

L'industrie touristique, génératrice de richesse.

L'industrie touristique mondiale est en plein essor et les perspectives à long terme, extrêmement prometteuses.

En 2013 et 2014, la croissance des arrivées internationales dans le monde avoisinait les 5 % annuellement.

L'Organisation mondiale du tourisme prévoit une croissance entre 3 % et 4 % annuellement jusqu'en 2030.

Le **tourisme** mondial génère **3 G\$** /jour, soit **2 M\$** / min.

L'industrie touristique :

- crée de nombreux emplois;
- stimule les échanges commerciaux;
- encourage les investissements qui à leur tour améliorent la qualité de vie de la population.

Les gouvernements de plusieurs pays, dont la France, les États-Unis et la Nouvelle-Zélande font du tourisme une priorité pour générer de la croissance. Ils investissent massivement dans :

- leur produit touristique;
- l'accès à celui-ci;
- la mise en marché efficace de leur destination sur les marchés cibles.

Le potentiel de l'industrie touristique au Québec et au Canada n'est pas pleinement développé.

Au Canada :

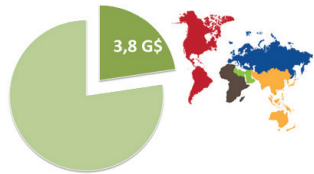
- désengagement de l'État à contre-courant de la compétition;
- 8^e position en 2000, 17^e en 2014

Au Québec :

- Balance touristique déficitaire, **-4,5 G\$**

Malgré cela, l'industrie touristique québécoise contribue déjà fortement à l'économie...

En recettes :



Une industrie de **13 G\$ annuellement**, dont 3,8 G\$ en revenus d'exportation, de l'argent neuf pour l'économie.

En emplois :

Près de **10 %** de l'emploi au Québec



Comme moteur de développement économique :



Virage performance...

Pour contribuer à la relance économique du Québec

Chaque **dollar public investi** en tourisme génère **20 \$ de recettes** dont **5 \$ reviennent direct ment dans les coffres de l'État** en retombées fiscales et parafiscales, un financement des services à la population.



Une industrie qui s'est prise en main

2012 – Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 – Un itinéraire vers la croissance (PDIT)
Cible de performance : **croissance annuelle de 5 % | 50 000 nouveaux emplois**

2015 – Renouveau du modèle d'affaires et de gouvernance de l'industrie – Plan d'action 2016-2020

- Cohésion et une force de frappe accrues sur les marchés hors Québec.
- Volonté affirmée d'établir une gouvernance plus souple, efficiente et stratégique permettant de s'ajuster de manière continue et dynamique à l'évolution des marchés et à l'apparition de nouvelles occasions d'affaires.
- Poursuite du développement de l'offre, notamment la mise en œuvre des stratégies sectorielles.
- Actualisation de l'encadrement de l'offre d'hébergement touristique.

Les efforts de tous les partenaires sont fédérés.



Plateforme AQIT - Favoriser la croissance des entreprises pour :

- La diversité économique régionale
- La création d'emplois
- Les services à la population
- La relance de l'économie du Québec

L'AQIT consacre ressources et énergie à consulter, concerter et représenter les entreprises touristiques et les intervenants qui les accompagnent dans l'atteinte de leur objectifs de croissance.

Le partenaire rassembleur et rigoureux qu'est l'AQIT mobilise le milieu pour l'avancement de dossiers jugés cruciaux pour que le Québec bénéficie du plein potentiel générateur de richesse de son industrie touristique.

PAMM

Les grandes composantes de l'industrie et leurs enjeux multisectoriels à portée **provinciale** et **nationale**



La pierre d'assise d'une destination à succès.

Stimuler l'innovation pour assurer la compétitivité

- Consolider des pôles touristiques déjà porteurs.
- Miser sur des produits de calibre mondial.
- Cibler et accompagner le développement de produits distinctifs et très attractifs.
- Susciter l'investissement privé.



La facilité d'accès est un critère important dans le choix d'une destination.

Améliorer l'accès à la destination et l'accès dans la destination

- Améliorer la compétitivité de la destination en matière d'accès aérien.
- Faciliter l'accès dans la destination en soutenant la réalisation de projets d'infrastructures intermodales.
- Simplifier le processus d'entrée dans la destination.



L'importance de marquer l'imaginaire, d'interpeler le voyageur. Se distinguer, être choisi.

Positionner la destination sur les marchés étrangers et inciter les Québécois à voyager chez eux

- Augmenter le financement de Destination Canada et revoir le mode d'attribution des fonds.
- Intensifier, de façon ciblée, les actions de commercialisation hors Québec.
- Prioriser le positionnement de produits exportables dotés d'une grande originalité et attractivité.



Au cœur d'une expérience touristique réussie et remarquable.

Encourager la professionnalisation, l'engagement et la qualité

- Trouver des solutions à long terme afin d'attirer et de maintenir en emploi une main-d'œuvre de qualité.
- Reconnaître l'emploi saisonnier et son apport économique essentiel.