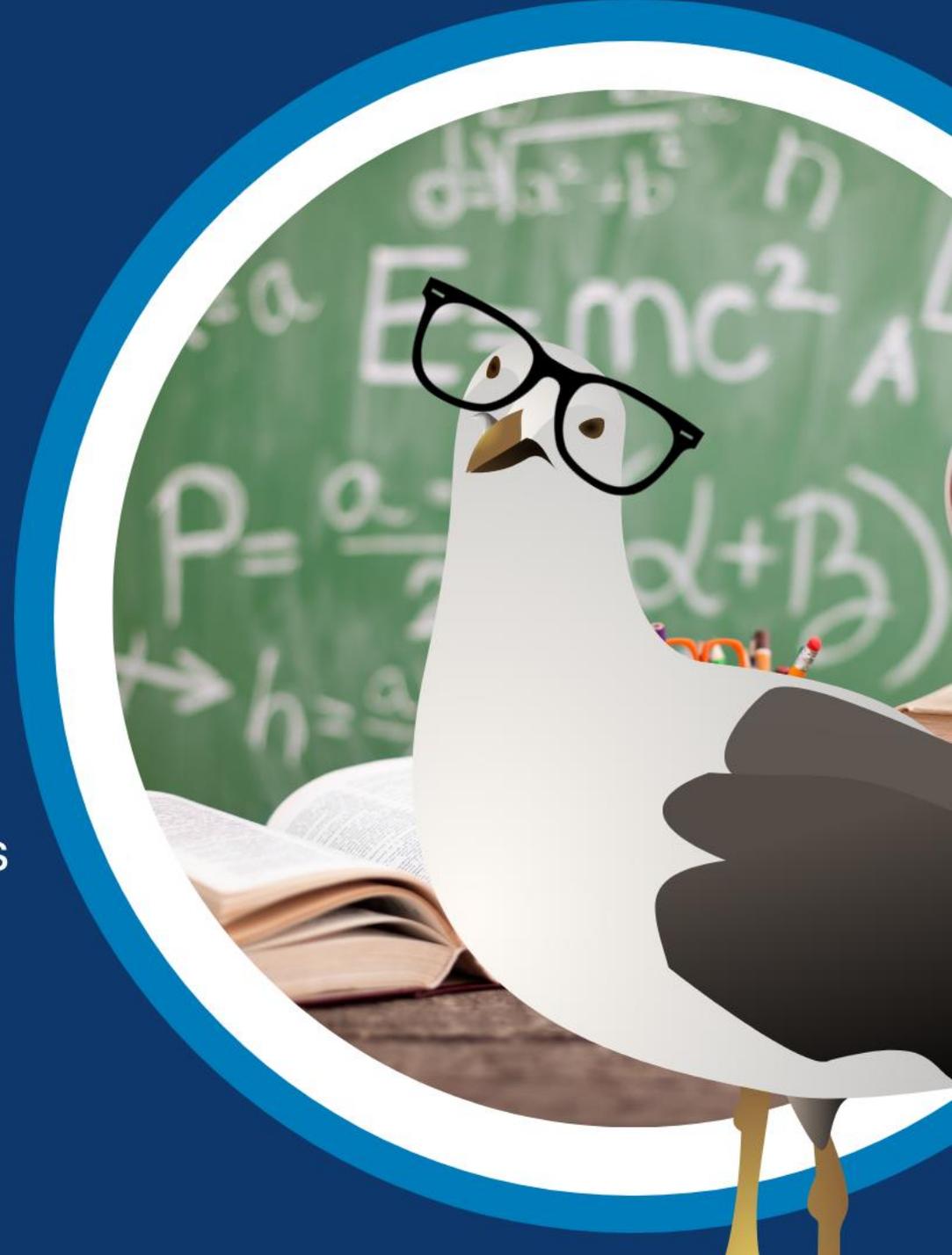




Webinaire

« Bienvenue Québec à Rivière-du-Loup :
Une opportunité de vous faire connaître auprès
du réseau de distribution des voyages »

Webinaire du jeudi 24 avril 2025



Bienvenue Québec 2025, Rivière-du-Loup



- **Lieu** : Hôtel Universel de Rivière-du-Loup
- **Quand** : 27 au 29 octobre 2025
- **Ordre du jour du webinaire:**
 - Le Québec maritime c'est quoi?
Marie-Eve Lagacé (5 min)
 - Introduction au réseau de distribution des voyages
Étienne Fiola (5 min)
 - Présentation de Bienvenue Québec
François-Jean Viel, Bienvenue Québec (40 min)
 - Aides financières disponibles (5 min)
 - Période de questions (5 min)



Le Québec maritime, c'est quoi?

Une **destination touristique** composée de 4 régions unies entre elles par un atout commun : la mer!



Le Québec maritime, c'est quoi?

C'est aussi un **programme de commercialisation hors Québec**
pour les **entreprises** de ces 4 régions touristiques



Notre budget annuel

1,4 M \$

+

1 M \$

Partenaire principal



Développement
économique Canada

Canada Economic
Development

Canada

BAS-
SAINT-
LAURENT
Prendre le temps



Parcs
Canada

Parks
Canada

TOURISME
GASPÉSIE

TOURISME
CÔTE NORD
ENTRE NATURE ET DÉMESURE

TOURISME ÎLES DE LA
Madeleine

Sépaq

PALairlines
COMPAGNIE AÉRIENNE

Entreprises qui participent à notre programme de commercialisation hors Québec (près de 200) et qui investissent avec nous dans les campagnes publicitaires

4 grands volets



Relations de presse



**Marketing et
campagnes
promotionnelles**



**Réseau de distribution
des voyages**



**Structuration
de l'offre**

Stratégie marketing 2023-2027



STRATÉGIE MARKETING 2023-2027

Le Québec maritime, un programme de commercialisation hors Québec pour les entreprises des régions touristiques du **Bas-Saint-Laurent**, de la **Gaspésie**, de la **Côte-Nord** et des **Îles de la Madeleine**

Notre vision



Faire du Québec maritime une destination connue et reconnue pour son patrimoine maritime incroyable, sa nature généreuse et accessible en toute saison, ainsi que pour ses gens fiers d'habiter, de mettre en valeur et de partager leur coin de pays avec des voyageurs de tout horizon.

Nos ambitions



Favoriser un meilleur **étalement saisonnier**

Concentrer nos efforts pour améliorer notre force de frappe

Renforcer nos **connaissances stratégiques** des marchés

Participer aux efforts de **structuration de l'offre** de nos régions

Demeurer **agiles** dans un environnement changeant

Accentuer l'image d'une **destination effervescente**

Attirer une clientèle plus sensible aux enjeux du **tourisme durable et responsable**

S'assurer que nos communications s'adressent à des **personnes de tout horizon**

Nos objectifs marketing



REGAGNER les parts de marché perdues depuis 2020 en raison de la pandémie en matière de volume de touristes en provenance de nos marchés cibles

CONTRIBUER à l'augmentation de la **durée moyenne des séjours** dans les régions du Québec maritime

VISER une **croissance des dépenses touristiques** de la clientèle hors Québec comparable à celle observée à l'échelle de l'ensemble du Québec

Nos canaux de communication



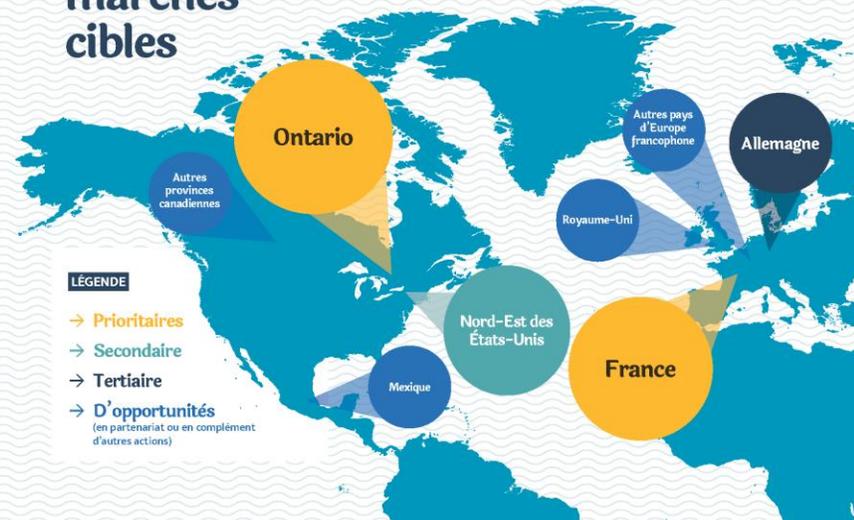
Pour rejoindre les voyageurs et les convaincre de visiter nos régions, nous travaillons sur 3 fronts :

B2C
Campagnes publicitaires et placement de contenus

B2B
Relations avec le réseau de distribution des voyages

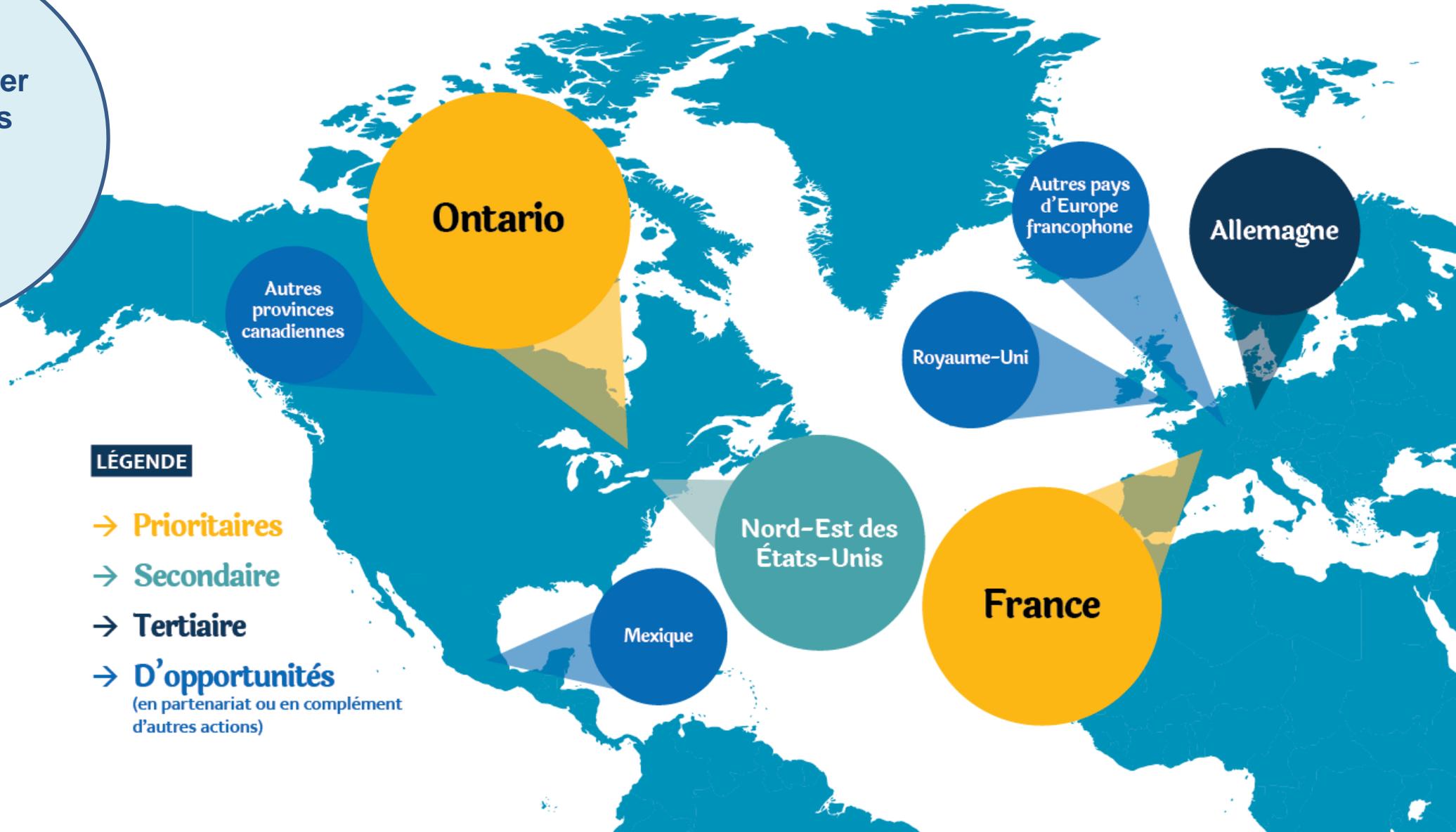
B2M
Relations de presse et réseaux d'influence

Les marchés cibles



Les marchés cibles

Toujours avec le souci de **concentrer nos efforts sur les marchés les plus porteurs** afin d'améliorer notre force de frappe!



LÉGENDE

- **Prioritaires**
- **Secondaire**
- **Tertiaire**
- **D'opportunités**
(en partenariat ou en complément d'autres actions)

Qu'est-ce que le réseau de distribution des voyages?

Des intermédiaires qui vendent les produits et services des entreprises touristiques aux consommateurs.

Il comprend les agences de voyages, les voyagistes, les agences réceptives, les grossistes, les agences de voyages en ligne (OTA) et autres plateformes.



Recours aux agences de voyages et aux agences de voyages en ligne (O.T.A.) pour un voyage au Canada

Plus le marché est éloigné physiquement ou culturellement, plus le pourcentage est important.



France 70 %



Allemagne 76 %



États-Unis 63 %



Canada

Extérieur de sa province 42 %

Dans la même province 21 %



Types de clientèle



Individuelle (FIT)

Free Independent Traveller

- Personnes seules, couples, familles, multigénérationnel, amis, etc.
- Forfait **prémonté** ou **sur mesure**
- **Autotour**
- **Inclusions** variables :
Avion, hébergement, location d'auto, repas, activités, attrait, etc.

Groupes

- 8 à 56 passagers
- Circuit **prémonté** ou **sur mesure** (Ad Hoc)
- Groupes d'individuels regroupés (GIR), scolaire, clubs sociaux, etc.
- Thématiques ou spécialisations variées :
Haut de gamme, culinaire, retraités, plein air, tourisme d'aventure, etc.
- Circuits proposés en **départs garantis ou non** ou en **séries**

Structure traditionnelle



- Voyages Gendron (QC)
- Club Voyage (QC)
- DeNure Tours (ON)
- Agences Club Med (FR)

- Marco Vasco (FR)
- KUONI (FR)
- CANUSA (Allemagne)
- Globus (USA)

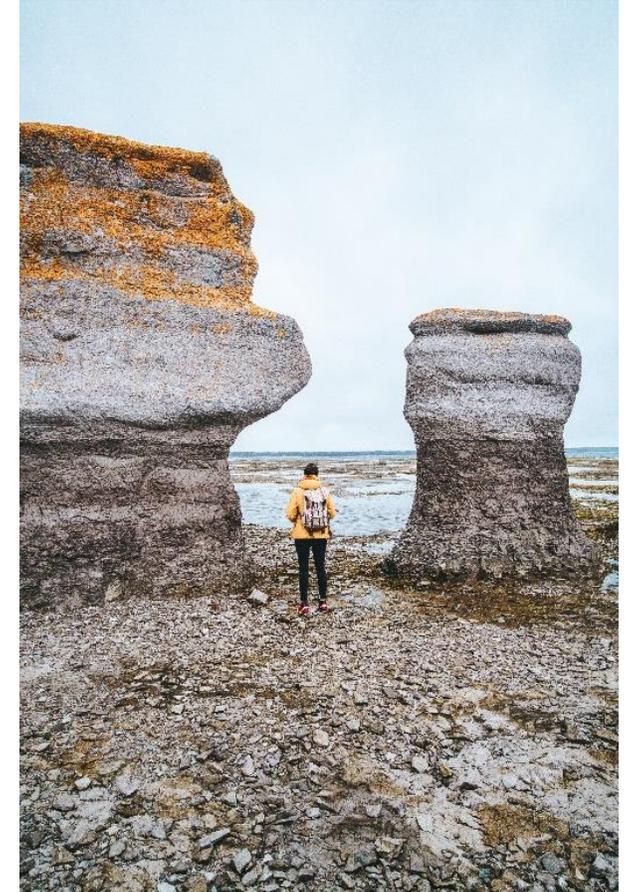
- Toundra Voyages
- Jonview Canada
- Canadvac
- Misa Tours
- Go West

- Attraits
- Hôtels
- Restaurants
- Activités

- Plus un marché est proche, moins il y a d'intervenants nécessaires (ex: Québec et Ontario)
- Une compagnie peut être présente dans plus d'un niveau de la chaîne de distribution
 - Exemples : Transat, Groupe Voyage Québec, Authentik Canada, etc.

Avantages pour votre entreprise

- Permet **l'allongement de la saison** avec des voyageurs en juin, septembre et octobre
- Permet d'**atteindre des clients** ne disposant pas suffisamment de **temps** ou de **connaissances** pour monter leur propre voyage
- Permet la **diversification des clientèles** (locale, nationale et internationale) en atteignant les marchés éloignés
- Offre une certaine **prévisibilité** dans son achalandage, car réservation longtemps d'avance et non dépendante de la météo





BIENVENUE QUÉBEC

Du 27 au 29 octobre 2025, Rivière-du-Loup, Québec

Une occasion de vous faire connaître auprès du réseau de distribution des voyages.

FRANÇOIS JEAN VIEL

- **1^{ER} BIENVENUE QUÉBEC**

Tél. : 647-502-1161

francois@vielmarketing.com

www.vielmarketing.com

- Réceptif, École de langue, Office du tourisme, Tourisme Québec et Viel Marketing International, Inc.

- **VMI**

- Représentation
- Partage des coûts pour des bourses touristiques avec d'autres fournisseurs
- Formation
- Marketing



BIENVENUE QUÉBEC

- **HISTORIQUE**
- **MISSION (BUTS)**
- **DIFFÉRENCE ENTRE BOURSE ET EXPOSITION**
- **PRÉPARATION AVANT LA BOURSE**
 - Conditions
 - Inscription
 - Formation
- **PRÉPARATION DU MATÉRIEL**
 - *Avant le 15 mai – début des inscriptions.*
 - *Avant le 15 septembre – sélection des demandes*
- *de rendez-vous*
 - *Après le 14 octobre – horaire des rendez-vous.*
- **PENDANT LA BOURSE**
- **APRÈS LA BOURSE**
- [HTTPS://BIENVENUEQC.COM/DATES-CLES/](https://bienvenueqc.com/dates-cles/)

BIENVENUE  **QUÉBEC**

FÉDÉRATION
DES TRANSPORTEURS
PAR AUTOBUS 

HISTORIQUE

- **1989 - PREMIER BIENVENUE QUÉBEC**

- Fédération des transporteurs par autobus

- Rencontre entre

- ▶ Les clients des autocaristes (agences de voyages, groupes de retraités) et les fournisseurs du Québec

- ▶ Séminaires

- ✓ Une journée.

- Rencontre entre

- ▶ Les clients des autocaristes et voyageurs du Québec et les fournisseurs

- ▶ Début de la prise des rendez-vous

- ✓ Deux jours.

- Rencontre entre

- Les voyageurs du Québec et hors Québec et les fournisseurs

- ▶ Groupes et F.I.T.'s

- ▶ Trois jours.

- ▶ Embauche d'une personne pour faire le recrutement des voyageurs

- Rencontre entre voyageurs nationaux et internationaux et les fournisseurs.

BOURSE, SALON, FOIRE, EXPOSITION...

- **BOURSE**

- Bourse Touristique
- Salon Professionnel
- Événement touristique
- Trade Show
 - ≠ Salon commerciale, foire commerciale, exposition

- **DIFFÉRENCES**

- Rendez-vous et sans rendez-vous
- Voyageurs, agences de voyages, agences en ligne
 - ≠ consommateurs

- Sans décor et avec décor
- Vendeurs se déplacent, acheteurs assis
- Planification
 - Préparation plus longue pour une bourse
 - ▶ Étude des profils de vente
 - Préparation des décors pour une foire commerciale ou exposition.

- **HORAIRE**

- Bourse – durant la semaine
 - ▶ 9 h à 17 h
- Exposition – durant la fin de semaine
 - ▶ 10 h à 21 h

- **AVANTAGES**

- B2B
- Réseau
 - Créer des partenariats et occasions d'affaires
 - Présentation de nouvelles offres, destinations, technologies
 - Échanges et informations
 - Négociation et contrats
- Garantie à long terme.

- **INCONVÉNIENTS**

- Beaucoup de préparation
- Demande la même personne pour un certain temps....

- Investir ± 3 ans avant de voir des retombées.
- Tarifs prêts 1 ou 2 ans à l'avance
- Respecter les tarifs et le réseau
- Apprendre le jargon du domaine

- **CONDITIONS**

- Bilinguisme
- Web site en anglais et français
- Ouvert à recevoir des éductours (fam tours)

- **MISSION**

- Permettre aux acheteurs de rencontrer des fournisseurs de produits et services touristiques du Québec, de l'Ontario, des provinces de l'Atlantique et des États-Unis au cours de trois journées d'activités programmées
- Offrir des activités de formation, de réseautage et de promotion des entreprises touristiques du Québec, contribuant ainsi à la visibilité et à la vitalité de l'industrie touristique québécoise
- Mettre en avant les attraits incontournables du Québec à l'échelle mondiale

- **PRIX 2025**

- Délégué 1 559\$
 - Rendez-vous, contact
- Accompagnant 1 049\$
- Nouveau vendeur 1 159\$
- Soirée seulement 499\$

- **UN (1) PETIT DÉJEUNER POUR TOUT LE MONDE**

- **UN (1) SOUPER LIBRE POUR INVITER DES CLIENTS**

- **MEMBRE DE LA FÉDÉRATION 2025**

- Québec 315\$

- **LEAD**
 - Au cours de l'année
- **RÉGION HÔTE**
 - Excursions pour découvrir la région
 - Tournées de familiarisation
 - Pas de décor !
- **ACHETEURS**
 - Sur le site de Bienvenue Québec.
 - Ne connaissant pas le Québec;
 - Ne vendent pas encore le Québec;
 - Vendent le Québec, mais veulent trouver des nouveaux produits;
 - Vendent le Québec, mais veulent faire de nouveaux programmes.
 - Québec, Ontario, Canada, États-Unis, France, Royaume Uni, Danemark, Allemagne, Italie, Mexique
 - ± 120 compagnies – acheteurs
- **RÉCEPTIFS OU VOYAGISTES OU AGENCES?**
 - Protéger le réseau de distribution
 - Tarifs
- **TENUE D'AFFAIRES PROFESSIONNELLE**
 - Contexte convivial, mais non familial
- **ÉVÈNEMENT BILINGUE**

POURQUOI?

- **DÉVELOPPER SON RÉSEAU**

- Plus de 100 voyagistes, agences de voyage sous un même toit !

- **GÉNÉRER DES OCCASIONS D’AFFAIRES**

- Rencontres ciblées et organisées à l’avance.

- **ACCROÎTRE SA VISIBILITÉ**

- Positionner comme un acteur sérieux de l’industrie.
 - Présenter ses nouveautés, ses produits ou services à une audience professionnelle, et de faire rayonner sa marque à l’échelle régionale, nationale ou internationale.

- **CONNAÎTRE LES TENDANCES DU MARCHÉ**

- Prendre le pouls de l’industrie.
 - Observer ce que proposent les autres, s’inspirer des meilleures pratiques, anticiper les tendances, et ajuster son offre en conséquence.

- **ÉCHANGER DES IDÉES ET INNOVER**

- Discuter avec d'autres professionnels
 - Émergence de nouvelles idées, d’explorer des collaborations inédites, ou même de remettre en question certaines approches pour mieux évoluer.

DATES IMPORTANTES

- **15 MAI**
 - Inscription en ligne.
- **12 SEPT.**
 - Date limite pour la MISE À JOUR complète de votre PROFIL.
- **15 SEPT.**
 - DÉBUT de la période de sélection de RENDEZ-VOUS.
- **24 SEPT.**
 - Date limite pour réserver votre hébergement.
- **10 OCT.**
 - Fin de la période de sélection des demandes de rendez-vous.
- **14 OCT.**
 - Affichage de l'horaire des rendez-vous.
- **17 OCT.**
 - Date limite pour tout changement de nom de délégué/accompagnateur sans frais.
- **27-29 OCT.**
 - Bienvenue Québec.
- **NOUVEAUX!**
 - 27 octobre — Activité pour les nouveaux délégués.
 - 28 octobre — Petit déjeuner d'ouverture
 - ▶ Vendeurs et acheteurs!



BQ

Formation – **É**ducation – **D**iscussion

Comment bien se préparer

Jeudi, le 24 avril 2025

FORMATION

- **WEBINAIRES**

- 10 septembre
 - Explorez le pouvoir du réseautage

- **TUTORIELS**

- Comment changer le nom d'un délégué/accompagnateur.
- Sélection des demandes de rendez-vous.
- Comprendre son horaire de rendez-vous.
- <https://bienvenueqc.com/bq-formation-education-discussion/>



- **INSCRIPTION**

- Nom de la compagnie
 - Court et atteindre l'objectif
- Contact (s)
- Description
- Hébergement

- **TARIFS 2026-2027**

- Préparation des tarifs
- Nouveautés

- **CARTE DE VISITE**

- Quantité
- Nombre de rendez-vous ± 100
- Code QR

- Bilingue ou non

- **PROFIL DE VENTES**

- Quantité
 - Nombre de rendez-vous ± 80
 - Vous le donner ou vous l'envoyer
- Pratique autant en anglais qu'en français
 - Bilingue ou non

- **ÉLECTRONIQUE**

- Tablette, ordinateur
- Clé USB
- Mettre à jour votre présentation
- Code QR

- **BROCHURES, FLYERS**

- Ne pas remettre de brochure ou flyer
- À titre d'exemple seulement

- **CADEAU**

- Non
 - Invitation pour son 1^{er} groupe ou autres

- **CARTE DE LA RÉGION**

- **TROUSSEAU**

- Crayons, stylos, agrafeuse, ruban adhésif, Post-Note, marqueurs, bâton de colle.

- **COMPRENDRE LE VOCABULAIRE DE L'INDUSTRIE**

- <https://www.youtube.com/watch?v=xeogfF8GTsQ>

- **RAPPORT DE RENCONTRE**

- À préparer pour chaque rendez-vous
- Ou bien vous l'écrivez directement sur le profil du client.

- **L'UTILITÉ DU RAPPORT DE RENCONTRE**

- Pour les suivis
 - Priorisation — la première tâche après la bourse
- Pistes de développement (leads)
- Dates à insérer dans l'agenda
- Discipline
- Mise à jour des informations
- Évaluation de votre performance

- **LES ACHETEURS SONT ASSIS.**

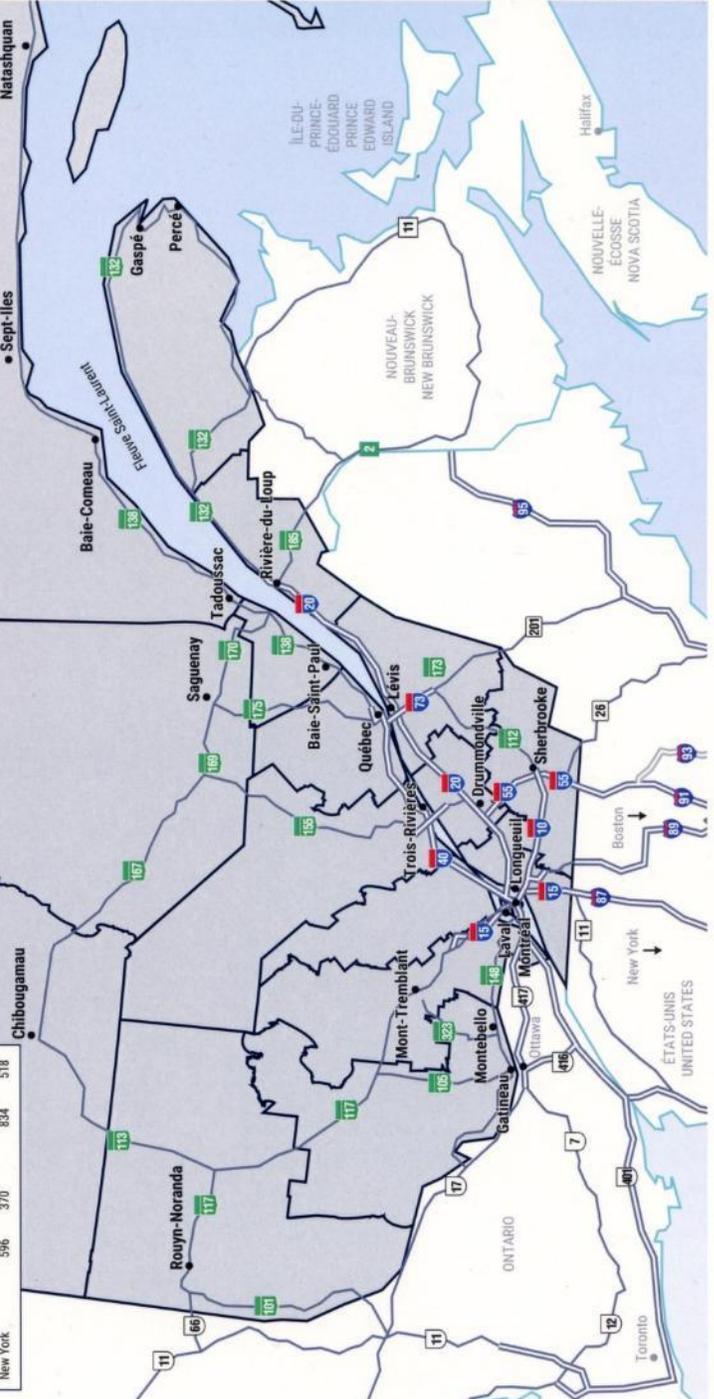


TERRE-NEUVE-
ET-LABRADOR

BIENVENUE QUÉBEC
**TOURISME AUTOCHTONE
INDIGENOUS
TOURISM**

ACCÈS ROUTIER / ROAD ACCESS
Montréal / Boston via 89
Montréal / New York via 87
Québec / Boston via 93
Québec / New York via 91
Québec / Montréal / Toronto via 401

	Montréal		Québec	
	km	mi	km	mi
Gaspé	930	570	700	431
Gatineau/Ottawa	207	126	450	272
Montréal	-	-	253	158
Mont-Tremblant	135	81	405	197
Québec	233	159	-	-
Rimouski	540	336	312	197
Rouyn-Noranda	638	393	877	539
Saguenay	465	287	211	131
Sept-Îles	900	557	652	398
Sherbrooke	147	97	240	147
Tadoussac	475	293	205	134
Trois-Rivières	142	86	130	81
Halifax	1242	771	1018	633
Toronto	542	337	806	501
Boston	495	307	641	398
New York	596	370	834	518



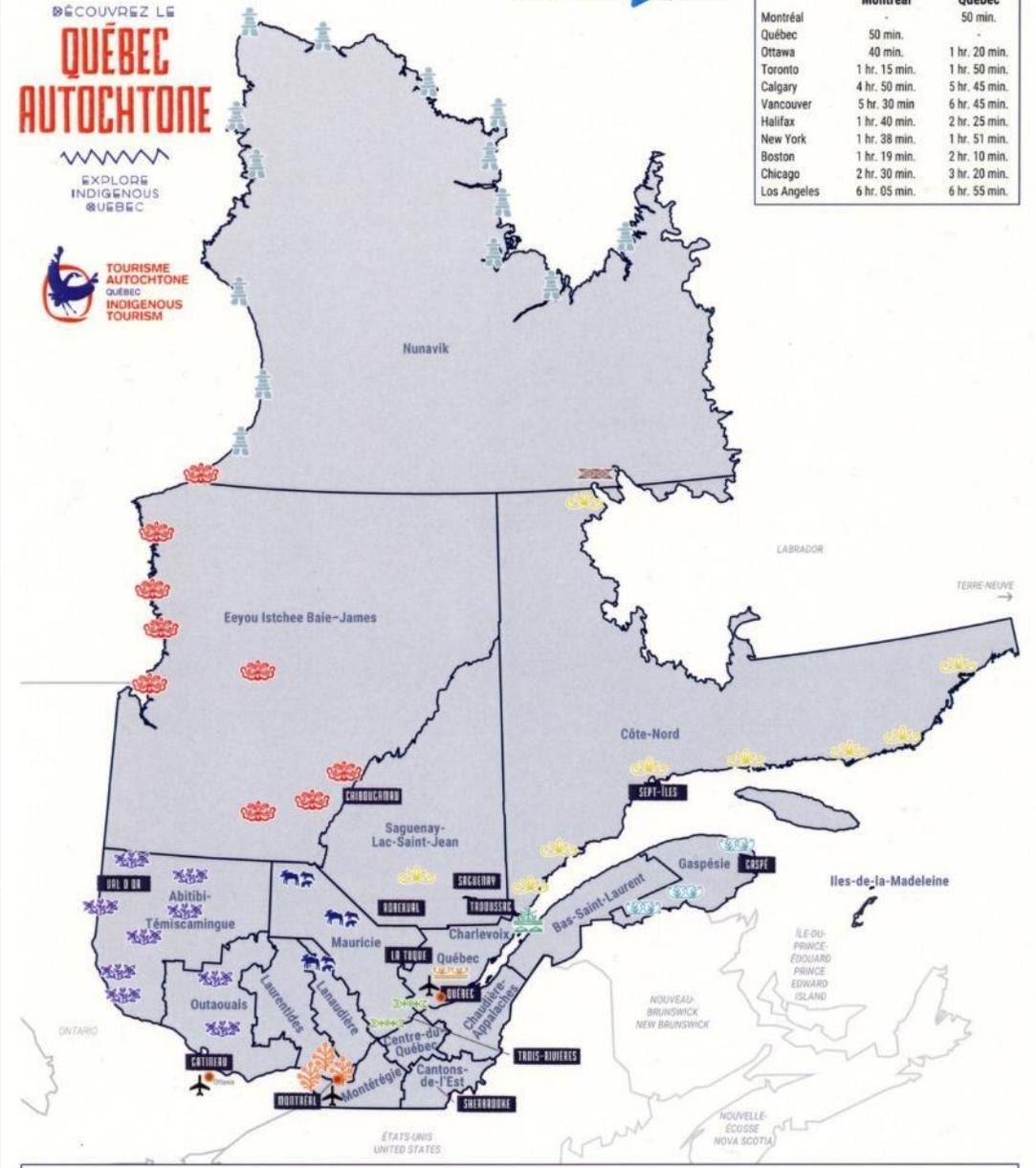
DECouvrez LE
**QUÉBEC
AUTOCHTONE**
EXPLORE
INDIGENOUS
QUÉBEC



BIENVENUE QUÉBEC

DURÉE D'UN VOL - FLIGHT TIME

	Montréal	Québec
Montréal	-	50 min.
Québec	50 min.	-
Ottawa	40 min.	1 hr. 20 min.
Toronto	1 hr. 15 min.	1 hr. 50 min.
Calgary	4 hr. 50 min.	5 hr. 45 min.
Vancouver	5 hr. 30 min.	6 hr. 45 min.
Halifax	1 hr. 40 min.	2 hr. 25 min.
New York	1 hr. 38 min.	1 hr. 51 min.
Boston	1 hr. 19 min.	2 hr. 10 min.
Chicago	2 hr. 30 min.	3 hr. 20 min.
Los Angeles	6 hr. 05 min.	6 hr. 55 min.



Nations autochtones au Québec - Indigenous nations in Québec

- Wolastoqiyik
- W8banaki
- Innu/Innus
- Naskapis
- Wendat
- Kanien'kehá
- Eeyou
- Anishinaabe
- Atikamekw
- M'gmaq
- Inuit

DATE: _____ HEURE: _____ FIRME : _____

REPRÉSENTANT: _____ FICHE : _____

Coordonnées (à remplir avant et vérifier sur place) :

_____ () _____

PROFIL DU CLIENT: ? ancien ? nouveau ? potentiel

RENCONTRE:

- . type de service demandé _____
- . clientèle-cible - langue _____
- . paramètres de la demande: _____
saison, ampleur, volume, _____
besoins, critères _____
- . argumentation avancée _____
- . cotation requise _____
- . documentation requise _____
- . observations personnelles: _____
impressions, évaluations _____
- . révision de l'approche _____

DEGRÉ D'INTÉRÊT: ? peu ? bien ? beaucoup

SUIVI REQUIS:

DATES PROMISES:

N.B. Annexer une liste de vos produits et services, à cocher selon l'intérêt ou besoin de votre acheteur.

RECHERCHE ET PLANIFICATION

- **IDENTIFIER LES ACHETEURS**

- Par critères
 - Spécifiques
 - Larges
- Sortir la liste
- Classer votre liste par :
 - Ceux que vous ne connaissez pas;
 - Ceux que vous avez contactés cette année;
 - Ceux avec qui vous avez fait affaire cette année;
 - Ceux que vous aimeriez voir;
 - Finalement, les amis s'il vous reste du temps.

- Monter votre carnet de route

- Format
- À vous de choisir et avec quoi vous êtes confortables.



- **FIXER DES OBJECTIFS CLAIRS**

- Déterminer ce que vous voulez accomplir.
 - Rencontrer de nouveaux acheteurs;
 - Découvrir de nouvelles tendances.

- **SORTIR LES POINTS FORTS**

- Visiter le site Web des acheteurs;
- Notes personnelles importantes;
- Que devez-vous parler à l'acheteur.

- **NOM DE LA COMPAGNIE**

- La connaissez-vous?
- Si non?
 - L'avez-vous dans votre base de données?
 - Ville, Province/État.
 - Vont-ils venir en autocar ou prendre l'avion;

- ✓ Avion — Budget plus élevé.

- Autocar — limité au plus loin Pennsylvanie.

- **Médias sociaux**

- Vous pouvez les suivre.
- Voir aussi leur site Web et faire «Like» directement sur leur site Web.

- **Associations dont ils sont membres.**

- **Regarder leur brochure en ligne.**

- **TARIFS**

- **Tarifs 2026 & 2027 et plus...**

- Voyagiste
- Réceptif
- Agence de voyages
- Autres

- **FAIRE UN PRÉ SUIVI**
 - Après des acheteurs, avec votre profil;
- **PRISE DE RENDEZ-VOUS**
 - Choisir le bon acheteur.
- **PRÉPARATION**
 - Présentation personnel (pitch) de vente.
- **RENDEZ-VOUS**
 - Possibilité de 80 rendez-vous
 - Plage horaire de 10 minutes, avec une minute pour se déplacer.
- **FAIRE IMPRIMER VOTRE LISTE DE RENDEZ-VOUS!**

- **IDENTIFIER LES VENDEURS**
 - Vous travaillez pour une entreprise
 - Mais aussi pour une région, une province, un pays
 - Surtout quand vous parlez à un voyageur de l'extérieur du Québec!
 - Vous pouvez toujours suggérer un autre vendeur !
 - Réseautez : proposez d'autres vendeurs de votre région qui pourraient mieux répondre à la demande de l'acheteur.



Pendant Bienvenue Québec

- **AVANT LE RENDEZ-VOUS**

- Revoir votre horaire.
- Familiarisez-vous avec la salle, faites le tour.
- Bonjour aux acheteurs!
- Relire les fiches des acheteurs à rencontrer.
- Maîtrisez votre discours/vocabulaire en anglais.
- Chercher de nouveaux rendez-vous.
- Relire la fiche de l'acheteur du prochain rendez-vous : prioriser les sujets à discuter.

- **LOUNGE**

- Pour écrire ses notes,

- Pour prendre une pause
- Mais pas un lieu de rencontres de ses amis !



LA CLOCHE SONNE...

- **LA PONCTUALITÉ**
 - Essentielle
 - À l'arrivée comme à la fin du rendez-vous.
 - Ne vous gênez pas pour vous faire voir!
- **PRÉSENTATION AVEC VOTRE CARTE DE VISITE**
- **RENSEIGNEZ-VOUS SUR LE CLIENT**
 - N'hésitez pas à poser des questions.
- **QUI RENCONTRE QUI?**
- **TEMPS 3 MINUTES**
 - Parlez 3 minutes, écoutez 6 minutes!
- **UNE MINUTE AVANT LA FIN**
 - C'est le temps de résumer.





BQ

Formation - **É**ducation - **D**iscussion

APRÈS BIENVENUE QUÉBEC

APRÈS BIENVENUE QUÉBEC

- **RÉPONDRE AUX QUESTIONS DES ACHETEURS**

- **PENDANT BIENVENUE QUÉBEC**

- En phrases courtes et simples
 - Sans ajouter des liens continuellement!
 - Joindre votre profil de ventes encore une fois.
 - «Follow-up» ou «Follow-ups» Bienvenue Québec

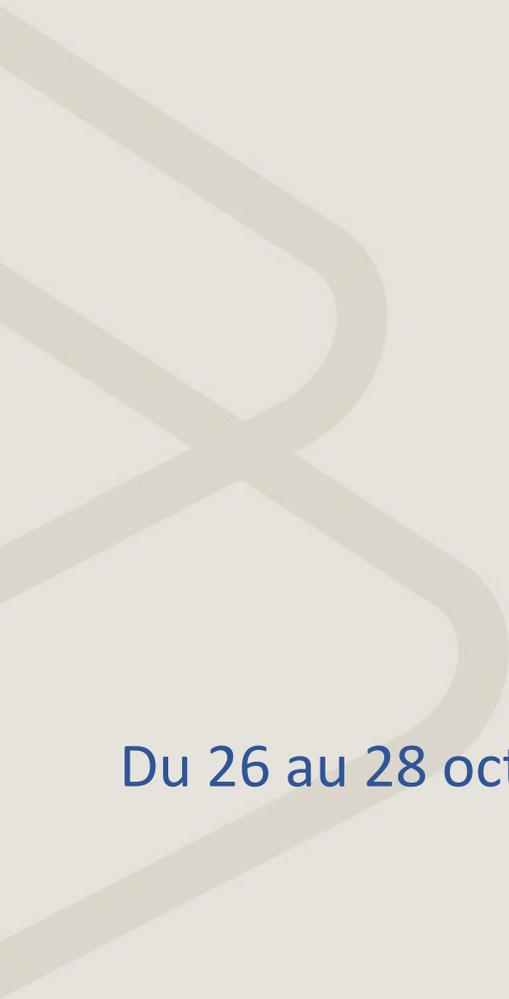
- **DANS LA SEMAINE QUI SUIT BIENVENUE QUÉBEC**

- Sinon
 - Envoyer un courriel pour avertir l'acheteur que vous attendez des nouvelles d'une compagnie pour répondre à sa demande.

- **FAIRE UN SUIVI PAR LA SUITE POUR...**

- Carte pour les Fêtes;
 - Répondre à d'autres questions;
 - Pour les tenir, informés des nouveautés.





BQ

Formation – **É**ducation – **D**iscussion

Gatineau, Outaouais

Du 26 au 28 octobre 2026

François Jean VIEL

Tél. : 418-476-8181 x 225

fviel@federationautobus.com

Aides financières disponibles



Condition : Faire partie du programme de commercialisation du Québec maritime (entreprise associée)

- **Pour l'ensemble des régions :**
 - **Hébergements (entreprises prélevant la taxe d'hébergement) :**
 - Remboursement jusqu'à concurrence de 85 % de vos frais d'inscription à l'événement (incluant adhésion à la Fédération des transporteurs par autobus) à travers vos crédits marketing chez vos ATR respectives – Sur réception de la facture d'inscription
- **Tourisme Bas-Saint-Laurent et Tourisme Gaspésie :**
 - **Attraits (entreprises ne prélevant pas la taxe d'hébergement) :**
 - Remboursement de 555 \$ des frais d'inscriptions – Sur réception de la facture d'inscription
 - Limite de 9 entreprises, veuillez aviser votre ATR et Québec maritime avant votre inscription pour vous assurer qu'il reste des places

Les webinaires à venir

8 mai

Opération séduction : Comment réussir l'accueil d'une tournée de familiarisation?

Pause pour la saison estivale

Autres webinaires à venir à l'automne



Questions?



Vos contacts au Québec maritime



Étienne Fiola

Responsable de la commercialisation

etienne.fiola@quebecmaritime.ca



Mélodie Schaeffer

Agente à la commercialisation

melodie.schaeffer@quebecmaritime.ca



Marie-Eve Lagacé

Conseillère aux entreprises et à la
structuration de l'offre

marieeve.lagace@quebecmaritime.ca