

Événements
Attractions
Québec

SÉRIE D'ENTREVUES

Les gestionnaires des attractions et des événements du Québec se préparent à la saison estivale 2021

Entrevue avec

Samuel Grenier
Zoo de Granby

Région: Cantons-de-l'Est
Catégorie: Zoo et aquarium



De quelle façon entrevoyez-vous la saison estivale? Avec résilience, optimisme, inquiétude? Et pourquoi?

Le Zoo a pu ouvrir à l'été 2020 et de nouveau à partir de la période des Fêtes, évidemment avec certaines restrictions. Nous sommes donc résilients, car nous savons davantage ce qui fonctionne bien et ce qui fonctionne moins bien pour nos opérations. Notre expérience nous apporte une meilleure connaissance de nos différents sites, entres autres, en termes de capacité et d'application des mesures sanitaires dans nos installations.

Nous sommes aussi « optimistes-réalistes » pour le futur. Nous avons fait un exercice budgétaire différent, par trimestre, nous permettant de revoir les options pour le reste de l'année, considérant le contexte très changeant. Toutefois, si les restrictions ne changent pas en termes de distanciation sociale, outre la possibilité d'ouvrir dès le mois de mai, notre nombre de visiteurs, lui, ne pourra être augmenté durant la période la plus achalandée de l'année.



Avez-vous pensé à annuler les éditions 2020 et 2021 de votre attraction?

Ce n'était pas concevable de demeurer fermé. À titre d'attraction touristique, une ouverture aux visiteurs permettait également de leur offrir du bien-être dont ils ont vraiment besoin.

Ainsi, jamais nous avons envisagé d'annuler notre saison estivale. Nous avons prévu différents scénarios d'ouverture et une réduction drastique de notre offre, comme ne pas ouvrir notre parc aquatique et notre parc des manèges, mais nous voulions minimalement demeurer présents sur la scène touristique avec notre produit phare, le parc animalier. Malgré tout, nos trois parcs ont été touchés par les adaptations en contexte de pandémie. Par exemple, à la suite d'une analyse du parc de manèges, nous avons été en mesure d'offrir 40 % de l'offre habituelle pour la saison dernière, en ciblant les manèges ayant les frais d'entretien les plus bas, mais qui demeurent appréciés par la clientèle.

Il ne faut pas oublier qu'un parc animalier nécessite le maintien d'un minimum d'opérations. Heureusement, les différentes subventions gouvernementales ont grandement aidé pour poursuivre les bons soins aux animaux.

Aussi, la pandémie a certes eu un impact sur le personnel du Zoo. La mise en place du programme de temps partagé avec l'assurance emploi a permis de combler les besoins du Zoo et d'aider les employés à diminuer leurs pertes salariales. Ce programme a permis au Zoo d'éviter les mises à pied de masse et de conserver son équipe.

De plus, nous avons poursuivi nos partenariats avec les hôteliers (offre de forfait avec le Zoo) tout en nous adaptant pour respecter les capacités des sites. Cela a nécessité une logistique, mais a connu beaucoup de succès. Les hôteliers ont apprécié cette solidarité.



Quelles stratégies votre organisation a-t-elle mises en place pour respecter les mesures sanitaires dans un contexte de réouverture?

Le Zoo n'a pas lésiné sur les mesures à mettre en place. Que ce soit par la mise en place d'équipement de désinfection, de patrouilles pour faire respecter les consignes, du port du masque obligatoire en tout temps par tous nos employés et visiteurs, nous sommes allés au-delà du minimum exigé par la Santé publique.



Une crise peut générer des défis, mais aussi des opportunités. Comment votre organisation a-t-elle fait preuve d'innovation et de créativité au cours des derniers mois?

Nous avons déjà un service d'achat en ligne. Nous l'avons simplement adapté pour répondre aux besoins de contrôle de l'achalandage journalier, par un système de réservation.

Nos visiteurs ont eu l'opportunité, avec leur accès au Zoo, de profiter de trois sites. La complexité de la circulation et la capacité différente de nos sites, en respect des mesures sanitaires, nous a obligé à scinder notre offre. Nous avons offert un accès unique journalier au Zoo uniquement pour un moindre coût et un accès aux trois sites pour un tarif plus élevé. L'impact pour la clientèle a donc été moins grand et la qualité de l'expérience a été très appréciée tout en permettant une maximisation de nos revenus.

De cette démarche ont émergé des indicateurs très intéressants sur les intérêts des gens pour leurs visites au Zoo et parc thématique. Le succès de cette nouvelle approche reviendra certainement cette année! Pour ce qui est de l'avenir post-pandémie, on ne s'est pas encore arrêté à l'idée de conserver ou pas ces nouveautés. Dans l'avenir il faudra peut-être revoir l'équilibre entre la capacité, la tarification et la qualité de l'expérience offerte.

Aussi, nous avons offert des capsules en ligne en début de pandémie, nous sommes restés présents auprès de nos visiteurs et leur avons offert un peu de bonheur dans un contexte difficile. Cela a généré beaucoup d'intérêt. Nos inscriptions aux infolettres ont d'ailleurs augmenté significativement. À l'aide de nos visioconférences, nous avons atteint un rayonnement plus grand en brisant la limitation des régions et en offrant du contenu aux écoles partout dans la province. On prévoit éventuellement une formule semblable pour nos 5 @ 7 corporatifs.



Allez-vous adapter ou modifier vos produits et services en prévision de la prochaine saison estivale?

Nous poursuivons dans le même sens que ce que nous avons expérimenté au cours des périodes d'ouverture, en ayant en tête que la quantité de personnes sur le site en tout temps est une adaptation importante qui a un effet sur l'expérience client ainsi que sur la sécurité sanitaire. Cet hiver, nous n'avons que deux continents en visite, en deux blocs de visite de trois heures, ce qui est suffisant pour la visite. Les gens ont vraiment apprécié avoir une offre adaptée avec un prix moindre qui conservait un juste rapport qualité-prix! Juste le fait de sortir à l'extérieur, voir les animaux et marcher a été porteur d'un grand bien pour notre clientèle.



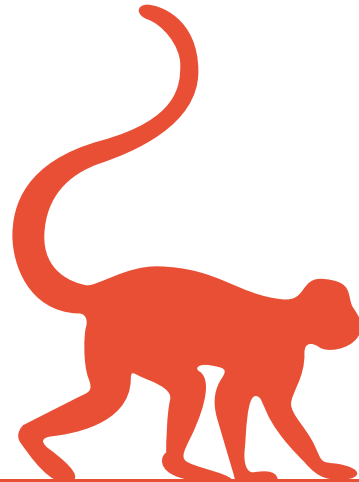
De quelle façon votre association à Événements Attractions Québec vous soutient-elle dans cette période? Quels services ont été les plus importants/pertinents?

L'encadrement au niveau sanitaire et les représentations qu'ÉAQ a fait pour les membres et le secteur ont été très importants. Les nouveaux programmes sont de belles initiatives qui profitent à beaucoup d'entreprises touristiques. Les annonces récentes du gouvernement pour l'allègement de certains coûts fixes donnent assurément un souffle aux entreprises qui voient leur achalandage grandement affecté, mais pour qui les coûts d'opération demeurent pratiquement les mêmes.



Vous allez retenir quoi de cette crise?

La capacité d'adaptation de notre organisation et de son équipe! Mais aussi, la capacité de nos visiteurs à s'adapter à une nouvelle offre et aux mesures sanitaires mises en place. Leur soutien est important pour assurer un succès à nos innovations.



À PROPOS DU ZOO DE GRANBY

Le Zoo de Granby accueille les visiteurs dans ses sentiers qui sillonnent 4 continents, où vous pourrez observer 1500 animaux de près de 225 espèces exotiques (éléphants, girafes, gorilles, tigres), ainsi que profiter des attractions du parc aquatique et du parc des manèges. Et en 2021, pour combler les accros d'expérience unique, le Zoo de Granby vous invite à venir vivre une nouvelle expérience numérique interactive grâce à l'utilisation de bracelets RFID via un parcours de jeux.

[Visiter le site Web](#)

Consultez les autres entrevues

ICI

ÉVÉNEMENTS ATTRACTIONS QUÉBEC

4545, avenue Pierre-De Coubertin, Montréal (Québec) H1V 0B2 | Tél. : 514 252-3037 ou 1 800 361-7688 | info@eaq.quebec
www.evenementsattractions.quebec