

Plan stratégique 2022-2023

**TOURISME /
MONTREAL**





Tendances de l'industrie

Tendances 2022

Incertitude liée à la COVID-19



- Besoin accru d'assistance à la planification des voyages.
- Les voyages domestiques sont favorisés.
- Les touristes recherchent les espaces naturels.

Transformation numérique



- Les destinations ont recours à la technologie numérique pour renforcer la communication en temps réel afin de contribuer à une meilleure expérience pour les visiteurs et les citoyens.
- Nouvelle tendance de télétravailleurs nomades.
- Maintien de la tendance des événements hybrides.

Changement économique



- Les gens veulent voyager et ils utilisent une partie de leur épargne pour réserver des voyages souvent plus luxueux.
- Préoccupation des organisations pour la mobilisation des ressources dans un contexte de travail transformé.

Changements sociaux et considération climatique



- La pandémie a renforcé le désir des voyageurs d'établir des expériences significatives avec la destination hôte.
- Le voyageur d'aujourd'hui souscrit à l'idée de voyager moins souvent, mais plus longtemps.
- Les destinations prennent désormais des mesures en créant un engagement entre la communauté hôte et les touristes.

Mission: Pourquoi on se lève le matin :)

Veiller à assurer le leadership sur le positionnement de Montréal auprès des marchés d'agrément et d'affaires afin de maximiser les retombées économiques pour notre industrie tout en offrant une expérience harmonieuse auprès des visiteurs et citoyens.



Axes stratégiques



Sylvie Charette

Axes stratégiques

1 Prioriser et attirer les marchés les plus porteurs

2 Réaffirmer le positionnement de la destination

3 Renforcer l'offre touristique et saisir les opportunités

AXES TRANSVERSAUX

4 Développer un tourisme durable, inclusif et responsable

5 Mobiliser et fédérer les employés, membres et partenaires.

Prioriser et attirer les marchés les plus porteurs

Objectif

Maximiser la performance de la destination en utilisant l'intelligence d'affaire afin de déterminer les marchés et audiences prioritaires.

Interventions

- **Agrément** - Priorisation des marchés domestiques; Ontario, ROC, Est-Américains et la France.
- **Affaires** - Priorisation des marchés associatifs et corporatifs provenant de territoires géographiques à grande productivité:
 - Ottawa, Toronto, Washington DC, Chicago, NY, Californie, Londres, Paris, Bruxelles et Genève
- Développement de collaboration stratégique auprès de la communauté montréalaise sur des dossiers à haut taux de conversion et dans des secteurs ciblés.
- Définir une stratégie spécifique dans nos initiatives, pour y inclure les Montréalais comme marché secondaire.
- Maintenir le focus sur les leviers d'attrait de la destination; gastronomique, culturel, festif et sportif.

Réaffirmer le positionnement de la destination

Objectif

Propulser Montréal comme destination francophone, accueillante, diversifiée et sécuritaire pour les visiteurs, congressistes et citoyens.

Interventions

- Solidifier et optimiser les fondements de la marque Tourisme Montréal.
- Assurer constance et cohérence dans nos stratégies de commercialisation afin de livrer une expérience intégrée auprès des visiteurs afin d'augmenter la notoriété et l'efficacité.
- Développer une vision unique afin de mobiliser l'ensemble des parties prenantes qui font vivre la marque.
- Optimiser les efforts marketing numériques (Payés-Détenus-Acquis) en fonction des indicateurs clés.
- Revisiter et adapter la stratégie des moments thématiques.

Renforcer l'offre touristique avec un produit innovant et de qualité

Objectif

Structurer une offre touristique (agrément et affaires) à fort potentiel de rayonnement international et local.

Interventions

- Saisir et créer les opportunités du milieu pour développer l'offre touristique et ses attraits.
- Conseiller, fédérer et influencer le milieu afin de développer l'offre touristique et répondre aux besoins des clientèles agrément et affaires.
- Innover dans le développement de l'offre afin de distinguer le produit montréalais sur la scène internationale.
- Maintenir et enrichir la promesse de la destination en créant des expériences mémorables et véritablement montréalaises.
- Développer et déployer des programmes d'aide à la relance de l'industrie en général et du centre-ville en particulier.
- Influencer positivement les enjeux de l'accessibilité et la mobilité de Montréal comme porte d'entrée internationale.

Développer un tourisme durable, inclusif et responsable

Objectif

Favoriser une cohabitation harmonieuse entre Montréalais et visiteurs

Interventions

- Améliorer et communiquer la position de la destination dans les certifications éco-responsables.
- Mobiliser et consulter des acteurs clés des principaux secteurs de l'industrie touristique montréalaise afin de favoriser l'intégration du développement durable dans leurs projets.
- Initier une réflexion sur la stratégie et les outils d'accueil qui profitent autant aux visiteurs et organisateurs d'évènements qu'aux Montréalais.
- Intégrer le développement durable dans le processus des ventes affaires et de l'accompagnement des groupes

Mobiliser et fédérer les employés, membres et partenaires.

Objectif:

Soutenir et développer notre capital humain et notre industrie afin de travailler ensemble à l'atteinte de nos objectifs et ainsi assurer le succès de l'organisation, de l'industrie et de nos partenaires publics et privés.

Interventions

- Développement, mobilisation et formation des compétences.
- Augmenter la capacité d'évoluer dans un environnement en changement perpétuel.
- Augmenter l'agilité opérationnelle en assurant une meilleure transversalité des expertises.
- Exercer le leadership de Tourisme Montréal à titre d'organisme fédérateur afin d'améliorer la performance de l'industrie, de ses membres et partenaires publics et privés.



Merci