



Bulletin de veille Tourisme d'affaires

Mai 2023



Rappel des thématiques

- 1 Tendances, enjeux et perspectives globales du secteur affaires
- 2 Produit
- 3 Clientèle
- 4 Destination

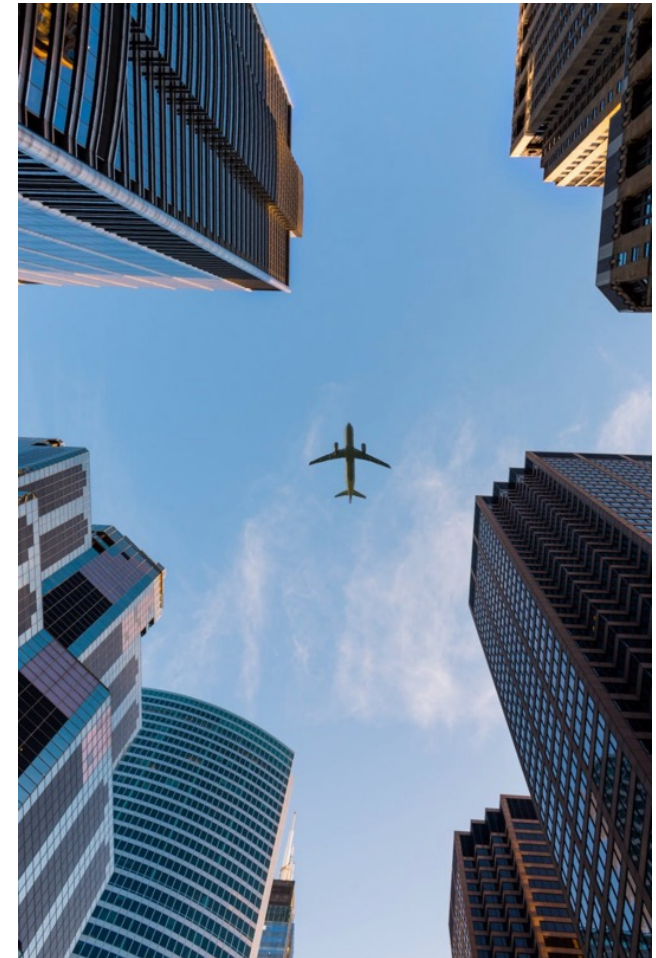
1

Tendances, enjeux et perspectives globales du secteur affaires

Perspectives : Europe, États-Unis et Canada

En février 2023, la firme [Deloitte](#) a effectué un sondage auprès de 334 gestionnaires de voyage d'affaires américains et européens afin d'analyser les perspectives du secteur. D'après les résultats, le rebond des voyages d'affaires suit des trajectoires similaires aux États-Unis et en Europe. Les déplacements professionnels internationaux continuent de croître; les répondants américains s'attendent à ce que la part des frais de voyage internationaux passe de 21% (2022) à 33% en 2023; les gestionnaires européens s'attendent à une part de 32% en 2023. Les événements en présence constituent un important moteur de croissance. Plus de la moitié des répondants s'attendent à ce qu'ils stimulent le secteur.

Selon la [Global Business Travel Association](#) (GBTA), les perspectives pour le Canada s'avèrent elles aussi encourageantes, avec des prévisions de croissance des dépenses pour le secteur de l'ordre de 32% en 2023, soit l'équivalent de 20,1 milliards de dollars américains. La destination canadienne devrait retrouver son niveau pré-pandémique, en termes de dépenses, en 2025.



Source: [pexels](#)

Actions pour accélérer la transition durable

La [Strategic Alliance of the National Convention Bureaux of Europe](#) (SANCBE), un réseau comprenant 29 organisations nationales de marketing, vise à renforcer la position de l'Europe en tant que destination pour les événements d'affaires internationaux. L'organisme s'est récemment questionné à propos de comment les centres de congrès peuvent tirer parti de leur influence pour accélérer la transition durable dans le secteur. Voici quelques actions tirées de son [livre blanc](#) portant sur le sujet :

- Élaborer des outils de référence pratiques pour soutenir les centres de congrès dans leur prise de décisions quotidiennes.
- Mettre en valeur et partager des cas concrets de bonnes pratiques.
- Créer une plate-forme en ligne qui répertorie toutes les informations, ressources et formations en lien avec les événements durables.
- Établir un système favorisant le partage de connaissance auprès des clients sur des thèmes touchant l'alimentation durable, la mobilité, la gestion des déchets et d'autres domaines pertinents.

La SANCBE croit que l'industrie des événements d'affaires a une [occasion](#) unique de contribuer aux efforts mondiaux d'atténuation et d'adaptation aux changements climatiques.



Source: [SANCBE](#)

2

Produit

Utilisation de ChatGPT dans le secteur événementiel

Depuis sa sortie en novembre 2022, [ChatGPT](#) (Generative Pre-Trained Transformer) provoque une onde de choc dans plusieurs [secteurs](#) d'activités. Bien que l'usage de l'intelligence artificielle (IA) soit de plus en plus courant auprès des professionnels en événementiel (*chatbot*, traduction, analyse de données, etc.), l'IA utilisée par ChatGPT suscite une attention particulière.

ChatGPT est une IA spécialisée dans le dialogue et qui appartient à la catégorie LLM (Large Language Models), aussi appelée Generative AI. Plusieurs organisations l'intègrent afin d'améliorer leur efficacité, notamment pour effectuer des séances de remue-méninges, générer des réponses à des demandes d'informations récurrentes, accélérer certains processus de création, analyser les commentaires laissés sur les médias sociaux, etc. Lorsqu'interrogé par le e-magazine [Bizbash](#) à propos de son utilité pour le secteur, voici ce que ChatGPT a répondu:



Event professionals can use ChatGPT in a variety of ways to improve their workflow and the attendee experience at events. Some examples include:

1. Automated FAQs: Event professionals can use ChatGPT to create an automated chatbot that can answer frequently asked questions from attendees. This can help reduce the workload of event staff and improve the attendee experience by providing them with quick and accurate information.
2. Personalized recommendations: Event professionals can use ChatGPT to provide personalized recommendations to attendees based on their interests and preferences. For example, the model can suggest sessions or networking opportunities that align with an attendee's specific interests.
3. Event schedule creation: Event professionals can use ChatGPT to generate an event schedule based on certain criteria such as speaker availability and session popularity.
4. Event feedback: Event professionals can use ChatGPT to create surveys and collect feedback from attendees. The model can then analyze the feedback and generate a report with insights for the event professionals.
5. Content generation: Event professionals can use ChatGPT to generate event-related content such as descriptions, summaries, and agendas.
6. Speaker bios: Event professionals can use ChatGPT to generate speaker bios, which will save time and reduce errors.

Please note that the above examples are use cases, and it is important to keep in mind that the model is only as good as the training data you give it.

Source: [Bizbash](#)

3

Clientèle

Mieux comprendre les besoins des associations

L'International Congress and Convention Association (ICCA) a interrogé 177 associations afin de comprendre l'évolution de leurs [besoins](#) en événementiel. Voici quelques [faits saillants](#) des résultats :

- Les réunions et événements d'affaires constituent la plus importante source de revenus des associations interrogées (46% des répondants affirment que c'est la principale source de revenus).
- La tendance est aux événements en personne. Plus de la moitié (51%) indiquent même qu'elles tiendront leur plus grande réunion en personne en 2023 (contre 41% en 2022 et 14% en 2021).
- Un peu moins de la moitié des associations mentionnent qu'elles modifieront leurs appels d'offres prochainement. La majorité intégrera des options hybrides et numériques, des composantes durables et des legs.
- Une grande majorité (83%) organise des événements plus durables, bien qu'elles ne se trouvent pas au même niveau dans cette transition.

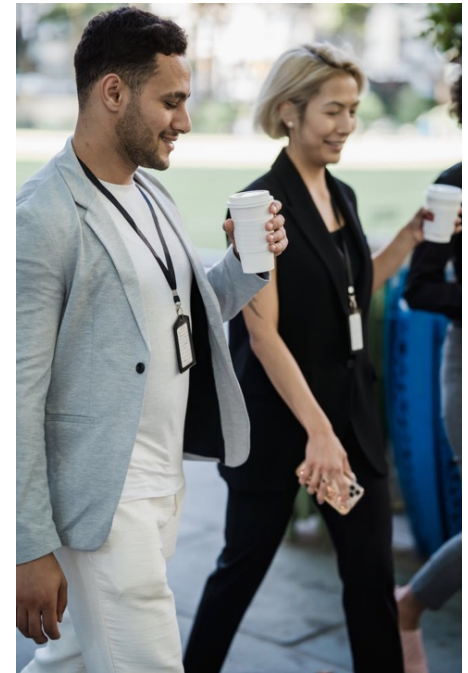


Source : [pexels](#)

Évolution des comportements des voyageurs d'affaires

Les résultats d'un [sondage](#) effectué par HVS Convention, Sports & Entertainment et Access Intelligence auprès de 357 voyageurs d'affaires américains, indiquent quelques changements de comportement de cette clientèle suite à la pandémie de COVID-19.

- **Durée** : les données suggèrent que les participants de tous types d'événement d'affaires sont plus susceptibles de prolonger la durée de leur séjour pour des motifs de loisirs ou d'agrément.
- **Composition du groupe** : voyager avec des membres de la famille ou des amis devient également une pratique plus courante. Ces clientèles, qui accompagnent les voyageurs d'affaires, entraînent davantage de dépenses et pourraient avoir un impact positif sur l'économie locale des villes accueillant des événements d'affaires.
- **Hébergement** : la location de logements à court terme (ex. Airbnb) s'avère de plus en plus populaire auprès de ce segment, ce qui entraîne d'importantes conséquences pour l'industrie hôtelière qui doit adapter ses stratégies pour faire face à ce type d'offres concurrentes.
- **Motivation** : le réseautage constitue la principale raison pour laquelle les gens souhaitent assister à des événements professionnels en personne.
- **Influence** : l'intérêt pour une destination s'avère le principal facteur qui influence la décision de se déplacer ou non.



Source : [pexels](#)

4

Destination

Inclusivité : le cas du WorldPride de Sydney en Australie

Lors du processus de candidature visant l'obtention de l'événement [WorldPride 2023](#), les organisateurs ont sélectionné l'Australie, et plus particulièrement la ville de [Sydney](#), car elle a su démontrer son [engagement](#) en termes de durabilité, d'accessibilité, de diversité, d'équité et d'[inclusion](#).

Le Centre de congrès de Sydney ([ICC Sydney](#)) a ainsi accueilli la plus grande conférence mondiale portant sur les droits de l'homme pour les communautés LGBTQIA+ dans la région Asie-Pacifique. Les responsables ont pris soin d'apporter des modifications au lieu afin de répondre aux besoins des participants. Par exemple, ils ont intégré une signalisation non genrée pour les salles de bain et converties des salles de réunion en des salles sensorielles ou encore des espaces de bien-être donnant accès à des ressources professionnelles en santé mentale.

Les peuples aborigènes étaient également mis à l'honneur dans divers éléments de l'événement. Par exemple, chaque journée débutait par une cérémonie de « Bienvenue dans le pays », qui visait à reconnaître les terres ancestrales et à honorer les peuples qui les ont occupées.

L'événement a engendré divers legs, notamment l'engagement du gouvernement fédéral australien à verser 3,5 millions de dollars australiens au Fonds mondial pour l'égalité.



Source : [WorldPride](#)

À qui revient la décision du choix des legs?

Les villes et destinations qui accueillent des événements d'affaires devraient occuper un rôle d'accompagnateur lorsque vient le moment de déterminer un legs. Il reviendrait donc aux associations et organismes à but non lucratif locaux de voir à la réalisation de ce legs. Voilà la [conclusion](#) du [livre blanc](#) rédigé par Hague & Partners Convention Bureau.

D'après la recherche effectuée par les auteurs, pour qu'un legs soit véritablement concrétisé, il doit être au cœur de la mission et des stratégies mises en place d'une association ou d'un organisme à but non lucratif plutôt qu'être limité à un événement spécifique. Il revient donc aux organismes le rôle de définir leurs objectifs, leurs besoins et leurs souhaits en vue d'offrir un legs qui procurera une valeur à long terme auprès de leurs membres et des communautés qu'ils desservent.



Source : [The Hague & Partners Convention Bureau](#)



Abonnez-vous à notre bulletin

[S'inscrire ici](#)



Écrivez-nous

chaire.tourisme@uqam.ca | veilletourisme.ca



Merci !