



PLAN STRATÉGIQUE 2023-2027

MINISTÈRE DU TOURISME

PLAN STRATÉGIQUE 2023-2027

MINISTÈRE DU TOURISME

Cette publication a été réalisée par le ministère du Tourisme
en collaboration avec la Direction des communications.

Une version accessible de ce document est en ligne sur le site Québec.ca.

Si vous éprouvez des difficultés techniques, veuillez communiquer avec la Direction
des communications au communications.ministeredutourisme@tourisme.gouv.qc.ca.

Pour plus d'information :

Direction des communications
Ministère du Tourisme
4^e étage, secteur 400
900, boulevard René-Lévesque Est
Québec (Québec) G1R 2B5

Téléphone : 418 643-5959
Sans frais : 1 800 482-2433
Télécopieur : 418 643-8499
Courriel : communications.ministeredutourisme@tourisme.gouv.qc.ca
Site Web : Québec.ca

Dépôt légal – Juin 2023
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
ISBN 978-2-550-94759-2 (version imprimée)
ISBN 978-2-550-94760-8 (version électronique)

Tous droits réservés pour tous les pays.
© Gouvernement du Québec

MESSAGE DE LA MINISTRE

Madame Nathalie Roy

Présidente de l'Assemblée nationale du Québec
Hôtel du Parlement
Québec



Madame la Présidente,

J'ai l'honneur de vous transmettre le Plan stratégique 2023-2027 du ministère du Tourisme pour son dépôt à l'Assemblée nationale, conformément à l'article 11 de la Loi sur l'administration publique.

Les dernières années ont mis en lumière toute la résilience de notre industrie touristique qui, malgré les nombreux défis qu'elle a dû affronter, se tient aujourd'hui debout et fière. C'est avec optimisme que nous regardons maintenant l'avenir, déterminés à faire croître le tourisme et les retombées économiques qu'il crée pour l'ensemble de nos communautés, dans une perspective responsable et durable.

Nous croyons que le Québec a tout d'une destination de calibre international. Nous sommes fiers de notre culture, de notre langue française et de cet accueil généreux qui caractérise si bien les Québécois. Notre diversité régionale permet aux visiteurs de vivre une expérience aussi variée qu'authentique. La panoplie d'activités de nature et d'aventure nous distingue grâce à toutes les possibilités qu'offre notre majestueux territoire. Nos quatre saisons donnent l'occasion à nos visiteurs de revenir nous voir pour découvrir le Québec avec différents habits.

Nos nombreux atouts enrichissent notre destination : la vie urbaine, notre amour pour les festivals et les événements offrant des occasions de nous rassembler ainsi que les expériences gastronomiques à la hauteur du talent et de la passion de nos artisans agroalimentaires. La présence de 11 nations autochtones sur le territoire permet de vivre des expériences culturelles riches et distinctives, alliant tradition et modernité.

Pour assurer la croissance de l'industrie touristique québécoise dans une perspective responsable et durable, nous devons continuer d'innover afin de développer une offre qui répond aux demandes en constante évolution des clientèles. La collaboration essentielle avec nos partenaires doit se maintenir forte. Nous avons accompli de grandes choses ensemble et c'est en poursuivant ce travail d'équipe que nous réaliserons notre objectif commun d'enrichir le Québec. Une telle synergie doit également continuer de se faire sentir au sein du Ministère.

De belles années s'annoncent pour le tourisme au Québec. Grâce aux orientations présentées dans ce plan stratégique, nous souhaitons donner une nouvelle impulsion au tourisme, un levier pour le développement économique de toutes nos régions.

La ministre du Tourisme et ministre responsable de la région de Lanaudière,



Caroline Proulx

MESSAGE DE LA SOUS-MINISTRE

Madame Caroline Proulx

Ministre du Tourisme
Hôtel du Parlement
Québec



Madame la Ministre,

Je suis fière de déposer le Plan stratégique 2023-2027 du ministère du Tourisme, qui est le fruit d'un travail concerté.

Ce plan, que je souhaite vivant, expose les enjeux, les orientations, les objectifs et les indicateurs de résultats qui guideront les priorités et les efforts du Ministère dans la réalisation de sa mission au cours des prochaines années.

Faire du Québec une destination touristique prospère et durable qui fait la fierté des gens d'ici : voilà ce que nous souhaitons célébrer en mars 2027. Pour y arriver, nous devons accentuer les efforts pour développer et promouvoir une offre touristique distinctive pour les touristes d'ici et d'ailleurs. Aussi le Ministère sera-t-il appelé à soutenir le développement de filières prioritaires pour rehausser l'offre touristique. Il aura également à transformer l'expérience voyageur, que nous souhaitons accessible, chaleureuse et moderne. Et enfin, il devra travailler à la mise en valeur des atouts touristiques pour stimuler l'engouement envers le Québec et renforcer le rôle du tourisme comme levier de développement économique.

Du fait qu'il suscite l'innovation, qu'il appuie l'émergence et l'intégration de pratiques responsables et durables, et qu'il promeut et soutient l'utilisation de données stratégiques en tourisme, ce plan stratégique nous aidera à propulser la transformation de l'industrie touristique, en plus de la rendre plus accessible et plus inclusive.

Finalement, il jouera un rôle clé pour renforcer la dynamique collaborative avec les partenaires touristiques et pour maintenir un environnement de travail stimulant et mobilisateur au sein du Ministère. Le tourisme est un secteur économique important pour la vitalité des régions et la découverte de l'identité du Québec. Il s'agit d'un des premiers secteurs d'exportation. Les cibles proposées visent à dépasser, d'une part, le sommet atteint en 2019 alors que le produit intérieur brut (PIB) touristique était de 11,5 milliards de dollars, et d'autre part, les 5 milliards de dollars d'entrées de devises internationales.

Pour y arriver, j'ai la chance de pouvoir m'appuyer sur une équipe passionnée, engagée et qui possède une grande connaissance du Québec. Je peux également compter sur l'expertise et l'action indispensables des partenaires de l'écosystème touristique. Je sais déjà qu'ensemble, nous contribuerons avec enthousiasme au déploiement des efforts requis par cet ambitieux plan stratégique pour en faire un succès collectif : le succès de l'industrie touristique québécoise.

La sous-ministre du Tourisme,

Audrey Murray

TABLE DES MATIÈRES

MESSAGE DE LA MINISTRE	V
MESSAGE DE LA SOUS-MINISTRE	VII
L'ORGANISATION EN BREF	1
Mission	1
Vision	1
Valeurs	1
Chiffres clés.....	2
ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT	3
Contexte externe	3
Contexte interne.....	7
CHOIX STRATÉGIQUES	9
Enjeu stratégique 1 : Tendre à devenir une destination de calibre mondial qui génère des richesses pour l'ensemble du Québec	9
Orientation 1 : Développer et promouvoir une offre touristique distinctive d'avenir pour les touristes d'ici et d'ailleurs au bénéfice de l'essor durable de l'économie du Québec	9
Objectif 1.1 : Soutenir le développement des filières prioritaires en vue de rehausser l'offre touristique	10
Objectif 1.2 : Offrir une expérience voyageur accessible, chaleureuse et moderne.	11
Objectif 1.3 : Mettre en valeur les atouts touristiques en vue de stimuler l'engouement pour la destination du Québec	12
Objectif 1.4 : Renforcer le rôle du tourisme comme levier de développement économique	13
Enjeu stratégique 2 : Une industrie innovante portée par un savoir-faire reconnu qui s'adapte aux nouvelles tendances touristiques et aux transitions démographiques et climatiques.....	14
Orientation 2 : Propulser la transformation de l'industrie touristique.....	14
Objectif 2.1 : Susciter l'innovation dans l'industrie touristique.....	15
Objectif 2.2 : Soutenir l'émergence et l'intégration des pratiques durables et responsables dans l'offre touristique	16

Objectif 2.3 : Promouvoir et soutenir l'utilisation de données stratégiques en tourisme	16
---	----

Enjeu stratégique 3 :

Une dynamique collaborative alignée sur des priorités stratégiques partagées entre le Ministère et ses partenaires	17
---	----

Orientation 3 :

Accroître la synergie au sein du Ministère et avec les partenaires	17
--	----

Objectif 3.1 : Agir à titre d'instigateur d'une dynamique collaborative avec les partenaires touristiques	18
---	----

Objectif 3.2 : Agir pour maintenir un environnement de travail stimulant et mobilisateur au sein du Ministère	18
---	----

TABLEAU SYNOPTIQUE	19
---------------------------	-----------

L'ORGANISATION EN BREF

Mission

Leader du développement et de la promotion du tourisme pour le Québec, le ministère du Tourisme mobilise les partenaires et les acteurs de l'industrie pour accroître la performance économique de l'ensemble des régions, dans une perspective durable et responsable.

En vertu de sa loi constitutive, le Ministère exerce notamment son leadership par les fonctions stratégiques suivantes :

- Promouvoir le Québec et ses régions touristiques;
- Élaborer et mettre en œuvre des stratégies touristiques et gérer des programmes;
- Planifier, offrir et structurer des services d'accueil et des renseignements touristiques;
- Coordonner, produire et diffuser les connaissances stratégiques relativement au tourisme.

Vision

Faire du Québec une destination touristique prospère et durable qui fait la fierté des gens d'ici.

Valeurs

Les valeurs qui guident et encadrent les actions organisationnelles sont les suivantes :

Le respect

Le personnel, les clientèles et les intervenants de l'industrie touristique sont traités avec égard et reconnaissance.

La collaboration

Le Ministère coopère avec l'industrie touristique, les partenaires et les populations, à l'échelle locale et régionale, dans la réalisation de projets par la mise en commun de moyens et de ressources.

L'innovation

Le Ministère favorise l'audace et l'émergence des idées nouvelles et des solutions originales qui conduiront à la mise en œuvre de choix utiles, fiables et novateurs.

L'excellence

Le Ministère recherche l'amélioration de sa performance sur une base permanente par le développement des compétences de son équipe et de ses partenaires.

Chiffres clés

Chiffres clés	Description
19,8 millions	Estimation du nombre de touristes ¹ qui ont visité le Québec en 2022, soit 14,2 millions de touristes québécois et 5,6 millions de touristes hors Québec.
274 millions de dollars	Aide financière accordée par l'intermédiaire de différents leviers financiers en vue de soutenir, en 2022-2023, 466 projets.
Plus de 36 millions de dollars	Soutien financier offert à 256 festivals et événements en 2022-2023 au moyen du programme consacré à cette fin et incluant une bonification exceptionnelle liée à la COVID-19.
23 469	Entreprises œuvrant dans les secteurs associés au tourisme au Québec en juin 2022, ce qui représentait près de 9 % du nombre global d'entreprises au Québec.
Près de 354 500	Estimation du nombre d'emplois occupés dans les secteurs associés au tourisme en 2022, dont plus de 50 % sont situés à l'extérieur de Montréal et de Québec.
Plus de 226 000	Personnes qui ont utilisé, en 2022-2023, les services de renseignements touristiques du Ministère fournis par le personnel de son centre d'appels et de ses cinq centres Infotouriste.

1. Touristes : Personnes qui ont fait un voyage d'une nuit ou plus, mais d'une durée de moins d'un an, à l'extérieur de leur ville et qui ont utilisé de l'hébergement commercial ou privé.

ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT

Jusqu'en 2019, le tourisme connaissait une croissance continue au Québec. Cette année-là, les recettes touristiques atteignaient un sommet de 16,4 milliards de dollars. En revenus fiscaux seulement, cela représentait 2 milliards de dollars, dont 1 milliard en TVQ. La pandémie a cependant bouleversé cette progression. Alors que l'industrie touristique était le troisième secteur d'exportation en 2019, il a chuté au 42^e rang en 2021. Dans la foulée de la pandémie, le Québec recevait plus de 50 millions de visiteurs² en 2022, alors que les restrictions n'étaient pas entièrement levées pour la pratique du tourisme. Le Ministère souhaite dépasser le seuil de 65 millions de visiteurs d'ici l'exercice 2026-2027.

C'est sous le signe d'une transformation en profondeur de l'industrie que s'élabore le Plan stratégique 2023-2027, soit dans un contexte externe totalement différent de celui qui marquait le plan précédent. À l'heure actuelle, l'industrie touristique poursuit sa relance, après avoir été durement éprouvée par la pandémie. La mise en place de nombreuses mesures de soutien à l'industrie et des investissements sans précédent ont depuis assuré à ce secteur économique clé du Québec de reprendre son élan et d'espérer un retour à la croissance. L'analyse de l'environnement permet de poser un diagnostic des défis à relever, mais aussi des forces sur lesquelles le Ministère pourra miser pour se propulser vers l'atteinte de ses objectifs.

Contexte externe

L'industrie touristique au Québec se compose d'une riche structure, regroupant des entreprises dans les secteurs de la restauration, des loisirs, de l'hébergement, du transport et des services de voyages. Le ministère du Tourisme est un acteur central au sein de cet écosystème, qui regroupe aussi des associations touristiques régionales (ATR), des associations touristiques sectorielles (ATS), l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (Alliance) ainsi que plusieurs organismes, gouvernementaux ou non.

Le Québec compte près de 24 000 entreprises associées au tourisme, soit près de 9 % du nombre total d'entreprises privées actives. Essentiellement constitué de petites et moyennes entreprises (PME) et de très petites entreprises (TPE) réparties sur tout le territoire, le secteur touristique génère des retombées qui bénéficient à l'ensemble des régions du Québec. En 2022, les secteurs associés au tourisme représentaient environ 354 500 emplois, dont plus de 50 % étaient situés à l'extérieur de Montréal et de Québec. De ce nombre, près de 28 % des emplois se trouvaient dans la région métropolitaine de recensement de Montréal (RMR), hors centre métropolitain. D'autres régions occupent également une part non négligeable d'emplois dans l'industrie, y compris la Chaudière-Appalaches, les Cantons-de-l'Est, l'Outaouais et le Saguenay-Lac-Saint-Jean.

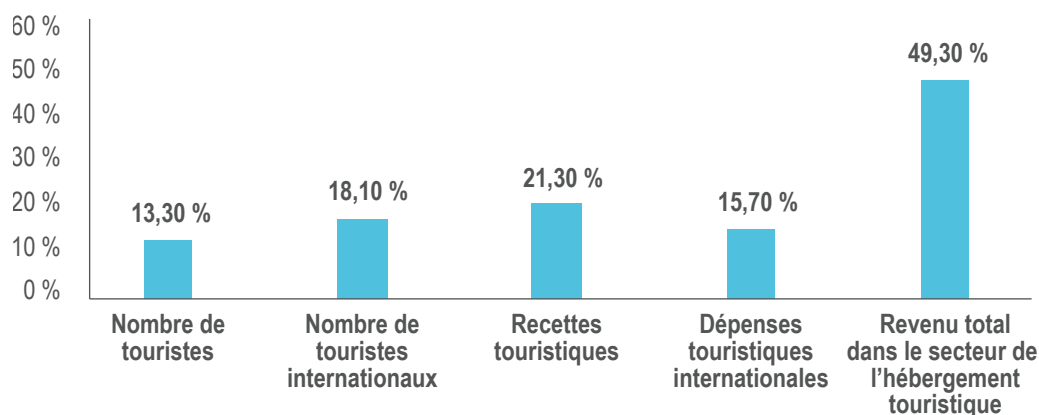
Bien que de nombreux programmes pour les soutenir et les accompagner aient été rapidement élaborés et proposés, de nombreuses PME, tous secteurs confondus, connaissent tout de même d'importantes difficultés à se relever de la pandémie, et environ la moitié affichent encore des revenus à la baisse. Puisque le secteur touristique est composé d'une forte proportion de PME et de TPE, ces difficultés se répercutent de manière prononcée dans l'industrie.

2. Visiteurs : Terme qui englobe à la fois les touristes et les excursionnistes.

La clientèle touristique représente bien sûr une partie centrale de l'écosystème. La pandémie a d'ailleurs donné l'occasion aux Québécois de redécouvrir les beautés et attraits de la province grâce à la pratique d'activités de plein air et à la découverte de l'agrotourisme.

L'année 2021 a marqué une reprise graduelle des activités et des revenus générés par l'industrie touristique, malgré la présence de mesures sanitaires. Un retour à la normale lent et progressif du tourisme international s'est enclenché suivant la réouverture des frontières avec les États-Unis.

Hausse des activités touristiques en 2021 par rapport à 2020



Source des données : Ministère du Tourisme, *Rapport annuel de gestion 2021-2022 (estimations)*.

Après l'atteinte d'un sommet de 11,5 milliards de dollars de produit intérieur brut (PIB) touristique en 2019, il est estimé que ce chiffre s'élèvera à 8,7 milliards de dollars en 2022. C'est pourquoi le Ministère veut dépasser ce sommet d'ici l'année financière 2026-2027 en atteignant les 14 milliards de dollars de PIB touristique. De plus, il vise également à dépasser les 5 milliards de dollars d'entrées de devises de l'international d'ici ce même terme, avec une première cible de 3,5 milliards de dollars en 2023. Enfin, il souhaite générer des recettes provenant du tourisme d'affaires de plus de 2,5 milliards de dollars à l'horizon 2027 en vue de dépasser le sommet de 2 milliards en 2019.

Accès à la nature et tourisme durable

Le tourisme d'aventure poursuit son élan de popularité, stimulé dans les dernières années par les incitatifs financiers instaurés dans le contexte pandémique. De plus, les subventions ont permis aux parcs régionaux, aux zecs et aux pourvoies de bonifier l'expérience offerte, contribuant durablement à l'attrait de ces lieux touristiques. En 2022, 59 % des Québécois ayant visité le Québec ont participé à une activité de plein air³.

Au sortir de la pandémie, l'accès à la nature est une tendance touristique répondant à une quête de bien-être et d'expériences authentiques. Les touristes cherchent à ralentir, souhaitent prendre le temps, selon le principe du tourisme lent (*slow travel*). Ce désir de connexion avec la nature, avec la culture et avec l'autre offre une occasion de croissance pour l'industrie touristique. Le Québec est une destination prisée pour ses grands espaces et son riche patrimoine culturel, qui sont aussi liés avec les expériences autochtones et l'agrotourisme.

3. Chaire de tourisme Transat, *Cahier tendances 2023*.

Le Ministère souhaite à la fois promouvoir ce tourisme de nature et d'aventure et en faire un pilier d'une approche d'écotourisme, respectueuse de l'environnement et des communautés locales et autochtones. Son Plan d'action pour un tourisme responsable et durable 2020-2025 va dans ce sens et a déjà permis d'entamer cette transition. L'industrie touristique doit se positionner comme un vecteur social pour proposer une offre touristique plus inclusive et favoriser la construction d'une relation positive entre les touristes et les communautés d'accueil. Les retombées du tourisme durable doivent également pouvoir profiter aux collectivités.

Le tourisme durable comprend aussi une dimension environnementale importante. La population fait preuve d'une conscientisation en hausse à l'égard de ces enjeux, et beaucoup de voyageurs souhaiteraient voyager de manière plus responsable. Selon des données présentées par la Chaire de tourisme Transat de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal⁴, 26 % des voyageurs mentionnent que les changements climatiques les poussent à changer leur façon de voyager. La vaste majorité des entreprises touristiques (70 %⁵) partagent d'ailleurs ces préoccupations et jugent prioritaire le développement durable au sein de leurs activités.

Elles déclarent cependant que certains obstacles persistent, bien qu'ils ne soient pas insurmontables, entre autres les coûts élevés et le manque de temps, de main-d'œuvre, de connaissances ou d'expertise ainsi que la difficulté à trouver des partenaires et fournisseurs⁶. Le Ministère s'engage à offrir un accompagnement aux entreprises dans l'adaptation et l'innovation à l'égard des changements climatiques.

Des marchés qui évoluent, des filières prioritaires

La pandémie a modifié les habitudes des voyageurs ainsi que les conditions de voyage. La question du retour, ou non, aux habitudes pré-pandémiques apporte son lot d'incertitudes.

La démocratisation du télétravail a contribué à modifier les habitudes des touristes : elle permet aux Québécois de travailler à l'extérieur de leur résidence et aux voyageurs d'affaires de prolonger leurs séjours. Dans le cadre de la modernisation de l'expérience voyageur, l'offre touristique est appelée à s'adapter pour promouvoir un tourisme favorisant le travail à distance et à développer son potentiel en ce sens. Le Ministère devra par ailleurs maintenir ses efforts pour repenser et soutenir la reprise du tourisme d'affaires.

En ce qui concerne le tourisme d'agrément, la francophonie demeure une autre cible importante pour le Québec. Toutefois, la province a aussi la possibilité d'attirer les marchés non francophones. La promotion du tourisme d'affaires et d'agrément au Québec devra être percutante et favoriser à la fois le retour des clientèles habituelles et la diversification des marchés. Le tourisme étant un secteur en perpétuel changement, il est essentiel de savoir s'adapter. Dans son rôle stratégique, le Ministère dispose d'outils pour permettre au Québec de confirmer son statut de destination de calibre mondial.

Cela dit, le Québec fait face à certains défis de nature économique qui pourraient freiner le tourisme. Mentionnons entre autres une forte augmentation de l'indice des prix à la consommation (IPC) et un ralentissement économique possible, sans oublier les enjeux liés à la pénurie de la main-d'œuvre. Ces enjeux touchent également les principaux marchés, qui font face à une baisse du pouvoir d'achat.

4. *Ibid.*

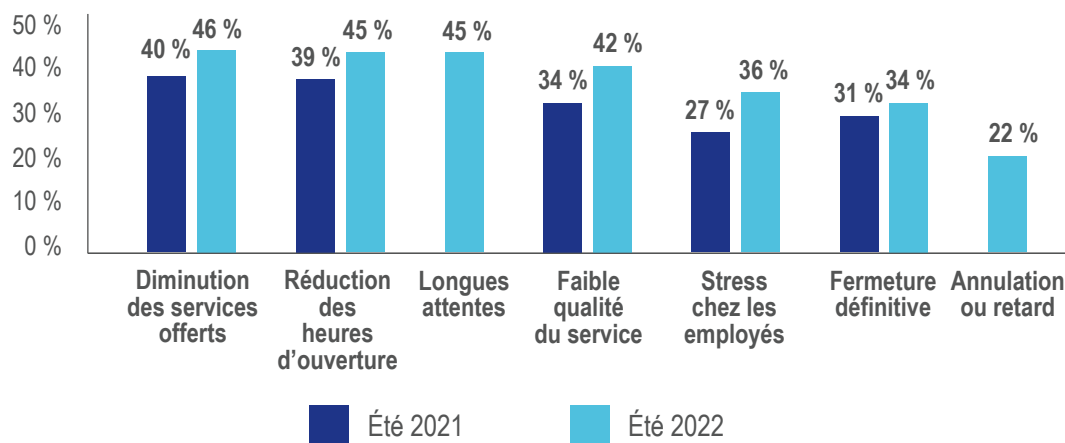
5. *Ibid.*

6. *Ibid.*

Pénurie de la main-d'œuvre et transition numérique

Le vieillissement de la population et la réorientation de nombreux employés, causée par la vulnérabilité des emplois durant la pandémie et le caractère saisonnier des emplois en tourisme, occasionnent des défis de taille.

Situations ayant nui à la qualité des expériences touristiques



Source des données : Chaire de tourisme Transat.

Les entreprises devront donc revoir leur modèle d'affaires pour continuer d'offrir des services et une expérience en adéquation avec les besoins des visiteurs. Poursuivre dans le sens de la transformation numérique de l'industrie est l'une des pistes qui assureront de répondre à cet enjeu.

Certaines solutions technologiques, comme l'automatisation des tâches et des processus, peuvent contribuer à compenser le manque de main-d'œuvre en permettant au personnel de se concentrer sur des tâches stratégiques. D'ailleurs, une enquête menée par la Chaire de tourisme Transat révèle que les individus étaient plus indisposés par la réduction des services que par des tâches automatisées, des points de contact en ligne uniquement ou l'obligation de réserver en ligne. Cette transformation pourrait remédier à certaines des situations irritantes vécues par les touristes, dont les longues attentes ou la faible qualité du service.

La pandémie a accéléré le virage numérique de certaines entreprises. Bien que plusieurs PME n'aient aucune ou qu'une seule technologie numérique intégrée, de nombreux gestionnaires et propriétaires d'entreprises perçoivent ce virage comme un impératif. Les coûts élevés représentent une difficulté pour plusieurs entreprises, qui auront besoin de soutien. La transition numérique est appelée à s'accélérer à la fois pour augmenter la présence des entreprises sur le Web et pour inciter le retour des clientèles.

Des initiatives comme le Système d'information touristique (SIT Québec) s'avèrent des outils judicieux pour les acteurs du tourisme, puisque les clientèles touristiques utilisent de plus en plus les données sur le Web pour s'inspirer, s'informer ou planifier des voyages. Les consommateurs nourrissent des attentes accrues à cet égard et ils souhaitent pouvoir interagir aisément en ligne. La transformation de l'industrie ouvre un nouveau champ de possibilités et le Ministère est bien engagé dans cette voie.

Le tourisme au Québec évolue donc dans un contexte qui se transforme rapidement, particulièrement au terme d'une période incertaine qui a ancré de nombreux changements. Ceux-ci peuvent néanmoins être utilisés à bon escient pour relancer le tourisme sur la pente ascendante qu'il connaissait jusqu'en 2019. Il faudra miser sur les forces du Québec, mais surtout sur les innovations et le développement durable. Le Ministère a pour rôle stratégique de poursuivre ce développement et de l'accélérer pour faire face aux enjeux actuels et futurs.

Contexte interne

Le contexte pandémique a lourdement compromis l'atteinte de certaines cibles fixées dans le Plan stratégique 2019-2023, mais aussi le suivi des indicateurs, impossibles à calculer dans ces circonstances. Alors que les mesures sanitaires sont levées, l'année 2023 représentera une année charnière pour le Ministère et un nouveau point de départ pour le tourisme.

La chute de l'activité touristique n'a pas empêché le Ministère de se retrousser les manches et d'atteindre, voire de dépasser certaines cibles. Le plan de relance touristique de 1,7 milliard de dollars mis sur pied en 2020-2021 a notamment permis de garder le tourisme intérieur vivant. En 2021, le Ministère a soutenu 722 projets, auxquels il a accordé une aide de 153,5 millions de dollars.

Ces dernières années se sont aussi déroulées sous le signe d'un important virage technologique. L'optimisation des processus en matière de traitement des demandes d'aide financière et soutenus par la nouvelle solution en infonuagique a contribué à l'amélioration de nos services et à l'atteinte des objectifs du Ministère. La création de l'écosystème numérique Bonjour Québec en 2020 est une autre initiative portée par le Ministère en réponse à un besoin criant de positionner l'industrie touristique sur le Web, à l'ère où de plus en plus de voyageurs s'en servent pour réserver, communiquer ou tirer de l'inspiration.

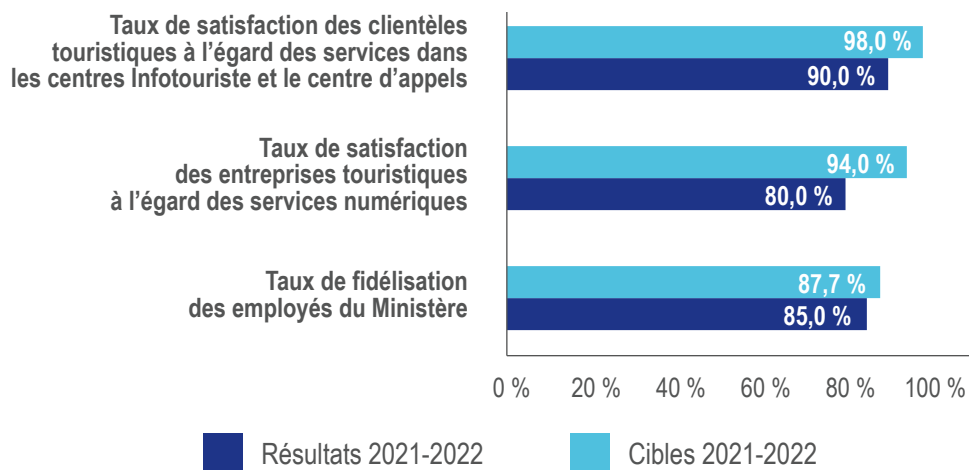
Comme le montre l'analyse du contexte externe, l'innovation devient une priorité à l'international. Le nouveau Programme d'innovation touristique, une collaboration entre le Ministère et l'incubateur MT Lab, a entre autres priorisé, en 2022, des thématiques comme la main-d'œuvre, le développement durable et le virage numérique. Ce travail se poursuivra dans les années à venir pour innover et gagner en compétitivité. Le tourisme d'affaires est aussi l'objet d'initiatives comme le nouveau Fonds de développement en tourisme d'affaires pour développer davantage ce créneau opportun.

Le Ministère est sur une bonne voie sur le plan du développement durable. Il mobilise toutes ses ressources pour mettre en œuvre le Plan d'action pour un tourisme responsable et durable 2020-2025 ainsi que son Cadre d'intervention touristique 2021-2025.

L'accessibilité universelle est l'une des préoccupations soulevées dans l'industrie touristique. Ainsi, le Ministère a vu à rendre l'industrie plus inclusive en soutenant le Programme d'accessibilité des établissements touristiques géré par Kéroul. Près de 70 projets ont obtenu la cote « accessible » de 2017 à l'année 2020-2021, et 41 nouveaux établissements ont reçu cette cote en 2021-2022.

En outre, le dernier plan stratégique signalait les attentes grandissantes de la population et des élus au regard de la prestation de services de qualité. Ces services ont connu une croissance non négligeable, dépassant les cibles fixées dans le troisième enjeu stratégique.

Orientation 3 : Offrir des services de qualité



Source des données : Ministère du Tourisme, *Rapport annuel de gestion 2021-2022*.

La mobilisation interne a donc porté ses fruits, et la satisfaction des clientèles et entreprises se trouve à son plus haut. Bien que le taux de fidélisation des employés ait légèrement baissé par rapport à 2020-2021 (96 %) dans le contexte des confinements, les objectifs demeurent atteints. Le Ministère peut compter sur une équipe dévouée et compétente pour mener à bien ses plans de développement et atteindre ses objectifs 2023-2027.

La rareté de la main-d'œuvre est une difficulté à laquelle le Ministère fait aussi face à l'interne. Les départs à la retraite au sein d'une équipe peu nombreuse, soit un peu moins de 200 personnes, posent un enjeu. Le Ministère devra poursuivre ses efforts pour se positionner comme un employeur attractif et stimulant pour favoriser à la fois la relève et la rétention.

Les prochaines années seront marquées par une préoccupation croissante pour le tourisme durable et par la nécessité d'innover, notamment pour pallier le manque de main-d'œuvre qui sévit. L'organisation a réagi avec des mesures, programmes et formations qui ont solidifié ses bases pour mener à bien les nouvelles orientations stratégiques. Cela ne pourra se faire sans une collaboration accrue avec les différents partenaires de l'industrie ainsi que les autres instances gouvernementales, auprès desquels le ministère du Tourisme devra faire valoir ses enjeux et obtenir des appuis.

CHOIX STRATÉGIQUES

Les choix stratégiques et les cibles ambitieuses contenus dans le présent plan se fondent sur l'environnement dans lequel évolue le Ministère, sur les priorités gouvernementales qui l'interpellent ainsi que sur ses capacités organisationnelles. Malgré tout, le Québec pourrait faire face à certains défis de nature économique qui pourraient se répercuter sur l'activité touristique, dont une potentielle augmentation de l'IPC, sans oublier les enjeux liés à la rareté de la main-d'œuvre.

Le cas échéant, le Ministère misera sur son agilité et celle de l'industrie touristique pour s'ajuster et revoir sa feuille de route, tout en gardant le cap sur ses objectifs.

Enjeu stratégique 1 :

Tendre à devenir une destination de calibre mondial qui génère des richesses pour l'ensemble du Québec

Parallèlement au retour de la demande internationale pour les voyages et à un engouement encore plus prononcé qu'auparavant, le tourisme est un secteur en plein essor à l'échelle mondiale. Ce contexte représente une occasion de croissance pour le Québec. Le Ministère souhaite poursuivre ses efforts en vue de positionner la province comme une destination de calibre mondial incontournable pour les touristes d'ici et d'ailleurs. Cette conjoncture entre l'engouement, la concurrence et la croissance de l'industrie représente une condition favorable pour le Québec, qui dispose de nombreux atouts, dont ses riches ressources naturelles, son accueil chaleureux et les expériences uniques qu'il peut offrir aux clientèles touristiques tout au long de l'année.

Orientation 1 :

Développer et promouvoir une offre touristique distinctive d'avenir pour les touristes d'ici et d'ailleurs au bénéfice de l'essor durable de l'économie du Québec

Grâce à ses atouts variés, le Québec a les cartes en main pour créer un engouement non seulement de la part des clientèles internationales, mais également des Québécois et des Canadiens. La hausse du tourisme intérieur des dernières années ainsi que les intentions de voyage des touristes d'affaires en provenance des États-Unis et des marchés francophones témoignent d'un intérêt marqué pour la province.

La mise en valeur des attraits caractéristiques de la destination vise à créer un engouement dans une perspective de diversification des marchés. Dans l'optique d'augmenter l'attractivité du Québec en tant que destination incontournable, le Ministère souhaite miser sur une offre touristique distinctive. Le développement et la promotion de l'offre seront structurés par une feuille de route à la fois ambitieuse et réaliste.

Objectif 1.1 :
Soutenir le développement des filières prioritaires en vue de rehausser l'offre touristique

Le Québec a de nombreux atouts pour se distinguer auprès des clientèles nationales et internationales. En revanche, il est indispensable d'offrir un soutien qui permettra de développer davantage les filières prioritaires, soit l'accès à la nature, le tourisme autochtone, le tourisme hivernal, le tourisme haut de gamme et le tourisme d'affaires.

Ainsi, dans une volonté de renforcer le rôle du tourisme comme levier de développement économique et de promotion du sentiment de fierté, et pour dépasser les 65 millions de visiteurs annuellement d'ici 4 ans, le Ministère souhaite :

- favoriser l'attraction de touristes étrangers et développer l'offre touristique haut de gamme, tout en maximisant les retombées des séjours avec des forfaits faisant en sorte de garder les touristes au Québec, à savoir la durée, les dépenses ou encore les visites en région;
- créer de nouvelles occasions de tourisme hivernal auprès de marchés québécois et externes, particulièrement auprès de l'Ontario et des États-Unis, par exemple en promouvant la ville de Québec;
- maximiser l'accès à la nature pour en faire un caractère distinctif du Québec en mettant en place des incitatifs pour accroître l'accès à la nature et soutenir l'adaptation du secteur pour un tourisme plus responsable et durable;
- favoriser les retombées du tourisme d'affaires.

À titre d'exemple, les subventions accordées aux parcs régionaux et aux pourvoiries dans les dernières années ont participé à l'accroissement du tourisme de plein air. Le Ministère poursuivra sur cette lancée en proposant du soutien financier aux activités qui favorisent une offre touristique diversifiée dans chacune de nos régions, ce qui permettra notamment de stimuler l'économie régionale et d'encourager les investissements privés.

Indicateurs	Cibles 2023-2024	Cibles 2024-2025	Cibles 2025-2026	Cibles 2026-2027
1. Proportion des projets soutenus financièrement par le Ministère dans les filières prioritaires	65 %	68 %	72 %	75 %
2. Recettes touristiques issues du tourisme d'affaires	1,0 G\$	1,8 G\$	2,2 G\$	2,5 G\$

Objectif 1.2 :

Offrir une expérience voyageur accessible, chaleureuse et moderne

Destination reconnue pour son accueil chaleureux, le Québec peut placer cette qualité au centre de l'expérience voyageur qu'il propose pour en tirer le maximum de bénéfices. La qualité de l'expérience représente un objectif central dans l'attractivité d'une destination touristique, mais aussi dans la fidélisation de la clientèle touristique.

L'accessibilité et la modernité du soutien et des services offerts sont autant d'atouts qui permettent de garantir la meilleure expérience voyageur possible. Le taux de satisfaction des clientèles au regard des services des centres Infotouriste et du centre d'appels (98 %) avait largement dépassé ses cibles fixées pour l'exercice 2021-2022.

Indicateurs	Cibles 2023-2024	Cibles 2024-2025	Cibles 2025-2026	Cibles 2026-2027
3. Taux de satisfaction des clientèles touristiques à l'égard des services d'accueil offerts par le Ministère	90 %	90 %	91 %	92 %
4. Proportion des répondants qui se déclarent très satisfaits de l'accueil reçu de la part des représentants touristiques dans la destination	85 %	85 %	86 %	87 %

Objectif 1.3 :

Mettre en valeur les atouts touristiques en vue de stimuler l'engouement pour la destination du Québec

Le Québec présente des atouts touristiques indéniables qui peuvent en faire une destination prisée – on pense entre autres à l'accès à la nature, au tourisme autochtone et aux expériences haut de gamme. Ces caractéristiques témoignent d'une offre touristique variée qui en a beaucoup à proposer. Dans cette optique, l'engouement pour la destination ne se mesure pas qu'à la volonté de visiter la province à une reprise, mais aussi à la volonté d'y revenir.

En ce sens, l'intérêt des voyageurs québécois pour le Québec ainsi que la proportion des touristes hors Québec qui souhaitent y revenir dans les prochaines années représentent de bons indicateurs de leur engouement pour la destination et de leur fidélisation. La fidélisation des touristes, soit le fait de visiter plus d'une fois une destination donnée, représente un avantage majeur pour générer de la richesse.

En 2021, selon un sondage effectué à la demande du Ministère, la proportion des répondants québécois ayant l'intention de voyager au Québec lors de la prochaine saison estivale avait été relativement élevée, soit 83 %, notamment en raison du contexte pandémique. Alors qu'en 2022, au moment du relâchement progressif des restrictions sanitaires et de l'ouverture de la majorité des frontières, les intentions des répondants québécois de voyager au Québec lors de la saison estivale s'élevaient à 74 %. Par comparaison, en 2019, avant la pandémie, ce résultat atteignait 80 %. Il est attendu que cette proportion se stabilise autour de ce niveau pour 2023.

Quant aux touristes hors Québec, seul le marché de l'Ontario a été sondé en 2021 en raison de la fermeture de la frontière canadienne. Une proportion de 31 % des répondants ontariens avait indiqué avoir l'intention de visiter le Québec lors de la saison estivale. Cette proportion a grimpé à 36 % pour la saison estivale 2022, notamment en raison d'un meilleur sentiment à l'égard du fait de voyager.

Pour l'année 2022, le Ministère estime que le volume de touristes devrait atteindre environ 14,4 millions. Le volume de touristes des autres provinces canadiennes devrait s'établir à environ 3,2 millions pour 2022 et, pour les touristes étrangers, ce volume est estimé à plus de 2,2 millions.

D'ailleurs, la marque de destination Bonjour Québec mise en place en 2020 peut contribuer à l'engouement pour le tourisme au Québec et à sa découverte. En effet, tout au long de son parcours, la marque Bonjour Québec accompagne le voyageur par des contenus inspirants, pertinents, riches et interactifs. La familiarisation des clientèles avec la marque représente donc une donnée favorable.

Indicateurs	Cibles 2023-2024	Cibles 2024-2025	Cibles 2025-2026	Cibles 2026-2027
5. Proportion de la clientèle sondée ayant consulté le site Bonjour Québec pour la planification de son voyage	18 %	19 %	19 %	20 %
6. Proportion des touristes issus des marchés ciblés ayant l'intention de voyager au Québec au cours de la prochaine année	35 %	35 %	36 %	37 %

Objectif 1.4 : Renforcer le rôle du tourisme comme levier de développement économique

L'industrie touristique peut jouer un rôle important dans le développement de l'économie québécoise en générant des retombées économiques considérables, et ce, dans toutes les régions du Québec. Bien que les dernières années aient été moins favorables au tourisme, le Ministère suivra une feuille de route qui lui permettra de renforcer le rôle du tourisme.

En 2021, 14,9 millions de touristes ont visité le Québec et les recettes touristiques se chiffraient à 9,1 milliards de dollars. Quant au PIB touristique, on estime qu'il atteindra 8,7 milliards en 2022. Pour mesurer le rôle du tourisme et son importance, le Ministère s'appuiera sur des données probantes comme le nombre de visiteurs annuels, le niveau du PIB touristique ainsi que les entrées de devises de l'international.

Indicateurs	Cibles 2023-2024	Cibles 2024-2025	Cibles 2025-2026	Cibles 2026-2027
7. Nombre de visiteurs annuels ⁷	56,5 M	58,0 M	62,0 M	65,0 M
8. Niveau du PIB touristique	10 G\$	11 G\$	12 G\$	14 G\$
9. Dépenses touristiques des visiteurs en provenance de l'international	3,5 G\$	4,0 G\$	4,5 G\$	5,0 G\$

7. Les données de Statistique Canada ont été révisées méthodologiquement en 2022. Selon les nouvelles données pour 2019, les 97,3 millions de visiteurs ont été revus à 60,8 millions de visiteurs, ce qui explique l'écart marqué avec la donnée estimée pour 2026. La plus grande part de variation se situe sur le plan des excursionnistes (déplacement sans nuitée) et non de la clientèle touristique.

Enjeu stratégique 2 :

Une industrie innovante portée par un savoir-faire reconnu qui s'adapte aux nouvelles tendances touristiques et aux transitions démographiques et climatiques

Le secteur touristique n'échappe pas aux changements tels que l'évolution fulgurante des technologies, la transition démographique et, bien entendu, les enjeux que posent les changements climatiques. Loin de se tarir, ces défis se sont vus amplifiés et accélérés par la crise pandémique des dernières années, soulignant la nécessité d'agir rapidement et de montrer de l'ambition. Le Québec devra donc miser sur des solutions innovantes en vue de favoriser un tourisme durable; il répondra ainsi à une volonté populaire de voyager de façon plus responsable. L'innovation sera partie prenante de la solution pour faire face aux défis majeurs, comme la pénurie de la main-d'œuvre qui sévit dans l'industrie touristique.

Orientation 2 :

Propulser la transformation de l'industrie touristique

Répondre aux enjeux climatiques et démographiques nécessitera des solutions d'envergure pour non seulement suivre les tendances, mais aussi se positionner à l'avant-garde et montrer le savoir-faire des acteurs de l'industrie. La transformation numérique contribuera également à l'amélioration de l'expérience de qualité offerte aux touristes et excursionnistes⁸ et remédiera en partie aux problèmes comme le manque de main-d'œuvre. Quant à la transformation durable, elle permettra au Québec de se positionner avantageusement sur la scène internationale sur le plan du tourisme responsable, en plus de contribuer aux efforts de réduction des gaz à effet de serre.

8. Excursionnistes : Personnes qui ont fait un voyage aller-retour dans la même journée à l'extérieur de leur ville, dont la distance à l'aller est d'au moins 40 kilomètres.

Objectif 2.1 : Susciter l'innovation dans l'industrie touristique

La transformation numérique des entreprises est un moyen efficace d'améliorer leur visibilité, mais aussi leur productivité. Offrir des services numériques est devenu indispensable pour que la clientèle puisse accéder à l'information et la partager. L'industrie touristique est donc appelée à se transformer sur le plan technologique, comme en témoignent de nombreuses initiatives à l'échelle mondiale. Les services sont destinés à évoluer et à continuer de le faire en fonction des plus récentes innovations technologiques et tendances, et le Québec a l'occasion de montrer son savoir-faire en développant de nouvelles solutions numériques.

Ces innovations représentent une occasion indéniable de favoriser une expérience de meilleure qualité aux touristes, de développer une intelligence d'affaires fiable et rapide et de rendre le Québec encore plus attractif. Les entreprises qui souhaitent ainsi accélérer leur transformation et augmenter leur productivité en intégrant des solutions innovantes pourront compter sur le soutien du Ministère. Ces changements permettront de diminuer le nombre d'employés requis ou le nombre de postes vacants.

Indicateurs	Cibles 2023-2024	Cibles 2024-2025	Cibles 2025-2026	Cibles 2026-2027
10. Nombre de projets financés visant une hausse de la productivité des organisations	62	72	83	93
11. Diminution de l'écart entre les taux de postes vacants des secteurs associés au tourisme et ceux de l'ensemble des secteurs d'activité	4,00 p.p.*	3,75 p.p.	3,50 p.p.	3,00 p.p.

* p.p. : points de pourcentage.

Objectif 2.2 : Soutenir l'émergence et l'intégration des pratiques durables et responsables dans l'offre touristique

La protection des ressources naturelles riches et variées de la province fait partie des priorités du Ministère dans son approche de l'industrie touristique. Le tourisme durable englobe également des dimensions comme l'implication sociale, l'innovation et la valorisation des forces vives du secteur.

Le ministère du Tourisme nourrit l'ambition de positionner le Québec comme une destination touristique durable et à l'avant-garde. Il soutiendra la transition vers une économie circulaire et misera sur les forces du Québec en matière d'écotourisme en développant le tourisme de nature et d'aventure. Il souhaite également promouvoir un tourisme à la fois bénéfique pour les individus et respectueux des collectivités.

La pandémie et les défis posés par les mesures sanitaires ont contribué à l'accélération du virage numérique et à la transformation des pratiques au sein de l'industrie, par exemple la réduction des impressions et la hausse des paiements par virement bancaire. Du côté des entreprises, celles-ci montrent globalement une forte volonté d'adopter des solutions responsables et ont déjà entamé des actions en ce sens, mais elles éprouvent certaines difficultés. Le Ministère s'engage à accompagner les entreprises dans l'adaptation et l'innovation, tout en continuant dans le sens de la formation des associations et le soutien de programmes qui prennent en compte l'évolution de la durabilité.

Indicateur	Cible 2023-2024	Cible 2024-2025	Cible 2025-2026	Cible 2026-2027
12. Proportion des programmes financés par le Ministère visant le développement de l'offre touristique et intégrant des critères d'analyse ou des exigences en matière de tourisme responsable et durable	90 %	93 %	95 %	97 %

Objectif 2.3 : Promouvoir et soutenir l'utilisation de données stratégiques en tourisme

L'attractivité du secteur du tourisme passe par la promotion de données stratégiques et leur utilisation dans le but d'éclairer les décisions stratégiques du gouvernement, des partenaires et des entreprises touristiques. La promotion des données stratégiques permet d'augmenter la notoriété du secteur touristique, non seulement auprès des clientèles, mais aussi auprès de la main-d'œuvre.

Indicateur	Cible 2023-2024	Cible 2024-2025	Cible 2025-2026	Cible 2026-2027
13. Taux d'accroissement de la consultation de données mises en ligne par le Ministère	2 %	2 %	2 %	2 %

Enjeu stratégique 3 :

Une dynamique collaborative alignée sur des priorités stratégiques partagées entre le Ministère et ses partenaires

Le ministère du Tourisme se démarque par son modèle partenarial unique, constitué de l'Alliance de l'industrie touristique, des 21 associations touristiques régionales (ATR), des 12 associations touristiques sectorielles (ATS) et de plusieurs autres partenaires. Ce modèle lui permet de bénéficier d'une vue d'ensemble sur l'industrie et lui confère une rapidité d'action appréciable. En outre, l'industrie touristique forme un riche écosystème regroupant une grande diversité d'acteurs complémentaires. Le ministère du Tourisme navigue également dans une autre constellation, celle des ministères gouvernementaux provinciaux et fédéraux avec lesquels il interagit et collabore dans la poursuite de ses objectifs.

Orientation 3 :

Accroître la synergie au sein du Ministère et avec les partenaires

L'environnement que forment le Ministère et sa variété de partenaires complémentaires peut servir d'atout dans l'atteinte de ses objectifs. En favorisant la synergie au sein de l'organisation et avec ses partenaires, le Ministère peut harmoniser et accélérer les nombreux changements qui se mettent en branle. Étant donné l'ambition de ses cibles et l'ampleur des changements qui transformeront l'industrie, la collaboration entre les différents acteurs permet de répondre avec cohérence aux défis posés. La synergie au sein même du personnel du ministère du Tourisme est un autre facteur de succès pour un environnement de travail stimulant qui favorise la rétention du personnel.

Objectif 3.1 :

Agir à titre d'instigateur d'une dynamique collaborative avec les partenaires touristiques

Dans une optique de vitalisation de l'industrie et de dynamisation des relations, les intervenants touristiques et les partenaires clés devront entretenir la dynamique collaborative qui existe entre eux. La mise à contribution, le dialogue et la concertation entre les acteurs permettront de maximiser les retombées de cette collaboration.

Le Ministère joue un rôle clé dans le maintien de l'engagement, la mobilisation et l'adhésion de ses partenaires en vue d'atteindre les objectifs stratégiques fixés. Le taux de satisfaction à l'égard de cette dynamique représentera un fidèle indicateur de succès.

Indicateur	Cible 2023-2024	Cible 2024-2025	Cible 2025-2026	Cible 2026-2027
14. Taux de satisfaction des partenaires à l'égard de la dynamique collaborative avec le Ministère	Mesure de départ à déterminer	75 %	80 %	85 %

Objectif 3.2 :

Agir pour maintenir un environnement de travail stimulant et mobilisateur au sein du Ministère

Les employés qui composent l'effectif du Ministère sont les acteurs et actrices essentiels à la réalisation de sa mission. La performance de l'organisation repose donc sur la qualité des relations avec les partenaires et la compétence et l'expertise des employés qui font partie de son personnel. Il devient essentiel pour le Ministère de disposer d'une main-d'œuvre mobilisée et engagée qui choisit de poursuivre sa carrière au sein de l'organisation. Le taux de fidélisation des employés est un indicateur significatif en ce qui concerne la satisfaction du personnel à l'interne. En 2021-2022, la fidélisation des employés s'élevait à 87,7 %. Les cibles établies lors du dernier plan stratégique ont été atteintes, et le Ministère poursuivra dans cette voie en offrant un environnement de travail stimulant et mobilisateur.

Indicateur	Cible 2023-2024	Cible 2024-2025	Cible 2025-2026	Cible 2026-2027
15. Taux de fidélisation des employés	80 %	80 %	80 %	80 %

TABLEAU SYNOPTIQUE

TABLEAU SYNOPTIQUE

PLAN STRATÉGIQUE
2023-2027
Ministère du Tourisme

MISSION

Leader du développement et de la promotion du tourisme pour le Québec, le ministère du Tourisme mobilise les partenaires et les acteurs de l'industrie pour accroître la performance économique de l'ensemble des régions dans une perspective durable et responsable.

En vertu de sa loi constitutive, le Ministère exerce notamment son leadership par les fonctions stratégiques suivantes :

- Promouvoir le Québec et ses régions touristiques;
- Élaborer et mettre en œuvre des stratégies touristiques et gérer des programmes;
- Planifier, offrir et structurer des services d'accueil et des renseignements touristiques;
- Coordonner, produire et diffuser les connaissances stratégiques relativement au tourisme.

VISION

Faire du Québec une destination touristique prospère et durable qui fait la fierté des gens d'ici.

VALEURS

- Respect
- Collaboration
- Innovation
- Excellence



Enjeu 1 : Tendre à devenir une destination de calibre mondial qui génère des richesses pour l'ensemble du Québec
Orientation 1 : Développer et promouvoir une offre touristique distinctive d'avenir pour les touristes d'ici et d'ailleurs au bénéfice de l'essor durable de l'économie du Québec

OBJECTIFS	INDICATEURS	2023-2024	2024-2025	2025-2026	2026-2027
1.1 Soutenir le développement des filières prioritaires en vue de rehausser l'offre touristique	Proportion des projets soutenus financièrement par le Ministère dans les filières prioritaires	65 %	68 %	72 %	75 %
	Recettes touristiques issues du tourisme d'affaires Mesure de départ : 0,9 G\$	1,0 G\$	1,8 G\$	2,2 G\$	2,5 G\$
1.2 Offrir une expérience voyageur accessible, chaleureuse et moderne	Taux de satisfaction des clientèles touristiques à l'égard des services d'accueil offerts par le Ministère	90 %	90 %	91 %	92 %
	Proportion des répondants qui se déclarent très satisfaits de l'accueil reçu de la part des représentants touristiques dans la destination Mesure de départ : 72 %	85 %	85 %	86 %	87 %
1.3 Mettre en valeur les atouts touristiques en vue de stimuler l'engouement pour la destination du Québec	Proportion de la clientèle sondée ayant consulté le site Bonjour Québec pour la planification de son voyage Mesure de départ : 18 %	18 %	19 %	19 %	20 %
	Proportion des touristes issus des marchés ciblés ayant l'intention de voyager au Québec au cours de la prochaine année	35,0 %	35,0 %	36,0 %	37,0 %
1.4 Renforcer le rôle du tourisme comme levier de développement économique	Nombre de visiteurs annuels ¹ Mesure de départ : 50,9 M	56,5 M	58,0 M	62,0 M	65,0 M
	Niveau du PIB touristique Mesure de départ : 8,7 G\$	10 G\$	11 G\$	12 G\$	14 G\$
	Dépenses touristiques des visiteurs en provenance de l'international	3,5 G\$	4,0 G\$	4,5 G\$	5,0 G\$

1. Les données de Statistique Canada ont été révisées méthodologiquement en 2022. Selon les nouvelles données pour 2019, les 97,3 millions de visiteurs ont été revus à 60,8 millions de visiteurs, ce qui explique l'écart marqué avec la donnée estimée pour 2026. La plus grande part de variation se situe sur le plan des excursionnistes (déplacement sans nuitée) et non de la clientèle touristique.

Enjeu 2 : Une industrie innovante portée par un savoir-faire reconnu qui s'adapte aux nouvelles tendances touristiques et aux transitions démographiques et climatiques
Orientation 2 : Propulser la transformation de l'industrie touristique

OBJECTIFS	INDICATEURS	2023-2024	2024-2025	2025-2026	2026-2027
2.1 Susciter l'innovation dans l'industrie touristique	Nombre de projets financés visant une hausse de la productivité des organisations	62	72	83	93
	Diminution de l'écart entre les taux de postes vacants des secteurs associés au tourisme et ceux de l'ensemble des secteurs d'activité Mesure de départ : 4,10 p.p.	4,00 p.p.	3,75 p.p.	3,50 p.p.	3,00 p.p.
2.2 Soutenir l'émergence et l'intégration des pratiques durables et responsables dans l'offre touristique	Proportion des programmes financés par le Ministère visant le développement de l'offre touristique et intégrant des critères d'analyse ou des exigences en matière de tourisme responsable et durable	90 %	93 %	95 %	97 %
2.3 Promouvoir et soutenir l'utilisation de données stratégiques en tourisme	Taux d'accroissement de la consultation de données mises en ligne par le Ministère	2 %	2 %	2 %	2 %

Enjeu 3 : Une dynamique collaborative alignée sur des priorités stratégiques partagées entre le Ministère et ses partenaires
Orientation 3 : Accroître la synergie au sein du Ministère et avec les partenaires

OBJECTIFS	INDICATEURS	2023-2024	2024-2025	2025-2026	2026-2027
3.1 Agir à titre d'instigateur d'une dynamique collaborative avec les partenaires touristiques	Taux de satisfaction des partenaires à l'égard de la dynamique collaborative avec le Ministère	Mesure de départ à déterminer	75 %	80 %	85 %
3.2 Agir pour maintenir un environnement de travail stimulant et mobilisateur au sein du Ministère	Taux de fidélisation des employés	80 %	80 %	80 %	80 %



