

Événements d'affaires de Destination Canada : Se diriger vers la nouvelle normalité

RÉSUMÉ DU PLAN RELATIF À LA COVID-19 : RÉPONSE, REPRISE ET RÉSILIENCE

Nous sommes en territoire inconnu alors que nous faisons face à la première pandémie mondiale à se produire à l'ère de la connectivité élargie. Le segment des événements d'affaires a toujours été un secteur réactif intimement lié aux voyages internationaux et à l'économie mondiale. Évidemment, tous les segments de notre industrie (événements d'entreprises, d'associations et de motivation) ont été touchés par la crise. Tous les intervenants des segments des événements d'affaires partagent la conviction que l'industrie va rebondir. Il ne s'agit pas de savoir *si*, mais *quand*. Nous devons comprendre quels segments reviendront en premier ainsi que la *façon* dont l'industrie des événements évoluera. Notre feuille de route à long terme nous permettra de nous adapter à la nouvelle réalité. Notre plan de reprise souple nous aidera à tenir compte des nouvelles réalités d'affaires au fur et à mesure que nous les découvrirons. En tant qu'organisme de recherche et de marketing de destination du Canada, nous devons donner le ton et montrer la voie à l'industrie, grâce à notre approche en trois phases : **réponse**, **reprise** et **résilience**.

Réponse (maintenant) : Nous concentrons principalement nos efforts sur la collecte et l'analyse de données, pour avoir une idée plus précise des répercussions de la pandémie de COVID-19 sur l'industrie des événements d'affaires. Nous investissons aussi du temps dans la réalisation d'études de marché, pour mieux comprendre nos marchés. Une campagne de marketing limitée et alignée sur la marque aide le Canada à demeurer une destination de prédilection, pour de futurs clients, et à reprendre graduellement le contact avec ses clients actuels.

Objectifs :

- a) *Fournir des communications et des renseignements clairs et utiles à l'industrie.*
- b) *Comprendre nos marchés, grâce à une étude approfondie des marchés, des clients potentiels et des secteurs.*
- c) *Reprendre graduellement le contact avec les clients et transmettre de nouveau le message de la marque.*
- d) *Recueillir et diffuser des données intégrées pour aider l'industrie à prendre des décisions.*

Reprise : Pour éviter les chevauchements et apporter une valeur ajoutée à nos partenaires, notre équipe mettra l'accent sur une stratégie globale et axée sur les secteurs. Lorsque nous détecterons des signes de reprise, nous déploierons de nouveau des efforts de développement commercial et nous organiserons des campagnes de marketing pour clamer le slogan *Canada. Le cœur grand ouvert* à l'industrie mondiale des événements d'affaires.

Objectifs :

- a) *La stratégie de l'équipe des Événements d'affaires doit tenir compte des changements dans l'industrie et des analyses des grappes et secteurs économiques à l'échelle mondiale.*
- b) *Prévoir pour une bonne rapidité et la bonne envergure : les programmes doivent respecter des échéanciers condensés et transmettre des messages respectueux.*
- c) *Encourager les planificateurs et les décideurs à planifier des événements d'affaires au Canada lorsqu'il est possible d'en organiser en toute sécurité.*
- d) *Diriger les activités de recherche, d'élaboration de rapports et d'analyse des données pour faciliter le processus de reprise.*
- e) *Notre marque Canada. Le cœur grand ouvert montre au monde entier que nous avons tourné la page.*

Résilience : Notre stratégie relative aux secteurs économiques actualisée à l'échelle mondiale – orientée par une multitude d'études de marché et d'évaluations de clients potentiels – nous aidera à établir une feuille de route des grappes et secteurs économiques mondiaux résilients. Elle nous aidera à trouver de nouvelles occasions d'événements d'affaires et à renforcer l'économie canadienne, grâce à la croissance à venir de ces secteurs résilients. Notre stratégie intégrée pour les événements d'affaires nous aidera à attirer des événements d'entreprises, d'associations et de motivation, grâce à une approche globale axée sur les secteurs économiques et harmonisée avec les secteurs économiques prioritaires du Canada.

Objectifs :

- a) *Comblent les pertes d'affaires liées à des activités annulées en offrant de nouvelles occasions d'affaires, grâce à une approche globale et ciblée par secteur économique, pour mieux faire connaître le Canada à notre public cible à l'échelle mondiale.*

- b) *Organiser des campagnes de marketing novatrices à l'intention des planificateurs et décideurs, pour raconter l'histoire du leadership et du capital de savoir du Canada.*
- c) *Développer et faire évoluer un modèle de production de rapports de recherche, pour fournir de précieuses données et observations à nos partenaires et favoriser la reprise des activités.*
- d) *Renforcer la capacité de l'industrie à faire face à de nouvelles difficultés.*

L'approche adoptée pour faire face aux conséquences de la COVID-19 aura une incidence sur l'avenir des événements d'affaires au Canada. Notre industrie continuera d'évoluer, et nous continuerons à faire preuve de souplesse, à réagir rapidement et à peaufiner nos stratégies en fonction de l'évolution de notre secteur. Nous pouvons utiliser les ressources de Destination Canada pour nous assurer que nous ne nous contentons pas de survivre à cette crise, mais que nous en sortons plus fort. Nous pouvons atteindre cet objectif en investissant dans la recherche et le marketing, ainsi qu'en tirant parti de notre stratégie relative aux secteurs économiques. Nous allons leur montrer ce que nous entendons par le slogan **Canada. Le cœur grand ouvert.**

Mise à jour : 4 mai 2020