

# Feuille de route stratégique

Orientations et repères

Mise à jour par le conseil d'administration le 25 février 2026.



# Qui sommes-nous ?

Représentant plus de 12 000 entreprises et 50 associations touristiques régionales et sectorielles, l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (Alliance) est la **fédération provinciale d'affaires spécialisée en tourisme la plus importante au Canada**.

Elle incarne la volonté du secteur privé et associatif de valoriser la contribution significative du secteur économique touristique à la vitalité des régions tout en portant la parole au nom de ses membres. Toute l'action de l'Alliance vise à contribuer à faire du Québec une destination touristique durable, responsable et prospère de calibre mondial.

Depuis 2016, l'Alliance est également partenaire du ministère du Tourisme, notamment pour la mise en marché de la destination sous la marque Bonjour Québec dans le cadre d'un modèle de collaboration unique réalisé avec l'industrie.

# Quelle est notre histoire ?

Fondée en 2016, l'Alliance est une organisation privée sans but lucratif, née de la fusion du regroupement des associations touristiques régionales (ATR associées du Québec), de l'Association des associations touristiques sectorielles du Québec (ATS Québec) et de l'Association québécoise de l'industrie touristique (AQIT).

Elle incarne la forte volonté de ses membres d'assumer une plus grande prise en charge du devenir de l'industrie touristique québécoise. Pour y arriver, elle vise à :

- **Unir les parties prenantes de l'industrie** pour favoriser la force collective et une synergie plus vive que jamais pour faire la différence face à la concurrence internationale;
- **Favoriser l'évolution et l'innovation** afin de renouveler les approches et façons de faire dans tous les mandats et les actions qu'elle réalise;
- **Aligner les actions individuelles sur des stratégies globales gagnantes** pour accroître la force de frappe de la destination, notamment au niveau de la mise en marché du Québec sur les marchés hors Québec;
- **Faire preuve de focus dans la mise en oeuvre** des stratégies en choisissant intelligemment ce qu'elle entreprend et en réalisant avec performance ce à quoi elle s'engage.

Depuis sa création, l'Alliance s'est construite une place de choix dans le paysage touristique québécois. Bon temps ou mauvais temps, elle a été présente. Elle a fait émaner, nourrit ou réalise des idées. En s'installant humblement au départ comme un partenaire de réussite pour les joueurs clés de l'industrie, elle a réussi à établir des relations de confiance fortes et durables, grâce à la réalisation d'initiatives phares et la mise en place d'un modèle unique en Amérique.

# Quelle est notre gouvernance ?

L'Alliance compte sur un conseil d'administration issu majoritairement de l'industrie touristique et composé de 17 membres dont 10 personnes occupant la direction d'entreprises, 4 personnes occupant la direction d'associations touristiques et 3 membres indépendants.

Sélectionnés sur la base d'un profil de compétences et d'expertises diversifiées et complémentaires, puis élus par les membres permanents, les membres du conseil d'administration ont un fort profil entrepreneurial et ils sont représentatifs des diverses réalités régionales et sectorielles du tourisme québécois.

Le conseil d'administration peut notamment compter sur deux conseils consultatifs pour prendre position et formuler des recommandations pour et au nom du secteur économique touristique.

# Quelle est notre approche de gestion ?

Le conseil d'administration et la direction de l'Alliance gèrent les mandats de l'organisation avec l'efficacité de l'entreprise privée, tant ceux impliquant des fonds publics que ses fonds privés.

Ses politiques et approches de gestion visent à assurer une gouvernance exemplaire, une gestion saine et efficace, une culture d'entreprise agile et innovante favorisant le développement et la rétention de la richesse humaine et une reddition de comptes transparente.

L'Alliance œuvre en phase avec les principes du développement durable. L'été 2025 marquait l'obtention par l'Alliance de sa certification organisationnelle en tourisme durable, niveau Argent de GreenStep.

Acteur de changement, l'Alliance réalise avec agilité et performance sa mission au bénéfice de l'ensemble l'industrie touristique.

**Jean-Michel Ryan**  
*Président du conseil d'administration*

# Industrie touristique en bref

L'industrie touristique est un secteur économique qui a souvent été sous-estimé. Les dernières années ont permis d'amorcer un changement important à cet égard :

**Plus de  
450 000 emplois**

Soit près de 10% de tous les emplois disponibles au Québec.

**18,1 milliards**

Générés en recettes par les activités touristiques

**4,4 milliards**

En devises étrangères, donc de l'argent neuf dans l'économie générés par les touristes internationaux qui permettaient, en 2024, de faire du tourisme l'équivalent du 4<sup>e</sup> secteur d'exportation du Québec en importance.

**3<sup>e</sup> province**

En importance à contribuer à l'économie touristique canadienne, l'une des plus distinctives notamment en vertu de son caractère francophone et de sa culture.

Le tourisme a démontré son incroyable pouvoir de faire du bien dans la vie des gens alors que c'est aussi un secteur qui contribue de manière incontournable à la vitalité socio-économique des villes et des régions.

Le tourisme est un puissant levier de fierté locale, régionale et nationale qui constitue une carte de visite exceptionnelle de notre savoir-faire, de nos valeurs, de notre culture et de nos façons de vivre.



# Contexte d'affaires

Après des années de croissance soutenue, une pandémie qui a mis l'industrie touristique mondiale à l'arrêt et une période de relance active, les experts prévoient une nouvelle phase de croissance du tourisme dans le monde.

Selon les plus récentes perspectives de l'Organisation mondiale du tourisme, le secteur touristique mondial s'inscrit dans une trajectoire de croissance soutenue au cours des prochaines décennies. À l'horizon 2050, le nombre de voyages, les revenus et les nuitées pourraient plus que doubler, témoignant d'un déplacement massif de populations à l'échelle planétaire. Ce secteur économique continuera de représenter plus de 10 % du produit intérieur brut mondial et demeurera un levier essentiel de développement pour de nombreuses économies.

Cette progression appelle toutefois une vigilance accrue quant à ses impacts environnementaux. Le tourisme est actuellement responsable d'environ 5 % à 8 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre, dont près de la moitié proviennent des transports, une composante incontournable de la mobilité touristique.



Les défis actuels et dans l'avenir seront nombreux alors que l'environnement d'affaires des entreprises et des destinations est plus complexe que jamais et en mutation constante. Cette situation perdurera sur plusieurs années et elle est caractérisée par :

## Contexte économique



Un contexte économique fluctuant avec la hausse des taux d'intérêt, des pressions inflationnistes généralisées et un endettement plus important des PME touristiques comparativement aux entreprises en général. Les consommateurs sont sensibles au coût global des séjours et expériences touristiques réalisés au Québec (incluant les diverses taxes) alors que les coûts de production sont en hausse.

## Contexte environnemental



Un contexte environnemental marqué par les changements climatiques et des phénomènes naturels à grand impact, requiert une transition vers un tourisme plus résilient, durable et responsable. C'est une priorité tant pour les destinations que les entreprises qui doivent embrasser le mouvement pour réduire leur empreinte environnementale, assurer la préservation de la biodiversité et assurer leur pérennité.

## Contexte social



Un contexte social présentant une plus grande sensibilité des communautés d'accueil envers le tourisme et une attention grandissante à la qualité de vie des locaux amène un grand désir d'être consulté. Les communautés, qui bénéficient également des services touristiques, sont un incontournable dans la qualité de l'accueil.

## Contexte politique



Le contexte politique présente des gouvernements confrontés à de nombreux défis tant au chapitre des priorités pour la population que des finances publiques. Pour assurer l'appui au développement des entreprises et au développement de la destination, le tourisme nécessite une priorisation des gouvernements qui doivent agir avec efficacité et synergie aux niveaux interministériels et intergouvernementaux pour en maximiser l'impact.

## Contexte géopolitique fragilisé



Le contexte géopolitique instable qui s'ajoutent aux tensions internationales affectent la confiance et la mobilité des personnes qui voyagent.

## Habitudes besoins et attentes



Les habitudes, les besoins et les attentes des personnes qui voyagent mettent à l'avant-plan la nécessité d'investir à la fois dans le renouvellement des infrastructures et le développement de nouvelles expériences. Ils sont de plus en plus sensibles à l'environnement et en recherche d'expériences qui les connectent réellement aux destinations et aux communautés d'accueil.

## Marché du travail en évolution



Le marché du travail est en évolution, bien qu'en atténuation par rapport aux années précédentes, la pénurie demeure un enjeu structurel pour plusieurs secteurs de l'industrie touristique. Le défi n'est plus tant la rareté que la nécessité d'accroître la productivité, la rétention et l'attractivité des talents dans un contexte de transformation rapide des modèles d'affaires.

## Transformation numérique et IA



La transformation numérique s'accélère. Des investissements importants doivent être réalisés pour limiter les risques de fracture numérique tant du point de vue des opérations que contact entre les adeptes de voyages les destinations et les entreprises.

## Tourisme d'affaires



Le tourisme d'affaires constitue un levier stratégique à forte valeur ajoutée pour le Québec. Générateur de retombées économiques significatives, notamment en saison à moins fort achalandage touristique et dans les grands centres comme dans les régions, il contribue à l'optimisation des infrastructures, à l'attractivité en vue d'investissements et au rayonnement international de nos expertises sectorielles. Dans un contexte où le gouvernement du Québec s'est doté d'une stratégie dédiée au tourisme d'affaires, ce segment représente une opportunité structurante pour accroître les dépenses moyennes, stimuler l'innovation et renforcer le positionnement concurrentiel du Québec sur les marchés internationaux.



Enfin, pour la destination, trois défis identifiés avant la pandémie demeurent :

### Saisonnalité de l'offre et à la concentration de la demande

Malgré le potentiel majeur qu'offre les 4 saisons du Québec, la saison estivale enregistre les plus grandes retombées et les touristes internationaux se retrouvent dans une proportion importante dans les villes portes d'entrée que sont Montréal et Québec.

### Accès des régions

L'accès à l'ensemble du territoire est un défi majeur alors que le taux de dispersion vers les régions est influencé par leur accessibilité tant dans les distances à parcourir que les moyens de déplacement mis à la disposition des touristes qui doivent être fiables et abordables.

### Expérience globale de visite conviviale et distinctive

Bien que la qualité de l'accueil et la convivialité du Québec soient reconnues à l'échelle internationale, l'enjeu réside désormais dans la cohérence et la fluidité du parcours global des personnes qui voyage. L'accessibilité des informations, la connectivité entre les différents services, la simplicité des déplacements et la personnalisation de l'expérience demeurent des leviers clés pour renforcer la satisfaction et la fidélisation des clientèles.

Une répartition plus équilibrée de la fréquentation tant sur le plan spatiale que temporelle demeure un levier stratégique pour accroître les retombées économiques sur tout le territoire et stabiliser des emplois en région.



## Compétitivité au cœur des préoccupations

La **concurrence entre les destinations s'est intensifiée et elle est plus vive** que jamais. Le Québec n'y échappe pas :

- La population québécoise est bombardée d'occasions d'évasion, de bonheur et d'exotisme pour sortir de son quotidien alors qu'elle présente une grande propension à voyager à l'extérieur de nos frontières.
- Le Québec doit entretenir et développer sa capacité à séduire et attirer des touristes provenant de marchés extérieurs qui représentent près de 20 % du nombre de touristes, mais génèrent pratiquement la moitié des dépenses touristiques au Québec.

Pour nous distinguer et demeurer concurrentiel, nous devons collectivement mettre tout en œuvre pour nous renouveler et simplifier la vie des personnes qui voyagent.

En définitive, la compétitivité du Québec comme destination touristique doit faire l'objet de toute notre attention.

Le tourisme québécois se distingue par la force de ses gens, leur créativité et leur engagement à faire du Québec une destination durable, inclusive et reconnue à l'échelle internationale. Ensemble, en misant sur la collaboration et l'innovation, nous pouvons propulser notre industrie vers un avenir à la fois ambitieux, prospère et responsable.

**Geneviève Cantin**

*Présidente-directrice générale, Alliance de l'industrie touristique du Québec*

# Fondements de notre réflexion stratégique

Le tourisme d'aujourd'hui n'est pas comme celui d'avant la pandémie. Nous entrevoyons l'avenir différemment pour continuer à contribuer de manière durable à l'économie du Québec et cela en faisant face aux nombreux défis qui nous attendent maintenant et dans le futur.

Pour y parvenir, les entreprises, les associations et les destinations poursuivent leur transformation pour contribuer à distinguer le Québec des destinations concurrentes.

D'ailleurs, le Québec, en plus d'être reconnue comme une destination sécuritaire, dispose de nombreuses forces sur lesquelles bâtir dont notamment :

- sa nature diversifiée, accessible et généreuse;
- son climat tempéré et ses 4 saisons;
- sa richesse culturelle, sa francophonie, son histoire riche et ses 11 nations autochtones;
- son terroir riche et sa gastronomie;
- son pouvoir d'agir sur la clientèle d'agrément et d'affaires;
- sa scène culturelle de renommée internationale et ses nombreux festivals;
- sa diversité territoriale par ses villes à dimension humaine et ses 21 régions touristiques;
- son offre diversifiée d'hébergement et les nombreux attraits présentés sur tout le territoire;
- sa richesse humaine chaleureuse, inclusive et professionnelle;
- sa force entrepreneuriale portée par le créativité des entrepreneurs québécois;
- et enfin, son modèle de gouvernance et de collaboration unique entre les associations touristiques, l'Alliance et le ministère du Tourisme du Québec.

Pour l'Alliance, la **croissance raisonnée** du tourisme dans les prochaines années empruntera la voie du développement durable alors que la **compétitivité** du secteur économique et de la destination devra nous permettre d'agir en priorité sur les leviers ayant le plus d'incidence sur cette dernière.

Pour tirer profit des forces touristiques du Québec et aussi fixer nos limites pour les préserver dans le temps, en bénéficier et les offrir à long terme, cette approche impliquera de faire des choix et de faire preuve de cohérence en fonction des défis à relever.

Faire des choix, c'est aussi renoncer. Tout est question de juste équilibre.

# Croissance raisonnée

Pour l'Alliance, les interventions réalisées tiendront compte des berceaux dans lesquels sont produites les activités touristiques.

## Le berceau de tout : l'environnement

C'est contribuer aux défis environnementaux plus larges du Québec et du monde, en réduisant notre empreinte environnementale, en assurant notre adaptation aux changements climatiques et en préservant nos atouts les plus précieux. Cela demande des efforts et de la prévoyance pour respecter les capacités de support et d'accueil de nos milieux naturels. À terme, nous pourrions également viser un tourisme régénératif et les personnes qui voyagent pourront contribuer à laisser le Québec dans un meilleur état qu'ils l'ont trouvé à leur arrivée.

## Le berceau du lieu : le social

C'est contribuer à la qualité de vie des résidents en développant le tourisme comme dialogue entre producteurs, visités et visiteurs tout en assurant une accessibilité inclusive qui profitera à tous. Cela demandera d'impliquer les communautés d'accueil pour stimuler la fierté d'accueillir et en faire des ambassadeurs locaux, de gérer les capacités d'accueil des lieux en fonction de l'expérience que nous souhaitons offrir et de mettre en valeur des produits locaux qui valorisent notre savoir faire.

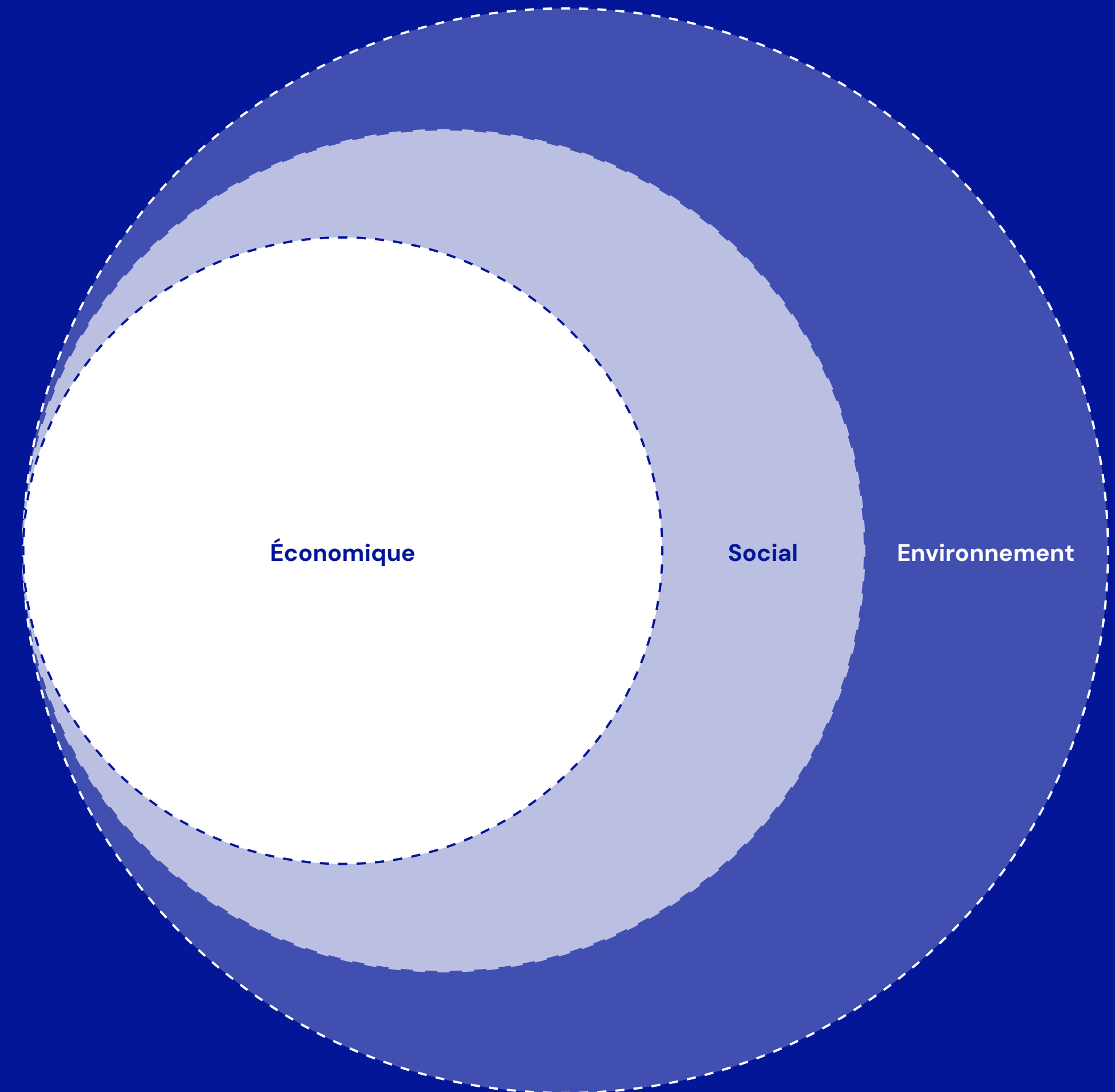
## Le berceau de la prospérité : l'économique

C'est contribuer à accroître les retombées économiques et les revenus des entreprises en passant d'un tourisme de volume à un tourisme de valeurs (accroître les dépenses moyennes) et en simplifiant la vie des gens passionnés de voyage pour leur faire vivre une véritable connexion avec le Québec. Cela demandera de rendre les régions du Québec plus accessibles pour prolonger la durée des séjours, d'assumer nos quatre saisons pour accroître la récurrence et de travailler ensemble, régions et entreprises, à nous référer les clientèles non pas comme des concurrents, mais bien comme des partenaires unis pour la cause.

Passer à un tourisme durable, c'est tenir compte de tous les impacts du voyage (sociaux, environnementaux et économiques), de maintenant et de demain, tout en répondant aux besoins des visiteurs, des entreprises, de l'environnement et des communautés d'accueil.

*Organisation mondiale du tourisme*

## Croissance raisonnée fondée sur le développement durable



# Feuille de route stratégique

Depuis septembre 2022, l'Alliance consulte ses principales parties prenantes en les invitant à réfléchir à l'avenir du tourisme à la fois comme secteur économique et comme destination touristique.

Cette réflexion tient en compte la proposition d'affaires élaborée par les associations touristiques en 2019, les divers échanges réalisés au sein des instances de collaboration de l'Alliance et de ses deux conseils consultatifs officiels de même que les retraites stratégiques annuelles réalisées avec les membres du conseil d'administration et la direction de l'Alliance.

Après la lecture de l'environnement d'affaires, des tendances et des facteurs de succès des destinations touristiques qui auront une incidence dans les prochaines années, ces questions ont orienté la réflexion :

- Comment pouvons-nous envisager la croissance et quels sont les leviers stratégiques sur lesquels nous pourrions véritablement agir ?
- Comment pourrions-nous contribuer à relever les défis auxquels l'industrie touristique sera confrontée ?
- En vertu de sa mission et de ses expertises, quelle sera la valeur ajoutée de l'Alliance dans l'écosystème touristique québécois ?

L'Alliance devra faire preuve d'une capacité d'adaptation en continu et d'encore plus d'agilité pour saisir les opportunités afin de contribuer à l'essor du tourisme et à la réussite des entreprises qui composent notre secteur économique.

Cela se reflète donc dans la nouvelle approche stratégique de l'adoption d'une feuille de route stratégique qui ne sera pas fixée dans le temps. Elle fera l'objet d'une révision régulière par le conseil d'administration et par l'équipe de direction.

L'Alliance identifie ses orientations et ses repères stratégiques qui guideront l'action de l'organisation tout en identifiant les cibles stratégiques principales qui permettent d'évaluer sa progression et sa performance.

# Enjeux stratégiques

Les enjeux et les défis que l'Alliance devra relever dans le cadre de sa mission ont été identifiés comme étant :

**01 Positionner le secteur économique touristique dans les priorités des gouvernements et de la population;**

**02 Distinguer la destination de la concurrence;**

**03 Améliorer la compétitivité de la destination et sa transition durable;**

**04 Appuyer le réseau associatif qui est au premier plan de la transformation des entreprises et destinations régionales;**

**05 Assurer l'évolution, la stabilité et la pérennité de l'organisation.**

## Positionnement et valeur ajoutée

Ces réflexions ont mené au positionnement que l'Alliance souhaite adopter au sein de l'écosystème touristique québécois et canadien comme fédération d'affaires provinciales.

**Élever :** L'industrie et les membres dans leur expertise, leurs outils et leurs contacts pour ultimement faire rayonner la destination.

**Connecter :** Les membres entre eux, mais aussi avec les institutions et les décideurs qui influencent les directions stratégiques.

**Transformer :** Le tourisme québécois en inspirant et en représentant de nouvelles façons de faire, plus durables et responsables.



**La source**, c'est à la fois un point précis et une étendue infinie. Elle est à la fois présente sans être imposante. L'Alliance est capable de donner du mouvement, comme de ralentir la cadence pour aligner et rassembler. Elle est aussi la modernité qui relie la destination et l'industrie. C'est ce qui permet de ne pas perdre de vue les valeurs dans lesquelles s'ancre tout l'écosystème de partenaires de l'Alliance.

**Les ambitions**, ce sont les désirs ardents que l'Alliance et ses membres partagent. C'est le rêve de porter une destination et de continuer de la rendre exceptionnelle. L'ambition, c'est aussi la réussite, l'excellence que l'Alliance cultive et facilite. Elle se positionne comme leader visionnaire qui inspire et qui aide au besoin ses membres à réaliser leurs ambitions.



**Le collectif**, ce sont nos gens, les entreprises et les associations qui le crée. C'est la synergie extraordinaire qui se forme quand les liens se bâtissent entre les membres. C'est le partage du savoir, des outils, mais aussi des rêves. Les rêves de ce qu'on est capable d'accomplir ensemble. Seule la force du groupe nous permet de l'envisager et de le réaliser.

## 5 alignements de base

Toutes actions réalisées par l'Alliance en phase avec la réalisation de sa feuille de route stratégique doivent tenir compte de ces 5 alignements de base fixés par le conseil d'administration et y concourir :



Soutenir la génération durable de revenus chez les entreprises.



Être vigilant pour proposer et promouvoir un environnement d'affaires performant pour les entreprises.



Assurer la force et l'union du réseau associatif dans leurs interventions au sein des destinations régionales et auprès des entreprises.



Assurer une relation de confiance et de collaboration entre l'Alliance et les parties prenantes incluant les gouvernements.



Développer les moyens financiers pour soutenir les ambitions collectives.



## Mission

### Source d'ambitions collectives

L'Alliance **unit, concerte et représente** les entreprises et les associations touristiques en **contribuant activement au rayonnement, à la compétitivité mondiale et à la prospérité** de l'industrie touristique du Québec.

## Vision

### Destination d'exception et en harmonie qu'il faut visiter plusieurs fois dans une vie

En partenariat, l'Alliance s'engage à faire du Québec une **destination touristique exceptionnelle et en harmonie sur les plans environnemental, social et économique** qui contribuent au bien-être et à la fierté de la population.

## Valeurs

### Collaboration

La collaboration entre nos membres du personnel et avec les parties prenantes pour la réalisation de nos actions et mandats représente une condition incontournable à notre réussite. Elle s'appuie sur les connaissances et les expertises de chacun. Les relations que nous entretenons au sein de l'Alliance et avec nos partenaires sont empreintes de respect et inspirent la confiance.

### Créativité

Nous abordons la réalisation de notre mission et de nos mandats avec inventivité. Nous misons sur notre capacité à découvrir une solution nouvelle, originale, à un problème ou une situation donnée. Nous contribuons à mettre en place un environnement d'industrie qui favorise l'émergence d'idées novatrices.

### Audace

Nous savons que la conduite de nos affaires demande de l'audace pour prendre les bonnes décisions et orientations au bénéfice de l'industrie et de nos membres malgré les obstacles. Nous savons braver nos habitudes tout en considérant et en assumant les risques pour faire avancer notre secteur économique.

### Plaisir

Notre équipe est animée par une passion du tourisme et du Québec qui les amène à réaliser leur mandat et entretenir des relations d'affaires dans le plaisir. Au sein de l'Alliance, le maillage entre les équipes nourrit la complicité entre collègues et la fierté de contribuer aux réussites de l'organisation.

### Performance

Nous contribuons activement au rayonnement, au développement et au succès de l'industrie touristique du Québec. Nous prenons des décisions stratégiques se fondant sur l'intelligence d'affaires. Nos pratiques de gestion transparentes et agiles orientent et inspirent nos réalisations dans une logique d'efficacité et d'atteinte de cibles de résultats ambitieuses.

# Orientations, repères et cibles pour mesurer le succès



## Orientation 01

Assumer le leadership du secteur touristique privé pour positionner l'industrie comme un moteur économique et social incontournable au Québec

- Contribuer à transformer l'environnement d'affaires : défendre les intérêts et requérir activement à des politiques et initiatives qui supportent la compétitivité et l'attractivité de l'industrie et des entreprises touristique.
- Choisir pour mieux performer : unir et concerter les leaders de l'industrie pour prioriser les défis stratégiques et avoir une incidence concrète.
- Reconnaître l'excellence : contribuer à développer et à valoriser la relève et les entreprises qui réinventent les pratiques dans l'écosystème touristique québécois.

Valorisation et représentation du secteur économique

## Cibles 01

Assumer le leadership du secteur touristique privé pour positionner l'industrie comme un moteur économique et social incontournable au Québec

1. Satisfaction des membres – représentation des enjeux industrie : **+ 85 %**
2. Satisfaction des membres – valorisation industrie : **+ 85 %**

## Orientation 02

Assurer une mise en marché ciblée de la destination pour séduire les touristes et maximiser les retombées économiques

- Assurer un positionnement distinctif de la destination.
- Cultiver une approche ciblée et adaptée aux occasions de croissance.
- Utiliser les nouvelles technologies au profit du mandat.
- S'appuyer sur une intelligence marketing robuste.
- Conserver un leadership stratégique auprès de l'industrie.
- S'assurer d'un contrôle stratégique et opérationnel des écosystèmes numériques et des contenus : agir directement sur les outils et contenus pour garantir leur pertinence, leur cohérence et leur efficacité dans la mise en valeur de la destination

Mise en marché de la destination

## Cibles 02

Assurer une mise en marché ciblée de la destination pour séduire les touristes et maximiser les retombées économiques

1. Croissance des dépenses hors Québec : **+ 1 G\$ d'ici 2026-2027 (marque départ 4 G\$)**
2. Ratio marketing
  - Proportion des investissements médias : **+ 35 %**
  - Proposition des frais de gestion : **minimum 10 %**
  - Proportion de la contribution de l'Alliance : **plus de 8 M\$**
  - Satisfaction des parties prenantes réalisation du mandat : **+ 85 %**

# Orientations, repères et cibles pour mesurer le succès



## Orientation 03

Renforcer la compétitivité de la destination par des actions stratégiques, innovantes et durables

- Établir un leadership en intelligence artificielle : intégrer les technologies numériques et l'intelligence artificielle pour soutenir l'appropriation par et pour l'écosystème touristique québécois.
- Démarcher et réaliser des mandats stratégiques et rentables : identifier activement de nouveaux mandats, tant gouvernementaux que privés, qui permettent d'agir sur la compétitivité du Québec touristique.



## Cibles 03

Renforcer la compétitivité de la destination par des actions stratégiques, innovantes et durables

- |  |                    |
|--|--------------------|
| 1. % de contribution aux revenus autonomes de l'organisation : | <b>minimum 5 %</b> |
| 2. Satisfaction des clients – réalisation des mandats :        | <b>+ 85 %</b>      |

## Orientation 04

Engager et soutenir les associations touristiques dans la transformation de l'industrie

- Représenter et défendre les intérêts et la vitalité des associations touristiques.
- Soutenir le développement responsable et durable: être un agent facilitateur et impliqué dans un tourisme responsable et durable contributif à l'essor de l'industrie.
- Stimuler la collaboration en concertant et mobilisant les parties prenantes autour d'initiatives collectives.
- Développer les talents et renforcer l'expertise: accélérer la montée en compétences grâce à des projets structurants, des occasions d'apprentissage et un partage des meilleures pratiques.
- Créer des services mutualisés à forte valeur ajoutée: mettre en œuvre des solutions mutualisées qui optimisent les ressources des associations, soutiennent leur croissance et augmentent leur influence sur le terrain.



## Cibles 04

Engager et soutenir les associations touristiques dans la transformation de l'industrie

- |  |               |
|--|---------------|
| 1. Satisfaction des membres – contribution à la force du réseau associatif : | <b>+ 85 %</b> |
| 2. Satisfaction des membres – services offerts :                             | <b>+ 85 %</b> |
| 3. Taux de rentabilité des services :  | <b>10 %</b>   |

# Assurer l'évolution, la stabilité et la pérennité de l'organisation

**01 Assumer le leadership du secteur touristique privé pour positionner l'industrie comme un moteur économique et social incontournable au Québec**

- Contribuer à transformer l'environnement d'affaires : défendre les intérêts et requérir activement à des politiques et initiatives qui supportent la compétitivité et l'attractivité de l'industrie et des entreprises touristique.
- Choisir pour mieux performer : unir et concerter les leaders de l'industrie pour prioriser les défis stratégiques et avoir une incidence concrète.
- Reconnaître l'excellence : contribuer à développer et à valoriser la relève et les entreprises qui réinventent les pratiques dans l'écosystème touristique québécois.

**02 Assurer une mise en marché ciblée de la destination pour séduire les touristes et maximiser les retombées économiques**

- Assurer un positionnement distinctif de la destination.
- Cultiver une approche ciblée et adaptée aux occasions de croissance.
- Utiliser les nouvelles technologies au profit du mandat.
- S'appuyer sur une intelligence marketing robuste.
- Conserver un leadership stratégique auprès de l'industrie.
- S'assurer d'un contrôle stratégique et opérationnel des écosystèmes numériques et des contenus : agir directement sur les outils et contenus pour garantir leur pertinence, leur cohérence et leur efficacité dans la mise en valeur de la destination.

**03 Renforcer la compétitivité de la destination par des actions stratégiques, innovantes et durables**

- Établir un leadership en intelligence artificielle : intégrer les technologies numériques et l'intelligence artificielle pour soutenir l'appropriation par et pour l'écosystème touristique québécois.
- Démarcher et réaliser des mandats stratégiques et rentables : identifier activement de nouveaux mandats, tant gouvernementaux que privés, qui permettent d'agir sur la compétitivité du Québec touristique.

**04 Engager et soutenir les associations touristiques dans la transformation de l'industrie**

- Représenter et défendre les intérêts et la vitalité des associations touristiques.
- Soutenir le développement responsable et durable : être un agent facilitateur et impliqué dans un tourisme responsable et durable contributif à l'essor de l'industrie.
- Stimuler la collaboration en concertant et mobilisant les parties prenantes autour d'initiatives collectives.
- Développer les talents et renforcer l'expertise : accélérer la montée en compétences grâce à des projets structurants, des occasions d'apprentissage et un partage des meilleures pratiques.
- Créer des services mutualisés à forte valeur ajoutée : mettre en œuvre des solutions mutualisées qui optimisent les ressources des associations, soutiennent leur croissance et augmentent leur influence sur le terrain.

## Assurer les conditions de réussite à la mise en oeuvre

**01 Intelligence d'affaires et partage stratégique :** exploiter l'intelligence d'affaires pour mieux comprendre les dynamiques économiques, maximiser les retombées financières et stimuler une mise en commun des données et des connaissances entre les parties prenantes.

**02 Organisation apprenante et agile :** établir des mécanismes qui maintiennent et soutiennent l'efficacité et l'efficience organisationnelle.

**03 Richesse humaine :** favoriser l'expertise et la connaissance de l'offre et de l'industrie pour permettre d'anticiper les besoins et d'innover collectivement.

**04 Culture entrepreneuriale :** développer et entretenir le sens des affaires et de l'intrapreneuriat.

**05 Santé et efficacité financières :** entretenir une santé financière robuste, tout en garantissant une gestion administrative efficace, alignée sur les objectifs stratégiques.

**06 Gouvernance exemplaire et transparence :** renforcer une gouvernance rigoureuse qui s'appuie sur des mécanismes de reddition de comptes clairs, transparents et alignés sur les attentes des parties prenantes.

## Conditions de réussite

**Veiller à assurer les conditions de réussite pour la mise en œuvre des 4 orientations et des actions qui en découlent.**

- |   |               |
|---|---------------|
| 1. Satisfaction globale – produits d'intelligence d'affaires :                          | <b>+ 85 %</b> |
| 2. Indice de mobilisation et de fierté richesse humaine :                               | <b>+ 85 %</b> |
| 3. Appréciation des membres – relation de collaboration :                               | <b>+ 85 %</b> |
| 4. Satisfaction des membres – qualité de la gouvernance et de la reddition de comptes : | <b>+ 85 %</b> |



**Alliance**

de l'industrie touristique  
du Québec

## Région de Montréal

1575, boulevard de l'Avenir, bureau 330 Laval  
(Québec) H7S 2N5

T : 450 686-8358

F : 450 686-9630

Sans frais : 1 877 686-8358

[info@alliancetouristique.com](mailto:info@alliancetouristique.com)

## Région de Québec

871, Grande Allée Ouest, RC-20 Québec  
(Québec) G1S 1C1

T : 418 682-3787

F : 450 686-9630

Sans frais : 1 877 686-8358

[info@alliancetouristique.com](mailto:info@alliancetouristique.com)