LE PLANIFICATEUR

UN CONDENSÉ MENSUEL PO ER ET ÉCLAIRER LES PLANIFICATEURS
FÉVRIER 2010 - Édition repères
WWW.LEPLANIFICATEUR.CA

LES HÉROS DE L'INDUSTRIE

Les Tours de l'industrie

Du PLANIFICATEUR

Depuis les débuts de la récession, nous nous demandions pourquoi certaines personnes ou organisations continuaient d'offrir, de donner, d'entreprendre, d'investir ou encore d'embaucher tandis que d'autres faisaient tout le contraire.

Les membres de l'équipe du Planificateur parlent et rencontrent sans cesse des professionnels de notre industrie et en ont profité pour leur demander leur avis. Nous avons vite fait de découvrir que tout commence en haut de la pyramide.

Si le mot d'ordre de la direction de certaines entreprises était simplement de survivre durant la période de récession, ces mêmes entreprises ont eu tendance à en faire moins, ce qui semblait acceptable puisque leur but était alors de subsister dans une économie affaiblie. Ainsi, amoindrir leur service était tout à fait tolérable aux yeux de la direction.

Les entreprises qui s'étaient fixé des objectifs un peu plus audacieux, comme profiter de la récession pour gagner des parts de marché tout en maintenant leur niveau de service, ont pu effectivement en gagner en perdant tout de même de la qualité au niveau de leur service.

À l'inverse, les personnes ou les entreprises qui s'étaient promis de devenir ou demeurer les meilleures et qui ont utilisé la récession pour se surpasser ont atteint leurs buts. Pourquoi ? Parce qu'elles savaient ce qu'elles voulaient, en se fixant des objectifs spécifiques à elles-mêmes, leur entreprise et à leurs employés. C'est en fonçant avec passion, détermination et un bon vieux sens du travail acharné qu'elles les ont atteints, puisqu'il n'existe aucun autre moyen pour y arriver.

Ces dernières représentent des *leaders* de notre industrie que nous honorons du prix symbolique de Tour de l'industrie. Les nominés étaient en grand nombre et comme le choix n'était pas simple à faire, nous mentionnons aussi nos seconds favoris.

Les gagnants se verront remettre une Tour CN en trophée car elle symbolise l'ingéniosité, l'innovation et l'excellence au Canada. **La Tour CN n'est pas associée à la sélection des nominés et des gagnants de ce prix et ne partage pas nécessairement les vues et opinions du Planificateur exprimées dans cette édition.**

Les critères de sélection des Tours de l'industrie furent les suivants :
- Les nominés et les gagnants devaient être basés au Canada.
- Ils devaient avoir fait preuve d'initiative dans leur domaine.
- La direction du Planificateur prit une décision finale suite à la consultation de professionnels de l'industrie des événements et des réunions à travers le Canada.

Changez d'esprit,
Changez votre monde

NOTE DE L'ÉDITEUR

Les **meilleurs**, les **héros**, les **Tours** de notre industrie

Il faut reconnaître que s'efforcer de rester le meilleur en 2009 n'a pas été si facile que ça. L'an passé, avec un dollar plus fort, des entreprises qui dépensaient moins, une possible pandémie du virus H1N1, pour ne mentionner que quelques-uns des défis que notre industrie a du relever, les entreprises et les individus qui ont malgré tout redoublé d'efforts doivent être honorés. Nous parlons ici des entreprises qui se sont démenées pour améliorer leur service au lieu de le couper, celles qui ont poursuivi leurs investissements, celles qui ont accru leur force de vente pour gagner des parts de marché, celles qui ont innové, sans oublier les individus qui ont donné de leur temps alors que ce dernier est devenu une denrée rare et de plus en plus précieuse. Ces acteurs sont nos Tours de l'industrie, les meilleurs des meilleurs, nos héros qui nous servent d'exemple.

Dans cette section, nous soulignons les compagnies et les personnes qui s'étaient fixé des objectifs et pour qui la crise n'a pas été une excuse pour ne pas les atteindre. Au contraire, les défis que la récession leur a lancés ont été une motivation de plus pour y arriver, pour se surpasser dans un environnement où tout poussait à baisser les bras.

La crise de 2009 a justifié pour certains les mises à pieds, l'impossibilité d'atteindre certains objectifs, le manque de rénovations ou encore d'équipement nouveau. D'autres entreprises ont à l'inverse trouvé les moyens de relever tout ou partie de ces défis. C'est ce que nous avons tenté de souligner ici. Clients ou pas du Planificateur, les gagnants que nous honorons ont tous une chose en commun : ils sont sortis du lot en 2009, pour être finalement reconnus comme les Tours de notre industrie.

Voilà pourquoi nous sommes fiers de décerner à ces dix acteurs du marché un prix qui, selon nous, symbolise leurs accomplissements et leur ascension : un trophée de la Tour CN, ultime pilier du Canada.

Alors, à bientôt !

Michel Geoffroy, CMM
Éditeur et directeur général

Planificatrice de l'année
Lyne Branchaud

Le Canada possède de grands talents en planification d'événements et regorge d'organisateurs indépendants reconnus pour leurs accomplissements. Choisir une ou un planificateur de l'année était un défi mais notre attention s'est naturellement portée sur Lyne Branchaud, planificatrice et formatrice en organisation d'événements à Montréal. En 2009, Lyne s'est démarquée à différents niveaux sans jamais abandonner les projets dans lesquels elle s'était lancée. Non seulement Chef des événements et commandites à temps plein pour l'entreprise Uniprix, sans compter son implication active au sein du chapitre MPI Montréal, Lyne a aussi célébré la sortie de son livre L'organisation d'un événement – Guide pratique en mars 2009 qui figure parmi les rares manuels pratico-pratiques francophones jetant les bases de l'organisation d'événements. Loin de s'en contenter, elle alimente aussi de façon hebdomadaire son blogue en organisation et planification d'événements gardant en haleine ses fidèles internautes en partageant ses conseils de pro, leur donnant le pouls de l'industrie et ses nouveautés et leur proposant des offres d'emplois. Femme d'affaires accomplie, passionnée et surtout très à l'écoute de ce que les gens veulent, son goût de transmettre son expertise aux organisateurs séniors comme à la nouvelle génération de planificateurs fait d'elle une femme de partage et d'ambition que la crise économique n'a pas freinée ! Planificatrice de l'année, Lyne est devenue une référence pour de nombreux professionnels, en leur réservant la sortie de futurs projets aussi créatifs les uns que les autres.

Sur le Web : www.guideevenement.com
Blogue : www.lesblogues.com/guideevenement

2nd favori — Sandra Wood est aussi une planificatrice dont les accomplissements méritent d'être soulignés notamment dans le domaine de la formation et de l'écologie.

Hôtel de l'année
Le Hilton Montréal Bonaventure

Suivre à la loupe les efforts des hôtels durant l'année de récession a révélé de nombreuses surprises, parmi lesquelles la démarcation d'un établissement dont les initiatives et la stratégie de positionnement devancent largement de nombreux établissements. Le Hilton Montréal Bonaventure, désigné hôtel de l'année, a fait preuve d'une attitude exemplaire pour faire face aux conséquences de la crise. Comme pour toute entreprise, ses élans financiers ont été freinés mais l'ambition du plus petit des hôtels de convention de Montréal lui a permis de dépasser les attentes de tout planificateur, et ce à différents niveaux. En proposant une nouvelle vision à ses employés et à ses clients, la direction a su concentrer ses efforts sur deux éléments cruciaux : le service et l'innovation. En relevant le défi de préparer son personnel aux changements inévitables qu'impliquait la crise, le Hilton Montréal Bonaventure a su adapter son offre à la demande, en réorganisant sa structure interne, dévouant ainsi une attention particulière et un service exclusif aux demandes de dernière minute du marché corporatif, tout en développant un service de conciergerie entièrement dédié aux planificateurs d'événements y tenant leurs réunions. Ainsi, on trouve aujourd'hui à l'étage des salles de réunions un comptoir de concierge réservé aux organisateurs d'événements, leur permettant de bénéficier d'un service personnalisé, rapide pour le traitement logistique des opérations et inspirant la confiance. Le service des ventes aussi a redéfini son offre, proposant des idées créatives pour maximiser l'utilisation des espaces disponibles et de nouveaux programmes régulièrement. Repenser sa philosophie du service et s'adapter rapidement aux changements en impliquant tout son personnel dans le processus a permis au Hilton Montréal Bonaventure de poser de nouvelles base pour assurer son développement et celui de ses clients.

Hilton
Montréal Bonaventure

Sur le Web : www.hiltonmontreal.com

2nd favori — Nominé pour ce prix, **le Fairmont Le Château Montebello** ne reste pas dans l'ombre pour son service constant et l'ouverture en 2009 de nouveaux espaces de réunions dont les investissements ont atteint 6,2 M$.

Entrepreneur de l'année
Porter Airlines Ltd.

porter
raffinée sur toute la ligne

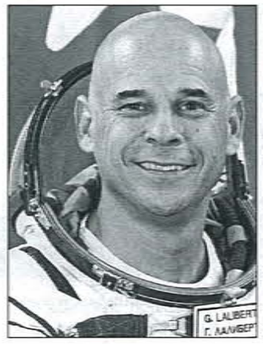
C'est la compagnie aérienne Porter qui remporte le prix d'entrepreneur de l'année pour avoir démontré que le service offert aux voyageurs empruntant ses vols peut être maintenu même lorsque les temps sont difficiles. Bien sûr, nous aimons tous le style très chic et vintage du personnel de bord mais Porter se place au premier rang pour bien d'autres raisons. S'envolant depuis l'aéroport du Centre-ville de Toronto, la ligne aérienne compte 18 avions qui desservent 13 destinations parmi lesquelles Toronto, Montréal, Halifax, Ottawa, Plage de la Myrte, Mont-Tremblant et Chicago. Porter a investi temps et argent en 2009 pour agrandir son terminal, qui ouvrira cette année. Alors que ses compères réduisaient leurs effectifs et gonflaient leurs coupures, Porter est resté leader, faisant du service sa priorité en offrant à sa clientèle une expérience. Un commentaire recueilli récemment sur un blogue résume assez bien l'avis général des consommateurs : « Porter offre un moyen de voyager simplement et dans le confort. L'aéroport du Centre-ville de Toronto est un petit aéroport très pratique pour les voyageurs d'affaires, et le service de Porter est efficace et toujours amical, en plus de proposer des avions neufs et confortables. » Malgré les obstacles venant de tous les fronts, Porter a gardé la barre haute et a fait preuve d'une détermination exemplaire. Nous les en remercions pour offrir aux planificateurs une plaisante alternative au voyage aérien.

« 2009 s'est inscrite dans la continuité de ce que nous voulions faire depuis le début, c'est à dire offrir une expérience de voyage aérien complètement différente, » affirme Brad Cicero, Directeur des communications et des affaires publiques chez Porter. « Et cela repose sur trois pilliers : la rapidité, le confort et le service. Nos clients semblent vraiment apprécier le volet service. »

Sur le Web : www.flyporter.com

2nd favori — Le Groupe Germain, qui a poursuivi son expansion en 2009 et a récemment ouvert un nouveau complexe hôtelier à Calgary.

Levée de fonds et showman de l'année - Guy Laliberté



La récession aura mis de nombreux bâtons dans les roues des organisateurs de levées de fonds. En effet, entre les entreprises de plus en plus frileuses à soutenir financièrement les œuvres caritatives et celles qui ne daignent s'associer qu'à des événements bénéfices hors du commun, les organisateurs de levées de fonds se creusent la tête plus que jamais afin de se garantir un taux de participation assurant le succès de leur événement. Même si ce créneau arrive à maturité, 2009 aura vu l'ascension d'un projet de levée de fonds qui aura même dépassé l'imagination des planificateurs les plus créatifs : ONE DROP™, la fondation dirigée par Guy Laliberté (Fondateur du Cirque du Soleil), dont la mission est de lutter contre la pauvreté dans le monde en donnant à chacun accès à l'eau, aujourd'hui et demain. Ce rêve devenu réalité démontre que notre propre limite, c'est notre imagination. Repoussant tout obstacle en particulier financier puisque ONE DROP™ a donné lieu à une « mission sociale et poétique » tenue dans l'espace à bord de la Station spatiale internationale (SSI), le premier événement artistique et social se déroulant depuis l'espace.

> *« Les rêves les plus fous se réalisent lorsque chacun y met énergie, volonté et créativité. »*
> Guy Laliberté

Quel plus bel exemple pour montrer que la créativité peut soulever les foules et amener au succès ? Le journal de bord de Guy Laliberté, de courtes vidéos retransmises sur le site de la fondation, aura attiré l'attention de tous les médias à travers le monde et rempli son objectif numéro 1 : sensibiliser la terre entière au problème de l'eau.

Sur le Web : www.onedrop.org

2nd favori — Notre second Showman de l'année favori est sans conteste **Michael Bublé**, chanteur canadien au succès international, qu'il doit à sa persévérance et à sa passion.

Audiovisuel de l'année

Vision Audiovisuel Inc.

Que seraient vos événements sans audiovisuel ? Quels souvenirs garderaient vos invités s'ils entraient dans une salle dénudée de tout effet de lumière et dépourvue de fonds sonore ? Les entreprises d'audiovisuel jouent un rôle crucial dans le succès d'un événement et celles qui parviennent à subsister sur le marché tout en restant compétitives mais aussi créatives et au fil des tendances sont rares. 2009 en aura obligées certaines à revoir leur offre, laissant à leur concurrence la chance de gagner des parts de marché. Notre entreprise d'audiovisuel de l'année est Vision Audiovisuel Inc., basée à Québec. Implantée depuis 1996, elle a su répondre à une demande de plus en plus exigeante au niveau des technologies. Elle a même su parfois devancer les requêtes de ses clients en offrant un équipement dernier cri. De surcroît, la crise n'aura pas fait reculer son président et directeur des opérations, Daniel Simard, pour qui les nouvelles acquisitions sont déterminantes dans la survie d'une compagnie comme la sienne et offrent un avantage concurrentiel indéniable. La stratégie de cette entreprise québécoise a visé le long terme, outrepassant ainsi les aléas de la crise économique. En gardant un œil sur l'horizon (et pas seulement sur les coupures budgétaires de ses clients), Vision Audiovisuel aura mis toutes les chances de son côté pour mieux bâtir son avenir.

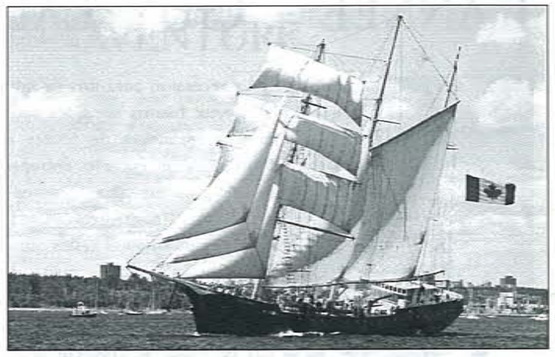
Sur le Web : www.vision-av.com

2nd favori — Comme Vision Audiovisuel, l'entreprise **Ruoff**, basée à Mississauga (Ontario) investit sans cesse dans de nouveaux équipements et développe des concepts innovateurs pour répondre aux exigences corporatives changeantes.

Événement de l'année

Le Festival des Grands voiliers

En juillet 2009, se tenait l'événement de l'année : le Festival des Grands voiliers de la Nouvelle-Écosse. Ce fût une véritable célébration de la vie lorsque les incroyables voiliers ont fait leur entrée à Halifax pour lancer le début des festivités le 16 juillet. La Parade of Sail clôturait le festival avant que les voiliers désignés aient à nouveau le vent dans les voiles jusqu'à d'autres ports de la Nouvelle-Écosse comme Lunenberg, Port Hawkesbury, Louisbourg, Sydney, Pictou et Pugwash. C'est l'entreprise Waterfront Development Corporation Limited (WDCL) qui produit le Festival, dont Halifax était le port principal. Environ 40 bateaux y ont participé et c'est la deuxième fois en vingt ans que le Port d'Halifax accueillait les Grands voiliers. Les Grands voiliers de la Nouvelle-Écosse sont en partie la raison pour laquelle les bateaux de croisière ont accru dans les Maritimes. Selon Leanne Strathdee, Directrice du marketing et des communications chez WDCL, qui a lancé le festival en 1984, « C'est un bel événement pour tout le monde. Il n'y a rien de plus spectaculaire qu'un front de mer en ébullition parsemé de mâts et voiles. » Elle ajoutait que « tous planificateurs devraient imaginer cette scène comme décor lorsqu'ils tiennent un événement dans la ville. » En 2009, Halifax a accueilli son deux millionième passager venu en bateau de croisière, depuis la première saison des croisières en 1980. Entre le 15 mai et le 15 novembre l'an passé, 124 navires comptant plus de 220 000 passagers sont passés par Halifax.



Le port est devenu une destination clé pour 6 nouveaux navires et 2 nouveaux bateaux de croisières en 2009, comptabilisant 1,5 milliard de dollars de retombées annuelles. Les 100 ans de la Marine canadienne qui attireront près d'une cinquantaine de vaisseaux militaires l'été prochain seront d'autant plus grandioses !

Sur le Web : www.tallshipsnovascotia.com

2nd favori — Toutes les incroyables expositions que nous offrent nos musées. Tenir une levée de fonds dans un musée durant une exposition assurait 30 % plus de participants que dans un site plus conventionnel.

Ville de l'année

Saskatoon

La ville de l'année éveille bien souvent des images dans la plupart des esprits de ville plate, au beau milieu de champs de blé et plutôt froide en hiver. Pourtant, de nombreuses raisons amènent les planificateurs à considérer Saskatoon comme une destination de choix. Souvent surnommée Paris des prairies, il lui aura fallu quatre tentatives pour finalement être retenue comme ville d'accueil pour le Championnat mondial junior de l'International Ice Hockey Federation, lancé le 26 décembre dernier. La ville a également été choisie pour la réunion annuelle de l'Association médicale canadienne ainsi que les Juno Awards dans le passé. Un tableau plutôt impressionnant pour une ville de 250 000 habitants. Pour les planificateurs de réunions et congrès, on y compte plus de 750 000 pieds carrés d'espace de réunions et congrès, une aréna de 13 000 sièges, une variété de lieux propices à des activités extra-congrès, sans compter les milliers de chambres d'hôtels bien situées en centre-ville. Ajoutez-y un accueil digne des Prairies et Saskatoon semble gagner à tous les niveaux. De surcroît, Tourisme Saskatoon jouit d'une excellente réputation comme véritable partenaire des groupes à la recherche d'une expérience mémorable. Avec plus de 30 membres, Tourisme Saskatoon fournit tout un ensemble de services de planification d'un événement.

Sur le Web :
www.tourismesaskatoon.com,
www.conventionssaskatoon.com

2nd favori — Suite à son 400ème anniversaire, la **ville de Québec** aura également bénéficié de retombées tout au long de 2009, en accueillant notamment des spectacles grandioses tels que ceux de Robert Lepage et du Cirque du Soleil.

Production canadienne de l'année

Battle of the Blades

Avec des airs de l'émission de téléréalité Dancing with the Stars, la production canadienne de l'année a laissé une impression des plus remarquables. Dans l'émission Battle of the Blades, des joueurs de la NHL faisaient la paire avec de célèbres patineuses artistiques lors des routines filmées. L'émission à succès fût présentée par Ron MacLean, animateur de la Soirée du Hockey et Kurt Browning, quatre fois champion du monde de patinage artistique. Le jury présent lors de la première compétition comptait deux juges permanents et des juges invités dont Don Cherry, Georges Stroumboulopoulos ou encore Katrina Dewitt pour n'en citer que quelques-uns. Les gagnants, Jamie Salé et Craig Simpson, ont reçu 100 000 $, remis à la Recherche sur la Moelle épinière. L'émission a rencontré un succès immédiat et comptait en moyenne 1,5 million de téléspectateurs par semaine. Elle a également fait l'objet de l'attention des médias (incluant le New York Times) et a permis de raviver la patinoire intérieure des Maple Leaf Gardens (où se déroulait l'émission). De surcroît, la musique canadienne était à l'honneur comme Jim Cuddy du groupe canadien tant aimé Blue Rodeo (leur chanson hit Try a

servi de fond sonore lors de la performance de Marie France Dubreuil et Stéphane Richer).

Mais l'émission doit son réel succès au lien qu'elle a créé avec les deux sports favoris au Canada (le hockey et le patinage) ainsi qu'à la créativité et au savoir-faire des participants retransmis dans une ambiance animée.

Sur le Web : www.cbc/battle

2nd favori — Tous les producteurs de films réalisés au Canada en 2009 qui ont généré des revenus de millions de dollars et créé des milliers d'emplois.

Site de l'année

Allstream Centre

Dure à croire qu'un lieu appelé dans les années 1920 L'Immeuble de l'automobile (Automotive Building) ait été converti en un centre de congrès écologique. Site de l'année, l'Allstream Centre est le centre de congrès le plus récent de Toronto, proposant aux planificateurs des espaces respectueux de l'environnement pouvant accueillir des groupes de 50 à 3 000 personnes. Comptant 20 salles de réunions et la salle de bal la plus large à Toronto, dépourvue de colonnes (43 900 pieds carrés), l'Allstream Centre est situé en bordure du lac Ontario, à l'Exhibition Place. Conçu comme le premier centre de congrès LEED Argent (Leadership in Energy and Environmental Design) au Canada, il offre des salles dénuées de tissu, un recours à des énergies 100 % écologiques, un éclairage naturel, un service traiteur dont la nourriture est locale et biologique, un système de ventilation et de climatisation sophistiqué, un programme de recyclage avancé, une connexion Internet Wifi et un contrôle de la température propre à chaque salle. Les accomplissements écologiques ne sont pas passés inaperçus. Le centre a déjà été primé à deux reprises depuis son ouverture en octobre 2009 par l'Ontario Building Envelope Council (porté sur l'extérieur des immeubles), qui lui a décerné le prix de Distinction for Design, puis par la Toronto Construction Association, qui lui remit le prix de Best of the Best dans la catégorie Project Accomplishment. L'Allstream Centre reçoit aujourd'hui le prix de Tour de l'industrie dans la catégorie Site de l'année pour son design écologique, tout en ayant fait figure de pionnier dans un contexte économique difficile, alors que d'autres sites ne se sont contentés que d'un entretien régulier.

Sur le Web : www.allstream.com

2nd favori — L'International Centre de Mississauga (Ontario). En ces temps économiques difficiles, en plus des services qu'il offre aux planificateurs d'événements, le centre s'investit davantage au niveau corporatif et social au sein de sa communauté.

Bureau de tourisme de l'année

Tourisme Laval

Quel défi pour un bureau de tourisme et des congrès que de promouvoir sa région et stimuler les courants d'affaires pour ses membres ! Chaque bureau développe sa stratégie en fonction des marchés qu'il souhaite attirer. En ce qui concerne le marché des réunions et congrès, c'est Tourisme Laval qui remporte le titre d'Association touristique régionale de l'année. Vantant les mérites de ses membres, c'est surtout l'entrain avec lequel Tourisme Laval propose ses offres et ses programmes touristiques bâtis autour des atouts de ses partenaires. Mais c'est avant tout en comprenant les besoins spécifiques des planificateurs d'événements et en y répondant avec piquant et originalité que le bureau s'est taillé une place indéniable dans notre industrie. Se voulant accueillante, la ville de Laval possède des avantages que son bureau des congrès a su intégrer avec imagination dans les nombreux programmes destinés à la découverte de la région et au développement des affaires. Sans lésiner sur la créativité de son offre et les investissements de ses employés, Tourisme Laval a su maintenir et même améliorer son image d'association dynamique et très réactive aux besoins du marché. Établie sur un créneau qu'elle maîtrise bien (À en juger par la panoplie d'outils de planification gratuits développés au profit des organisateurs de congrès), Tourisme Laval entend poursuivre ses efforts.

> *Nous voulons simplifier la vie des planificateurs et les aider à rentabiliser leurs événements.*
>
> Andrée Courteau,
> Présidente-Directrice générale

Sur le Web : www.tourismelaval.com

2nd favori — Le bureau de tourisme et des congrès Destination Winnipeg fait preuve de dynamisme en restant ouvert à de nouveaux projets, tout en demeurant très créatif.