PROBLÉMATIQUES
de l'industrie touristique au Québec

LA STAGNATION DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE AU QUÉBEC

Le Québec est en **SUROFFRE**

PROBLÉMATIQUE

Le Québec est en situation de suroffre dans la plupart de ses secteurs touristiques.

Plus de 10 millards $ ont été investi au cours des dernières années.

Nos **MARCHÉS** sont en décroissance

PROBLÉMATIQUE

Les marchés américains ont connu une décroissance de 1,7 M de visiteurs depuis le début des années 2000. Les autres marchés géographiques hors Québec ont des performances variables et n'ont pas le potentiel pour combler les pertes des marchés USA. Les marchés intra Québec sont sursaturer et sur solliciter. Les séjours touristiques laissent place de plus en plus aux escapades. L'industrie touristique du Québec n'a pas fait le poids devant :

- les destinations soleil même en été
- la saisonnalité
- le gardening, le homestaging et certaines autres activités.

Le Québec reste un des États les plus pauvres en Amérique du Nord (faible PIB) et sa capacité à consommer est limitée (faibles revenus).

La gestion de la **DESTINATION** manque de leadership

PROBLÉMATIQUE

1 - Multiplication des structures et des programmes
2 - Éparpillement des ressources
3 - Manque de cohésion des actions

- Près de 100 M$ en budget marketing sont annuellement investis sur les marchés hors Québec (faibles résultats).

Une priorité : la **RENTABILITÉ** accrut de nos entreprises

OBJECTIF

Augmenter impérativement la demande de façon à rentabiliser les entreprises touristiques du Québec.

Impact immédiat sur le PIB, la création de richesse, la balance touristique et sur la création d'emplois.

DISCORDANCES importantes dans les moyens

PROBLÉMATIQUE

- La majorité des programmes et des moyens focussent trop sur le développement de l'offre.
- Peu de plans d'action intègrent des objectifs concrets et mesurables de croissance des marchés.
- Le Québec touristique (ministères et partenaires) compte une vingtaine d'unités de gestion qui travaillent en silo et sans vision globale.