

CARNET D'OBSERVATIONS

INNOVATIONS EN TOURISME, CULTURE^{ET} DIVERTISSEMENT

Septembre 2024

Ce document s'adresse aux acteurs québécois du tourisme, de la culture et du divertissement qui cherchent à comprendre et à anticiper les tendances en matière d'innovation, ainsi qu'à l'écosystème entrepreneurial désireux de saisir les opportunités pour proposer des solutions répondant aux enjeux émergents de l'industrie.

L'expertise du MT Lab en innovation ouverte consiste à mettre en commun les défis des acteurs et leaders de l'industrie avec les solutions proposées par des entrepreneurs innovants. Cela a permis de faire une série d'observations et de constats qui pourraient indiquer l'émergence de nouvelles tendances ou de nouveaux besoins susceptibles d'avoir un impact sur l'industrie du tourisme, de la culture et du divertissement.

Nous espérons que ces observations susciteront des discussions et inspireront les solutions nécessaires pour résoudre des enjeux qui rendront l'industrie touristique plus performante.

2

LES OBSERVATIONS DU MT LAB EN 8 CATÉGORIES



Innovation expérientielle : priorisation de la personnalisation et des technologies immersives pour offrir des expériences visiteurs uniques



Innovation en mobilité : exploration de solutions de transport innovantes, écologiques et alternatives, et électrification des déplacements des visiteurs à la destination



Innovation d'impact : focus sur le développement durable et l'adaptation aux changements climatiques pour une innovation respectueuse de l'environnement



Innovation des processus : automatisation et transformation numérique des processus internes pour améliorer l'efficacité opérationnelle et la réactivité face aux nouveaux besoins transactionnels des clients



Innovation dans la donnée : exploitation des données et de l'intelligence artificielle pour optimiser les opérations et personnaliser les offres, tout en garantissant une gestion éthique et sécurisée



Innovation en ressources humaines : développement et fidélisation des talents et utilisation d'outils de gestion des compétences et de carrière des employés



Innovation dans l'accueil : optimisation, personnalisation et automatisation de l'accueil et des services de découvertes virtuelles



Innovation en promotion/marketing : transition des stratégies de communication vers les canaux numériques, en incluant l'intelligence artificielle et le marketing d'influence, afin de maximiser la visibilité et le caractère attrayant des offres touristiques

À PROPOS DE CE DOCUMENT

Ce document a été créé pour les deux événements de « Pitches inversés » **3** tenus à Montréal et à Québec en septembre 2024.

Au cours de la dernière année, l'équipe du MT Lab a identifié des cas, des usages, des solutions ou des changements, qui semblent indiquer des transformations d'usage ou l'émergence de solutions ou de besoins qui, selon nous, méritent l'attention des acteurs intéressés par l'innovation en tourisme. Ces observations ont été regroupées et synthétisées sous une forme prospective, accompagnées d'exemples illustrant chaque catégorie, et de façon non exhaustive. Elles visent à inspirer des idées, favoriser des connexions et susciter des discussions.

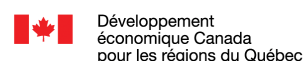
MT Lab, l'innovation ouverte au service du tourisme

Cofondé par Tourisme Montréal et l'UQAM, le MT Lab repère les innovations dans le marché. En surveillant les signaux faibles de l'industrie, il identifie les défis et les besoins émergents, permettant ainsi aux acteurs touristiques de se préparer aux changements à venir. En tant qu'incubateur de solutions innovantes et accélérateur de la capacité d'innovation, le MT Lab facilite la rencontre entre startups et industrie, agissant comme un courtier en innovation. Grâce à son approche unique, fondée sur les principes de l'innovation ouverte, le MT Lab se distingue par sa démarche concrète et ancrée dans la réalité du terrain, tout en anticipant les tendances émergentes au Québec et à l'international.

Grands Partenaires



Partenaires publics



À PROPOS DES PARTENAIRES DU MT LAB

4

Grands Partenaires du MT Lab, leaders en tourisme

Les Grands Partenaires en innovation ouverte du MT Lab jouent un rôle crucial en offrant expertise, ressources et mentorat, tout en créant une communauté de pratique solidaire. Ils participent activement à la sélection et au développement des startups, facilitant une innovation ouverte et durable. Ces leaders échangent sur les meilleures pratiques et expérimentent les nouvelles tendances, accélérant ainsi l'intégration de l'innovation au sein de leurs organisations et auprès de leurs membres.

MTO, catalyseur de l'innovation en tourisme

Le **ministère du Tourisme du Québec (MTO)** joue un rôle déterminant dans le succès des initiatives du MT Lab. Grâce à son financement continu, le MTO permet au MT Lab de développer des projets ambitieux répondant aux besoins changeants de l'industrie touristique. Le MTO est non seulement un partenaire financier, mais aussi un catalyseur de l'innovation, soutenant l'entrepreneuriat et facilitant l'organisation d'événements phares tels que les « Pitches inversés ».

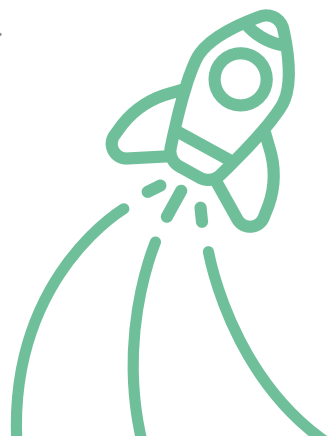
Un soutien public à tous les niveaux

Le MT Lab bénéficie également du soutien du **ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIE)** pour sa mission et les formations aux compagnies innovantes de ses divers programmes. Le MEIE contribue à former la relève des innovateurs souhaitant apporter des solutions aux marchés du tourisme, de la culture et du divertissement.

La **Ville de Montréal** soutient les activités de réseautage du MT Lab dans la métropole. Les rencontres et les tables rondes dans les bureaux du MT Lab à Montréal permettent de réunir la communauté des acteurs du tourisme et celle de l'écosystème d'innovation.

Développement économique Canada appuie les activités de réseautage du MT Lab dans le reste du Québec. Une grande partie des tournées et des maillages lors d'activités en région est rendue possible grâce à leur contribution.

L'UQAM accueille le MT Lab dans son pavillon situé au Cœur des sciences, au nord de la Place des Arts de Montréal.



1- INNOVATION EXPÉRIENTIELLE



Priorisation de la personnalisation et des technologies immersives pour des expériences visiteurs uniques

1.1 Demande de bien-être

Un concept tendance post-COVID a émergé, révélant un besoin accru de paix et de bien-être lors d'événements stimulants. Cette tendance a suscité l'intérêt des Grands Partenaires en innovation ouverte et se stabilise parmi les startups.

- **Studio Overall** propose des parcours de visite, tant extérieurs qu'intérieurs, s'intégrant harmonieusement à leur environnement, conjuguant repos, rencontres et éducation, grâce à une famille de mobiliers multifonctionnels et des systèmes d'affichage innovants, créant ainsi des moments ludiques et enrichissants, le tout axé sur le bien-être de l'utilisateur.
- **Paysages** est un studio de création multimédia spécialisé en expériences immersives et contemplatives qui vise à créer des expériences sensorielles et de haute qualité, fidèles à l'atmosphère authentique d'un espace ou d'un milieu. Celles-ci pour générer chez l'auditoire un sentiment d'apaisement et d'harmonie propice aux échanges, à la détente et à la contemplation.
- **Les Cabinets** offrent un service d'accompagnement pour l'aménagement personnalisé d'espaces sanitaires d'un lieu ou un attrait, des activations de commandite, et une expérience renouvelée des toilettes publiques.
- **Espace Recharge** propose une « chambre immersive » qui marie habilement le virtuel, l'immersif et le présentiel, offrant une pause régénératrice qui réduit le stress lié à la charge mentale, améliore la concentration, la motivation, la créativité et la prise de décision. L'entreprise a reçu tout récemment un soutien financier de la Ville de Montréal.



1- INNOVATION EXPÉRIENTIELLE



6

1.2 Enrichissement de l'expérience par les sens et l'immersion

L'usage du numérique et des technologies immersives pour améliorer l'expérience sur place est en plein essor. Les expériences multisensorielles, intégrant des éléments tels que le son, les odeurs et le toucher, gagnent en popularité. Cependant, cette demande reste encore limitée, soulignant ainsi la nécessité d'éduquer davantage le marché pour qu'il comprenne et adopte pleinement ces nouvelles formes d'expérience.

- **Stimulation Déjà Vu** développe des expériences olfactives et sensorielles mariant science cognitive, anthropologie et créativité. L'entreprise a déployé son concept d'expérience multisensorielle à la Vitrine d'innovations du MT Lab au Palais des congrès de Montréal. Il s'agit d'un parcours unique présentant Montréal en 4 saisons comme une destination touristique innovante et mémorable. Un projet similaire est en cours de déploiement à Percé.
- **Ottomata** a déployé sa technologie FaceSwap dans le cadre du projet Connect&GO X Zoo de Granby. Cette technologie permet aux participants de se transformer en leur avatar animalier favori grâce au bracelet Experience+ de Connect&Go, disponible au Zoo de Granby. Le bracelet permet également un parcours d'installations interactives à découvrir.
- **4Elements** a développé une plateforme immersive, interactive et ludique, prenant la forme de spectacles, de jeux, d'environnements ou d'expositions en mode multijoueurs, dans le monde réel.
- **Atracktiv** propose des vélos stationnaires qui forment un « groupe de musique » : chaque vélo est lié à une piste musicale d'un duo instrumental. Les passants deviennent des « cyclistes », qui jouent en collaboration pour que toutes les pistes jouent en harmonie. **Eden Creative Studio** crée des espaces d'épanouissement personnel à travers l'expression artistique, ludique et collective de leurs spectacles participatifs et leurs soirées pluridisciplinaires.



1- INNOVATION EXPÉRIENTIELLE



1.3 Personnalisation et unicité de l'expérience touristique⁷

L'expérience des visiteurs est devenue un facteur clé de différenciation. Deux tendances essentielles renforcent cette expérience : la personnalisation et l'unicité. Les visiteurs s'attendent à des offres et à des services spécialement adaptés à leurs préférences, ce qui augmente leur satisfaction et leur fidélité. Parallèlement, ils recherchent des expériences distinctives et originales, répondant à leur désir de vivre des moments uniques et mémorables, ajoutant ainsi une valeur émotionnelle à leur voyage.

- **Locapaq** propose des solutions clés en main pour vos activités en plein air, dans une atmosphère sécuritaire, conviviale et adaptée aux clients souhaitant vivre des aventures en pleine nature.
- **PARTOUT Chez Nous** vise à faire voyager les télétravailleurs, ou citoyens « éphémères », de manière responsable, en mettant en place des hébergements accueillants, des espaces de télétravail inspirants, et des attractions locales divertissantes pour des séjours de quelques heures à plusieurs mois.
- **RE-AK Technologies** propose l'utilisation de la biométrie pour évaluer et adapter les expériences *in situ* sur mesure en fonction des réactions et des émotions vécues par les visiteurs.

es non comparables avec les données historiques

Malgré l'abondance des données et l'omniprésence de la technologie:
des données parfaites n'existent pas encore....

Québec



2- INNOVATION D'IMPACT



8

Focus sur le développement durable et l'adaptation aux changements climatiques pour une innovation respectueuse de l'environnement

2.1 Priorité au développement durable

Le développement durable est devenu une priorité essentielle dans l'industrie touristique, avec une adoption croissante de pratiques écologiques, encouragées par des initiatives gouvernementales. À Québec, le Pôle d'innovation en tourisme durable du MT Lab, cofondé par Destination Québec cité, joue un rôle central en abordant divers enjeux liés à la durabilité, affirmant cette tendance comme un axe d'innovation clé pour l'avenir.

- **L'entreprise Bo** propose une solution d'emballages réutilisables avec suivi et logistique inversée pour remplacer les emballages alimentaires à usage unique à grande échelle, favorisant ainsi un modèle commercial rentable et durable pour les fournisseurs de services alimentaires.
- **Miévo** propose des méthodes d'installation alternatives, dans le but de faciliter la participation des organisations au développement durable, incluant des bornes de recharge permanentes ou temporaires pour vélos électriques, trottinettes électriques, voitures électriques et hybrides.
- **Merisia** vise à réduire la consommation énergétique de la technologie numérique en adoptant des pratiques et des solutions numériques performantes et peu énergivores.



2- INNOVATION D'IMPACT



2.2 Adaptation aux changements climatiques

9

L'adaptation aux changements climatiques devient une priorité, en particulier face aux étés plus longs et aux hivers plus courts. Les initiatives se multiplient pour renforcer la résilience des secteurs touristiques touchés par ces évolutions climatiques.

- En collaboration avec la **Maison de l'Innovation sociale** (MIS) et le MT Lab, **Ouranos** a mis sur pied une cohorte de formation visant à préparer les participants (23 ATR/ATS) à passer à l'action en développant un plan d'adaptation aux changements climatiques dans le secteur touristique québécois.
- **Ski Indoor 4810** propose des tapis de course intérieurs XXL adaptés à la pratique du ski. Ces « pistes de ski infinies » sont équipées d'un revêtement synthétique qui permet aux skis de glisser, avec des réglages de pente et de vitesse pour s'adapter à tous les niveaux et exercices, même lorsque les conditions météorologiques ne le permettent pas !
- **Skaping** est un outil de promotion territoriale utilisant des webcams/livecams nouvelle génération à 360 degrés en haute définition, incitant les visiteurs en ligne à venir découvrir les lieux en personne ou à les redécouvrir en ligne.

2.3 Tourisme régénératif

L'industrie touristique évolue vers des pratiques régénératives, visant à minimiser les impacts négatifs sur les communautés locales. Ce modèle intègre les résidents dans le développement touristique, favorisant des approches qui enrichissent le bien-être des populations locales tout en préservant leur environnement social et naturel, sans introduire de nouvelles infrastructures perturbatrices.

- **Ellio** est une agence de conseil en développement durable qui suggère que le tourisme régénératif engage les visiteurs à avoir un impact positif sur la destination de leurs vacances, contribuant ainsi à sa régénération en participant à sa prospérité. La communauté et le lieu de vie tire profit de ces choix qui respectent leur intégrité, valorisent leurs préférences et contribuent à régénérer l'écosystème et sa biodiversité par des pratiques durables et responsables.
- **Le Projet Zéro Déchet** a été créé pour sensibiliser la communauté et les entreprises à adopter des pratiques respectueuses de la planète et en accord avec leurs valeurs. Leurs services conseils, leur accompagnement, leurs conférences et ateliers permettent aux organisations de devenir autonomes et d'optimiser leurs habitudes de consommation.
- **On Trippe Nature** offre des services sur mesure pour aider les organisations touristiques à se renouveler en adoptant une approche régénérative qui maximise la rentabilité, l'impact positif sur les communautés locales et l'environnement, tout en éduquant les voyageurs.

3- INNOVATION PAR LA DONNÉE



10

Exploitation des données et de l'intelligence artificielle pour optimiser les opérations et personnaliser les offres, tout en garantissant une gestion éthique et sécurisée

3.1 Montée en puissance de l'intelligence artificielle (IA)

L'IA est devenue un axe central d'évolution pour les startups, notamment dans l'industrie touristique. La création, en début 2024, du Groupe de travail IA+ Tourisme par Pierre Bellerose, propulsé par le MT Lab, illustre l'importance croissante de ce phénomène. Au départ, les startups se définissaient comme spécialisées en IA, se concentrant sur la réduction des coûts de prototypage ou le développement de solutions exclusivement basées sur cette technologie. Cependant, une transformation notable s'est opérée : l'IA est désormais intégrée comme un outil stratégique dans les opérations, plutôt que d'être le cœur de l'identité de ces entreprises.

Cette intégration progressive a marqué une nouvelle phase dans le virage numérique du secteur touristique, où l'utilisation des données est devenue cruciale. L'IA joue un rôle clé dans l'automatisation et l'optimisation des processus, ainsi que dans la personnalisation des expériences clients. Cependant, malgré cet engouement, des défis subsistent pour convertir ces besoins en applications concrètes, indiquant que l'adoption de l'IA n'a pas encore atteint sa pleine maturité.

Loin d'être une finalité en soi, l'IA doit être perçue comme un levier pour accroître la valeur des produits et des expériences. Elle simplifie des logiciels complexes, rend les données plus accessibles et fonctionnelles, et optimise diverses applications. Bien qu'elle soit un atout majeur pour les startups, c'est la qualité intrinsèque du produit final qui reste déterminante.

- **Cinco** : Lauréate de l'appel à solutions en intelligence artificielle, l'entreprise propose une plateforme web 3D intégrant des technologies avancées d'IA, ce qui permet d'augmenter l'engagement des clients, la considération et la conversion grâce à un commerce conversationnel alimenté par l'IA. Cette solution permet également de mieux comprendre le profil de chaque voyageur et de fournir des recommandations personnalisées.
- **Atractiv** intègre des personnages issus de l'intelligence artificielle dans un écran encadré à des pianos en plein air pour interagir avec le public. Les interactions influencent la musique jouée.

3- INNOVATION PAR LA DONNÉE



11

3.2 Accès et partage des données

Bien que les données soient reconnues comme une ressource précieuse, leur accessibilité reste un défi en raison des licences restrictives. Il devient crucial de développer des « zones de test » (ou lacs de données) où les données peuvent être utilisées librement pour développer des solutions avant leur commercialisation.

- **Le Système d'information touristique Québec (SIT Québec)**, géré par le ministère du Tourisme du Québec (MTO), est un excellent exemple de cette approche. En regroupant et en diffusant les informations touristiques fournies par diverses organisations à travers la province, le SIT Québec mutualise les données pour faciliter le partage d'informations entre les parties prenantes.
- **Le Consortium de données de Destination Canada** met nouvellement à disposition une plateforme centralisée, sécurisée et accessible, offrant des données pertinentes sur le tourisme, en association avec Statistique Canada et Innovation Canada pour créer cette ressource transformatrice.
- **Uska** : L'entreprise propose un système conçu pour optimiser le référencement local des entreprises touristiques. Ce système simplifie la création automatisée de descriptifs et de publications grâce à l'IA générative, tout en assurant un multiréférencement en ligne. De plus, il permet de générer automatiquement des contenus vidéo et photo adaptés aux formats des réseaux sociaux à partir d'un tournage en présentiel.

3.3 Transformation numérique et gestion des données

Les entreprises ressentent une pression croissante pour se transformer numériquement, avec un accent particulier sur la gestion efficace des données. Cela inclut la nécessité de disposer d'une infrastructure technologique solide, de données de qualité, de compétences analytiques avancées, ainsi que d'une gouvernance rigoureuse pour assurer la sécurité, l'éthique et l'efficacité des décisions basées sur les données.

- **Endorphine** est une solution tout-en-un de gestion et de réservation en ligne pour les loisirs de plein air. Dans le cadre de son projet de l'appel à solutions en IA, du Programme d'innovation touristique géré par le MT Lab et financé par le ministère du Tourisme du Québec (MTO), il devient possible d'anticiper l'achalandage des installations et d'optimiser l'allocation des ressources. Propulsée par l'IA, la planification se simplifie, permettant ainsi une gestion plus efficace et précise.
- **Propulso** est une plateforme d'intelligence des données éthiques, qui permet notamment d'analyser et de comprendre le comportement des visiteurs d'un lieu précis, et de suivre leurs déplacements physiques grâce aux données cellulaires.
- **Centralio** est une plateforme de configuration et de soumissions interactives et personnalisées, adaptée aux besoins spécifiques des hôtels disposant de lieux de location, qui permet d'enrichir l'expérience client, d'améliorer l'efficacité interdépartementale et d'augmenter les revenus.

3- INNOVATION PAR LA DONNÉE



12

3.4 Défis juridiques, cybersécurité et gouvernance dans le partage des données

Dans le secteur du tourisme, le partage fluide des données clients tout au long de leur parcours se heurte à des contraintes juridiques strictes en matière de protection de la vie privée. Chaque entreprise ou lieu détient des droits spécifiques sur ces données, compliquant ainsi leur gestion centralisée.

L'importance des données dans le tourisme est indissociable de la nécessité de renforcer la cybersécurité. Avec l'avènement de la Loi 25, il est crucial d'assurer une gouvernance claire et solide des données pour protéger les informations personnelles des utilisateurs et maintenir la confiance dans les services numériques.

- **Trustii** : propose des solutions automatisées de vérification des antécédents et de sélection intelligente à grande échelle. Ces solutions sont adaptées aux besoins en recrutement, en location et en conformité, que ce soit pour l'embauche d'un nouvel employé, la sélection d'un locataire ou l'évaluation d'un partenaire d'affaires.



4- INNOVATION EN ACCUEIL



13

Optimisation, personnalisation, automatisation de l'accueil et des services de découvertes virtuelles

4.1 Numérisation personnalisée

L'accueil touristique évolue vers une expérience de plus en plus numérique et personnalisée, où les parcours des visiteurs sont adaptés à leurs préférences individuelles. Malgré cette automatisation croissante, l'interaction humaine reste cruciale pour enrichir l'expérience des visiteurs, en combinant technologie et touche personnelle pour répondre aux besoins spécifiques des touristes.

- **Hoppin' World** teste un projet de « conciergerie hôtelière virtuelle » grâce à la réalité virtuelle sociale. Bien que l'interaction humaine soit un aspect clé de la conciergerie dans le domaine de l'hospitalité, ce service n'est plus un élément distinctif entre les hôtels, et certains ne sont tout simplement pas en mesure de l'offrir, que ce soit pour des raisons de coûts, d'efficacité opérationnelle, ou de pénurie de main-d'œuvre. Ce projet vise à offrir une option libre-service lorsque l'approche humaine n'est pas possible.
- **Strateolab** conçoit et crée des univers narratifs et immersifs, utilisant la réalité augmentée. Leur dernier projet, Flashback, permet une approche originale en offrant la possibilité de « voyager dans le temps » à travers son téléphone.
- **Mythologi** propose une solution, 360 ELYSIUM, permettant la conception et la distribution d'expériences de réalité augmentée (RA) géolocalisées en temps réel.
- **OHRIZON** est un studio de création d'expériences en réalité augmentée et d'applications 3D immersives, destinées à rehausser l'expérience visiteur sur des lieux touristiques, ou à offrir des expériences de formation immersives et interactives visant la maîtrise de nouvelles compétences avec un taux de rétention de 80 %.



4- INNOVATION EN ACCUEIL



14

4.2 Automatisation croissante

L'automatisation prend de l'ampleur avec l'intégration de technologies telles que les bornes interactives, les codes QR et les services en ligne. Ces outils autonomisent les voyageurs tout en simplifiant leur expérience.

- **Orangead** est une plateforme qui permet de diffuser des contenus sur des écrans numériques urbains, s'adaptant à la vue réelle grâce à des capteurs et des algorithmes de vision par ordinateur qui analysent l'attention portée aux écrans. Par exemple, le message peut être modifié pour rediriger les touristes vers un parcours alternatif en cas de grand achalandage.
- **MySmartJourney** est une plateforme utilisée pour la création et la conception de scénarios de médiation culturelle ou touristique sans contact, dans de multiples lieux et contextes. Elle permet de créer des parcours numériques multimédias, informatifs, utiles et divertissants, qui peuvent être mis à jour en un rien de temps.

4.3 Intérêt des géants du numérique

Les grands acteurs du numérique s'intéressent de plus en plus au marché touristique, offrant des solutions pour accompagner les voyageurs, gérer leurs itinéraires et permettre la découverte virtuelle de destinations. Par leur puissance d'attraction, ils modifient les comportements des visiteurs.

- **Google Travel** est un outil d'aide à la planification et l'organisation de tous les aspects d'un voyage, en utilisant l'écosystème intégré de Google (recherches, Google Maps, YouTube) et de nombreuses bases de données en temps réel.
- **Amazon Explore** est un service virtuel qui permet aux utilisateurs de découvrir les saveurs, les sons, les scènes et les cultures du monde entier, le tout dans le confort de leur foyer, grâce à l'expertise de guides locaux. Avec un large éventail de plusieurs centaines « d'expériences triées sur le volet » couvrant une vingtaine de régions géographiques, les utilisateurs peuvent interagir en temps réel avec les hôtes locaux via une vidéo unidirectionnelle et un audio bidirectionnel. Ce format immersif offre une véritable sensation de présence, permettant de vivre des visites de lieux emblématiques ou des activités incontournables comme si on y était.

5- INNOVATION EN MOBILITÉ



15

Exploration de solutions de transport innovantes, écologiques et alternatives, et électrification des déplacements des visiteurs vers les destinations

5.1 Mobilité durable et accessibilité

La mobilité et l'accessibilité dans les zones touristiques, en particulier dans les régions moins desservies du Québec, deviennent des priorités croissantes. L'amélioration des infrastructures pour faciliter l'accès aux sites, avec un focus sur la mobilité durable, est essentielle. Des initiatives telles que le covoiturage et d'autres solutions de transport alternatives sont en pleine expansion pour mieux desservir les visiteurs.

- **Appel à solutions sur la mobilité durable avec Tourisme Lanaudière.** L'industrie touristique cherche à apporter des solutions durables pour réduire les impacts environnementaux liés aux déplacements des touristes et excursionnistes sur le territoire. Le nombre de visiteurs et de résidents se rendant dans la région touristique de Lanaudière pour pratiquer des activités de plein air est en constante augmentation, et la majorité d'entre eux utilisent leur véhicule pour se déplacer.
- **Momentum Consultants en transport** est un cabinet de conseil en transport intégré, axé sur les personnes, spécialisé dans la vision, la compréhension technique et la conception du transport et du déplacement des personnes dans des environnements complexes.



5- INNOVATION EN MOBILITÉ



16

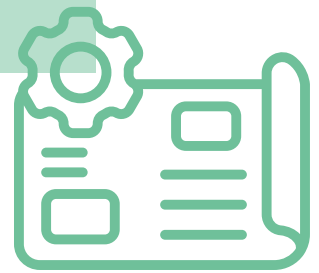
5.2 Électrification des transports

L'électrification des transports émerge comme une tendance majeure dans le secteur touristique. Les efforts se concentrent notamment sur l'électrification des voitures et l'installation de bornes de recharge pour vélos afin de compenser les lacunes du transport en commun.

- **Bromont Campervan** est une entreprise de location de vans électriques aménagées. Basée à Bromont, l'entreprise offre un service de location de d'autocaravanes (camping-cars) tout inclus (assurance, nettoyage, suggestion d'itinéraires, service à la clientèle de qualité) disponibles toute l'année.
- **Mievo** propose des méthodes d'installation alternatives, dans le but de faciliter la participation des organisations au développement durable, propose des solutions de recharge de véhicules électriques pour l'industrie du tourisme et des événements, incluant des bornes de recharge permanentes ou temporaires pour vélos électriques, trottinettes électriques, voitures électriques et hybrides.
- **Foresta** permet le partage de bornes de recharge résidentielles avec toute la communauté Foresta, et propose des options de paiement simplifiées et de réservation flexible, sur une interface esthétique et intuitive.



6- INNOVATION DES PROCESSUS



17

Automatisation et transformation numérique des processus internes pour améliorer l'efficacité opérationnelle et la réactivité face aux nouveaux besoins transactionnels des visiteurs

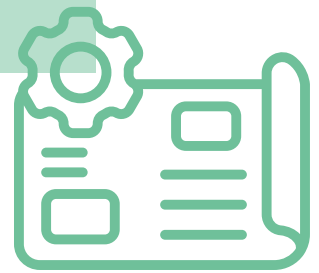
6.1 Automatisation des processus et autonomisation

L'automatisation devient cruciale pour compenser la pénurie de main-d'œuvre dans le secteur touristique. L'intégration de technologies telles que les agents conversationnels (chatbots) et les bornes touristiques permet de réduire les tâches répétitives, d'améliorer l'efficacité opérationnelle, et d'assurer un soutien continu aux visiteurs, même avec des ressources humaines limitées.

- **Tourisme Lanaudière et la MRC Les Moulins** collaborent avec **Humanity-Tech** dans le cadre du Programme de financement de projets pour l'implantation d'une borne d'information touristique, numérique, tactile, informative et inspirationnelle. Cette borne, sans agent d'information sur place, permet néanmoins une communication à distance avec un agent d'information. Elle contribue également à améliorer l'expérience des touristes en leur fournissant des informations telles que des recommandations d'activités, des itinéraires et des informations sur les événements locaux.
- **Fractal solutions robotiques** propose des solutions robotiques de service mobile pouvant être utilisées dans des situations spécifiques : service de repas en chambre ou en restaurant, distribution de documents, robots-guides, prévention d'accidents, etc.



6- INNOVATION DES PROCESSUS



18

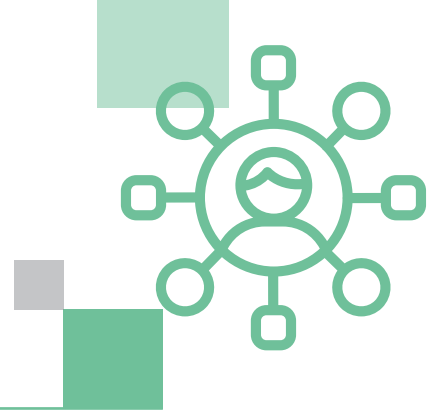
6.2 Nouveaux modèles de vente

De nouveaux modèles de vente en ligne émergent, notamment pour les achats de dernière minute et la distribution d'invendus. Ces modèles s'appliquent aussi bien aux chambres d'hôtel qu'à l'aviation privée, permettant de vendre les places restantes sur des vols nolisés. Cette approche innovante aide à maximiser les revenus tout en offrant des opportunités uniques et avantageuses aux clients.

- **Optionizr** optimise les points de vente en proposant des méthodes de paiement qui améliorent les taux de conversion et enrichissent l'expérience client grâce à des services de paiements alternatifs, de revenus ancillaires, de calcul d'empreinte carbone ou de gestion de cartes-cadeaux.
- **Sponteous** dessert les hôteliers indépendants et les groupes hôteliers multipropriétés en proposant une solution de réservation de chambres haut de gamme, combinant expérience client, profitabilité de l'hôtel et efficacité opérationnelle de l'établissement.
- **Leav** est une plateforme d'automatisation du commerce de détail, sans caisse ni employé, conçus pour réduire les files d'attente.



7- INNOVATION EN RESSOURCES HUMAINES



19

Développement et fidélisation des talents, outils de gestion des compétences et de carrière des employés

7.1 Assistance technologique au recrutement et aux tâches de gestion

Face à la pénurie de main-d'œuvre, l'industrie touristique adopte de plus en plus de technologies comme l'assistance virtuelle et les bornes touristiques pour optimiser les opérations et compenser le manque de personnel.

- **Templn** est une plateforme de maillage qui favorise les relations synergiques entre les bassins de talents locaux et les employeurs, en collaborant avec les entités gouvernementales.
- **Merinio** est un outil qui optimise la gestion des horaires en temps réel et automatise les communications pour répartir les quarts de travail.
- **Piecemeal** est une plateforme de gestion simplifiée des inventaires pour les restaurateurs et les hôtels, qui gère également les menus, les coûts des items du menu et leurs performances en fonction des ventes.
- **Pivot** est une plateforme faite par des restaurateurs pour des restaurateurs, et qui permet de créer facilement des horaires d'employés, de gérer les paies, de centraliser les informations essentielles et de simplifier la communication au sein des équipes.



7- INNOVATION EN RESSOURCES HUMAINES



20

7.2 Transformation du secteur des ressources humaines

Le secteur des ressources humaines est en pleine transformation, notamment avec l'émergence du télétravail et le besoin de nouveaux modèles d'embauche et d'intégration pour les jeunes et les travailleurs moins qualifiés. Cependant, cette évolution est plus lente que prévu.

- **Tedy** est une startup technologique offrant des solutions innovantes pour les employeurs qui cherchent à renforcer leur marque employeur et à valoriser le bien-être de leurs employés. L'entreprise a créé une nouvelle catégorie d'avantages sociaux, située entre les solutions traditionnelles (comme l'assurance collective) et les programmes de récompenses. Son portefeuille de bien-être simplifie la gestion des avantages et donne aux employés la liberté de dépenser pour ce dont ils ont réellement besoin.
- **Nurau** aide les organisations à améliorer leur performance et à réduire les rotations coûteuses en accompagnant les gestionnaires de première ligne, grâce à l'adoption d'un coach IA en entreprise.



8- INNOVATION EN PROMOTION / MARKETING



21

Transition de stratégie de communication vers les canaux numériques, intégrant l'IA et le marketing d'influence pour maximiser la visibilité et l'attrait des offres touristiques

8.1 Marketing, référencement, communication : le tout-au-numérique

Avec la disparition des guide-papiers, la promotion touristique s'est déplacée en ligne. Pour les PME touristiques, maîtriser les outils numériques (comme Google Maps, le référencement en ligne et l'IA) est essentiel pour assurer leur visibilité. Les associations touristiques jouent un rôle crucial en fournissant aux PME des outils et des conseils pour se démarquer en ligne, où une forte présence est désormais indispensable.

- Projet collectif dans le cadre du Programme de financement de projets entre **IDÉ Trois-Rivières, Tourisme Drummondville et Tourisme Chaudière-Appalaches** avec **RoadBOOK**. L'application RoadBOOK propose une transformation numérique de la recommandation touristique en remplaçant les documents papier distribués dans les points d'accueil touristique par une application remise aux voyageurs, permettant ainsi un échange personnalisé avec un conseiller en séjour pour créer un livret d'accueil sur mesure.
- **Arenamatrix** est une plateforme logicielle spécialisée dans les outils marketing pour développer et engager les publics dans les institutions culturelles, les organisations sportives et les lieux de loisirs. Elle permet de collecter, analyser et exploiter les données des publics recueillies via diverses sources de données telles que les outils de billetterie, les infolettres, les sites web, les applications mobiles, etc.
- **Hoppin' World** opère un réseau de réalité virtuelle sociale dédié à la promotion d'attrait touristiques et culturels réels, permettant de rencontrer des personnes en ligne, n'importe où et n'importe quand, pour faire vivre l'ambiance des lieux et vendre la destination sans déplacement.

8- INNOVATION EN PROMOTION / MARKETING



22

8.2 Optimisation du marketing d'influence et création de communautés

La gestion des promotions évolue avec l'essor de nouvelles technologies qui automatisent les campagnes marketing via les influenceurs. Ces outils permettent d'identifier automatiquement les influenceurs les plus pertinents en fonction de leur portée dans des niches spécifiques, optimisant ainsi le marketing d'influence sur les réseaux sociaux. Des plateformes permettent aussi de regrouper des talents au même endroit, dans une communauté d'un même corps de métier. Actuellement, ces plateformes servent les créateurs et les artistes.

- **Heylist** est une communauté vivante et florissante de créateurs de tendances qui valorise les partenariats et les collaborations créatives en récompensant les véritables engagements authentiques.
- **Obby App** est une plateforme qui connecte les gens par le biais d'activités et d'expériences dans un contexte sportif et de plein air. L'application numérique vise à créer de véritables connexions en personne.
- **Streamforge** est une plateforme qui permet de mettre en relation des créateurs et des organismes pour des projets. C'est une manière simple d'accéder à un vivier de talents créatifs.
- **Wittycloud** est un moteur de recherche d'idées marketing alimenté par des créateurs innovants du monde entier.



SIGNAUX FAIBLES ET DYNAMIQUES ÉMERGENTES



23

Un « signal faible » est une information précoce de faible intensité annonciatrice d'une tendance ou d'une opportunité. Si ces éléments continuent à prendre de l'ampleur, ils peuvent signaler des tendances importantes à venir qu'il faut savoir anticiper.

Nous les regroupons ici, en attendant de voir comment ces dynamiques évolueront vers des cas plus concrets.

Signal 1 : Importance croissante pour la culture et le divertissement

La culture et le divertissement jouent un rôle de plus en plus important dans l'industrie touristique, avec l'événementiel devenant un moteur clé du trafic touristique. Les acteurs culturels voient désormais le tourisme comme un moyen efficace de promouvoir leurs initiatives, intégrant ainsi davantage leurs activités dans cette industrie. Cette tendance reflète un intérêt croissant des voyageurs pour les contenus culturels, positionnant le MT Lab comme un acteur central et une porte d'entrée incontournable pour les entreprises souhaitant explorer ce marché.

- Au cours des dernières années, **Montréal** s'est distinguée par la mise en place de mini-projets urbains de nouvelle génération, **activant des espaces publics** pour une saison ou de manière plus durable, comme dans le Quartier des spectacles (une démarche également appelée « **placemaking** »). Les innovateurs du placemaking contribuent à réhumaniser la ville en intégrant culture, divertissement et interactivité. Le **Quartier des spectacles international** a été créé pour produire et diffuser des installations artistiques qui captivent l'imaginaire et engagent le public dans des expériences lumineuses, sonores et participatives.



SIGNAUX FAIBLES ET DYNAMIQUES ÉMERGENTES



Signal 2 : Résurgence de la low tech et de la no tech

24

Une pression croissante pousse vers le développement de solutions low tech et no tech, en réaction à l'évolution des besoins et à la recherche d'efficacité. À long terme, il est anticipé que des technologies autrefois considérées comme high tech seront redéfinies en low tech pour répondre à des exigences minimales en termes de consommation et de connectivité. L'accent sera mis sur des solutions qui capturent l'essentiel, comme l'utilisation de caméras basse résolution ou de Bluetooth à faible énergie, sacrifiant certaines fonctionnalités pour optimiser l'efficacité et la durabilité.

- Le **Low-Tech Lab** contribue à l'émergence de modes de vie, de production et de consommation plus sobres, en se donnant pour mission de découvrir, tester et partager ces solutions avec le plus grand nombre. Ils mettent à disposition des **outils collaboratifs, identifient des solutions et des projets low tech** dans le monde, et partagent des **tutoriels techniques, des rapports d'expérimentation, ainsi que des mesures du potentiel d'impact**.
- Des initiatives incluent désormais des **séjours de « désintox numérique »** pour favoriser la déconnexion numérique et le **« ralentourisme » (slow tourisme)**, qui valorisent les **expériences authentiques et locales**. Une étude publiée en juillet 2024 montre que des facteurs tels que l'interaction entre les expériences en ligne et hors ligne pendant le voyage apparaissent désormais comme des déterminants importants du **bien-être des voyageurs**. Cela influence, dans certains cas, la planification avant le voyage, les activités sur place et le partage des expériences après le voyage.



SIGNAUX FAIBLES ET DYNAMIQUES ÉMERGENTES



Signal 3 : eSport et jeux vidéo ; de nouveaux ponts avec l'industrie touristique

25

Le sport électronique (eSport) et les jeux vidéo convergent pour créer de nouvelles opportunités dans l'industrie touristique. Le sport électronique attire un public mondial et influence de plus en plus les déplacements touristiques, notamment avec les Jeux olympiques des sports électroniques qui se tiendront chaque année en Arabie Saoudite de 2025 à 2037. Parallèlement, les jeux vidéo établissent des ponts entre le virtuel et les expériences touristiques, ouvrant de nouvelles voies pour engager les voyageurs.

- **Nexart** est une entreprise qui propose de recréer une destination dans l'environnement du jeu Fortnite, offrant ainsi une manière différente de communiquer et d'interagir avec une clientèle locale ou internationale.
- **4elements** conçoit des parcours ludiques numériques dans des lieux physiques, immergeant le visiteur dans un jeu de rôle avec des quêtes et des énigmes, où il devient le héros de l'aventure.



SIGNAUX FAIBLES ET DYNAMIQUES ÉMERGENTES



26

Signal 4 : Des produits de niche pour des intérêts diversifiés

La segmentation du marché touristique s'affine, avec l'émergence de produits de niche ciblant des publics spécifiques. Des plateformes spécialisées, telles que celles dédiées aux forfaits pour skieurs ou aux sports émergents comme le vélo de route tout-terrain (*gravel bike*), se multiplient. Cette évolution ouvre de nouvelles opportunités pour développer des offres touristiques dans des domaines jusqu'ici inexploités, répondant à des intérêts et à des besoins de plus en plus diversifiés.

- **Les Chèvres de Montagne** forme la plus grande communauté de femmes en plein air au Canada. Elle organise des événements pour vivre des moments uniques et créer des liens, avec pour objectif de faciliter l'accès à diverses activités de plein air, de partager les bonnes pratiques, de renforcer la confiance en soi et de s'amuser.
- **Iris+Arlo** propose des produits menstruels biodégradables et sans produits chimiques, notamment conçus pour des voyageuses en pleine nature, accessibles sur des lieux de travail ou des lieux touristiques.
- **Hike MTL** se présente comme une entreprise sociale avec des animateurs de plein air qui organisent des excursions et des expériences uniques, adaptées aux communautés BIPOC et marginalisées.



SIGNAUX FAIBLES ET DYNAMIQUES ÉMERGENTES



Signal 5 : Transversalité des compétences intersectorielles

27

Les compétences, innovations et services développés dans le secteur du tourisme résonnent bien au-delà de cette industrie. Ils sont applicables et adaptables à d'autres secteurs tels que la santé, le sport, la gastronomie, la culture et le divertissement, notamment en ce qui concerne le facteur humain, l'accueil, le parcours des visiteurs, les processus, les transactions, la promotion, etc.

- Le MT Lab explorera des synergies avec ces secteurs d'activité associés au tourisme, qui partagent les mêmes enjeux ou recherchent les mêmes solutions, permettant ainsi de faire reconnaître la place centrale et systémique du tourisme dans le parcours global du client à travers ces secteurs. Les initiatives du MT Lab tireront parti de la vigueur de l'industrie touristique en tant que moteur de développement économique.



LE MT LAB PEUT VOUS AIDER DANS VOS PROJETS D'INNOVATION



28

Vous êtes une jeune entreprise innovante ?

Le MT Lab propose plusieurs programmes pour soutenir les startups à différents stades de développement, chacun étant conçu pour répondre à des besoins spécifiques en matière d'innovation et de commercialisation. Inscrivez-vous !

Programme Maillage : connecter les startups aux leaders de l'industrie

Le programme Maillage du MT Lab s'adresse principalement aux startups B2B en phase de commercialisation, leur permettant de tester leurs solutions dans l'industrie touristique. En les connectant aux Grands Partenaires en innovation ouverte, qui jouent un rôle de jurés et de mentors, ce programme aide les startups à affiner leurs idées et à développer des solutions adaptées au marché. De leur côté, les Grands Partenaires investissent dans ces innovations pour façonner l'avenir de l'industrie et répondre à leurs besoins spécifiques.

Programme Maillage

Travaillons ensemble

Voir le programme

Programme Altitude

Étendez vos horizons

Voir le programme

Programme Altitude : étendre l'offre des startups vers le consommateur final

Le programme Altitude, une extension du programme Maillage, est principalement conçu pour les startups B2C en phase de commercialisation et avec des besoins de financement pour soutenir leur croissance. Il aide ces startups à élargir leur marché en s'adressant directement à la clientèle touristique et en adaptant leurs offres aux besoins spécifiques des consommateurs.

LE MT LAB PEUT VOUS AIDER DANS VOS PROJETS D'INNOVATION



29

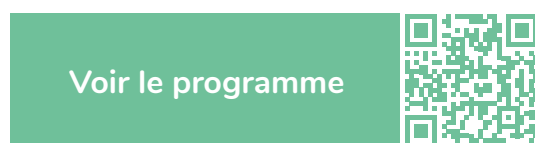
Programme d'accélération Export France-Québec : favoriser l'expansion internationale des startups

Le programme Export est issu d'un partenariat entre le MT Lab et l'incubateur français Open Tourisme Lab, situé à Nîmes. Il vise à introduire sur le marché québécois des startups françaises répondant aux besoins de l'industrie locale, tout en facilitant l'accès des startups québécoises au marché français. Ce programme crée des opportunités d'expansion internationale, permettant aux startups de se développer au-delà des frontières pour façonner l'avenir de l'industrie et répondre à leurs besoins spécifiques.

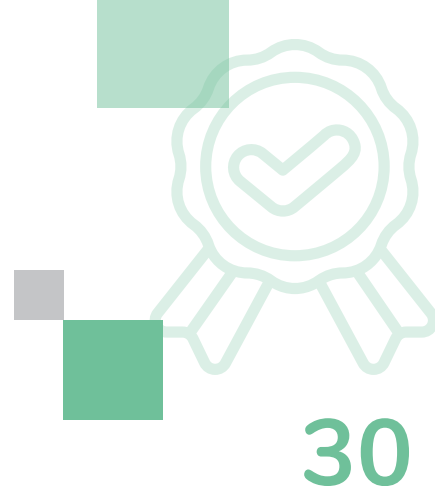


Programme Empreinte : intégrer la durabilité au cœur de l'innovation touristique

Le programme Empreinte cible les entreprises en phase de prototypage et de précommercialisation, en mettant l'accent sur l'intégration de pratiques durables et responsables dans les projets touristiques. Chapeauté par le Pôle d'innovation en tourisme durable du MT Lab basé à Québec, ce programme accélère la transition durable de l'industrie en minimisant l'empreinte écologique des activités touristiques et en maximisant leur impact positif sur les communautés locales.



PROGRAMMES EN PARTENARIAT AVEC LE MINISTÈRE DU TOURISME DU QUÉBEC (MTO)



30

Vous êtes un acteur de l'industrie touristique ?

Depuis 2022, le MTO apporte son soutien au MT Lab en lui confiant la gestion du Programme d'innovation touristique, un fonds destiné au financement de projets innovants pour l'industrie du tourisme au Québec.

Programme de financement de projets :
soutenir l'innovation avec des
ressources stratégiques

Le programme de financement de projets, soutenu par le ministère du Tourisme du Québec, s'inscrit dans le cadre du Programme d'innovation touristique géré par le MT Lab. Il permet aux entreprises touristiques de soumettre un projet innovant et de bénéficier d'un soutien financier décomposé en deux volets : un accompagnement stratégique et un financement de projet.

Ce programme met l'accent sur des thématiques prioritaires telles que l'amélioration de la productivité, la compétitivité, l'efficacité des entreprises, la pénurie de main-d'œuvre, la réduction de l'empreinte environnementale, et le virage numérique des entreprises touristiques.



Voir le programme



PROGRAMMES EN PARTENARIAT AVEC LE MINISTÈRE DU TOURISME DU QUÉBEC (MTO)



Appels à solutions : Amorcer des projets risqués, au service de l'industrie

Les appels à solutions encouragent la collaboration entre les acteurs du secteur en offrant un soutien ciblé. Cela permet de promouvoir des initiatives innovantes à fort potentiel, tout en permettant de les dérisquer à travers des projets pilotes.

Appels à besoins : Cibler les enjeux sectoriels pour des solutions sur mesure

Les appels à besoins constituent un levier stratégique pour identifier et répondre aux enjeux spécifiques de l'industrie. En ciblant des problématiques précises, cette initiative permet de concentrer les efforts d'innovation vers des solutions concrètes et adaptées au marché.

Programme Croissance : propulser les startups validées vers l'expansion

Le programme Croissance s'adresse aux startups ayant déjà validé leur produit sur le marché touristique et qui sont prêtes à passer à l'échelle supérieure.

Financé par le MTO, ce programme propose un accompagnement intensif ainsi qu'un financement de 45 000 \$ par entreprise innovante, visant à soutenir un plan de croissance ambitieux ou à résoudre un obstacle freinant son expansion.

Programme Croissance

Allons plus loin

[Voir le programme](#)

CAS À SUCCÈS DU MT LAB



32

Des robots au resto, avec un coup de pouce du MT Lab

Incubée au MT Lab, Fractal solutions robotiques découvre au fil de ses rencontres avec les Grands Partenaires de l'industrie touristique une variété d'utilisations possibles pour ses robots, à qui elle donne un caractère sympathique. Porteurs de valises, hôtes pour les visiteurs, guides, serveurs : on est en voie de trouver plusieurs manières d'allier les robots à la force humaine pour mieux servir les clients. Les cofondateurs de Fractal n'imaginaient pas autant de possibilités avant leur arrivée dans l'écosystème du MT Lab.

**Des robots guides ou serveurs dans la restauration et le tourisme ?
Une startup basée à Drummondville fait émerger la robotique hors
du milieu industriel et transforme l'expérience client.**



Vidéo des robots Chez Louis en accueil



J'ai du mal à voir une startup qui puisse réussir sans avoir un appui d'une organisation comme le MT Lab. Ça nous a énormément aidés à nous faire connaître et à peaufiner notre approche. En plus, le programme de financement de projets nous aide et nous offre une belle vitrine. Ça fait accélérer l'avancement de notre entreprise et je vois difficilement comment on aurait pu autant avancer sans ce soutien,

affirme Jean-Michel Lemaire chez Fractal.





Le MT Lab accélère le parcours de Fractal

Invité au Démo Day sur l'intelligence artificielle du MT Lab en mai 2023, Jean-Michel Lemaire, jeune entrepreneur diplômé en génie robotique à l'Université de Sherbrooke, a saisi l'occasion d'y venir avec ses robots « sociaux », Olive et Peanut. Peu de temps après, il était invité à faire une présentation aux Grands Partenaires, ce qui lui a permis d'intégrer la 8e cohorte du programme d'incubation Maillage au MT Lab.

« Ça a été une collaboration instantanée. Jean-Michel a la posture entrepreneuriale recherchée : il est à l'écoute, agile, ouvert au coaching, proactif. Son attitude suscite la confiance, et ça facilite la connexion dans ses relations d'affaires, observe Florence Barbeau, directrice des partenariats et de l'innovation ouverte au MT Lab. »

Le robot le plus connu de Fractal travaille au restaurant Chez Louis Poulet et Pizza à Drummondville et il fait le service aux tables.

« Après la pandémie, on a eu de gros problèmes pour trouver de la main-d'œuvre, alors avoir un robot collaboratif était un super beau projet. L'idée était aussi d'attirer les jeunes familles à venir voir le robot et à s'y intéresser, raconte Éric Durepos, propriétaire du restaurant Chez Louis Poulet et Pizza. »



Quand l'équipe de Fractal a rencontré M. Durepos, ce dernier avait déjà tenté une expérience avec un robot serveur, mais le projet pilote avait été abandonné. La raison était simple : le robot était incapable de trouver seul où les clients s'étaient attablés après avoir passé leur commande au comptoir. La solution, qui consistait à libérer les employés du restaurant et d'autonomiser le service aux tables, n'avait donc plus d'utilité.

Le hasard a voulu que Jean-Michel Lemaire passe dans un autre restaurant qui utilise des pastilles technologiques (*table trackers*) permettant de repérer la table où s'étaient dirigés les clients. L'entrepreneur a tout de suite vu la possibilité de lier cette technologie à un robot. Et hop ! Des robots Fractal ont pu entrer Chez Louis Poulet et Pizza, où ils sont devenus des compagnons appréciés de tous.

« Ils peuvent même chanter et danser pour un anniversaire, et parler en québécois !
s'amuse Jean-Michel Lemaire.

« Dès que nous avons une demande d'innovation ou un besoin, l'équipe de Fractal
y répondait avec plaisir et gentillesse, témoigne Éric Durepos, qui voit ses clients
redevenir des enfants au contact de son robot.

Fractal solutions robotiques a bénéficié du Programme de financement de projets géré par le MT Lab pour le développement de projets innovants dans l'industrie touristique. Ce fonds s'inscrit dans le Programme d'innovation touristique, géré par le MT Lab et soutenu par le ministère du Tourisme du Québec.





L'accélérateur d'opportunités en tourisme, culture et divertissement

Le MT lab est à la fois un lieu de rencontre, un incubateur/accélérateur de startups et une plateforme d'échanges. Il a pour mission de susciter l'innovation et l'entrepreneuriat en tourisme, en culture et en divertissement.

mtlab.ca

Répertoire de solutions innovantes : mtlab.ca/solutions/

MT Lab – Montréal et coworking

141, avenue du Président-Kennedy, 7e étage

Local SB-7250, Casier #18

Montréal (Québec) H2X 1Y4

514 876-5284

Métro Place-des-Arts (sortie UQÀM)
Le MT Lab est hébergé au sein du Complexe des sciences Pierre-Dansereau de l'UQÀM, certifié LEED® Argent par le Conseil du Bâtiment Durable du Canada (CAGBC)



COFONDÉ PAR
DESTINATION QUÉBEC CITÉ

MT Lab – Pôle d'innovation en tourisme durable (bureau de Québec)

330, rue Saint-Vallier Est, Bureau 300

Québec, QC G1K 9C5

418 558-9568

Le MT Lab à Québec est hébergé
au sein des bureaux de 42 Québec