ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

Participer à faire du Québec un pôle touristique mondial

Martin Soucy
Président-directeur général
Mai 2017

Année exceptionnelle ! 2016

1,4 %

Augmentation des touristes
+ 3,5 % à Montréal
+ 6,8 % à Québec

57,8 %

Taux occupation hôtelière (+ 1,9 %)

32,7 M

dont 3,3 M de touristes internationaux

- Montréal 10,2 M
- Québec 4,3 M
- Régions 19,2 M

8,2 G$ | +4,6 %

Croissances des dépenses touristiques dont 3 G$ pour les touristes internationaux

2017

Le vent dans les voiles !

DESTINATION 2017 SELON LE NEW YORK TIME.

150 / 375

Festivité séduisante pour le marché américain

Prévision de hausse de TM de 5,3 % à 10,7 M touristes

Vert

Croissance de

5%

« Sans destination,
tous les vents sont bons »

Au menu

01

La mission et les objectifs de l’Alliance

02

Les tendances touristiques mondiales : le Québec est-il prêt ?

03

Nos clés de succès

ATR ASSOCIÉES DU QUÉBEC

Association québécoise de l'industrie touristique

ATS Associations touristiques sectorielles du Québec

ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

Tourisme Québec

ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

UNIQUE

Prise en main de l'industrie par l'industrie

ENSEMBLE

Organisation d'affaires de l'industrie au niveau provincial

FORCE

Tous les joueurs à la table au conseil d'administration

1 | Mission et objectifs de l’Alliance

ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

Notre raison d'être

ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

PARTENAIRE DE RÉUSSITE

DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE QUÉBÉCOISE

ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

PARTENAIRE DE RÉUSSITE

UNIR, CONCERTER ET REPRÉSENTER

les entreprises et les associations touristiques pour propulser la performance de l'industrie

AGIR

En soutenant et en participant au développement de l'offre touristique et à sa mise en marché

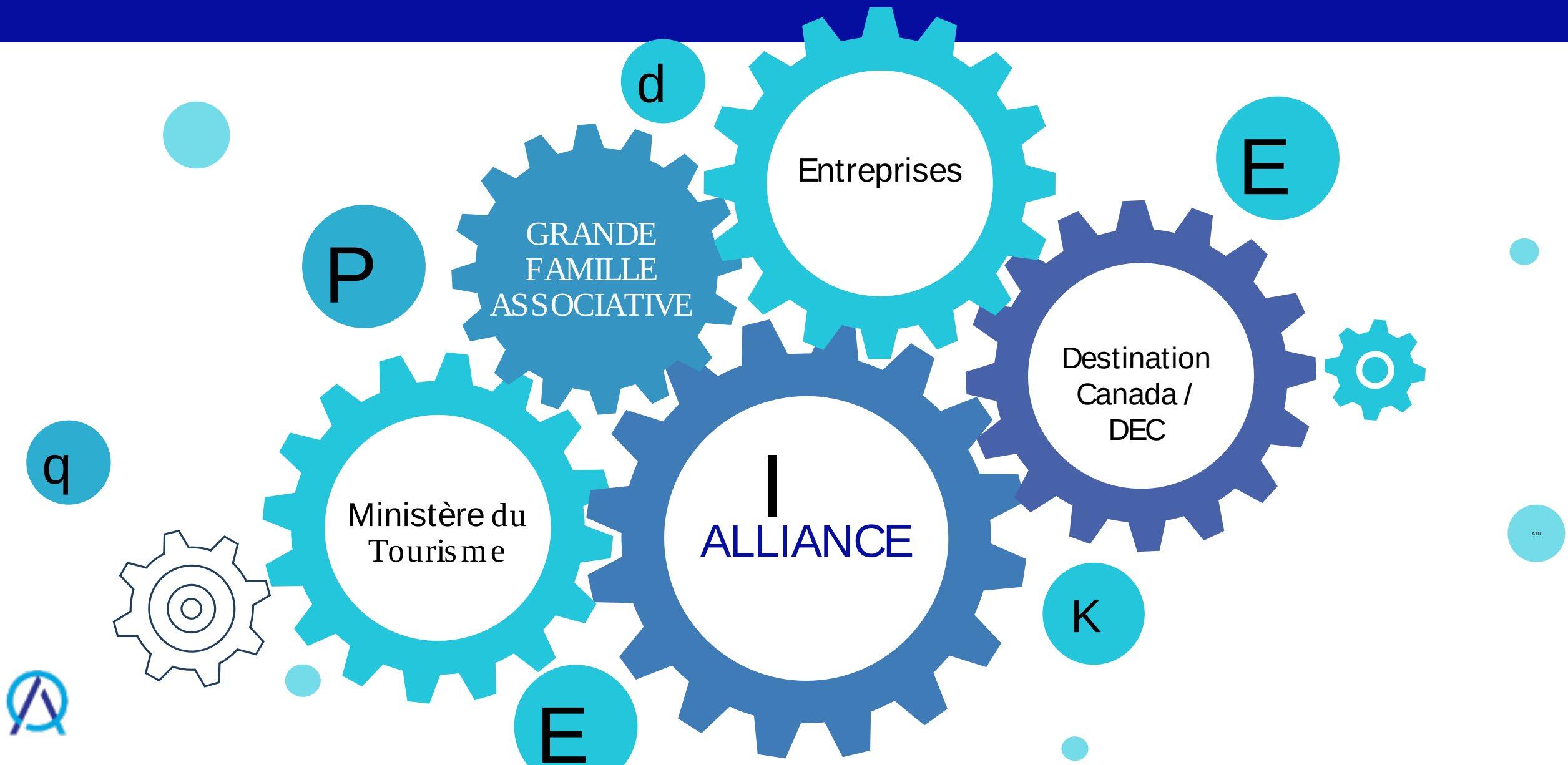
ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

Notre aspiration

ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

FAIRE DU QUÉBEC UNE DESTINATION TOURISTIQUE DE CALIBRE MONDIAL

EN SYNERGIE AVEC L'ÉCOSYSTÈME TOURISTIQUE



Les deux facettes de l’Alliance

ASSOCIATIF

Approche membership

- Services aux membres
- Concertation / partage expertise
- Représentation intérêts
- Communication
- Achat groupé

MANDATAIRE

Approche partenariat

- Cibles
- L'unique stratégie marketing 17-20
- Plan d'actions
- Obligations MTO Alliance
- **Mise en marché Québec hors Québec**
- Résultats
- Reddition de comptes
- Politiques et processus
- Saine gouvernance
- Gestion du programme de signalisation
- Autres mandats MTO

La création de l’Alliance :

ce n’est pas la ligne d’arrivée, mais bien la ligne de départ!

Horizon 2022
6 objectifs d’affaires

1. Réussir le mandat de mise en marché du Québec à l'international

2. Être reconnu comme le partenaire de réussite en unissant les forces vives de l'industrie

3. Participer à développer l'expérience touristique de calibre mondial et son accessibilité dans les régions

4. Accroître la reconnaissance de l'impact du tourisme dans l'économie du Québec

5. Confirmer la pertinence et la pérennité de l'organisation en diversifiant ses revenus autonomes

6. Assurer une gouvernance et une gestion exemplaire de l'organisation

“Une vision sans exécution n’est qu’hallucination”
Thomas Edison

Équipe de direction de l'Alliance

Frédéric Dubé

Directeur affaires corporatives

Marie-Hélène Hudon

Directrice marketing

François-G. Chevrier

Vice-président développement et communication

Martin Soucy

Président-directeur général

Sébastien Viau

Vice-président marketing et commercialisation

Sophie Hénault

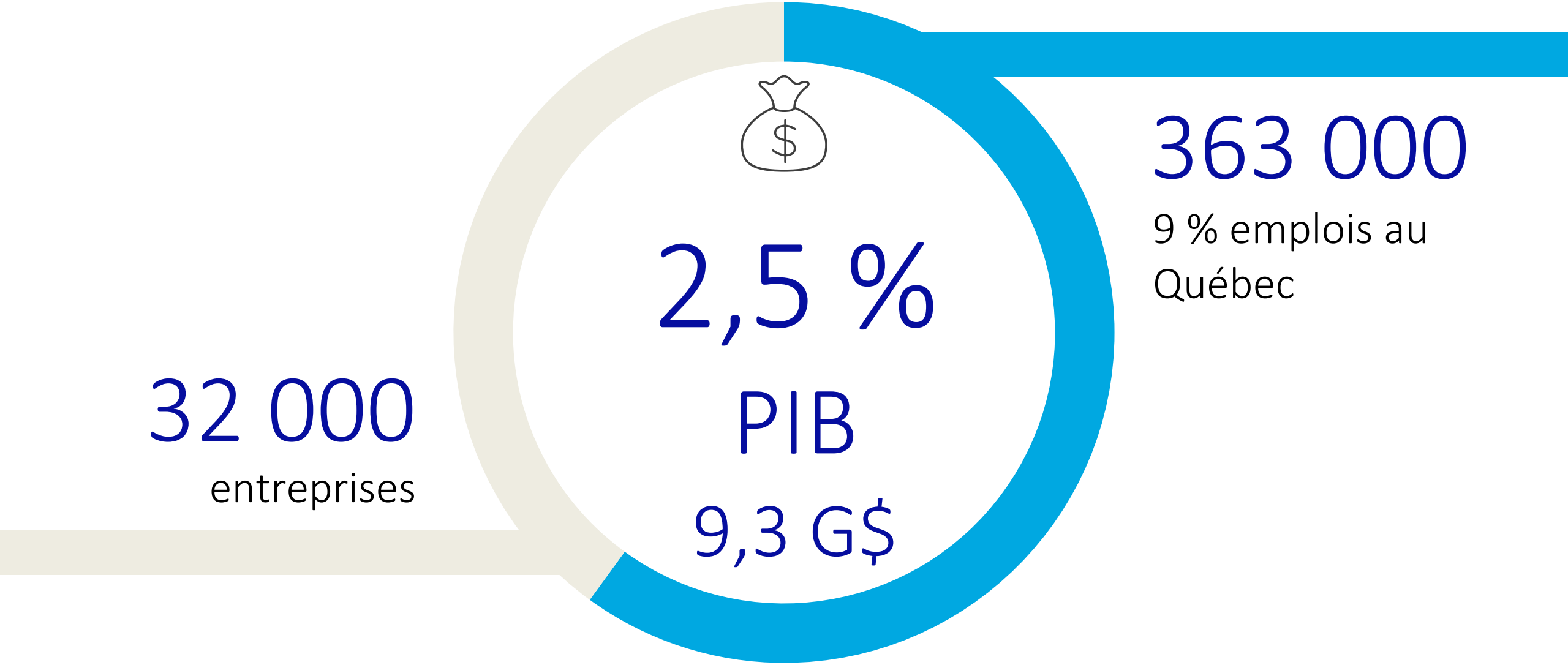
Directrice finances et administration

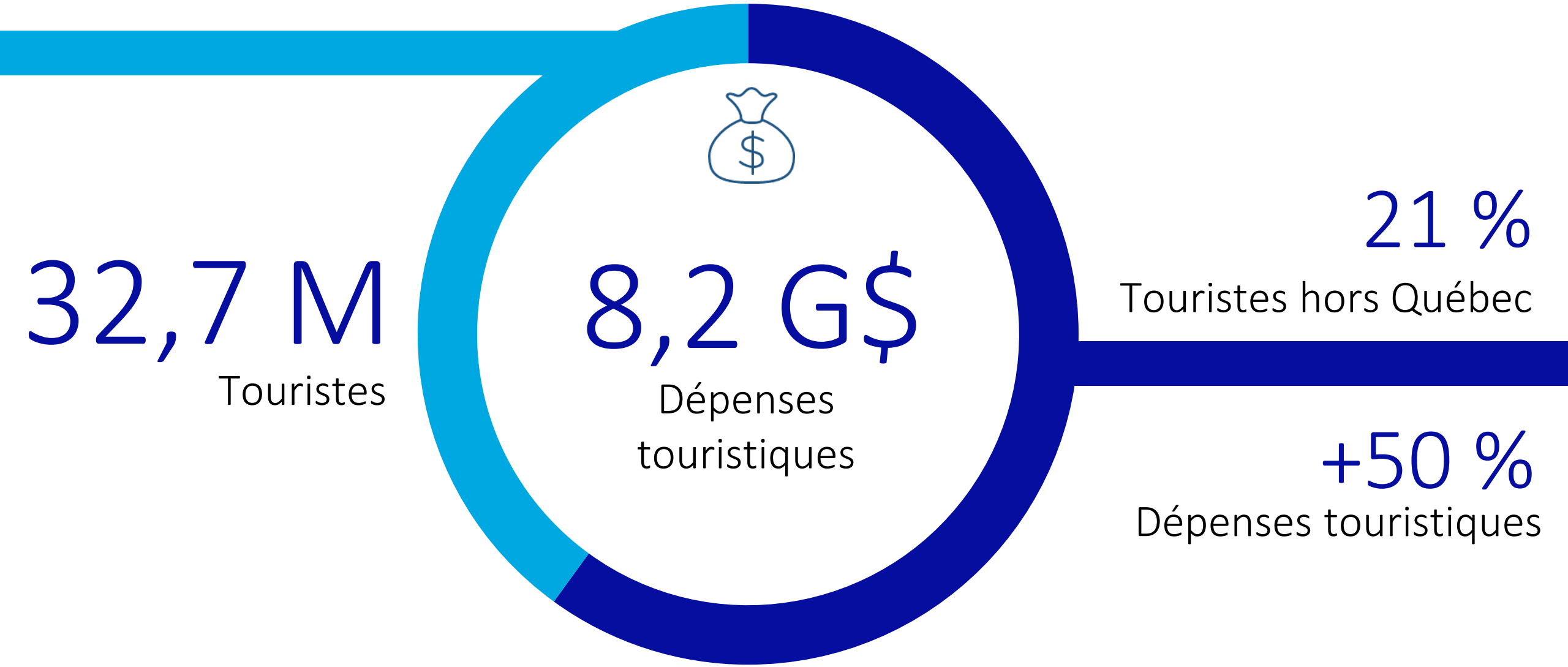
Dominique Labelle

Directrice commercialisation internationale

ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

2 | Les tendances touristiques mondiales : le Québec est-il prêt ?


363 000
9 % emplois au Québec
2,5 %
PIB
9,3 G$
32 000
entreprises


32,7 M
Touristes
8,2 G$
Dépenses touristiques
21 %
Touristes hors Québec
+50 %
Dépenses touristiques

Vecteur de développement économique important pour le Québec et ses régions

1,2G Touristes internationaux

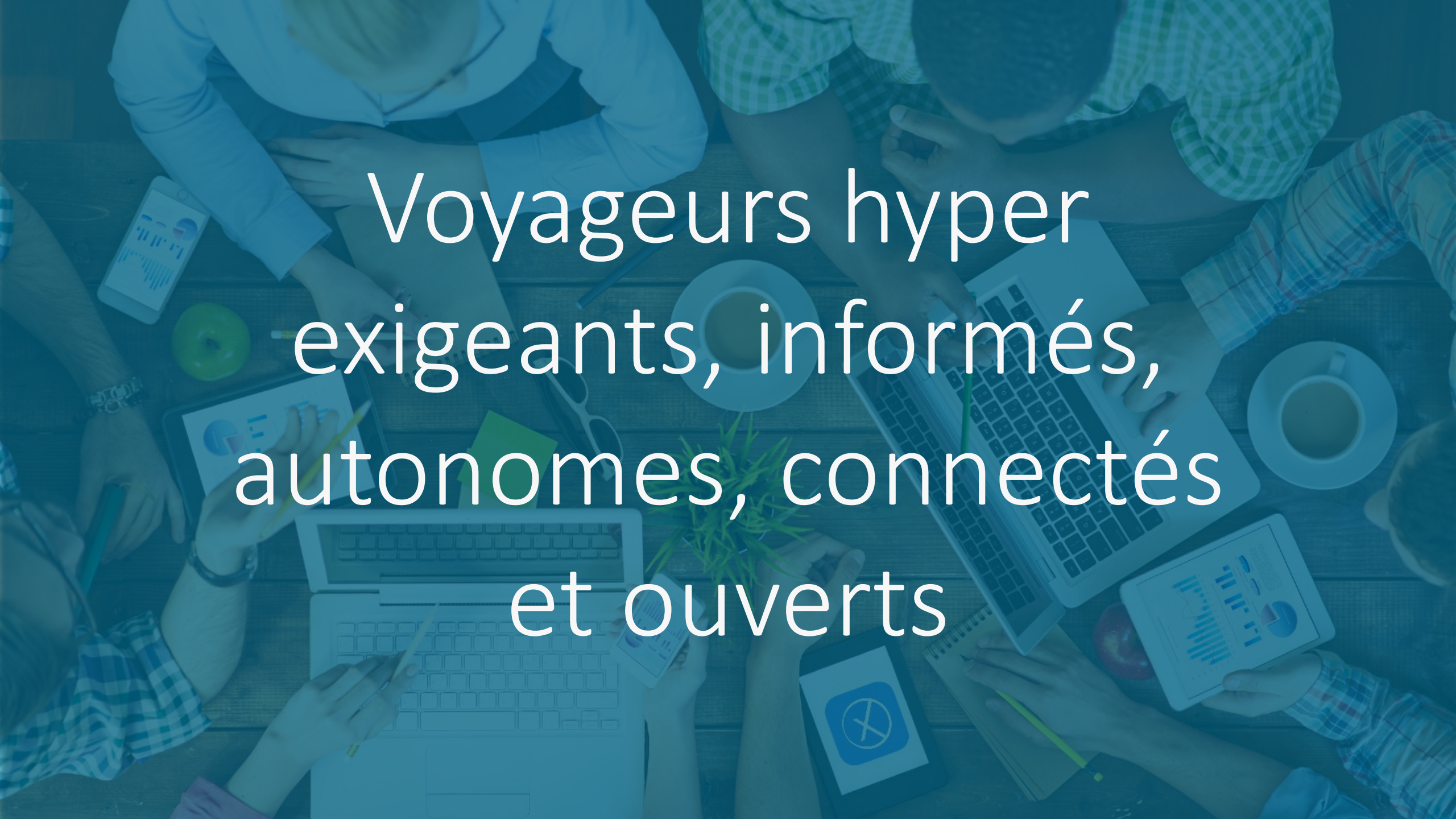
4,6%

Croissance en 2015

Recette des visiteurs internationaux

1260 G$

+ 3,3% Croissance annuelle prévue des arrivées internationales d'ici 2030 portant les touristes internationaux à 1,8 G


Voyageurs hyper exigeants, informés, autonomes, connectés et ouverts

Voyageur veut fabriquer sa propre histoire et réaliser sa propre mise en scène !

Technologie accélère le processus décisionnel et expose le voyageur à de multiples sources d'information

Offre des opportunités d'engagement avant, pendant et après le séjour

Le summum de la personnalisation

Concurrence intense

Que font les destinations performantes ?

Ils investissent dans …

Expériences touristiques

Accès

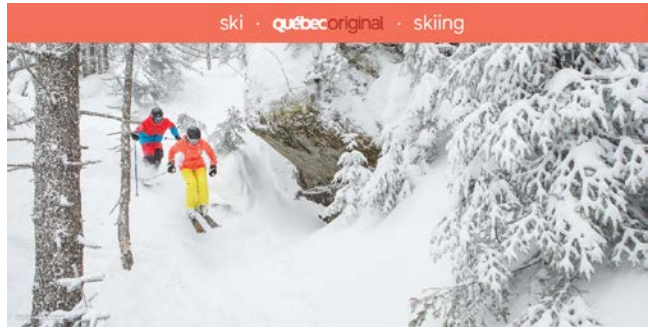
Mise en marché

Et pour le Québec?

québec
original

québec original

15 expériences



3 | Nos clés de succès

S’unir

Aligner

Performer

Focaliser

Évoluer

S’unir

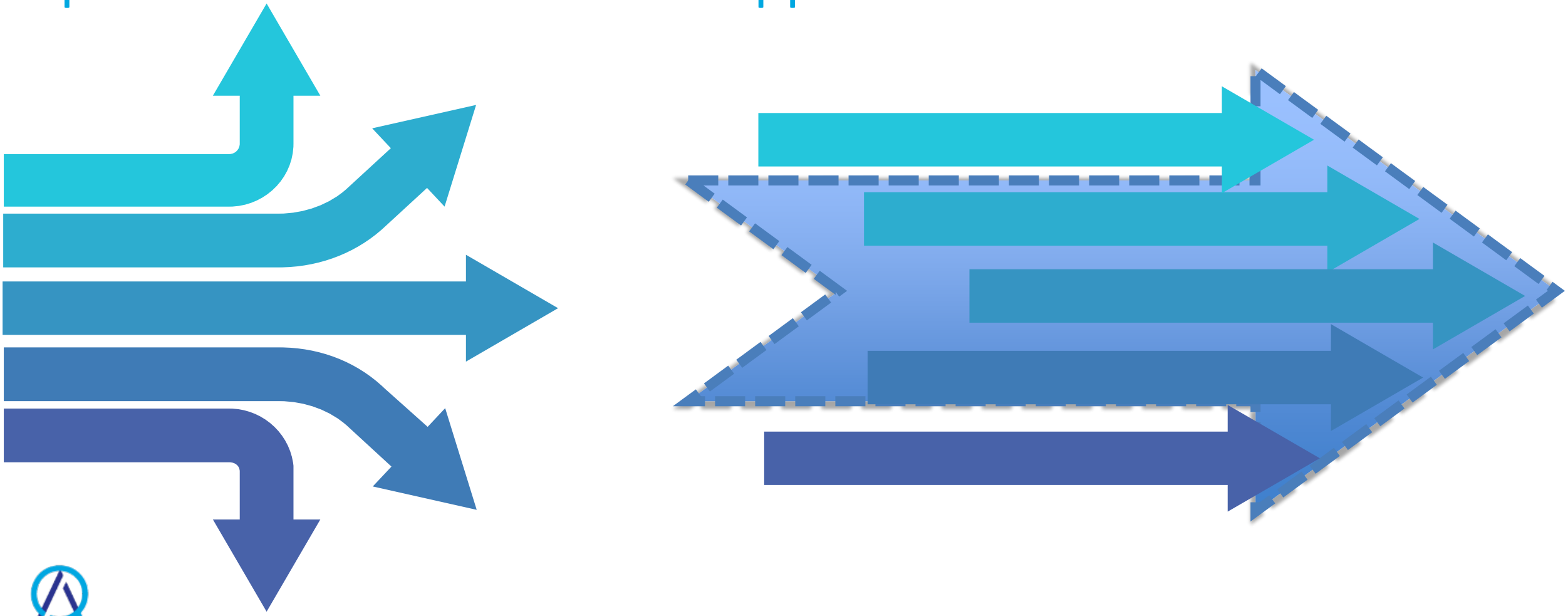
S’unir

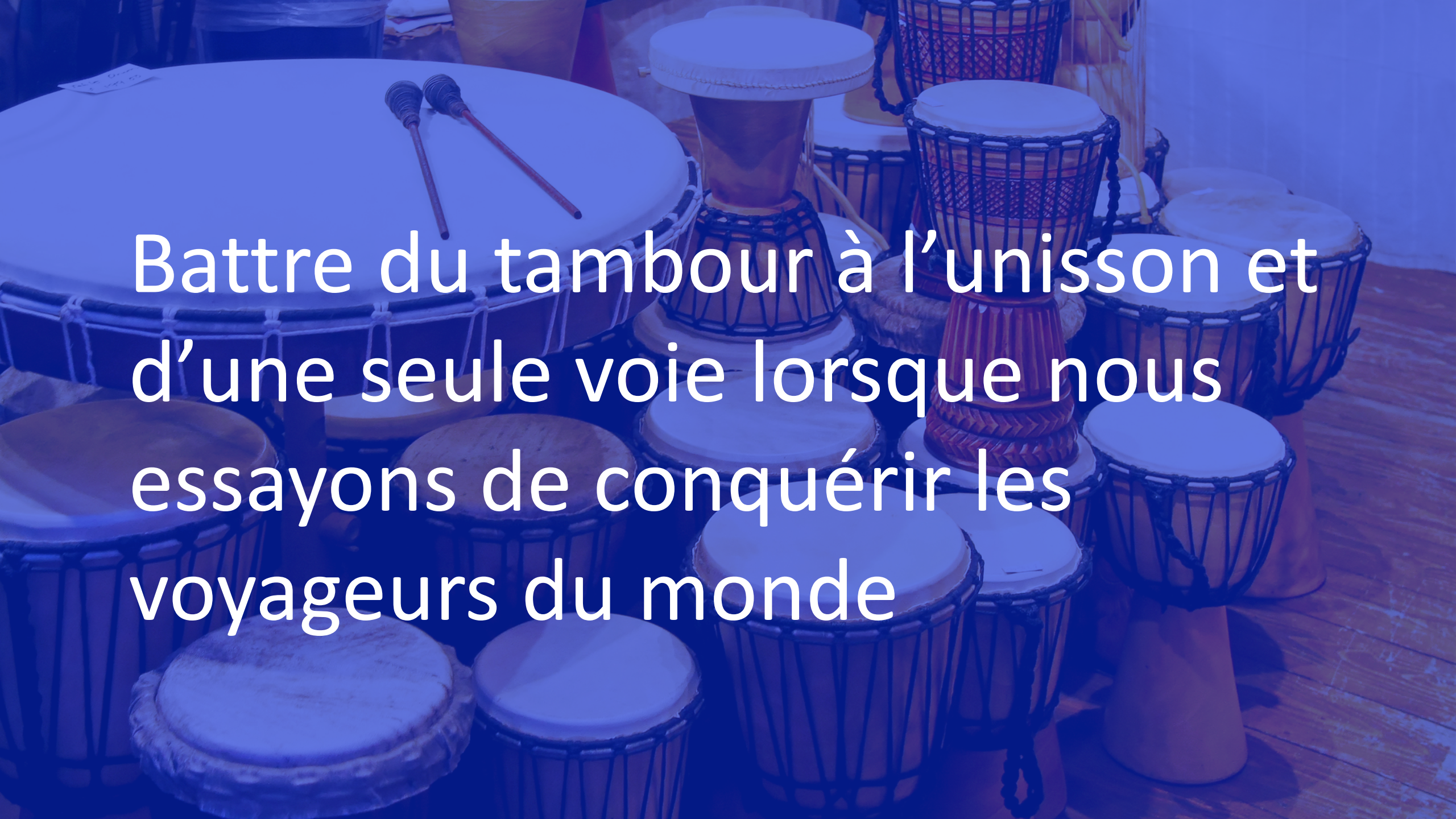
Agir en partenariat pour faire une véritable différence face à la concurrence

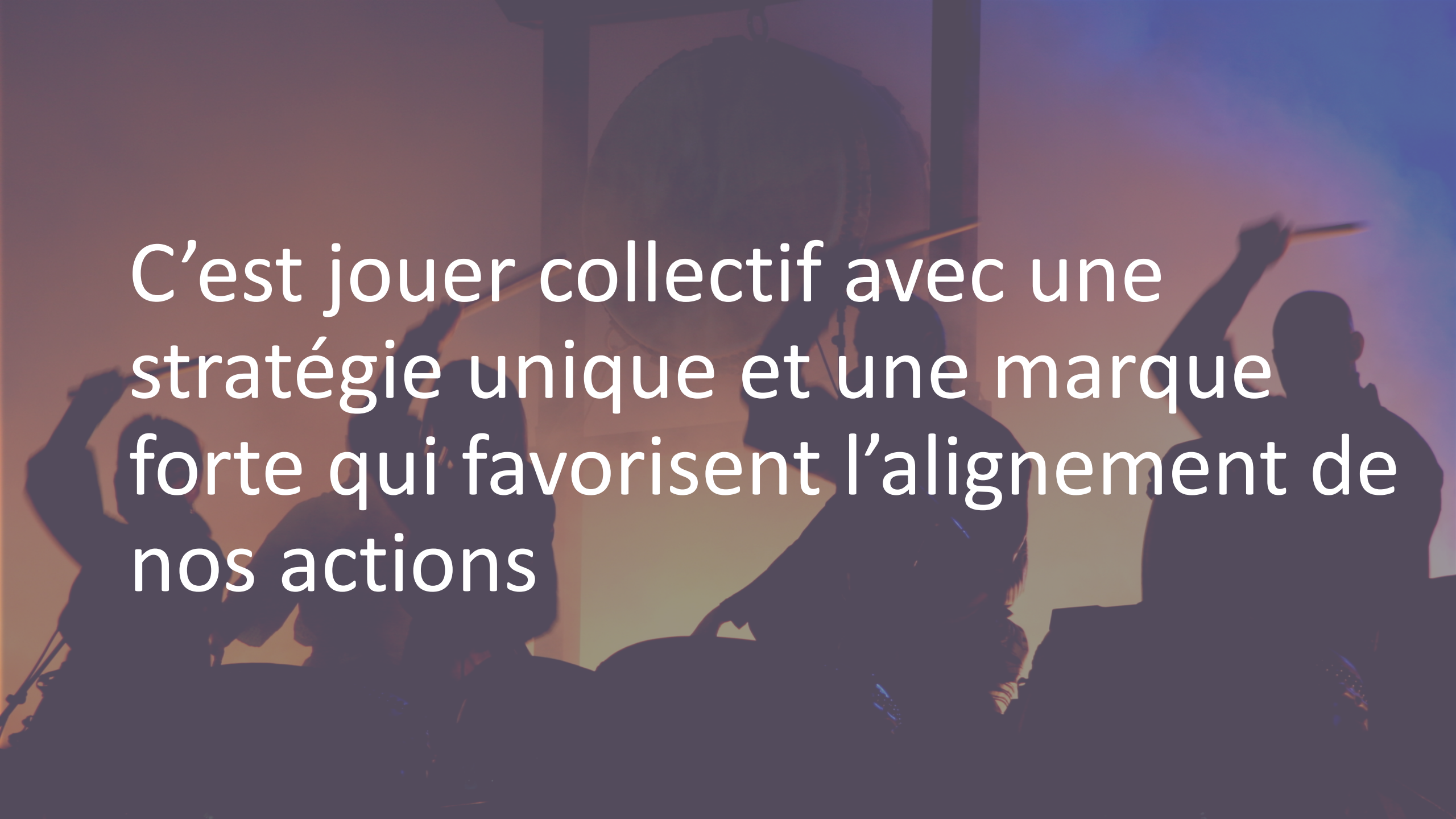
Aligner

Aligner

les actions individuelles sur une stratégie unique gagnante pour accroître la force de frappe de la destination

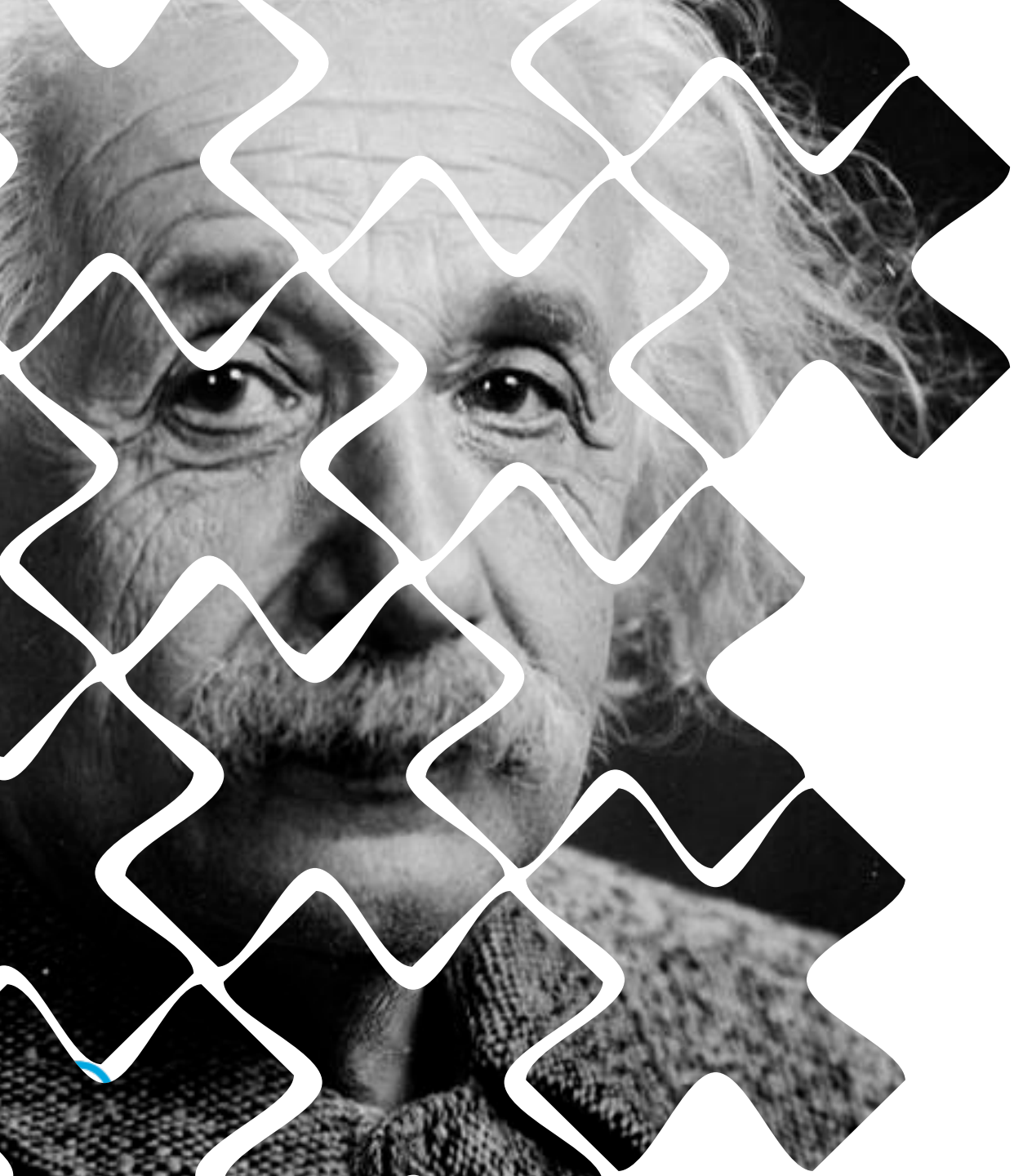



Battre du tambour à l’unisson et d’une seule voie lorsque nous essayons de conquérir les voyageurs du monde



C’est jouer collectif avec une stratégie unique et une marque forte qui favorisent l’alignement de nos actions

Évoluer



Faire évoluer nos façons de faire et nos approches de marketing

« La folie, c'est de faire tout le temps la même chose et de s'attendre à un résultat différent »

POSITIONNER

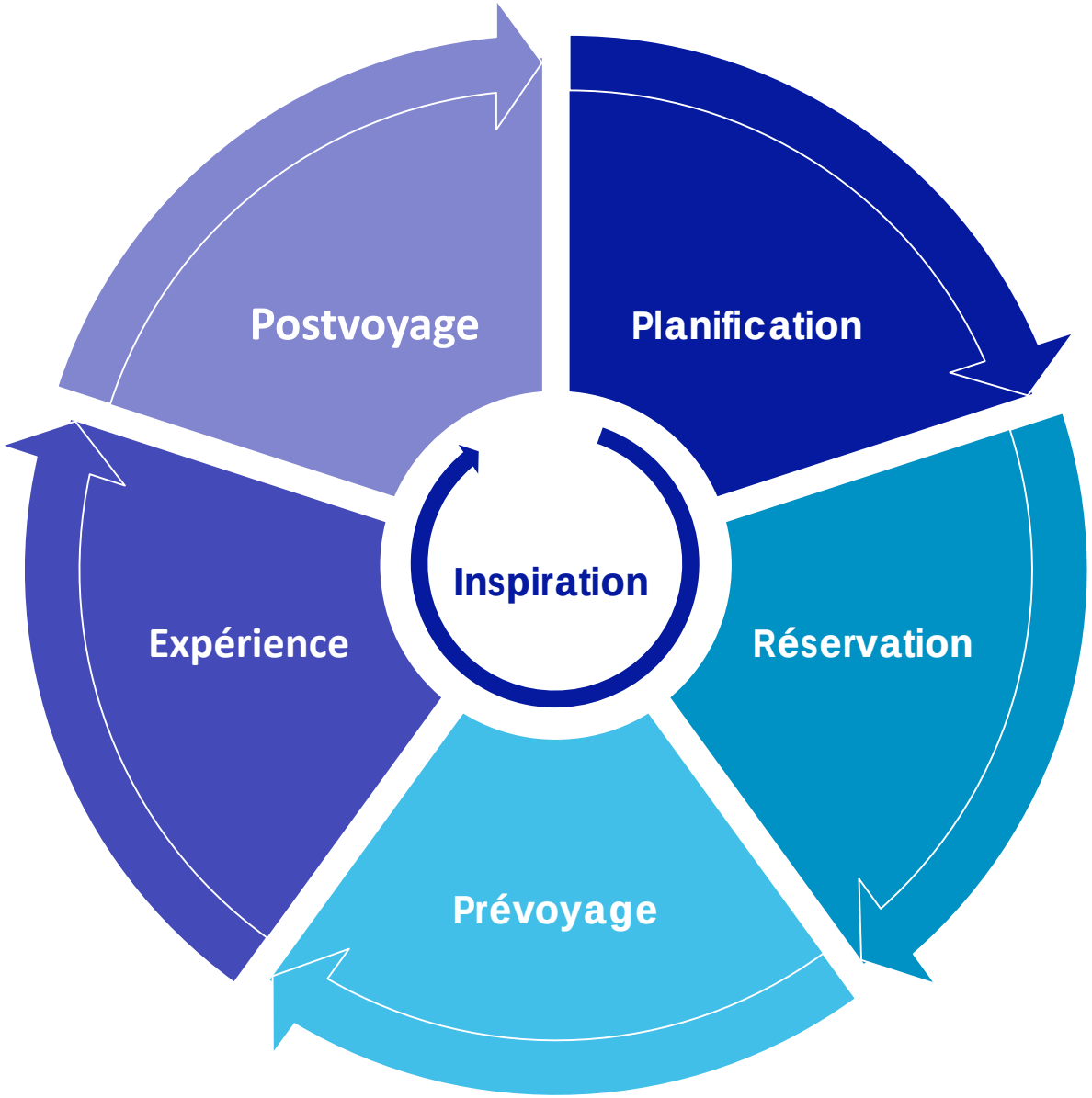
LE VOYAGEUR AU CŒUR

DE NOTRE APPROCHE

GAGNER

LE CŒUR DU VOYAGEUR

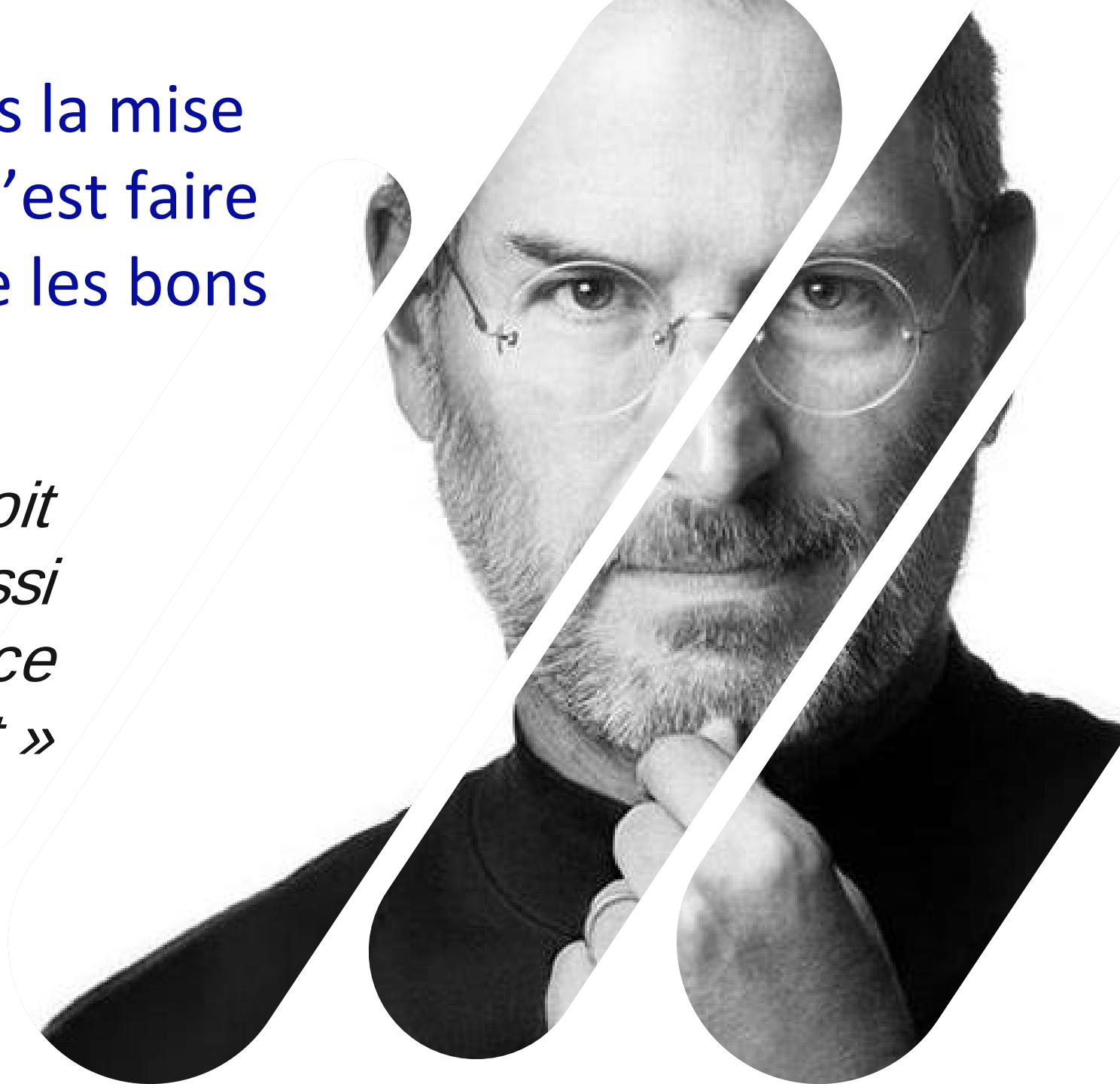
Être présent tout au long du parcours du voyageur



Focaliser

Faire preuve de focus dans la mise en oeuvre des stratégies c'est faire preuve de courage et faire les bons choix

« Décider ce qui ne doit pas être fait est tout aussi important que décider ce qui doit être fait »



Investir

Investir dans le développement des expériences attractives

- Produits de calibre mondial
- Consolidation des pôles touristiques porteurs
- Innover!

PLAN D'INVESTISSEMENT EN TOURISME

PLUS DE **300 M$** POUR DÉVELOPPER L'OFFRE TOURISTIQUE

5

SECTEURS D'ACTIVITÉ STRATÉGIQUES POUR LE QUÉBEC

Tourisme **HIVERNAL**

Tourisme **ÉVÉNEMENTIEL**

Tourisme **NATURE ET AVENTURE**

Tourisme **NORDIQUE**

Tourisme **MARITIME**

40 M$

9 M$

9 M$

12 M$ POUR LES INITIATIVES RÉGIONALES

110 M$ POUR LES FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS

126 M$ POUR LES ATTRAITS

ENSEMBLE on fait avancer le Québec

Québec

Investir dans le développement de la richesse humaine

- Vecteur essentiel de la qualité de l’expérience
- Ambassadeurs à destination
- Relève

Améliorer l’accès

- À la destination
- et au sein de la destination

Performer

Une industrie et une organisation apprenante, créative, agile et performante

pour contribuer à l'atteinte des cibles

ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

Participer à faire du Québec un pôle touristique mondial

Le Québec touristique a définitivement …

Potentiel économique

Capacité d’agir

Partenaire de réussite

« Lorsque souffle le vent du changement, certains construisent des murs, d'autres des moulins »
Proverbe chinois

ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

Partenaire de réussite

de l'industrie touristique québécoise