

TRANSFORMATION

En route vers l'avenir du tourisme
québécois



bonjour





**Fédération provinciale d'affaires
spécialisée en tourisme**

la plus importante au Canada

3

Tourisme en
bref

La relance

Défis actuels



1

Secteur économique touristique en bref





97,3 M

Visiteurs

35,9 M

Touristes

2,5 %
PIB

16,4 G\$

Recettes touristiques



25 000
entreprises
(10 %)



412 000
emplois
(10 %)



Tourisme d'affaires

+ 2 G\$

Dépenses touristiques

2 X

RAPPORTE PLUS EN MOYENNE
QU'UN TOURISTE D'AGRÉMENT

Estimation Alliance
base MTO 2018



25 000

PME



73,5 %

moins de 20 employé.e.s



24,6 %

20 à 100 employé.e.s



1,9 %

Plus de 100 employés



Intra-Québec : marché domestique



BASE D'AFFAIRES INCONTOURNABLE DES ENTREPRISES

26,6 M VOYAGEURS
INTRA-QUÉBEC

74 % DE TOUS LES
VOYAGEURS

5,1 G\$ DÉPENSES
TOURISTIQUES

48 % DE TOUTES LES
DÉPENSES

Hors Québec : marchés canadien et internationaux



3^e

SECTEUR D'EXPORTATION
4 G\$ DE REVENUS D'EXPORTATION = ARGENT NEUF
DANS L'ÉCONOMIE

9,3 M

VOYAGEURS
HORS QUÉBEC

24 %

DE TOUS LES
VOYAGEURS

5,5 G\$

DÉPENSES
TOURISTIQUES

53 %

DE TOUTES LES
DÉPENSES



(4 G\$)

**Balance commerciale
touristique**

(8 G\$)

VOYAGE DES
QUÉBÉCOIS.ES HORS DU
QUÉBEC

4 G\$

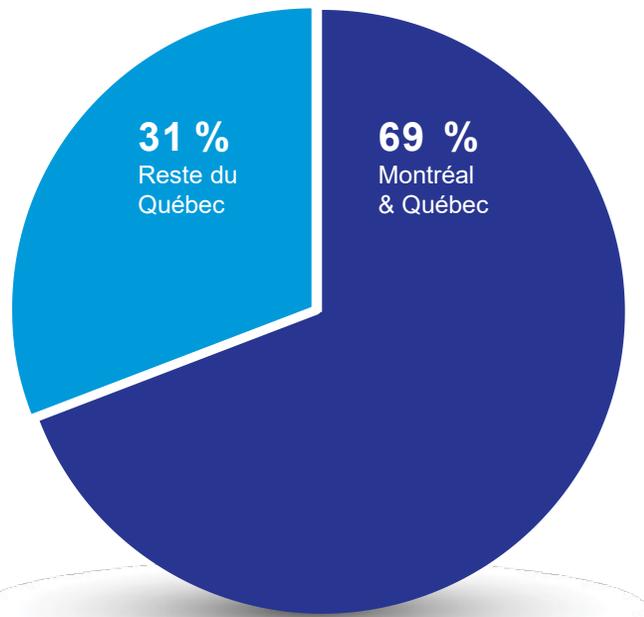
Source MTO 2019

TOURISTES INTERNATIONAUX
AU QUÉBEC



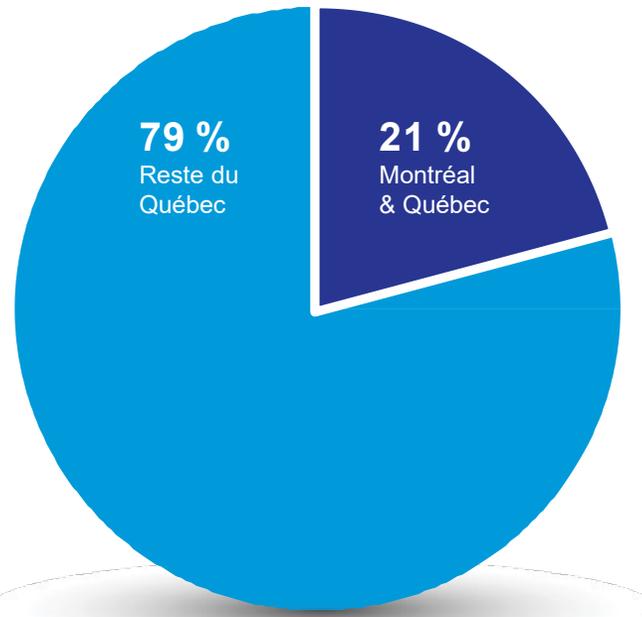
35,9 M touristes

VOLUME DE TOURISTES
HORS QUÉBEC



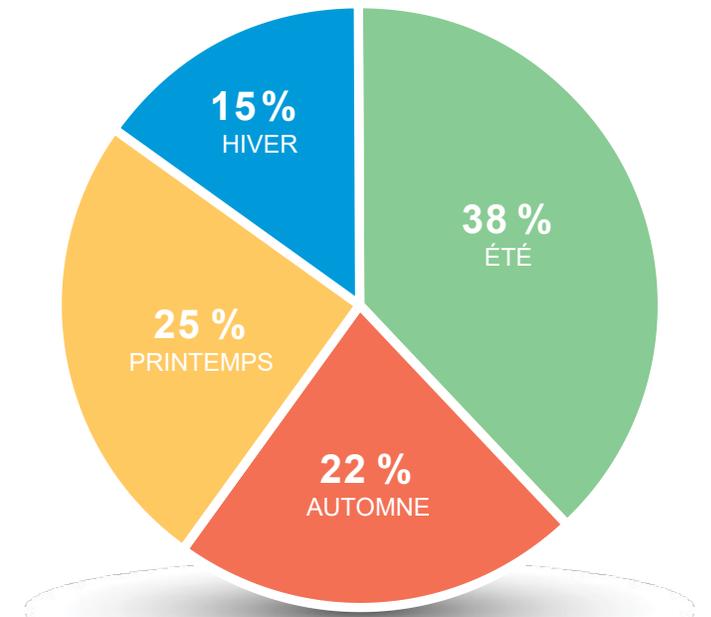
9,3 M

VOLUME DE TOURISTES
INTRA-QUÉBEC



26,6 M

TOURISTES INTERNATIONAUX
SELON LA SAISON



Dispersion à partir
de Montréal lors
du séjour à Montréal
60 % visite une autre région



Source : Tourisme Montréal
-2019





Secteur économique de premier plan pour la vitalité des régions du Québec

Industrie humaine | non délocalisable | effet multiplicateur



A close-up photograph of a man with a beard and glasses adjusting a red knit hat with a pom-pom on a woman's head. The woman is laughing joyfully. The background is a blurred outdoor setting. A white circular graphic element is on the left side of the image.

Créateurs de bonheur Ambassadeurs du Québec

Contribuent au bien-être des visiteurs.euses et de la population
Carte d'attractivité et de visite pour les régions





2

Sur la
route de
la relance



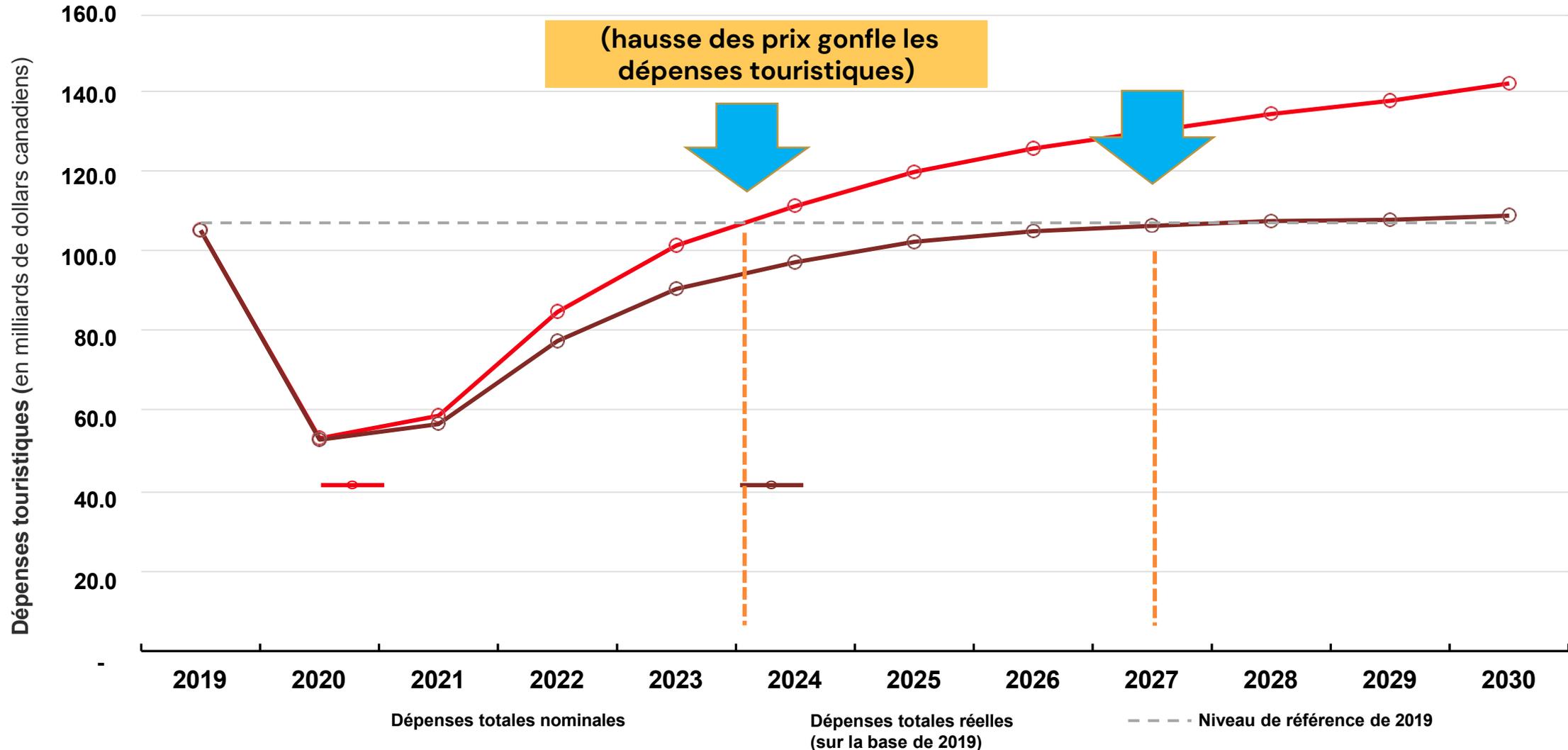
“La plupart des régions du monde sont en voie de retrouver les **niveaux de performance de 2019**, avec **l’Amérique du Nord en tête** et **l’Asie-Pacifique en queue de peloton.**”

Skift – 2023



Le retour au niveau de 2019 est attendu en 2024, soit un an plus tôt que prévu

Dépenses touristiques totales au Canada
en provenance du marché intérieur et des marchés étrangers
(comparaison entre les dépenses nominales et réelles)



Prévisions pour le Québec



Nos **ambitions** de décembre 2021?



Contribuer à relancer le Québec touristique
à un rythme surpassant les autres provinces canadiennes



Confirmer le tourisme
comme **secteur économique phare** qui contribue à la **vitalité sociale, culturelle et environnementale** des régions et communautés

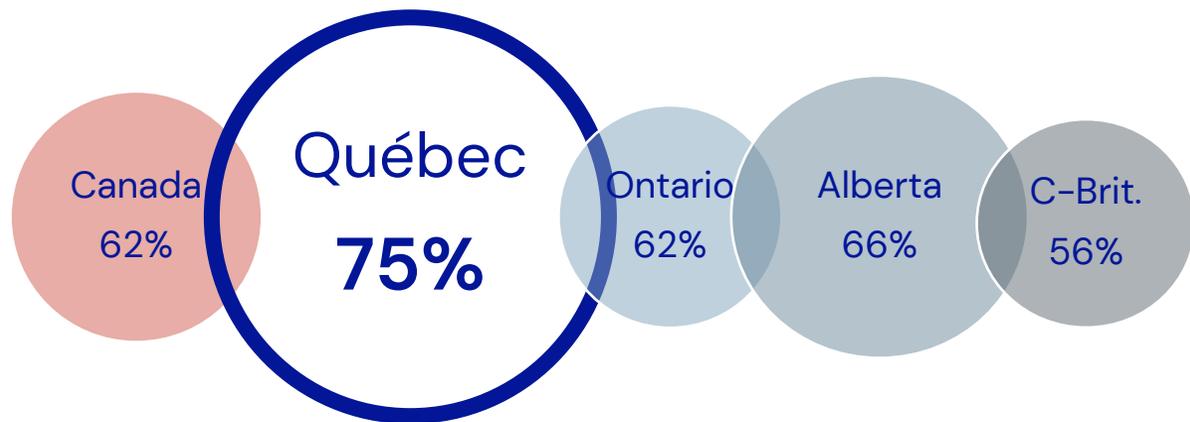
et qui fait du bien dans la vie des gens !



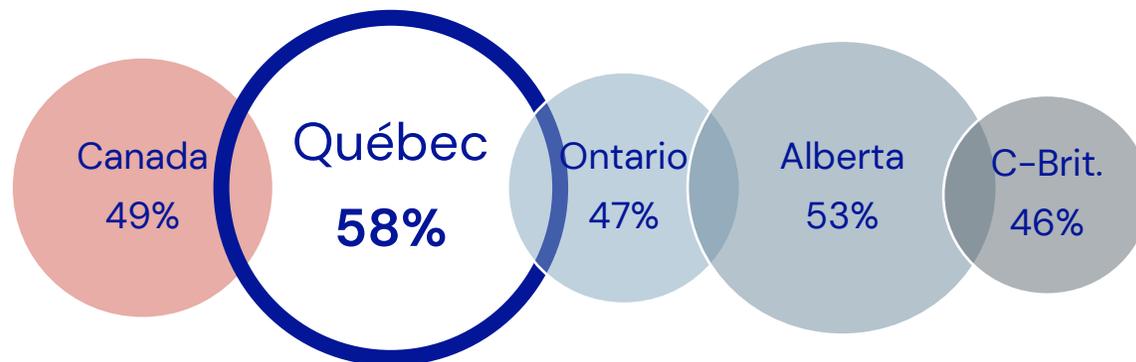
Portrait de la progression de la **relance**



Reprises des arrivées internationales
(2022 vs 2019)



Croissance trimestrielle moyenne des dépenses touristiques
des voyageurs internationaux T2 2000 à T3 2022



A photograph of a lighthouse on a rocky shore. The lighthouse is white with a dark top section and a small house next to it. A person is standing on the rocks in the foreground. The sky is blue with some clouds. The entire image has a light blue tint.

Soutiens financiers supplémentaires budget 2023-2024

“Le tourisme est un secteur économique névralgique pour le Québec, et ses entreprises sont à l’avant-plan de l’avenir de nos régions.”

Extrait du discours sur le budget 2022-2023



Un environnement d'affaires encore **complexe**

VENTS FAVORABLES



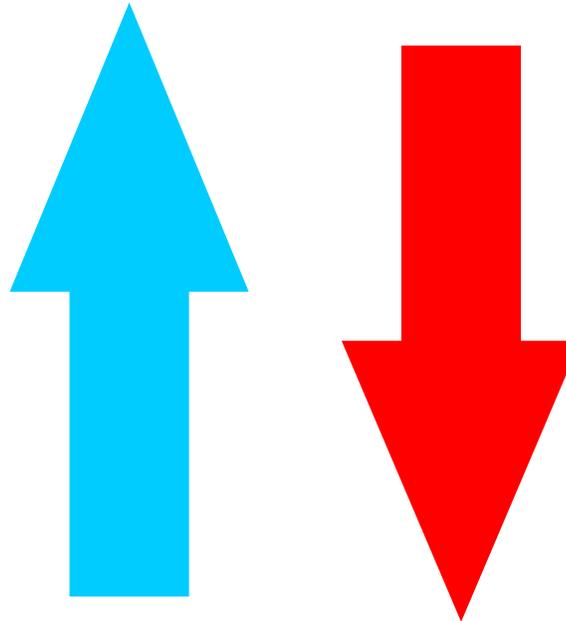
Résilience du **tourisme**
agrément : désir de voyage
surpasse les contraintes



Retour de la **capacité aérienne**
à 2019 dès mars 2023



Faiblesse du **dollar canadien**



VENTS CONTRAIRES

Pression inflationniste et
récession à l'horizon



Pénurie de MO | fracture
numérique



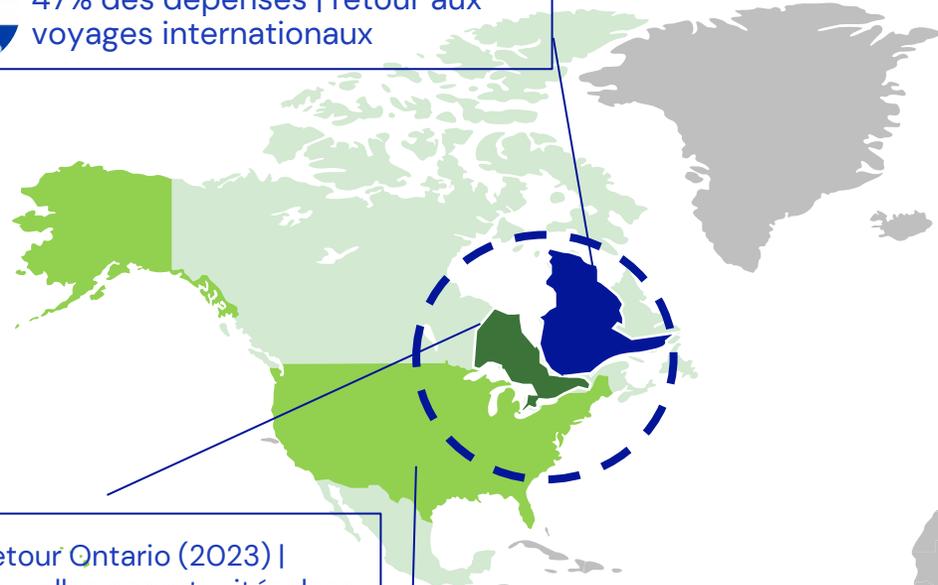
Conflits, tensions et sanctions |
sentiment de confiance des
voyageurs



Regard sur le retour dans les marchés



47% des dépenses | retour aux voyages internationaux



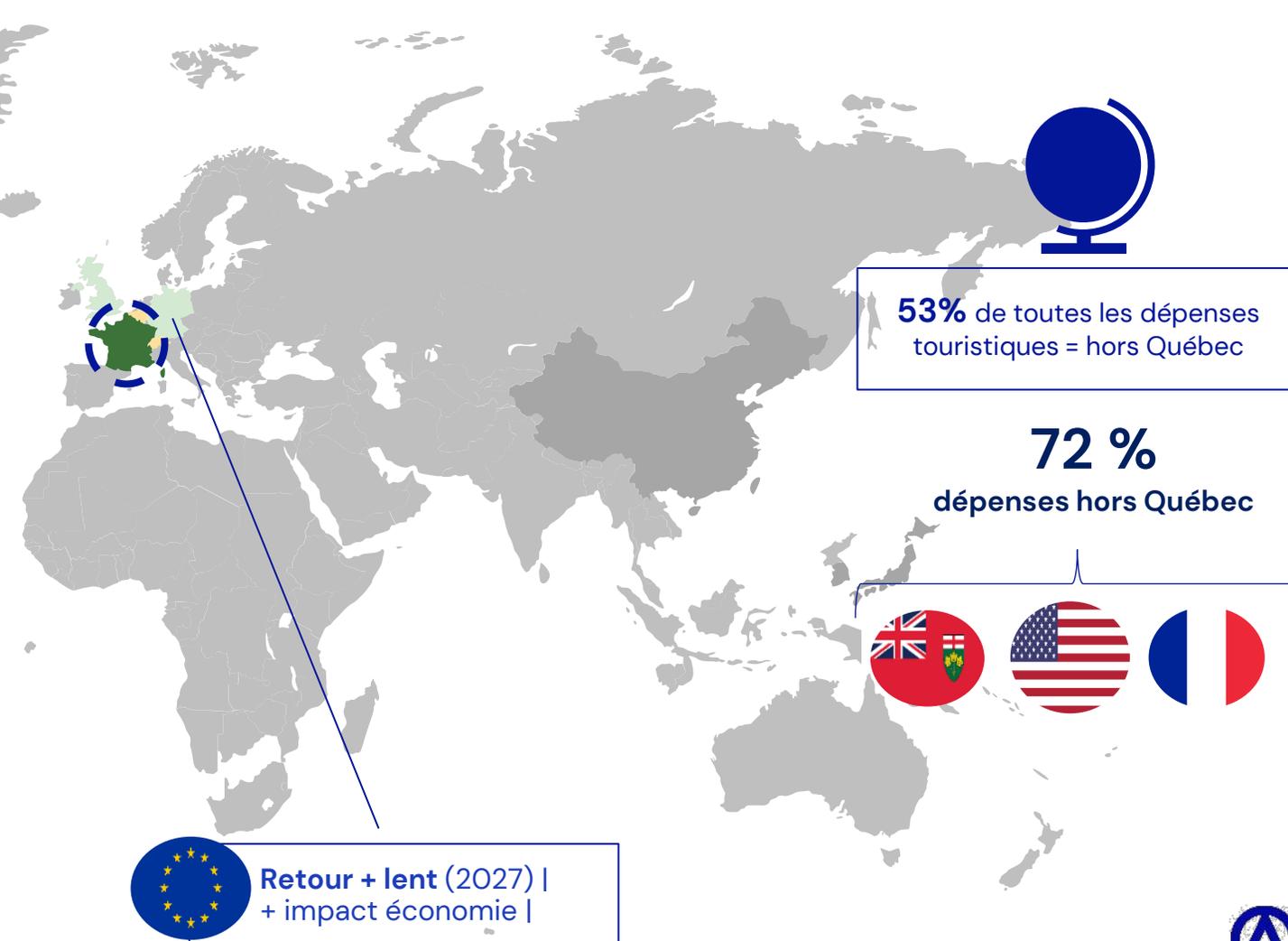
Retour Ontario (2023) | nouvelles opportunités dans l'ouest



Retour + rapide (2024) | accès aérien | nouvelles opportunités dans l'ouest



Retour + lent (2027) | + impact économie |



53% de toutes les dépenses touristiques = hors Québec

72 %
dépenses hors Québec



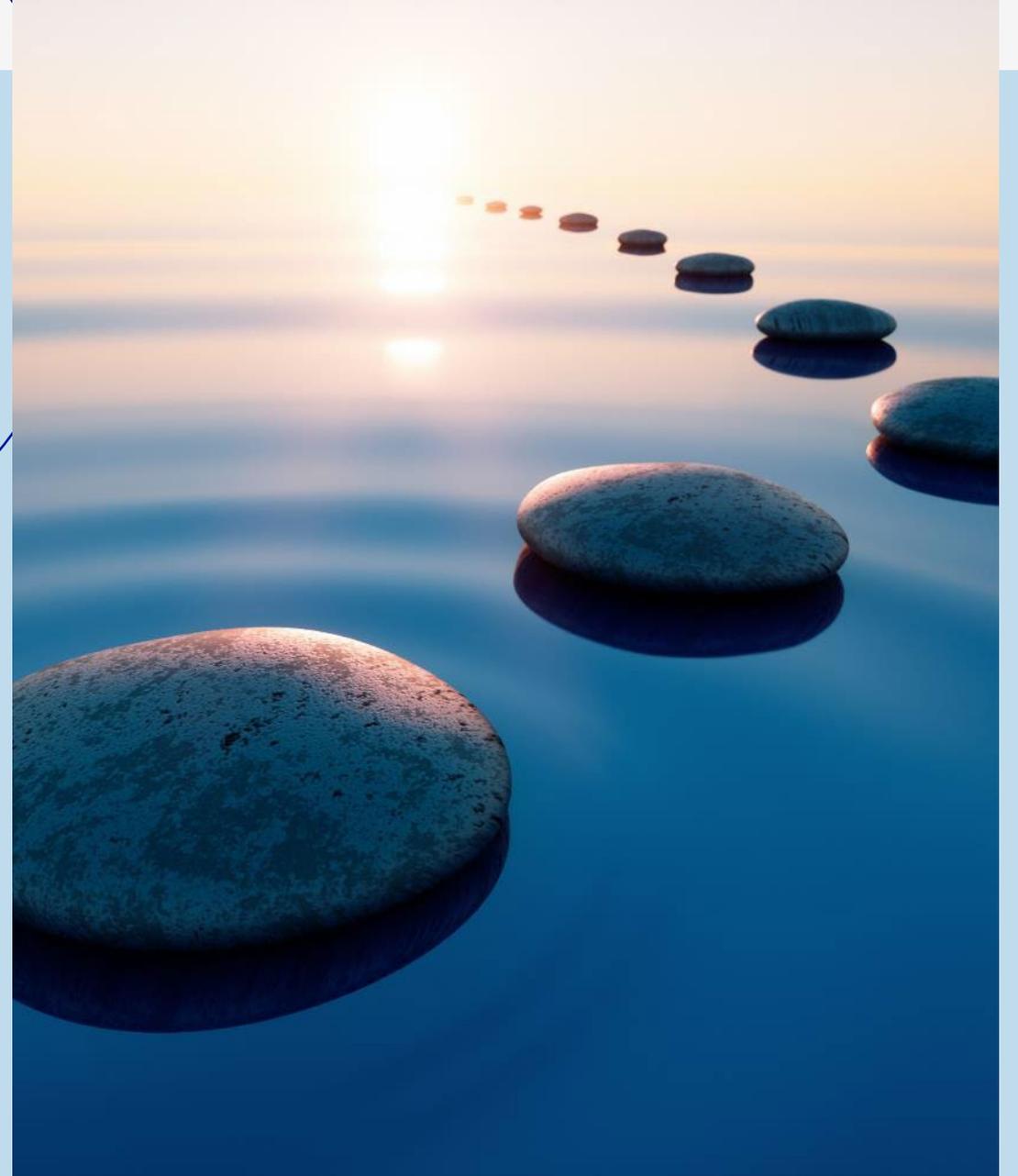
« Le pessimiste se plaint du vent,
l'optimiste espère qu'il va changer,
le réaliste ajuste ses voiles »

William Arthur Ward



3

Défis actuels et futurs





Cocktail des défis





Défis des entrepreneurs

Endettement plus important des entreprises touristiques

Augmentation des taux d'intérêt

Pression inflation

Réalité main-d'oeuvre

Évolution besoins des voyageurs

Transformation numérique

Virage durable

Investissements produits et expériences

A woman with long blonde hair, wearing a grey sweater and jeans, stands on the left side of the frame, looking upwards and to the right. She is holding a tablet or book. The background is a light grey wall with a hand-drawn world map in black ink. Several airplane icons are scattered across the map, connected by dotted lines, suggesting global connectivity. The overall aesthetic is modern and professional.

Concurrence internationale intense

Rétention du marché domestique

Reconquête des marchés nationaux et internationaux





Développer la

compétitivité

mondiale du Québec



Compétitivité et défis des destinations

Optimiser les
**retombées
économiques**
(augmenter les
dépenses moyennes)

**Résonance
de la marque**
(positionnement et
différenciation)

Disponibilité et
productivité de
la **richesse
humaine**

Accessibilité
(mobilité diversifiée et
facilité)

Stimuler
**Investissements
produits et
expériences**
(faire les bons choix;
4 saisons; créneaux)

Accompagner
**Transition
durable**

Réduire **impacts
environnementaux**

**Acceptabilité
sociale**
(bonheur, bien-être et
soutien des
communautés)



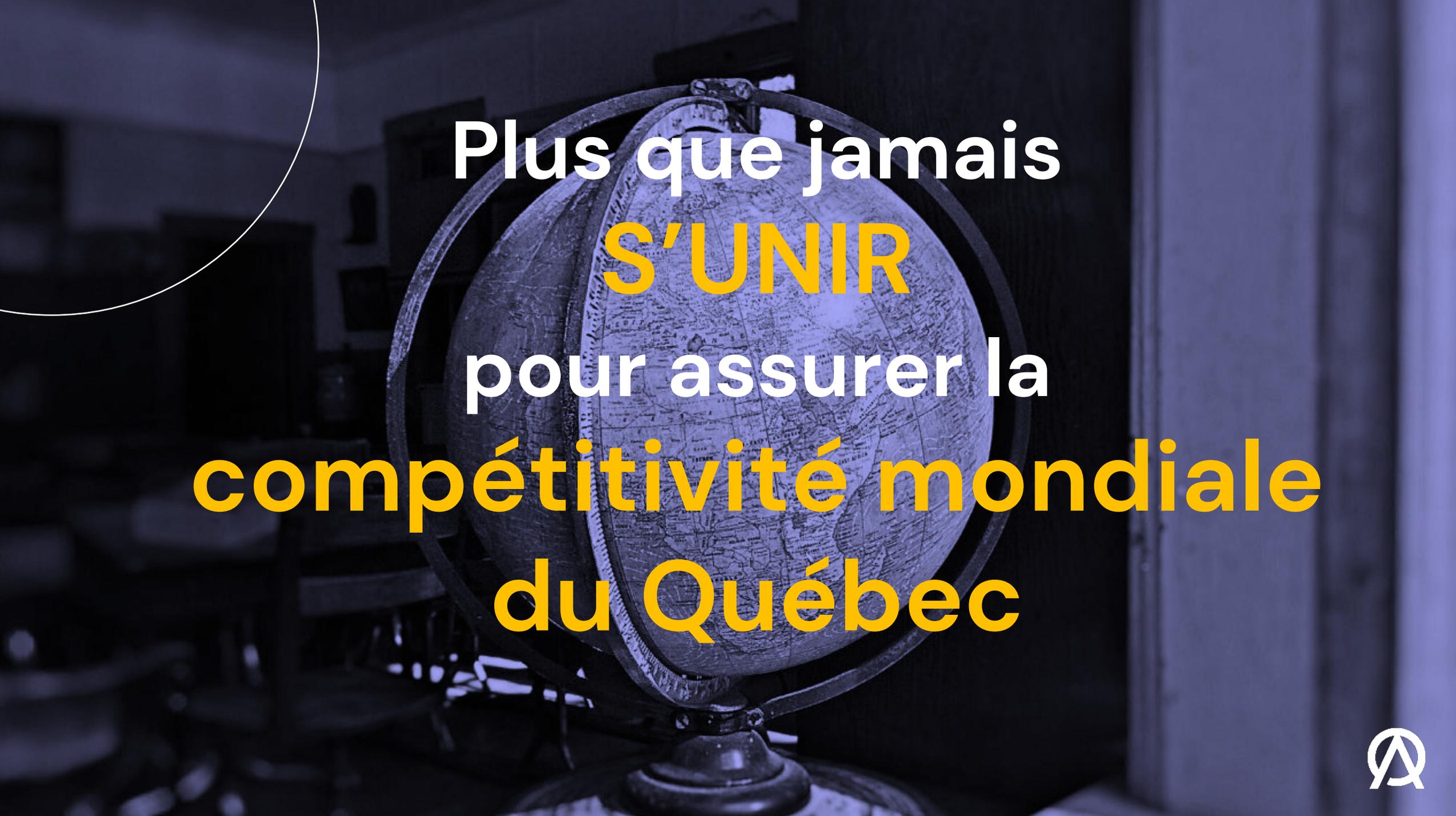
Vivre l'été au Québec, c'est vivre l'été à fond



Dès que l'été arrive au Québec...

Conclusion





Plus que jamais
S'UNIR
pour assurer la
compétitivité mondiale
du **Québec**



A night sky with the Milky Way galaxy and a road leading into the distance. The Milky Way is visible as a bright, hazy band of stars stretching across the sky. The road is illuminated by a light source, possibly headlights, and leads towards the horizon. The overall scene is dark and atmospheric.

**Bonjour
demain**





**Le tourisme de
demain ne peut pas
être comme celui
d'avant!**



Jour 1



Faire du Québec une destination
durable et compétitive
mondialement
qu'il faut visiter
plusieurs fois dans une vie



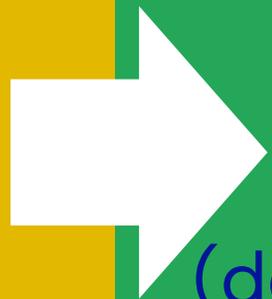


Clé de succès de la
transformation ...

Relation humaine entre
les voyageurs.euses,
les entreprises|équipers.ières
et les communautés



**Tourisme de
volume**

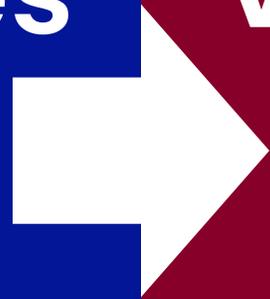


**Tourisme de
valeurs**

(dépenses moyennes par séjour,
valeurs similaires aux nôtres,
régénérateur)



**Simplifier la vie des
voyageurs.euses**



**Assurer une
visite conviviale
et un accueil
distinctif**



Régions plus
accessibles



4 saisons



Prolonger la
durée des
séjours



**Stimuler la
fierté
d'accueillir**



**Réduire
notre impact
sur
l'environnement**





Développer la
compétitivité
mondiale du Québec



Faire des **choix**
créneaux d'investissement
et de développement



Stimuler l'innovation et
soutenir la créativité
des entrepreneurs.



Miser sur l'intelligence
d'affaires pour
comprendre et anticiper



Contribuer à la transition
durable pour réduire notre
empreinte sur l'environnement



Valoriser et développer la
richesse humaine
+ assurer la relève



Faire valoir l'identité
unique du Québec comme
destination touristique

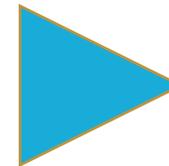
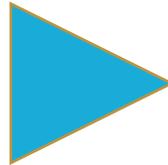
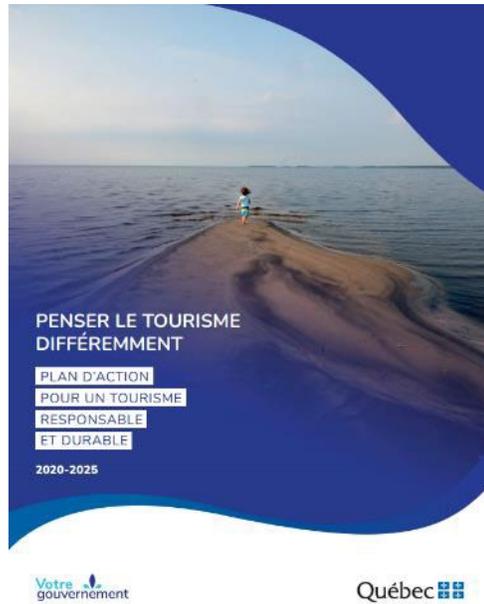


Développer la mobilité et
l'accès au Québec et à ses
régions



Impliquer les
communautés d'accueil

Planification et synergie

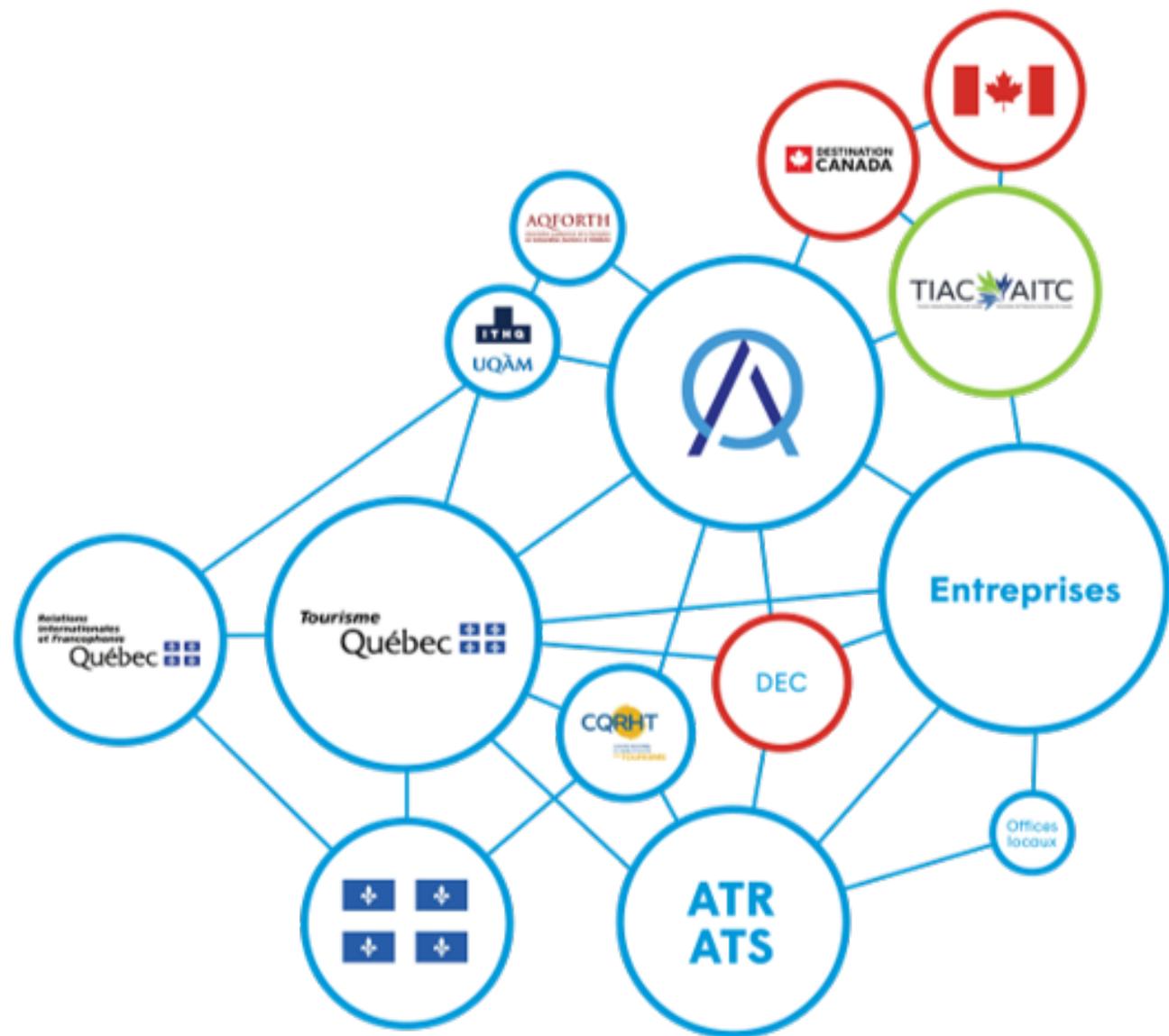


Plan développement de la destination



**Les clés du succès
sont :**

- Union
- Collaboration
- Alignement aux
stratégies gagnantes
- Focus



Travail collectif

VOUS

Réseau associatif régional et sectoriel | Alliance
Ministère du Tourisme
Acteurs de développement économique régional
Communautés

Période d'échanges

