RAPPORT ANNUEL 2018-2019 - AN 3

MT Lab, incubateur d'innovations en tourisme, culture et divertissement

Table des matières

Mot du Président	3
Mot du Directeur général	4
Administrateurs du MT Lab	5
Grands partenaires du MT Lab	5
Une Deuxième année de rodage réussie	6
Apporter l'innovation en tourisme	7
La structure du MT Lab	8
Le parcours d'accompagnement 2018-2019	12
Les orientations stratégiques 2018-2021	13
Ce qui s'en vient	14
Les partenaires du MT Lab	15

MOT DU PRÉSIDENT

Une organisation en croissance

Je félicite le directeur général et son équipe très dynamique pour avoir mené le MT Lab au succès en si peu de temps. Deux ans après son ouverture et après l'accueil de 3 cohortes de jeunes pousses, notre incubateur a fait sa place dans l'écosystème de l'innovation au Québec et est maintenant reconnu comme un acteur incontournable dans le domaine touristique.

À titre de président du conseil d'administration de Mt Lab, j'aimerais aussi souligner la contribution de très grande qualité de mes collègues administrateurs du Conseil d'administration sur le plan du leadership et de leur contribution à aux enjeux de notre écosystème. L'année qui vient de s'écouler a été très active au niveau de la gouvernance du MT Lab avec, entre autres, l'adoption de nouveaux règlements généraux ainsi que la création d'un Comité "Régions".

De plus, je tiens à remercier chaleureusement nos partenaires qui sont au cœur de notre modèle d'affaires et qui par leur participation rendent concret ce hub d'innovation unique dans notre domaine. En participant activement pour identifier les axes prioritaires d'innovation, en sélectionnant les startups incubés et en assurant un échange ouvert sur les innovations de demain, ces leaders font du Québec un lieu maintenant reconnu à l'international pour sa créativité et ses innovations.

La croissance du MT Lab se poursuit et de nombreux projets et avenues se profilent devant nous permettant d'envisager une pertinence et un rayonnement accrus de nos actions.

Pierre Bellerose - Président du Conseil d'administration du MT Lab

MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

Un décollage réussi et remarqué

De mai 2018 à avril 2018, nous avons accueilli notre 2e cohorte de startups incubés, doublé le nombre de coworkers dans l'espace du laboratoire, engagé 2 ressources supplémentaires, accueilli 1 partenaire de plus (Palais des congrès de Montréal), reçu 3 ministres du tourisme (2 du Canada et 1 du Québec), lancé l'appel à candidature pour l'an 4, accueilli la délégation de France Tourisme Lab en devenant son premier partenaire à l'étranger, démarrer le processus d'agrandissement des locaux et organisé une centaine d'événements pour la communauté. Un an après que les portes du MT Lab ont été ouvertes, notre incubateur est reconnu comme un joueur majeur dans l'écosystème de l'innovation à Montréal, au Québec et à l'étranger, si on se fie au nombre de visites et de missions qui sont passées au MT Lab (Dubaï, France, Mexique, etc.).

L'année 2018-19 (an 3) est pour le MT Lab une année de croissance. Avec 93 candidats et 10 startups retenues dans deuxième cohorte, le type d'innovations et leur qualité que nous présentons aux partenaires ne fait qu'augmenter. Notre appel à candidatures pour l'an prochain (2019-20, an 4) a attiré près de 130 candidats, dont une quinzaine seront retenues pour la prochaine cohorte. Les Grands partenaires possèdent ainsi un processus qui a fait ses preuves pour accéder de façon ordonnée aux innovations émergentes de l'écosytème des startups d'ici et d'ailleurs.

Je remercie les trois partenaires fondateurs que sont l'Université du Québec et son École des sciences de la gestion, La Chaire de Tourisme Transat et Tourisme Montréal qui ont démarré cette belle aventure. Je remercie aussi les 10 grands partenaires qui pilotent aujourd'hui le projet MT Lab (Aéroports de Montréal, Air Canada, Alliance de l'industrie touristique, ITHQ, Loto-Québec, le Musée de la Civilisation de Québec, le Palais des Congrès, la Sépaq, Tourisme Montréal et Transat) et l'ensemble du conseil d'administration pour son support indéfectible dans l'orientation et le développement du MT Lab.

Martin Lessard - Directeur général du MT Lab

ADMINISTRATEURS DU MT LAB

De grands acteurs pour guider un projet d'envergure

Le MT Lab peut compter sur un comité d'administrateurs dévoués et prestigieux pour donner à l'incubateur une solidité budgétaire, une gouvernance saine et des orientations claires.

- **Pierre Bellerose**, VP Tourisme Montréal (Président du C.A)
- **Paul Arseneault**, Titulaire Chaire de tourisme Transat (VP de l'innovation du C.A
- **Stéphanie Normandin**, associée, Miller Thomson (Secrétaire du C.A.)
- **Maude Lavoie**, CPA, CA, Vice-présidente, Audit, Richter (trésorière du C.A.)
- **Sylvain Carle**, partenaire chez Real Venture
- **Carl-Frederic De Celles**, Président iXmédia
- **LP Maurice**, Président Busbud
- **Guy-Joffroy Lord**, gestionnaire principal, Intelligences d'affaires, Tourisme Montréal
- **Aude Clotteau**, Directrice ESG+, Centre de perfectionnement, ESG UQAM
- **Valérie Bourgeois**, Directrice Boréalis
- **Caroline Roger**, service partenariats & soutien à l'innovation, UQAM

GRANDS PARTENAIRES DU MT LAB

Des leaders de premier plan en innovation ouverte

Le comité de pilotage donne chaque année les orientations pour les innovations et est composé de:

- **Aéroport de Montréal**
- **Air Canada**
- **Alliance de l'industrie touristique du Québec**
- **Institut du tourisme et de l'hôtellerie du Québec**
- **Loto-Québec**
- **Musée de la Civilisation de Québec**
- **Palais des congrès**
- **Sépaq**
- **Transat**
- **Tourisme Montréal**

Le MT Lab a reçu un support financier du ministère de l'Économie (Programme startup) et du ministère du Tourisme (programme de développement de l'industrie, Axe 2). La participation financière de la Ville de Montréal et du Ministère des Affaires municipales et de l'Occupation du territoire a permis l'aménagement des locaux. L'UQAM offre un généreux crédit de loyer pour les 5 premières années. La Chaire de tourisme Transat partage sa veille.

UNE DEUXIÈME ANNÉE DE RODAGE RÉUSSIE

Le MT Lab comme acteur majeur de l'écosystème

C'est la première année complète pour notre parcours d'accompagnement des startups (12 mois). Nous avons amélioré le programme en l'axant davantage sur la connaissance des partenaires et du milieu touristique (premier trois mois), sur le maillage d'affaires avec le milieu (trois mois suivants) puis l'expérimentation (6 derniers mois). Cette approche rend le MT Lab unique sur le marché, car il donne une chance inouïe aux entrepreneurs de côtoyer les grands acteurs du milieu et de valider l'adéquation au marché de leur solution innovante.

Les Grands partenaires trouvent dans l'incubateur un outil précieux qui permet de canaliser leur efforts de repérage de l'innovation extérieure hors de leur murs et de répondre à des besoins d'innovation à interne. Outre l'accès privilégié aux 10 startups, aux salles du MT Lab et à nos événements, les Grands partenaires participent à des Démodays qui permettent à leur équipe de rencontrer d'autres startups pour des besoins plus spécifiques.

Un lieu pour faire entrer les innovateurs en tourisme, culture et divertissement

Le deuxième appel à candidatures pour le programme d'incubation a attiré 93 startups. De ce nombre une vingtaine de startups ont été invitées à *pitcher* devant un jury composé de 9 partenaires. Dix d'entre elles ont été retenues pour entrer dans le programme d'incubation de juin 2018 à mai 2019. Le ratio de 10% (10 sur 93) est considéré un excellent ratio dans l'industrie.

Paul Arseneault, titulaire de la Chaire de tourisme Transat de l'École des Sciences de la Gestion (ESG) de l'Université du Québec à Montréal (UQAM), a animé les premiers ateliers du programme qui portaient sur la découverte de l'écosystème du tourisme. Une tournée de la cohorte chez les 9 grands partenaires a permis de rencontrer les dirigeants et responsables internes pour mieux répondre à besoins. Cette formule est très appréciée et représente la valeur ajoutée du MT Lab dans l'écosystème.

Présenter les innovations en tourisme, culture et divertissement

Plus d'une centaine d'événements de maillage et de conférence ont été tenus au MT Lab. Ces événements bâtissent la notoriété du MT Lab en envoyant dans l'écosystème le message que le tourisme, la culture et le divertissement sont des domaines ouverts à l'innovation.

À peine deux ans après l'ouverture des portes, le MT Lab est reconnu comme étant le lieu incontournable de l'innovation en tourisme, culture et divertissement. Nous sommes particulièrement fier aussi d'avoir su préserver la parité homme-femme autant dans l'équipe du MT Lab que chez les startups incubées.

APPORTER L'INNOVATION EN TOURISME

La mission du MT Lab

Le MT Lab est un hub d'innovation, dédié à propulser l'entrepreneuriat et l'innovation dans les domaines du tourisme, de la culture et du divertissement. C'est le lieu de rencontre de la grande entreprise et des jeunes pousses intéressés à développer des solutions innovantes.

Le MT Lab a pour mission de :

- Favoriser l'entrepreneuriat et l'innovation dans les industries du tourisme, de la culture et du divertissement.
- Agir en tant qu'intermédiaire entre l'industrie touristique, de la culture et du divertissement et l'écosystème de l'innovation au Québec.
- Travailler à renforcer la place de Montréal et du Québec sur les plans de la créativité et de l'innovation à l'échelle mondiale

Le MT Lab permet ces rencontres à travers 4 services :

- Un Parcours d'accompagnement d'un an pour les startups qui apportent des innovations en tourisme, culture et divertissement;
- Une série d'événement, d'animation, de conférences et maillage d'affaires dans un espace dédié au tourisme, à la culture et au divertissement;
- Un espace de co-travail et de collaboration entre les startups et entre nos partenaires;
- Des démo days exclusifs où les entreprises incubées et d'autres startups pertinentes sont invitées à présenter leurs solutions d'affaires devant chacune des équipes des membres du comité de Grands partenaires.

Le MT Lab cherche activement à régler:

- La difficulté des fondateurs de startups et des gestionnaire de l'innovations dans les grandes entreprises à se rencontrer dans un contexte propice aux affaires
- Le déficit d'écoute et d'accompagnement de l'innovation
- Le manque de connaissances sur l'industrie du tourisme et ses opportunités
- L'isolement des gens qui innovent dans notre domaine

LA STRUCTURE DU MT LAB

Un modèle d'affaires unique

La gouvernance du MT Lab se fait avec deux comités:

1- Le comité d'administration (C.A.) supervise le bon déroulement du MT Lab en épaulant son directeur général, Martin Lessard. Ce comité veille aux opérations courantes et donne les orientations stratégiques de développement. Il est composé de 11 personnes.

2- Le comité des Grands partenaires (aussi appelé le Comité de pilotage) identifie les thématiques prioritaires d'innovation, sélectionne les entreprises du programme d'incubation et les accompagne durant un an. C'est le centre de gravité de l'incubateur et le porteur de la vision d'innovation en tourisme, culture et divertissement. Il est composé de 10 partenaires.

Financé à 75% par les Grands partenaires, le MT Lab a aussi l'appui du ministère de l'Économie et le ministère du Tourisme pour certaines opérations, pour les formations et les partenariats internationaux. L'UQAM offre gracieusement l'espace pour les 3 premières années. La Ville de Montréal a couvert une partie des améliorations locatives à son lancement en 2017.

Ce modèle permet une réelle collaboration entre les acteurs de l'industrie, le monde académique, les acteurs politiques et les jeunes innovateurs en offrant un espace d'innovation ouverte qui est plus que la somme des parties. Sa stabilité financière est assurée par la diversité de ses partenaires dans tous les domaines

Les axes d'innovations prioritaires 2019

Le comité des Grands partenaires s'est entendu en 2018 pour identifier 6 axes d'innovation prioritaires:

Axe 1 – **Meilleure compréhension des clients :** données, analyse, prédiction
Axe 2 – **Enrichissement du parcours omnicanal du client** : mobilité, fluidité, personnalisation
Axe 3 – **Bonification des lieux, territoires et événements** : expérientiel, adaptatif, interactif
Axe 4 – **Gestion innovante des ressources humaines** : productivité, compétences, collaboration, engagement
Axe 5 – **Augmentation des ventes et optimisation des processus** : efficacité, performance, optimisation
Axe 6 – **Technologiques émergentes** pour le tourisme, la culture et le divertissement

Les membres du comité des Grands partenaires ont sélectionné les candidats en fonction du caractère innovant du projet ou du service, de sa contribution au domaine du tourisme, de la culture et du divertissement et de leurs complémentarités au sein du MT Lab.

La deuxième cohorte d'incubées 2018-19 (an 3)

4 Elements. Par le son, la lumière, la trame narrative et l'interactivité, 4elements crée des expériences interactives multimédia qui placent le spectateur au cœur de l'environnement, afin de le captiver et le divertir.

Ayatana Technologies, c'est l'esprit derrière vos goûts. Nous aidons les consommateurs à apprendre, découvrir et apprécier les produits de dégustation du terroir.

FoodRelay est une entreprise qui cuisine et livre des repas gourmets aux employés des entreprises montréalaises. À travers une prise de commande unique, l'employé reçoit un lunch personnalisé en fonction de ses goûts et préférences, le tout offert par son entreprise.

Corpobids offre une plateforme interactive de réservations d'espaces de réunion et d'événements pour des groupes de 10 personnes et plus. Celle-ci se distingue par l'obligation des fournisseurs de montrer leurs prix de façon transparente à la concurrence, laissant au client le choix de la meilleure offre.

Feidao est un guide touristique et un guichet en ligne, développé dans l'application mobile WeChat, pour le marché croissant des voyageurs chinois, répondant aux barrières de la langue, de l'internet bloqué en Chine et des modes de paiement spécifiques à ce pays.

La Navette Nature est une entreprise qui veille à rendre accessibles les grands parcs environnant la région métropolitaine grâce à un service de transport en autobus.

Nu Guest. Une solution innovante qui bonifie le parcours du voyageur en l'accompagnant tout au long de son voyage. Grâce à une tablette placée dans l'hébergement, l'expérience est personnalisée selon le profil du touriste.

Panorama est un outil d'aide à la décision qui facilite la veille des professionnels du tourisme. Il permet de détecter les tendances à travers de très grandes masses de données.

Payzpot aide les opérateurs d'événements à forte affluence à diminuer l'attente dans les établissements ainsi qu'à augmenter leurs ventes.

Stimulation déjà vu développe des stratégies olfactives mariant science cognitive et marketing expérientiel. Leur choix d'explorer le tourisme s'inscrit dans leur démarche de création olfactive basée sur la data scientifique et culturelle. La joie de découvrir à travers le nez la prochain étape ou l'anticipation imaginaire de ce que pourrait être le lieu, l'endroit ou le monument. Ils peuvent vous projeter dans de nouvelles destinations ou encore faire revivre des moments remarquables et inoubliables, car l'odorat est le sens qui génère les souvenirs les plus puissants.

En mars 2018, l'appel à candidatures pour la cohorte 2018-19 (an 3) a été lancé. 93 candidats ont répondu à l'appel. 12 startups ont été retenues pour faire partie de la 2e cohorte. Une des startups (RideMetry) n'a pas réussi à s'attacher à la cohorte, car elle a manqué, dans les 4 premiers mois de l'accompagnent, une dizaine de rencontres auprès des partenaires et des experts qui devaient la mettre à niveau dans sa connaissance du domaine. Parce qu'il est impossible d'accompagner une startup qui n'est pas présente, il a été décidé d'un commun accord de retirer la startup de la cohorte. Une deuxième Startup (SportEv) s'est aussi retirée. Elle avait pris une direction d'affaires qui l'amenait à entrer en compétition directe avec une autre startup de la cohorte. Comme le choix des incubés se fait sur une base complémentaire et de non-compétition, il a été décidé à l'amiable que la compagnie se retire de l'accompagnement, mais le MT Lab l'a supporté quand même quelques mois pour qu'elle se relocalise.

Pour cette 2e année d'incubation, on peut remarquer qu'avec les 10 startups restantes, le niveau et la qualité des entrepreneurs et de leur solutions ont augmentés.

Plusieurs entrepreneurs sont entré dans l'incubateur avec des hésitations quant au potentiel d'affaires en tourisme, culture et divertissement et en sont finalement ressorti avec des revenus records dans leur jeune histoire.

- **Stimulation Déjà Vu**: la fondatrice a signé avec 8 des 10 partenaires du MT Lab en quelques mois.
- **Navette Nature**: la fondatrice a décidé de se consacrer 100% à sa compagnie en quittant son emploi. Leur navette permet de relier deux de nos partenaires: du transport pour les touristes entre le centre ville de Montréal (Tourisme Montréal) et un parc nature (La Sépaq).
- **NuGuest**: les fondateurs ont développé le marché de Dubaï et se retrouve à être notre première startup à s'implanter durablement à l'étranger.

La promesse du programme est de valider rapidement l'adéquation au marché de leur service. Pour la plupart des startups de la cohorte, elles ont reçu un signal fort qu'elles sont sur la bonne voie et doivent persévérer:

- **Feidao** : la fondatrice a connu un succès d'estime et une reconnaissance dans tout l'écosystème touristique, y compris auprès des ministre du tourisme à Ottawa.
- **4 Elements** : La fondatrice a signé un contrat pour une expérimentation grandeur nature dans un parc de la Sépaq. Elle a signé avec Louvres-Lens après une visite de la délégation de France Tourisme Lab au MT Lab
- **Payzspot** : Les fondateurs ont pu tester leur solutions dans des événements et ils visent maintenant davantage les stades pour déployer leurs soutiens
- **Corbobids**: La fondatrice a connu une crédibilité supplémentaire dans le milieu en entrant dans le MT Lab, car elle a pu avoir l'espace et le temps de bien expliquer ses services qui sont complémentaires (en non en compétition) avec des acteurs de l'industrie.
- **Foodrelay:** Le MT Lab retient leur service pour les comités d'administration et le comité de pilotage.

Pour certaines startups, le programme a été une façon rapide de valider qu'il n'y avait pas de réelles opportunités au moment de leur passage.

- **Ayatana** : le marché du terroir avait été une avenue retenue, mais il s'est avéré que ce marché n'est pas encore mature pour leur solution. La startup a été redirigé avec le secteur agro-alimentaire qui a plus de moyens.
- **Panorama**: la compagnie a fait plusieurs pivots pour tenter de trouver une adéquation avec le marché. Première startup du MT Lab qui est issu de l'intrapreneuriat (la compagnie mère est Libéo), il s'avère que ce n'est pas facile, si on ne se consacre pas à 100% au développement des affaires.

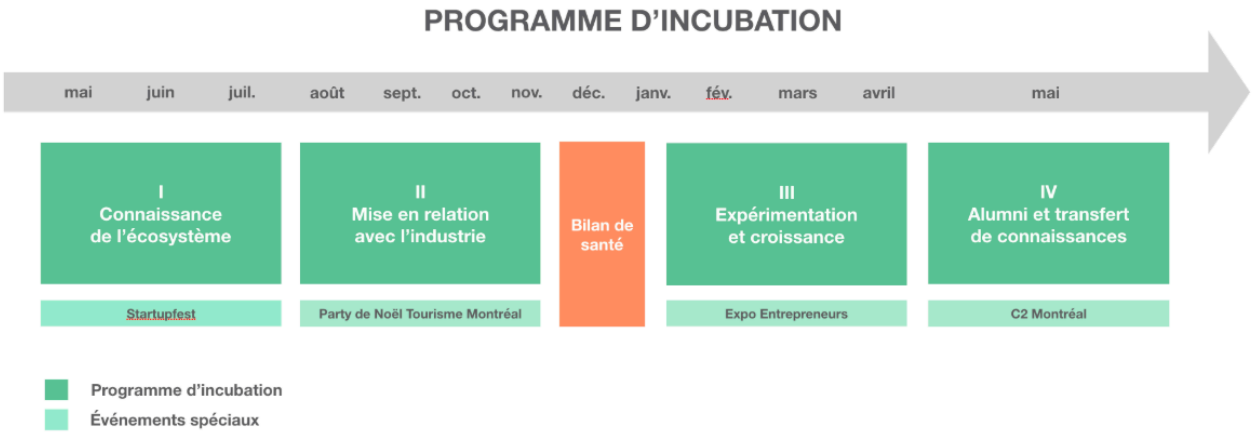
Le programme d'accompagnement exige beaucoup de temps de développement d'affaires de la part des fondateurs. Il est impératif qu'une personne y soit dédié à 100% ou qu'un deuxième co-fondateur soit aussi présent pour faire les rencontres.

La présence sur place des startups, dans l'espace de coworking, s'est révélé être un facteur décisif de succès. Les startups qui n'étaient pas logé au MT Lab n'ont pas connu de développement fulgurant de leurs affaires. Les places de coworking sont donc un facteur de succès.

L'implication des partenaires et leur ouverture est l'élément le plus important et le plus appréciées des startups. Permettre une relation proche et plus longue avec les partenaires permet aux startups de mieux comprendre leur besoins, d'adapter leur solution et d'être mieux compris d'eux.

LE PARCOURS D'ACCOMPAGNEMENT 2018-2019

Le programme se divise en 3 (suivi du maillage avec les ancienne cohortes)



- I **Connaissance de l'écosystème (3 mois)**
  10 demi-journées avec les partenaires et acteurs de l'industrie, avec présentation des enjeux touristiques par Paul Arseneault, titulaire de la Chaire en tourisme Transat (ESG UQAM)
- II **Mise en relation avec l'industrie (3 mois)**
  Séries de rencontres, événements, conférences ou soirée maillage (environ 1 par semaine)
- III **Expérimentation et croissance (6 mois)**
  Expérimentations, coaching et cliniques en fonction des forces/faiblesses identifiées au bilan de santé

Les startups sont amenés rapidement à se familiariser avec le domaine, puis à travailler ensemble pour s'entraider. La mesure de succès est le nombre de rencontres générés et les contrats signés.

LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES 2018-2021

Le comité d'administration a adopté un plan stratégique regroupés en 7 points. Voici les avancées.

1- Gouvernance : Finaliser la mise en place des instances de gouvernance; assurer la satisfaction des partenaires actuels et anticiper le recrutement de nouveaux partenaires.

- Un partenaire s'est ajouté (le Palais des Congrès de Montréal) en janvier 2019

2- Financement : accroître le financement, notamment par des subventions, pour supporter la formation, les expérimentations et l'aide aux startups ayant un fort potentiel de développement international.

- Une demande à DEC pour ouvrir un volet «Accélération» a été déposée en fin d'année

3- Domaine d'intervention : renforcer le MT Lab dans le secteur du tourisme culturel.

- Des employés du Ministère de la culture (plan culturel numérique) et la Sodeq ont été invité à venir rencontrer la cohorte l'an prochain

4- Rôle vis-à-vis des incubés : renforcer l'encadrement personnalisé; faire évoluer l'offre en tenant compte des tendances des incubateurs/accélérateurs pour attirer les meilleures candidates.

- Une personne de l'équipe a été dédié 100% à l'accompagnement des startups incubées

5- Rôle vis-à-vis des partenaires : valoriser le rôle des partenaires dans les actions et le développement du MT Lab; communiquer la valeur ajoutée et la performance du MT Lab auprès d'eux; s'assurer du succès des démo days auprès d'eux et augmenter la visibilité du MT Lab dans les organisations.

- Les démodays privés seront remplacés par 4 démodays annuels multipartenaires l'an prochain

6- Positionnement volet régional : positionner le MT Lab comme leader et centre de ressource fédérateur au Québec; devenir un lieu reconnu des leaders de l'industrie touristique des régions intéressé par l'innovation.

- *Des démarches ont été entreprises pour faire entrer une ville hors Montréal comme partenaire l'an prochain.*

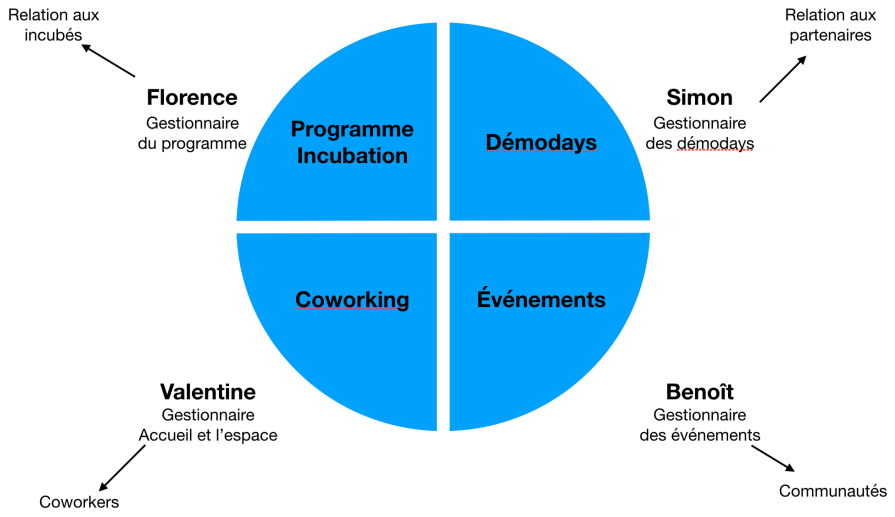
7- Positionnement volet international : faire vivre concrètement la relation privilégiée avec le Welcome City Lab (Paris); positionner le MT Lab comme tête de pont vers l'Amérique du Nord pour les startups francophones; faciliter la découvertes d'écosystème numériques à l'étranger.

- *Une délégation du France Tourisme Lab est venue (30 personnes); Organisation des Francophonies de l'innovation touristique prévue pour l'an 4; Échange de startups avec le WCL; Accueil d'une demi-douzaine de missions étrangères*

CE QUI S'EN VIENT

Augmentation des effectifs

Le MT Lab a effectué des embauches en cours d'année. Chaque employé est dédié à un des 4 services du MT Lab. Avec cette base fixe, le MT Lab a de la marge pour grandir. Une comptable pigiste et un relationniste pigiste doit compléter l'équipe dans l'année qui vient.



Agrandissement des locaux

L'opportunité d'aménager dans les locaux adjacents s'est présenté à l'hiver 2019 et, avec l'accord du C. A., il a été décidé de prendre le bail du SB7200 à partir de l'an 4 pour agrandir l'espace de coworking et ajouter des salles. En ajoutant 3000 pieds carrés et une trentaine de places, la MT Lab est en mesure de poursuivre sa croissance et de répondre à la demande grandissante de l'industrie.

LES PARTENAIRES DU MT LAB

41, avenue du Président-Kennedy, 7e étage
Local SB-7250, Casier #18
Montréal (Québec) H2X 1Y4

Métro Place-des-Arts

Coeur des Sciences, UQAM