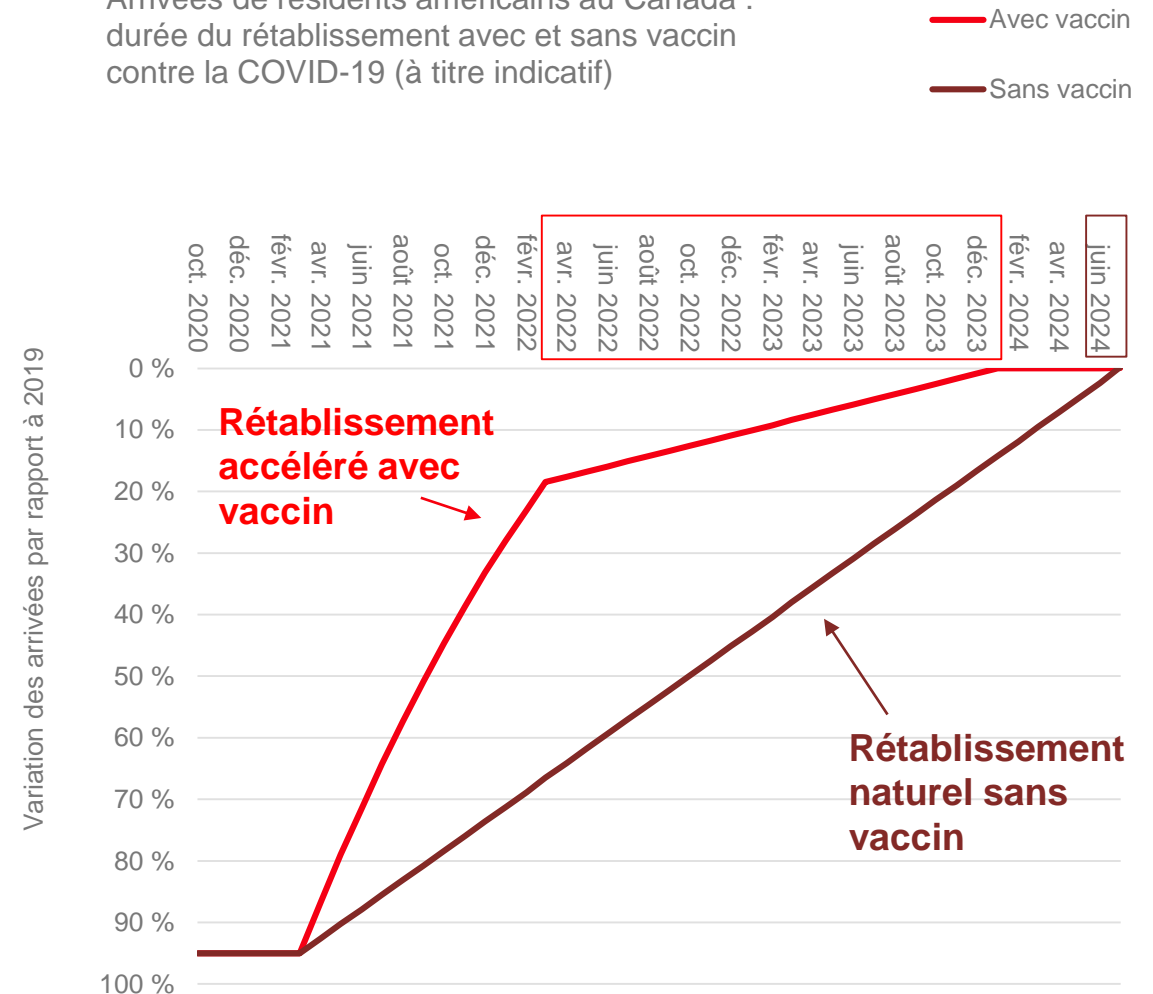
Source : Unité de la recherche de DC



# Les vaccins vont accélérer la reprise

- Hypothèse d'une réouverture de la frontière en avril 2021 et d'un rétablissement naturel des voyages internationaux jusqu'aux niveaux de 2019 d'ici juin 2024.
- Un vaccin distribué à 70 % de la population cible sur une période de 12 mois pourrait réduire d'au moins 6 mois le délai de rétablissement jusqu'aux niveaux de 2019.
- Les exigences de passage de la frontière comprendront probablement la preuve d'un dépistage négatif de la COVID-19 ou d'une vaccination contre la COVID-19, ce qui augmentera les coûts et les efforts requis pour effectuer des voyages internationaux par rapport à la période antérieure à la COVID-19.
- Il en résultera une réduction des déplacements transfrontaliers.

Arrivées de résidents américains au Canada :  
durée du rétablissement avec et sans vaccin  
contre la COVID-19 (à titre indicatif)



Source : Unité de la recherche de DC

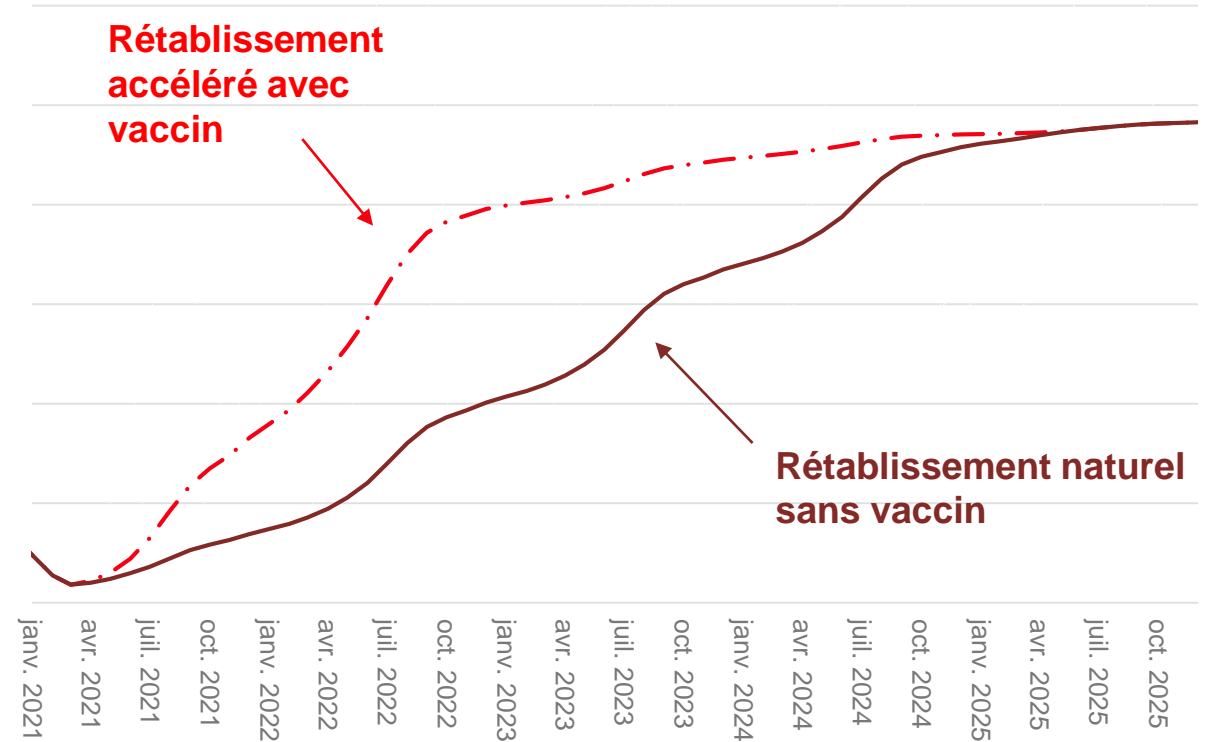
# La vaccination dans les divers marchés et populations permettra de réguler la dynamique de la reprise

En cas de réouverture de la frontière en avril 2021 et de déploiement d'un vaccin à partir d'avril 2021, les recettes d'exportation du tourisme en provenance des États-Unis et d'ailleurs à l'étranger devraient augmenter :

- en 2021, de 3 à 7,4 milliards de dollars selon les estimations;
- en 2022, de 8,4 à 17,9 milliards de dollars.

À titre indicatif

Arrivées de résidents américains au Canada :  
durée probable du rétablissement avec et sans vaccin



Source : Unité de la recherche de DC

# Scénarios de reprise des événements d'affaires

Il est important de garder en tête que ces scénarios portent sur l'ensemble des marchés et sont fondés sur une distribution des vaccins à l'échelle mondiale, et que la situation est changeante.

## Meilleur optimiste

2021	2022	2023	2024
Mise au point d'un vaccin au T1 Distribution au T2 Réouverture progressive des frontières au T2/T3 Des réunions plus restreintes (< 500) sont autorisées à partir du T2 Deuxième vague gérée avec succès au T1 Reprise économique soutenue	Plus de 75 % des voyageurs vaccinés avant le T3 Retour de la confiance des consommateurs Réunions autorisées Augmentation du nombre de réservations	Une forte demande en ce qui concerne les dates et les tarifs Pression sur la haute saison en 2023	Retour aux niveaux antérieurs à la COVID-19

## Scénario réaliste

2021	2022	2023	2024
Deuxième vague toujours en place au T1 Mise au point d'un vaccin au T2/T3 Distribution au T3/T4 Aucune grande réunion n'est autorisée Les frontières restent fermées Reprise économique minime	50 % des voyageurs vaccinés avant le T3 Les frontières restent fortement restreintes pendant la majeure partie de l'année La confiance des clients s'accroît	Vaccination en vitesse supérieure au T1 Réouverture des frontières au T1/T2 Plus de 75 % des voyageurs vaccinés au T2 Les réunions de moins de 500 personnes autorisées à partir du T3	Confiance des consommateurs regagnée Augmentation de la demande pour de grandes réunions Pression sur la haute saison en 2024 Les voyages et l'économie reviennent aux niveaux antérieurs à la COVID-19 d'ici la fin de 2024 ou le début de 2025

## Scénario pessimiste

2021	2022	2023	2024
La deuxième vague se poursuit jusqu'au T2 Aucun vaccin n'est mis au point Les frontières restent fermées Faible confiance des consommateurs	Mise au point d'un vaccin au cours du T2 Distribution au T3/T4 Maintien des restrictions de voyage et des fermetures de frontières tout au long de l'année Aucune grande réunion n'est autorisée Reprise économique lente	75 % des voyageurs vaccinés avant le T4 Ouverture des frontières au T3 Réunions autorisées à partir du T4, mais elles doivent compter moins de 500 personnes	Demande accrue pour les réunions Confiance des consommateurs regagnée Grandes réunions autorisées au T1 Augmentation des réservations pour 2024 Retour aux niveaux antérieurs à la COVID-19 d'ici le milieu ou la fin de 2025

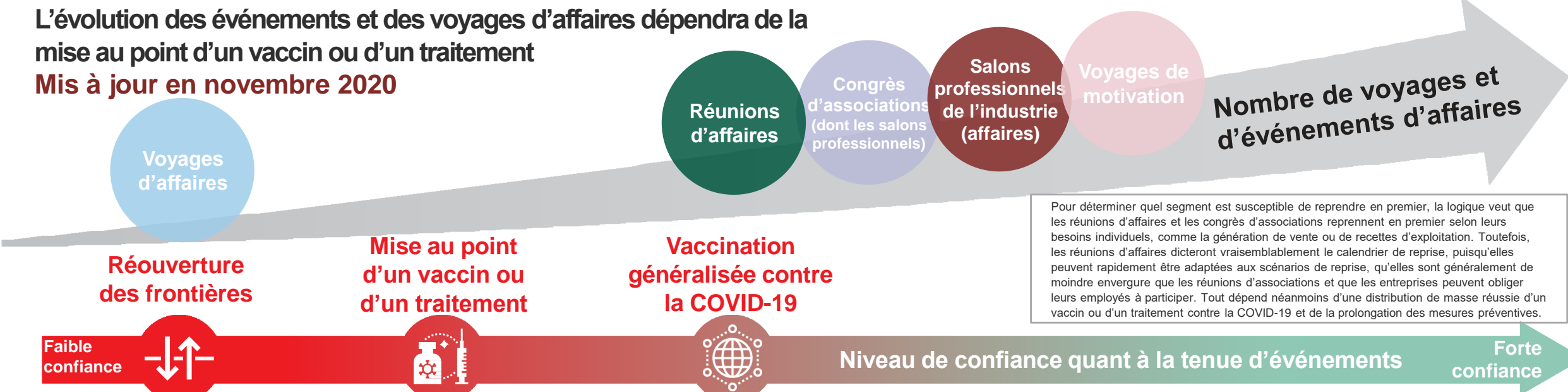
4.

# Cadre de relance et signes de reprise au Canada

# Cadre pour la relance au Canada

L'évolution des événements et des voyages d'affaires dépendra de la mise au point d'un vaccin ou d'un traitement

Mis à jour en novembre 2020



Pour déterminer quel segment est susceptible de reprendre en premier, la logique veut que les réunions d'affaires et les congrès d'associations reprennent en premier selon leurs besoins individuels, comme la génération de vente ou de recettes d'exploitation. Toutefois, les réunions d'affaires dicteront vraisemblablement le calendrier de reprise, puisqu'elles peuvent rapidement être adaptées aux scénarios de reprise, qu'elles sont généralement de moindre envergure que les réunions d'associations et que les entreprises peuvent obliger leurs employés à participer. Tout dépend néanmoins d'une distribution de masse réussie d'un vaccin ou d'un traitement contre la COVID-19 et de la prolongation des mesures préventives.

### Voyages d'affaires

Définition : réunions interentreprises en personne de manière individuelle

**Facteurs à considérer :**

**Premiers à reprendre**

- Voyages jugés essentiels pour les activités opérationnelles
- Reprise possible dans 2 ou 3 mois au pays ou, de manière plus réaliste, dans 6 à 8 mois
- De 20 à 30 % du volume de voyages d'affaires d'avant la pandémie en raison d'une transition vers les événements virtuels
- Secteurs résilients : fabrication, pharmaceutique, construction

### Réunions d'affaires

**Motif :** réunions internes d'entreprise pour former les employés sur les produits et services; activités de consolidation d'équipe

**Facteurs à considérer :**

- Premier type de réunions à reprendre lorsque les restrictions seront levées
- Certaines entreprises font encore des profits
- Les réunions sont une dépense, elles ne génèrent pas de revenus
- Capacité d'adaptation rapide
- Court terme : 12 à 24 mois
- Influence : politiques d'entreprise et polices d'assurance; les employés sont sous la responsabilité de l'entreprise
- Secteurs résilients : pharmaceutique, recherche en santé, services financiers, technologies, éducation, produits de consommation

### Congrès d'associations (dont les salons professionnels)

Les associations sont des organismes à but non lucratif

**Motif :** développement professionnel; diffusion des pratiques exemplaires et innovations; réseautage avec les pairs

**Facteurs à considérer :**

- Forte demande pour les congrès annuels et les réunions régionales
- Importante source de revenus et de participation des membres
- Les congrès hybrides verront le jour l'an prochain; rencontres en personne pour les congrès de petite envergure
- Secteurs résilients : sciences de la vie (recherche en santé), services financiers, technologies
- Influence : politiques des membres
- La planification à long terme en vente et en développement des affaires doit se poursuivre pour s'insérer dans le cycle de planification
- Déploiement en 2021-2022 d'efforts de vente et de marketing en vue des événements d'affaires en 2025 et par après

### Salons professionnels de l'industrie (affaires)

**Motif :** vente et lancement de produits; attraction de nouveaux clients; réseautage

**Facteurs à considérer :**

- Les entreprises ont besoin des réunions en personne; impossible de conclure des accords importants sans tester le produit
- Reprise plus lente que pour les congrès
- Les modèles hybrides/virtuels pour les expositions de salons professionnels doivent être revus et devenir rentables

### Voyages de motivation

**Motif :** sous-produit du marché des voyages d'affaires

Renforcement d'équipe, voyages pour motiver ou récompenser les employés et groupes à haut rendement

Très bien perçus par les employés (activités et expériences exceptionnelles dont ils peuvent se vanter)

**Facteurs à considérer :**

- Les entreprises doivent retrouver une stabilité économique; celles encore rentables doivent récompenser leurs employés qui vendent des produits en 2020-2021
- Les réunions d'affaires doivent reprendre d'abord
- Le virtuel n'est pas une option, puisque l'activité en soi est la récompense
- Influence : politiques d'entreprise sur les voyages, assurance (risque), perception, relance économique, volonté des participants
- Secteurs résilients : perspective à moyen terme après la pandémie (recherche en santé, services financiers, éducation, technologies)

**REMARQUES**

Estimation en date de novembre 2020. L'industrie revoit régulièrement ses modèles et continue de faire un suivi à mesure que la situation évolue. Dépend de la stabilité des courbes d'infection. Cette diapositive peut servir pour les événements d'affaires régionaux et nationaux. Les événements d'affaires de tous les segments reprendront par étape : d'abord à l'échelle locale, puis régionale, nationale et internationale.

# Signes de reprise – notre processus

Notre but était d'évaluer les mesures de rendement sur deux plans :

1. Les décideurs peuvent planifier leurs événements d'affaires.
2. Les décideurs réservent leur prochain événement.

En tant qu'industrie, nous devons convenir des résultats ciblés à utiliser collectivement pour déterminer le moment opportun pour la reprise des activités d'événements d'affaires après la pandémie.

**Étape 1** : Réunions de l'équipe de conception des mesures avec 23 participants issus de l'ensemble de l'industrie

**Étape 2** : Galerie des mesures – examiner les mesures avec un groupe plus large représentant l'industrie

**Étape 3** : Mise au point des mesures et des définitions des signes

**Étape 4** : Collecte des données et création du tableau de bord

**Étape 5** : Suivi et résultats

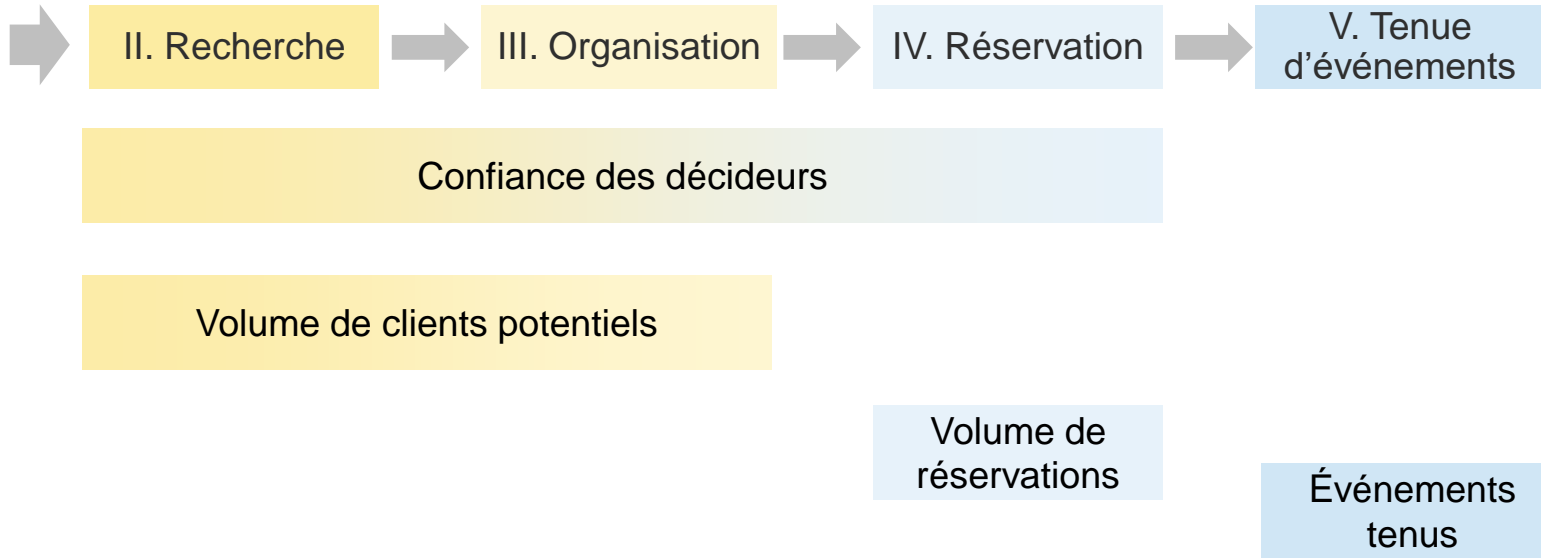


La COVID-19 frappe

# Signes de reprise

Remarque : Cadre basé sur l'hypothèse que les réunions auront de nouveau lieu en personne

Indicateurs primaires

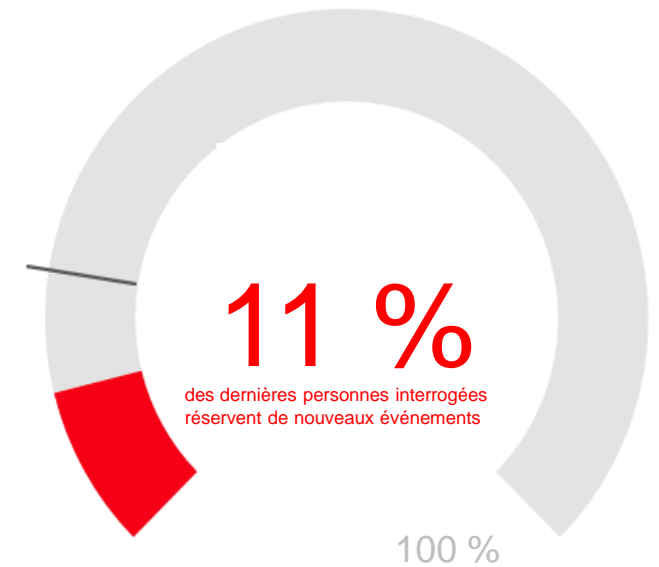
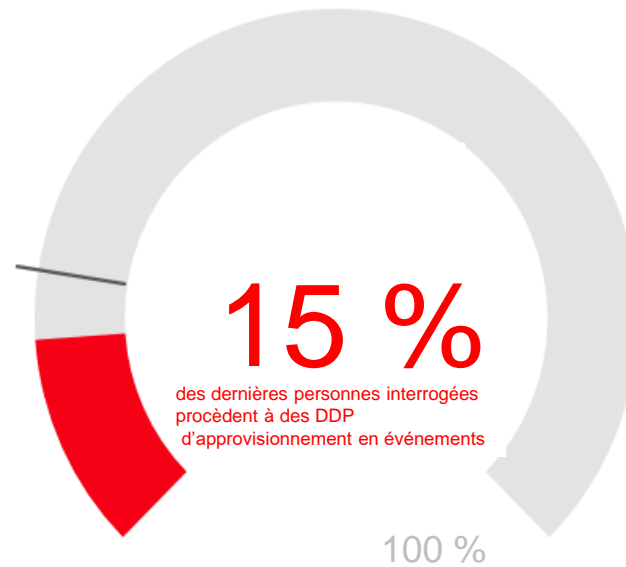
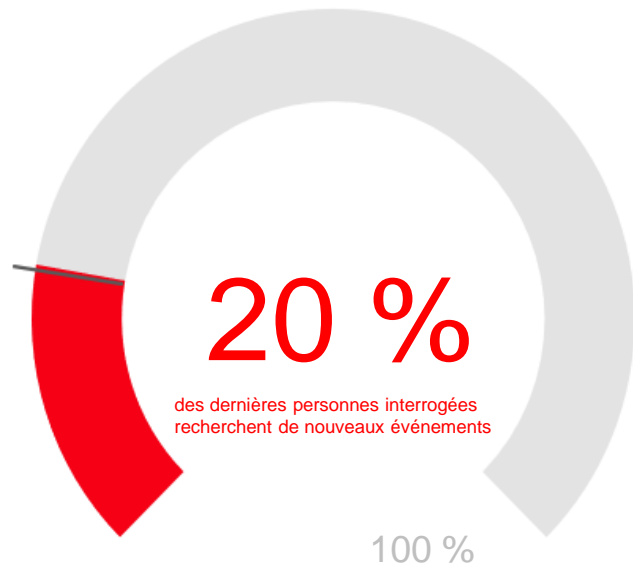
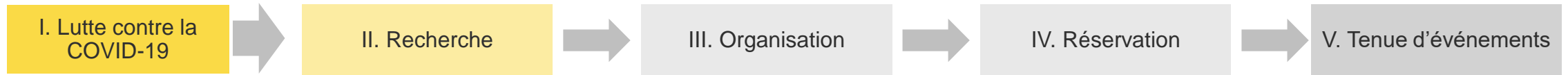


Indicateurs avancés



Pour chaque phase, nous surveillons des signes et des données clés de différentes sources (comme NorthStar Meetings Group, Simpleview et Cvent).

# Selon nos observations actuelles, nous sommes globalement en phase de recherche



Ces compteurs figurent dans une infographie faisant partie du tableau de bord que nous avons créé pour suivre les données sur les signes de reprise.



*Le présent document renferme les résultats de recherches exclusives menées par Destination Canada ainsi qu'une compilation de résultats de recherches menées par des tiers dans le but de soutenir l'industrie des événements d'affaires. Ainsi, il est interdit de le reproduire d'une quelconque façon (en totalité ou en partie) ou de le diffuser sans le consentement exprès de Destination Canada.*

*Pour en savoir davantage, veuillez communiquer avec le Service de recherche de Destination Canada à [research@destinationcanada.com](mailto:research@destinationcanada.com).*

