Un tableau du secteur canadien des réunions en 2006

Maritz RESEARCH

Le Conference Board du Canada
Pour y voir clair

MPI FONDATION CANADA

Le présent rapport est un sommaire de l'Étude sur les retombées économiques du secteur des réunions au Canada. Pour obtenir de plus amples renseignements sur le rapport complet, veuillez consulter le site Web www.mpiweb.org.

En 2006, le secteur canadien des réunions a organisé 671 000 réunions, accueilli 70,2 millions de participants, créé l'équivalent de 235 000 emplois à l'année et provoqué des dépenses directes de 32,2 milliards de dollars de (dont 23,3 milliards de dollars dépensés par les participants des réunions, et 8,9 milliards de dollars, par des commanditaires et des intervenants qui n'ont pas pris part aux réunions), selon une étude capitale réalisée à la demande de la Meeting Professionals International Foundation Canada (MPIFC).

L'étude réalisée par Maritz Research Canada et le Conference Board du Canada a satisfait à l'une des promesses capitales à l'origine de la campagne de mise de fonds qui a conduit à la création de la MPIFC. Cette étude a été la première qui a mesuré l'activité économique entourant les réunions tenues au Canada, à partir des réponses à un sondage en profondeur données par les organisateurs de réunions, les gestionnaires d'installations, les exposants, les conférenciers et les délégués.

Cette étude a aussi été la première à tenir compte de la nouvelle méthode de mesure économique du tourisme, élaborée par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) afin de calculer l'activité économique d'un secteur qui s'imbrique dans de nombreuses branches d'activité différentes de l'économie. L'OMT a publié son rapport en novembre 2006, avec la participation de Meeting Professionals International (MPI), de Reed Travel Exhibitions et de l'International Congress and Convention Association (ICCA). On espère qu'avec le temps, l'adoption de cette méthode par les gouvernements et les organismes internationaux aidera à instituer un secteur des réunions bien défini qui, par les emplois et les recettes fiscales qu'il fournit et par son incidence éducative, contribue à l'économie mondiale.

RÉUNIONS AU CANADA EN 2006	
Nombre total de réunions	671 000
Nombre total de participants	70,2 millions
Emplois à l'année (équivalent)	235 500
Dépenses directes	32,2 milliards de dollars

Pourquoi les retombées économiques sont-elles importantes?

Les professionnels des réunions savent que les clients accordent rarement de l'importance à ce qu'ils ne peuvent pas mesurer. C'est pourquoi les retombées économiques sont devenues l'une des normes par excellence pour démontrer qu'une profession ou un secteur est assez bien développé et bien implanté pour être pris au sérieux

par les clients et les employeurs,

par les économistes et les statisticiens dont la recherche informe la politique publique,

par les décideurs au sein de tous les ordres de gouvernement.

Il est cependant plus difficile de mesurer les retombées économiques du secteur des réunions que celles d'autres secteurs. Cela est attribuable au fait que les biens, les services et le savoir-faire qui entrent dans une réunion réussie s'étendent sur de nombreuses branches d'activité différentes de l'économie et risquent de ne pas toujours être inclus dans le calcul des retombées économiques du secteur des réunions.

- Un hôtel complet à l'occasion d'un congrès en ville peut offrir, la semaine suivante, 80 p. 100 de ses chambres à des voyageurs d'agrément.
- Une installation pour les événements spéciaux qui accueille 100 mariages par an fait partie du secteur des réunions pour les 15 à 20 banquets qu'elle reçoit pendant la même période.
- Un fleuriste, un boucher, un studio de photographie ou un petit fournisseur d'un autre domaine peut compter sur les réunions pour la stabilité de ses recettes annuelles. Ces entreprises ne sont pas considérées comme faisant partie du secteur des réunions, mais leurs honoraires et frais doivent tout de même être inclus dans les dépenses totales annuelles consacrées aux réunions.
- Les frais des participants qui assistent à une réunion dans leur propre communauté feraient partie incontestablement de l'économie liée aux réunions, mais ne seraient jamais considérés comme des dépenses touristiques.

Créer un modèle économique

Les professionnels des réunions ont une expérience directe des retombées économiques qu'engendrent les réunions qu'ils organisent et fournissent. Nombre d'entre eux peuvent mettre en évidence les sommes qu'ils dépensent et les emplois que leurs réunions créent dans les communautés où elles ont lieu, au Canada et dans le monde entier.

Toutefois jusqu'à présent, la majorité de ce que l'on a su des dépenses encourues pour les réunions était fondée sur l'expérience des personnes qui travaillent aux avant-postes. Si riche et variée soit-elle, cette expérience a été traitée comme une foule d'anecdotes par les intervenants de haut niveau, dont les décisions ouvrent des portes ou écartent des possibilités pour les professionnels des réunions. Le Canada n'avait pas de données économiques sur la taille et la portée des activités du secteur des réunions et ce n'est qu'à présent que le secteur mondial des réunions dispose d'une méthode de mesure recommandée, qui a été élaborée par l'OMT.

Pour toute personne chargée de mesurer les retombées de l'industrie touristique, les défis auxquels fait face le secteur des réunions ne sont pas nouveaux. Le tourisme est maintenant reconnu comme étant l'un des principaux moteurs de l'économie mondiale, mais cela n'a pas toujours été le cas. Il y a bien des années, les chercheurs dans le domaine du tourisme savaient que cette industrie engendrait d'énormes retombées économiques – à l'échelle locale, nationale et planétaire. Ces retombées n'étaient pas faciles à déterminer – la difficulté que constituaient la définition et la mesure de tous les visiteurs ainsi que le rassemblement des données sur leurs dépenses

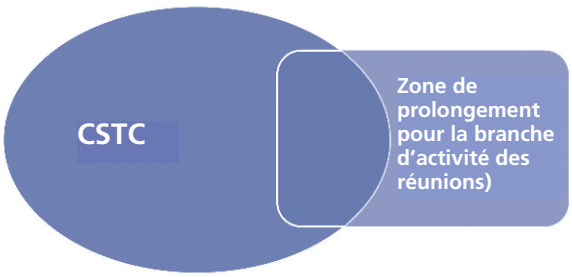
et les recettes engrangées par la multitude d'entreprises qui servaient ces visiteurs exigeait la création et la mise en œuvre d'une nouvelle structure de comptabilité spécialement conçue.

En 2001, après plus d'une décennie de recherche et de négociations, l'industrie touristique a conçu et mis au point un Compte satellite du tourisme (CST), qui définissait précisément la totalité des activités

Créer un modèle économique

économiques liées au tourisme. L'économie des réunions étant confrontée aux mêmes types de difficultés en matière de mesure, les organismes de réunions ont compris que le moyen le plus prometteur de définir la contribution économique de leur secteur résidait dans une approche semblable. Grâce à l'achèvement de l'étude de la Meeting Professionals International Foundation Canada (MPIFC), le secteur des réunions se rapproche un peu plus de l'objectif d'obtenir un prolongement du CST pour la branche d'activité des réunions, un prolongement qui réunisse tous les différents éléments des dépenses des réunions – au sein du tourisme et au-delà.

Figure 1 - Lien entre le Compte satellite du tourisme du Canada (CSTC) et les prolongements pour la branche d'activité des réunions.



Un dialogue mondial

L'Étude sur les retombées économiques du secteur des réunions au Canada a coïncidé avec la décision de l'OMT d'élaborer et de recommander une méthode pour mesurer la valeur économique de la branche d'activité des réunions dans les économies nationales. Les recommandations de l'OMT ont été publiées à la fin 2006, juste à temps pour la conception de la méthode de cette étude. En 2007, une série de projets pilotes nationaux a été lancée par l'entremise de l'OMT, dans le cadre des Global Meetings Initiatives (GMI), pour l'acquisition d'une expérience concrète du procédé de mesure.

Le moment n'aurait pas pu être mieux choisi pour le secteur canadien des réunions et pour MPI dans son ensemble. La Meeting Professionals International Foundation Canada (MPIFC) a été la première à terminer une étude qui, bien que différente des GMI, a cherché à tenir compte de la méthode recommandée par l'OMT. De plus, la synchronisation des projets pilotes permet d'échanger des idées avec les chercheurs de plusieurs autres pays et de débattre avec eux des enseignements tirés. Entre-temps, l'influence combinée de ces études attirera l'attention internationale sur l'importance que revêtent la mesure et la compréhension des retombées économiques du champ d'activité des réunions. Cette impulsion nous rapprochera du jour où les réunions seront considérées comme un important moteur économique dans le monde.

Réunions en 2006

671 000 réunions

En 2006, 1 517 installations ont accueilli 671 000 réunions au Canada.

Sur ce nombre total de réunions, 476 900, soit plus de 75 p. 100, ont eu lieu dans des hôtels ou des centres de villégiature, 147 400, dans des installations pour les événements spéciaux, 24 000, dans des installations spécialisées, et 22 400, dans d'autres types d'Installations.

Près de 60 p. 100 de toutes les réunions tenues au Canada, soit 391 000, ont été regroupées dans la catégorie « Autres réunions d'affaires ». Et, en plus de 126 000 conférences, congrès et assemblées, les professionnels canadiens des réunions ont planifié et fourni 12 000 réunions de motivation, 11 000 salons professionnels et expositions commerciales et 7 000 salons à l'intention des consommateurs.

RÉUNIONS			PAR TYPE D'INSTALLATIONS			
	Nombre total de réunions	Pourcentage du total	Installations spécialisées	Hôtels et centres de villégiature	Installations pour événements spéciaux	Autres installations
Conférences, congrès et assemblées	126 000	18,8 %	3 800	105 400	14 800	2 200
Salons et expositions à l'intention des consommateurs	7 000	1 %	900	4 400	1 000	300
Salons professionnels et expositions commerciales	11 000	1,6 %	1 000	8 100	1 400	500
Réunions de motivation	12 000	1,8%	400	9 100	1 100	1 100
Autres réunions d'affaires	391 000	58,3%	12 800	300 700	62 700	15 300
Autres réunions	124 000	18,5%	5 100	49 200	66 600	3 000
TOTAL	**671 000**	**100%**	**24 000**	**476 900**	**147 400**	**22 400**

[Remarque : Tous les chiffres qui figurent dans le présent rapport ont été arrondis. Les totaux peuvent différer de la somme des postes.]

Réunions en 2006

70,2 millions de participants

Les 70,2 millions de personnes qui ont assisté aux réunions tenues au Canada en 2006 comprenaient 66,5 millions de délégués, 452 000 exposants et 3,3 millions de conférenciers professionnels ou d'autres personnes rémunérées.

Le nombre de personnes qui a pris part à chaque réunion allait de 10 – participation minimale selon la définition d'une réunion, établie par la MPIFC – à des dizaines de milliers. Bien que la plus grande proportion de réunions se trouve dans la catégorie « Autres réunions d'affaires », les conférences, congrès et assemblées et les salons à l'intention des consommateurs ont attiré, en tout, une plus grande affluence.

Les caractéristiques des différents types de réunions ont aussi eu tendance à déterminer les installations choisies pour la tenue des réunions. Les hôtels et les centres de villégiature ont attiré le plus grand nombre de participants de conférences, de congrès, d'assemblées, de réunions de motivation et d'« Autres réunions d'affaires », mais ce sont les installations spécialisées qui se sont taillé la part du lion parmi les participants des salons professionnels et des salons à l'intention des consommateurs.

	Conférences, congrès et assemblées	Salons et expositions à l'intention des consommateurs	Salons professionnels et expositions commerciales	Réunions de motivation	Autres réunions d'affaires	Autres réunions	Total
Nombre total de participants	23 103 900	15 653 600	3 719 500	4 109 000	15 546 800	8 122 700	70 255 500
Pourcentage du total	33 %	22 %	5 %	6 %	22 %	12 %	100 %
Par type d'installations							
Installations spécialisées	6 765 000	14 570 000	2 522 300	289 900	3 343 500	3 926 700	31 417 500
Hôtels et centres de villégiature	15 360 200	953 300	953 900	3 011 800	9 658 900	2 579 700	32 517 800
Installations pour les événements spéciaux	694 300	100 400	170 100	400 500	2 021 500	1 546 900	4 933 800
Autres installations	284 300	29 900	62 300	406 800	522 900	69 400	1 375 600
Par lieu de provenance							
Local	12 616 000	9 461 100	1 938 300	1 078 200	8 661 000	6 606 300	40 360 900
Ailleurs à l'intérieur de la province	6 424 600	2 667 100	593 200	1 681 900	4 913 400	293 800	16 574 000
Ailleurs au Canada	3 387 700	2 994 500	755 300	1 043 100	1 772 100	929 400	10 882 100
À l'étranger	675 600	530 900	432 700	305 800	200 300	293 200	2 438 500

Réunions en 2006

Tous les types de réunions

- Parmi les participants de tous les types de réunions, 32,5 millions ont assisté à des activités dans des hôtels ou des centres de villégiature, 31,4 millions, dans des installations spécialisées, et 4,9 millions, dans des installations pour les événements spéciaux.
- Les lieux de provenance de 40,4 millions de participants (57,5 p. 100) se trouvaient à moins de 40 km des lieux des réunions, ceux de 16,6 millions (23,6 p. 100) étaient dans les provinces où se déroulaient les réunions, ceux de 10,9 millions (15,5 p. 100), au Canada, et ceux de 2,4 millions (3,4 p. 100), à l'étranger.

Conférences, congrès et assemblées

- Sur les 23,1 millions de personnes qui ont participé à des conférences, à des congrès et à des assemblées, 15,4 millions y ont pris part dans des hôtels ou des centres de villégiature, et 6,8 millions, dans des installations spécialisées.
- Les lieux de provenance de 12,6 millions de participants des conférences, des congrès et des assemblées (54,6 p. 100) se trouvaient à moins de 40 km des lieux de ces réunions, ceux de 6,4 millions (27,8 p. 100) étaient dans les provinces où se déroulaient ces réunions, ceux de 3,4 millions (14,7 p. 100), au Canada, et ceux des autres 675 600 participants (2,9 p. 100), à l'étranger.

Salons et expositions à l'intention des consommateurs

- Parmi les 15,7 millions de participants des salons et des expositions à l'intention des consommateurs, 14,6 millions y ont pris part dans des installations spécialisées, 953 300, dans des hôtels et des centres de villégiature, et 100 400, dans des installations pour les événements spéciaux.
- Les lieux de provenance de 9,5 millions de participants des salons à l'intention des consommateurs (60,5 p. 100) se trouvaient à moins de 40 km des lieux de ces salons, ceux de 2,7 millions (17 p. 100) étaient dans les provinces où se déroulaient ces salons, ceux de près de 3 millions (19,1 p. 100), au Canada, et ceux de 530 900 (3,4 p. 100), à l'étranger.

Salons professionnels et expositions commerciales

- Sur les 3,7 millions de personnes qui ont participé à des salons professionnels et à des expositions commerciales, 2,5 millions y ont pris part dans des installations spécialisées, 953 900 dans des hôtels et des centres de villégiature, et 170 100, dans des installations pour les événements spéciaux.
- Les lieux de provenance de 1,9 million de participants de salons professionnels (52,1 p. 100) se trouvaient à moins de 40 km des lieux de ces salons, ceux de 593 200 (16 p. 100) étaient dans les provinces où se déroulaient ces salons, ceux de 755 300 (20,3 p. 100), au Canada, et ceux de 432 700 (11,6 p. 100), à l'étranger.

Réunions en 2006

Réunions de motivation

- Parmi les 4,1 millions de participants des réunions de motivation, 3 millions ont pris part à ces réunions dans des hôtels et des centres de villégiature, 400 500, dans des installations pour les événements spéciaux, et 289 900, dans des installations spécialisées.

- Les lieux de provenance de 1,1 million de participants des réunions de motivation (26,2 p. 100) se trouvaient à moins de 40 km des lieux de ces réunions, ceux de 1,7 million (41 p. 100) étaient dans les provinces où se déroulaient ces réunions, ceux de 1 million (25,4 p. 100), au Canada, et ceux de 305 800 (7,4 p. 100), à l'étranger.

Autres réunions d'affaires

- Dans la vaste catégorie des autres réunions d'affaires qui a attiré près de 15,6 millions de participants, 9,7 millions d'entre eux ont assisté à ces réunions dans des hôtels et des centres de villégiature, plus de 3,3 millions, dans des installations spécialisées, et 2 millions, dans des installations pour les événements spéciaux.

- Les lieux de provenance de près de 8,7 millions de participants des autres réunions d'affaires (55,1 p. 100) se trouvaient à moins de 40 km des lieux de ces réunions, ceux de 4,9 millions (31,4 p. 100) étaient dans les provinces où se déroulaient ces réunions, ceux de 1,8 million (11,5 p. 100), au Canada, et ceux de 200 300 (1,3 p. 100), à l'étranger.

Autres réunions

- Sur les plus de 8,1 millions de personnes qui ont participé aux diverses réunions classées dans la catégorie « Autres réunions », 3,9 millions y ont pris part dans des installations spécialisées, 2,6 millions dans des hôtels et des centres de villégiature, et près de 1,6 million, dans des installations pour les événements spéciaux.

- Les lieux de provenance de plus des quatre cinquièmes des participants d'« Autres réunions » – 6,6 millions ou 81,3 p. 100 – se trouvaient à moins de 40 km des lieux de ces réunions, ceux de 293 800 (3,6 p. 100) étaient dans les provinces où se déroulaient ces réunions, ceux de près de 929 400 (11,4 p. 100), au Canada, et ceux de 293 200 (3,6 p. 100), à l'étranger.

Réunions en 2006

Des dépenses de 32,2 milliards de dollars

Les réunions tenues au Canada en 2006 ont généré des dépenses de 32,2 milliards de dollars (23,3 milliards de dollars dépensés par les participants des réunions, et 8,9 milliards de dollars, par les commanditaires et les intervenants qui n'ont pas participé aux réunions), dont 7,5 milliards de dollars produits par les activités locales des réunions. Les dépenses moyennes les plus élevées ont été effectuées par les délégués dont les lieux de provenance étaient les plus éloignés des lieux des réunions et par les délégués qui ont assisté aux salons professionnels. Les délégués étrangers qui ont pris part aux salons professionnels, suivis de très près par les visiteurs étrangers qui ont assisté aux conférences, aux congrès ou aux assemblées, ont fait les plus fortes dépenses par personne.

Dépenses moyenne par délégué

	LIEU DE PROVENANCE DU DÉLÉGUÉ				
TYPE DE RÉUNIONS	LOCAL	À L'INTÉRIEUR DE LA PROVINCE	À L'EXTÉRIEUR DE LA PROVINCE	À L'EXTÉRIEUR DU PAYS	MOYENNE GLOBALE
Conférence	128 $	326 $	763 $	1,781 $	341 $
Consommateurs	266 $	372 $	383 $	1,426 $	346 $
Professionnels	520 $	260 $	1,059 $	1,799 $	742 $
Motivation	589 $	246 $	772 $	1,398 $	555 $
Autres affaires	100 $	241 $	471 $	1,651 $	212 $
Autres réunions	119 $	196 $	310 $	382 $	154 $

Réunions en 2006

Les dépenses directes

Les dépenses directes de tous les participants ont représenté 23,3 milliards de dollars (72 p. 100) des dépenses totales des réunions. Sur cette somme, 21,7 milliards de dollars provenaient des délégués,1,2 milliard de dollars, des exposants, et 391 millions de dollars, des conférenciers professionnels. Parmi ces trois groupes de participants, les délégués et les conférenciers ont effectué les plus fortes dépenses en prenant part aux conférences, aux congrès ou aux assemblées, tandis que les exposants ont fait plus de 58 p. 100 de leurs dépenses en participant aux salons à l'intention des consommateurs.

Dépenses totales par type de participants et par type de réunions

	PARTICIPANTS			
TYPE DE RÉUNIONS	DÉLÉGUÉS	EXPOSANTS	CONFÉRENCIERS	TOTAL
Conférence	7 121 390 000 $	203 096 000 $	253 385 000 $	7 577 871 000 $
Consommateurs	5 320 338 000 $	702 751 000 $	7 368 000 $	6 030 457 000 $
Professionnels	2 635 328 000 $	230 355 000 $	10 784 000 $	2 876 467 000 $
Motivation	2 269 106 000 $	-	4 554 000 $	2 273 660 000 $
Autres affaires	3 103 425 000 $	63 219 000 $	99 487 000 $	3 266 131 000 $
Autres réunions	1 224 302 000	406 000 $	15 463 000 $	1 240 171 000 $
Tous les types de réunions	21 673 889 000 $	1 199 827 000 $	391 041 000 $	23 264 757 000 $

Réunions en 2006

Toutefois, ces dépenses par participant représentent moins des trois quarts des dépenses de 32,2 milliards de dollars occasionnées par les réunions. La nouvelle méthode élaborée, qui a été utilisée dans le cadre de cette étude, a permis de déterminer la « demande totale » des réunions au Canada et d'y intégrer les dépenses d'achat ou de locations de fournitures, d'installations et de services professionnels faites par les non-participants, qui font toutes partie intégrante d'une réunion réussie.

Parmi les principaux éléments du total de 32,2 milliards de dollars figuraient:

- les dépenses de 12,3 milliards de dollars des participants pour des services touristique comme les services de restauration, l'hébergement et le transport;
- les dépenses de 5,6 milliards de dollars pour les frais d'inscription, dont 2,3 milliards de dollars (41,1 p. 100) ont été payés par les participants locaux, 2,6 milliards de dollars (46,1 p. 100), par les participants du Canada, et 714 millions de dollars (12,8 p. 100), par les participants de l'étranger;
- les dépenses de 6,7 milliards de dollars des non-participants pour les commandites et pour les autres fais et contributions des intervenants des réunions;
- les dépenses totales de 7,6 milliards de dollars des participants et des non-participants pour des biens et des services produits ou fournis par d'autres secteurs d'activité que ceux du tourisme et des réunions.

CATÉGORIE DE DÉPENSES	DÉPENSES POUR DES BIENS OU DES SERVICES	TOUS LES PARTICIPANTS	NON-PARTICIPANTS (COMMANDITAIRES ET AUTRES INTERVENANTS)	DEMANDE TOTALE
BIENS ET SERVICES POUR LES RÉUNIONS				
	Frais d'inscription	5 586 000 000 $		5 586 000 000 $
	Autres frais et contributions pour les réunions		6 706 000 000 $	6 706 000 000 $
BIENS ET SERVICES TOURISTIQUES				
Transport		3 644 000 000 $		3 644 000 000 $
Hébergement		3 194 000 000 $		3 194 000 000 $
Restauration		3 773 000 000 $		3 773 000 000 $
Autres biens et services touristiques		1 658 000 000 $		1 658 000 000 $
AUTRES BIENS ET SERVICES	(« Autres » biens et services liés au tourisme ou aux réunions)	5 410 000 000 $	2 212 000 000 $	7 622 000 000 $
DÉPENSES TOTALES POUR LES RÉUNIONS		23 265 000 000 $	8 918 000 000 $	32 183 000 000 $

Réunions en 2006

L'analyse détaillée des dépenses effectuées pour les réunions brosse le tableau d'une vaste entreprise; elle accole des chiffres exacts à l'éventail des besoins des organisateurs et aux différentes expériences des participants. De plus, elle explique la complexité de la recherche que nécessite l'établissement de la valeur des dépenses réalisées pour les réunions.

Dans la « demande totale » des réunions, l'ensemble des dépenses en biens et en services touristiques a atteint 12,3 milliards de dollars, dont près de 3,8 milliards de dollars (3,8 p. 100) en services de restauration, plus de 3,6 milliards de dollars (29,7 p. 100) en transport et 3,2 milliards de dollars (26 p. 100) en hébergement. Ces trois catégories principales combinées représentent 86,5 p. 100 des biens et des services touristiques achetés pour les réunions.

Dans le domaine du transport, les deux plus grandes catégories ont été le transport aérien, où les dépenses se sont élevées à près de 1,5 milliard de dollars (40,1 p. 100), et le carburant pour les véhicules, où les dépenses ont atteint plus de 1,2 milliard de dollars (33,3 p. 100). Cela signifie que plus des trois quarts des services de transport achetés pour les réunions au Canada sont à la merci des brusques augmentations des coûts des carburants et étroitement liés au besoin urgent, au sein du secteur des réunions et de tous les secteurs économiques, d'une réduction rapide dans le bilan carbone et dans différents facteurs de l'empreinte environnementale.

Regard sur les dépenses occasionnées par l'organisation des réunions

Les dépenses qu'entraîne l'organisation des réunions montrent dans quelle mesure les dépenses provoquées par les réunions se répercutent sur l'ensemble de l'économie. En 2006, les points saillants ont été les suivants:

- près de 2 milliards de dollars de frais de gestion versés aux organisateurs de réunions;
- 959,3 millions de dollars de coûts d'équipement, de production et techniques;
- 644,3 millions de dollars de frais d'audiovisuel et d'aménagement;
- 629,4 millions de dollars de frais d'administration;
- 430,1 millions de dollars de frais de décor;
- 391 millions de dollars pour les conférenciers principaux et autres participants rémunérés;
- 357,7 millions de dollars de frais d'impression;
- 341,9 millions de dollars de frais de publicité et de promotion;
- 178,7 millions de dollars de frais de divertissement;
- 173,4 millions de dollars pour les entreprises de gestion de réunions et agence réceptive de tourisme d'affaires;
- 166,3 millions de dollars de frais de cadeaux et de prix;
- 120,5 millions de dollars pour les services et les promotions sur Internet et basés sur le Web;
- 84,8 millions de dollars pour les sacs, articles et cadeaux publicitaires remis aux délégués;
- 24 millions de dollars de frais d'expédition;
- près de 13 millions de dollars de frais d'assurance.

Réunions en 2006

Dépenses occasionnées par l'organisation des réunions

	DÉPENSES
BIENS ET SERVICES	
Location des installations	753 063 000 $
Restauration	2 935 629 000 $
Frais d'équipement de production et techniques	959 301 000 $
Administration	629 436 000 $
Publicité et promotion des réunions	341 889 000 $
Tous les services et promotions sur Internet et basés sur le Web	120 498 000 $
Conférenciers principaux et autres participants	391 043 000 $
Assurance	12 949 000 $
Autres coûts pour les installations	112 953 000 $
Entreprises de gestion des réunions et de tourisme réceptif	173 417 000 $
Impression	357 697 000 $
Agences de recrutement de travailleurs temporaires	87 437 000 $
Personnel des sociétés (restauration, voyage et hébergement)	246 123 000 $
Audiovisuel et aménagement	644 259 000 $
Décor	430 145 000 $
Divertissements	178 676 000 $
Cadeaux et prix	166 256 000 $
Expédition	23 961 000 $
Dépenses des commanditaires	48 415 000 $
Articles remis aux délégués (sacs, cadeaux publicitaires, etc.)	84 811 000 $
Transport (pour l'organisation seulement – et non celui des délégués)	274 619 000 $
Hébergement (pour l'organisation seulement – et non celui des délégués)	368 546 000 $
Produits des commissions pour l'organisation des réunions ou frais de gestion des clients	1 942 845 000
Autres dépenses	820 098 000
DÉPENSES TOTALES	**12 104 066 000**

Réunions en 2006

Regard sur les dépenses des participants

Cette liste de dépenses, qui déborde la liste des dépenses dont on tient compte habituellement pour les réunions, montre l'ampleur de l'activité économique que génèrent les participants des réunions, parfois accompagnés d'amis ou de membres de la famille : elle comprend les dépenses touristiques provoquées par les réunions, allant des achats dans les supermarchés aux billets de cinéma, en passant par les compétitions sportives, les visites touristiques ainsi que le golf, le cyclisme, le canoéisme et le kayakisme.

TOUS LES TYPES DE RÉUNIONS	DÉLÉGUÉS	EXPOSANTS	CONFÉRENCIERS	TOTAL
Dépenses totales	21 673 887 000 $	1 199 825 000	391 043 000 $	23 264 754 000 $
Dépenses totales en frais d'inscription aux réunions (y compris les éléments facultatifs)	5 102 012 000	483 984 000 $	-	5 585 995 000 $
Hébergement	2 863 734 000 $	167 122 000 $	162 663 000 $	3 193 519 000 $
Magasinage (par ex., souvenirs, vêtements, produits de toilette, etc.)	1 811 893 000 $	21 765 000 $	285 000 $	1 833 943 000 $
Voyages à long parcours (entre les villes ou localités où vivaient les participants et les villes où les réunions ont eu lieu; par ex., le transport aérien, en train ou en autocar ou bien les coûts des carburants pour les participants qui ont utilisé leur véhicule)	2 946 425 000 $	47 027 000 $	78 761 000 $	3 072 213 000 $
Transport local ou sur court parcours (dans les villes ou localités des réunions ou pour les excursions à l'extérieur de ces villes ou localités; par ex., les taxis, le transport en commun local, le train, l'autobus ou la location d'automobiles)	1 745 453 000 $	7 515 000 $	6 943 000 $	1 759 911 000 $
Nourriture et boisons des restaurants des cafés et des bars	3 667 997 000 $	16 913 000 $	88 211 000 $	3 773 121 000 $
Nourriture et boissons des magasins de détail (par ex., supermarchés)	1 095 797 000 $	105 103 000 $	32 692 000 $	1 233 591 000 $
Divertissements et loisirs (par ex., théâtre, cinéma, compétitions sportives, golf, cyclisme, canoéisme ou kayakisme)	1 147 242 000 $	5 567 000 $	-	1 152 809 000 $
Excursions (par ex., visites des villes)	536 211 000 $	6 109 000 $	-	542 320 000 $
Autres dépenses	757 123 000 $	338 720 000 $	21 488 000 $	1 117 332 000 $

Réunions en 2006

235 500 emplois à l'année

Les dépenses de 32,2 milliards de dollars occasionnées par les réunions en 2006 ont généré l'équivalent de 235 500 emplois à l'année. En outre, les données indiquent que les réunions sont une très bonne source de création d'emplois dans d'autres secteurs de l'économie : sur les 235 500 emplois ainsi générés, 31 900 (13,5 p. 100) seulement se situaient dans le secteur des réunions.

- Sur ces 31 900 emplois générés au Canada dans le secteur des réunions, 16 000 se trouvaient aux installations des réunions, et 15 900, chez les organisateurs de réunions.
- Les réunions ont soutenu 141 900 emplois à l'année dans le secteur touristique, dont 53 000 dans le secteur de la restauration, 43 400 dans celui de l'hébergement, 21 800 dans celui du transport, 17 800 dans celui des divertissements et des loisirs et 5 900 dans celui des services de voyage.

CONTRIBUTION ÉCONOMIQUE DU SECTEUR DES RÉUNIONS – EMPLOIS (EN MILLIERS D'EMPLOIS À L'ANNÉE)	
Retombées directes	235,5
Retombées indirectes	195,8
Retombées induites	152,2
Contribution économique totale	583,5

- Les réunions ont aussi généré 61 800 emplois à l'année dans d'autres secteurs que le secteur touristique.

La création d'emplois est l'un des domaines dont on calcule souvent les retombées économiques afin d'y inclure les retombées indirectes des dépenses d'un secteur chez les fournisseurs des biens et des services qu'il lui faut (la « chaîne d'approvisionnement »), et les retombées induites, soit l'argent des traitements et des salaires des employés dépensé en nourriture, en logement et en biens et en services personnels et pour les ménages (des biens et des services en dehors de la « chaîne d'approvisionnement »). Le secteur des réunions ne fait pas exception : en 2006, chaque emploi direct à l'année dans ce secteur a soutenu 1,48 emploi dans d'autres secteurs de l'économie canadienne.

En plus des 235,500 emplois à l'année dans les secteurs des réunions, du tourisme et d'autres secteurs, les réunions ont soutenu 195 800 emplois supplémentaires, sous la forme de retombées indirectes, et 152 200 emplois de plus, sous la forme de retombées induites, ce qui porte en tout à 583 500 l'équivalent d'emplois à l'année.

Les totaux révèlent un secteur qui crée des emplois à raison d'un poste équivalent à l'année par tranche de dépenses directes de 55 155 dollars pour les réunions.

Réunions en 2006

71,1 milliards de dollars de production industrielle

Il existe une autre façon de mesurer les retombées directes, indirectes et induites d'un secteur d'activité. Elle consiste à examiner sa production industrielle. La production industrielle a trait au niveau « brut » de production économique et, en conséquence, mène à des chiffres de retombées plus élevés que ceux d'autres mesures de la contribution économique « nette » (comme le PIB). En 2006 au Canada, les réunions ont eu des retombées économiques directes de 32,2 milliards de dollars et des retombées indirectes et induites 20,2 milliards de dollars et 18,7 milliards de dollars respectivement, ce qui porte la production totale à 71,1 milliards de dollars. Cela signifie que chaque dollar dépensé pour les réunions en 2006 a produit une retombée de 1,21 dollar dans un autre secteur de l'économie.

CONTRIBUTION ÉCONOMIQUE DU SECTEUR DES RÉUNIONS – PRODUCTION DU SECTEUR DES RÉUNIONS (EN MILLIONS DE DOLLARS)	
Retombées directes	32 183 $
Retombées indirectes	20 208 $
Retombées induites	18 697 $
Contribution économique totale	71 088 $

5,7 milliards de dollars de recettes fiscales directes et $14,6 milliards de dollars de retombées fiscales totales

Les industries qui veulent sérieusement documenter leurs retombées économiques omettent rarement de mesurer les recettes fiscales qu'elles produisent pour les gouvernements fédéral, provinciaux ou territoriaux, et municipaux.

• En 2006, les réunions ont procuré des recettes directes de 2,9 milliards de dollars au gouvernement fédéral, de 2,4 milliards de dollars aux provinces et de près de 355 millions de dollars aux municipalités, soit en tout 5,7 milliards de dollars.

• Les réunions ont produit 1,2 milliard de dollars d'impôt direct sur le revenu, 732 millions de dollars de contributions directes de sécurité sociale, 985 millions de dollars de taxe fédérale directe sur les produits et services (TPS), 864 millions de dollars de taxes directes de vente provinciales, près de 1,2 milliard de dollars sous la forme d'autres taxes et frais de service fédéraux et provinciaux, 320 millions de dollars d'impôt des sociétés et 355 millions de dollars de taxes municipales directes.

Le calcul des retombées économiques indirectes et induites mène au total de 14,6 milliards de dollars de retombées fiscales :

• En 2006, les réunions ont procuré des recettes totales (des retombées directes, indirectes et induites) de 7,3 milliards de dollars au gouvernement fédéral, de 6,2 milliards de dollars aux provinces et près de 1,1 milliard de dollars aux municipalités, soit un total de 14,6 milliards de dollars.

• Les réunions ont produit en tout 3,8 milliards de dollars d'impôt sur le revenu, 2,1 milliards de dollars de contributions de sécurité sociale, 1,9 milliard de dollars de taxe fédérale sur les produits et services (TPS), près de 1,7 milliards de dollars de taxes de vente provinciales et près de 3 milliards de dollars de sous la forme d'autres taxes fédérales et provinciales.

La fin du début

La perspective d'une étude pancanadienne sur les retombées économiques du secteur des réunions a été l'un des éléments essentiels à l'origine de la campagne de mise de fonds qui a conduit à la création de la Meeting Professionals International Foundation Canada. La Fondation est fière d'avoir maintenant rempli cette promesse.

La publication du présent rapport n'est cependant pas la fin, mais véritablement la fin du début. Après trois ans de recherche et de développement de projet, la prochaine étape consiste à relier les résultats du projet aux activités commerciales courantes que les chiffres représentent.

- **L'ampleur même du champ d'activité des réunions au Canada démontre que ces réunions ne se produisent pas par hasard et ne peuvent pas être organisées par une personne sur le coin de son bureau.**
  Les résultats de l'étude mettent en évidence que les professionnels des réunions offrent des services remarquables fondés sur un vaste ensemble de connaissances, qui peuvent être liés maintenant au Canada à 235 500 emplois directs à l'année et à 348 000 emplois à l'année indirects ou induits.

- **Les dépenses de 32,2 milliards de dollars consacrées aux réunions se répercutent en cascade sur les petites et grandes entreprises de tout le pays.**
  Au canada et ailleurs, les professionnels des réunions ont déployé souvent des efforts considérables pour démontrer l'utilité de leur travail et se faire une place à la taille de leurs compétences, de leurs responsabilités et de leur jugement stratégique. Pour les membres individuels de MPI Canada, les résultats de l'étude démontrent l'importance des réunions, en tant que source de recettes, d'emplois et de valeur, d'une façon qui se traduit facilement au niveau d'un organisateur de réunions ou d'un gestionnaire des ventes de congrès.

- **La décision de créer au Canada un modèle de comptabilité économique adapté aux réunions, qui est fondé sur le cadre du Compte satellite du tourisme, pourrait avoir des effets d'une portée considérable pour les professionnels des réunions et l'ensemble de l'économie.**
  Une comptabilité fiable des réunions permet de mieux reconnaître ce champ d'activité comme étant un moteur de l'économie, tout comme la mise en application du CST l'a fait pour le tourisme. Le résultat final de cette recherche sera que les gouvernements fédéral, provinciaux et locaux reconnaissent l'importance des réunions et fassent en sorte que les politiques maximisent les retombées du secteur des réunions en considérant ce secteur comme un catalyseur du savoir, de l'action et de l'activité économique.

Le recensement, la mesure et le résumé de tous les aspects économiques des réunions dispersés dans l'économie canadienne et profondément ancrés dans nombre d'autres transactions et processus industriels ont constitué un travail monumental. Pourtant, il est possible que les plus grands effets de cette étude soient de jeter les bases de recherches plus poussées. Pendant tout le projet, la MPIFC et ses partenaires ont été très conscients d'avoir entrepris de mesurer les réunions au Canada en fonction de ce qu'elles consomment, plutôt que ce qu'elles produisent.

La fin du début

C'était une première étape essentielle. Mais, comme tous les professionnels des réunions comprenant véritablement la mission de leur champ d'activité le disent, le rendement du capital investi dans une réunion bien exécutée est de loin supérieur à son coût. Selon la réunion et son objet, ce rendement peut être défini par un niveau plus élevé des ventes, un plus haut degré de formation ou de sensibilisation, un élargissement des réseaux professionnels ou l'apport de changements importants à une politique ou à une méthode. Quels qu'ils soient, les résultats d'une réunion réussie devraient toujours cependant représenter plusieurs fois la valeur des moyens mis en œuvre pour cette réunion. L'association de chiffres concrets et solides à cette observation sera un objet de recherche difficile, mais extrêmement utile à l'avenir.

Pour le moment, c'est avec cette vision que l 'analyse des retombées économiques se rattache à un aspect privilégié plus général de MPI, la responsabilité sociale d'entreprise (RSE). Le chiffre de 32,2 milliards de dollars représente des dépenses considérables et une raison de célébrer, mais aussi une obligation professionnelle pour le secteur des réunions.

Ce projet visait à mesurer les dépenses associées aux réunions au Canada. Toutefois, les résultats de l'étude font aussi ressortir la possibilité pour les professionnels des réunions d'avoir une influence sur le cours des choses – grâce à des pratiques durables sur le plan de l'environnement et à la prestation des meilleurs programmes d'apprentissage pour les adultes. Et ce faisant, l'étude souligne l'obligation éthique qui revient à ces professionnels d'exercer leurs activités de façon à tenir compte des trois aspects essentiels que sont les personnes, la planète et le profit. En dehors des limites de cette étude, il apparaît que les professionnels du secteur canadien des réunions s'alignent rapidement sur ce nouvel impératif, et cette étude sur les retombées économiques indique tout ce qu'ils peuvent espérer réaliser en le faisant.

Méthode : Mode de réalisation de l'étude

Conformément à la méthode de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), cette étude définit une réunion comme étant un rassemblement d'au moins 10 personnes, pendant au moins quatre heures dans une installation qui a été réservée, qui « se réunissent en un lieu » afin de « s'entretenir ou de s'acquitter d'une activité particulière ». Toutes les définitions laissent de côté des activités et celle-ci ne fait pas exception. L'étude de l'OMT présente cependant l'avantage de permettre de comparer les résultats du Canada avec ceux des réunions d'autres pays, à condition que ces pays utilisent des méthodes comparables.

Cette étude a été réalisée en quatre phases :

Phase I: Mesure des recettes et du volume des réunions du côté de l'offre, basée sur un sondage en profondeur effectué auprès de 220 gestionnaires d'installations et de 284 organisateurs de réunions de l'organisation et indépendants.

Phase II: Mesure des dépenses occasionnées par les réunions du côté de la demande, basée sur un sondage mené auprès de 1 520 délégués locaux, du Canada, des États-Unis et de l'étranger, recrutés dans les panels de consommateurs en ligne et auxquels se sont ajoutés 69 exposants et conférenciers qui ont répondu à un sondage en ligne.

Phase III: Utilisation du modèle économique pour extrapoler les contributions économiques directes (dépenses, emplois, recettes fiscales et salaires) des réunions au Canada, en se fondant sur les résultats des recherches des phases I et II.

Phase IV: Analyse économique standard pour estimer les retombées économiques indirectes et induites du secteur des réunions.

Il nous a fallu l'aide d'une collectivité : merci à nos commanditaires

La Meeting Professionals International Foundation Canada tient à remercier ses commanditaires de leurs généreuses contributions qui ont permis de réaliser cette étude, ses amis et collègues du secteur canadien des réunions, de leurs réponses détaillées au sondage qui ont donné de la substance à l'étude, les consultants, de leur détermination qui a animé l'étude, et ses collègues du siège central de MPI, dont le soutien indéfectible a rendu cette étude possible. Sous bien des aspects, ce cheminement a été beaucoup plus long que le proverbial mille milles (1 600 kilomètres), mais c'est enthousiasmant de voir le nouveau début qui découlera de ce travail.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'Étude sur les retombées économiques du secteur des réunions au Canada, veuillez consulter le site Web www.mpiweb.org.

© Copyright 2008
Meeting Professionals International, Dallas, TX, U.S.A

All rights reserved.

Le Conference Board du Canada
Pour y voir clair