



**Vers un tourisme revisité**  
Plan stratégique 2022-2025



# TABLE DES MATIÈRES

RÉIMAGINER L'AVENIR.....	1
MANDAT.....	4
MISSION.....	5
VISION.....	6
CONCLUSION.....	14
ANNEXES.....	15
MANIFESTE DE LA VISION DE DESTINATION QUÉBEC CITÉ.....	17
MARQUE TOURISTIQUE DE LA DESTINATION.....	18
PLAN STRATÉGIQUE 2022-2025 – RÉSUMÉ.....	20

# RÉIMAGINER L'AVENIR

Depuis deux ans, tout bouge. L'ampleur de la crise sanitaire a généré des impacts sans précédent sur l'économie mondiale affectant durement l'industrie touristique, l'un des secteurs les plus lents à se remettre. Fermeture des frontières, mesures sanitaires, perte des clientèles internationales, instabilité de la reprise, conscience environnementale accrue, etc.

La pression sur les entreprises touristiques et l'environnement amène une urgence de changer les paradigmes. L'heure est à construire l'avenir sur des bases solides pour répondre aux nouvelles valeurs des voyageurs et aux besoins criants des organisations.

**Le statu quo n'est plus une option.** Dans ce contexte, Destination Québec cité (DQC), en tant que leader, rallie l'ensemble de la communauté pour créer un avenir prospère et responsable pour tous.

**Bien que les projections nous permettent d'envisager une reprise intéressante pour la clientèle de l'intra-Québec, le travail pour reconquérir les clientèles internationales demeure considérable.**

**53%**

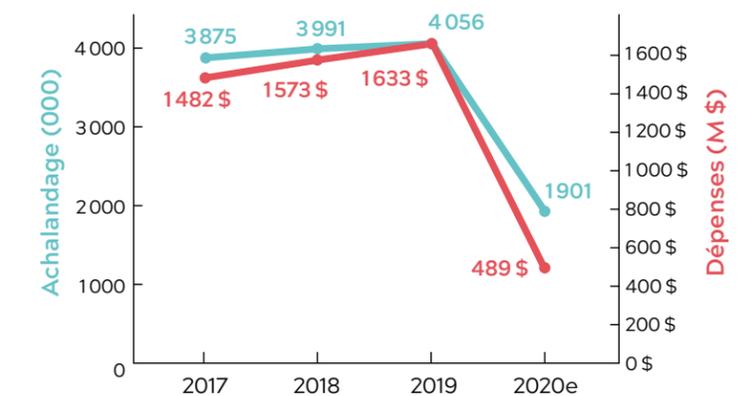
de perte 2020 vs 2019 (achalandage global)

**85%**

de perte pour les clientèles internationales

## UNE CRISE HISTORIQUE

Évolution de l'achalandage et des dépenses des touristes - Région de Québec



Source : Conference Board du Canada, Printemps 2022 (e=estimé)



«L'arrêt brutal des activités a mis en lumière l'importance cruciale du tourisme dans la santé économique et sociale de notre ville. La Ville de Québec sera un partenaire de choix pour aider à bâtir une industrie forte et profitable à la fois aux résidents, aux entreprises et aux visiteurs»

Bruno Marchand, Maire de Québec

## DESTINATION QUÉBEC CITÉ, UN VÉRITABLE CARREFOUR POUR UN TOURISME PLUS DURABLE, PLUS RESPONSABLE ET PLUS INNOVANT

Nous voulons que la région de Québec demeure une destination **chaleureuse, authentique et inspirante**. Cette réussite repose sur notre volonté collective à nous engager dans le déploiement d'initiatives créatives et responsables. En tant que **destination reconnue pour ses qualités et sa dimension humaine**, nous avons l'opportunité d'agir ensemble, avec résilience, pour offrir aux visiteurs une **expérience encore plus vraie et mémorable que jamais**.

Véritable alliée et leader touristique, Destination Québec cité veut mobiliser ses partenaires autour d'une vision forte, compatible avec l'avenir, qui propulsera l'attractivité et le rayonnement de Québec cité dans un monde nouveau.



*«Face à une crise sans précédent pour l'industrie touristique, notre organisation s'adapte et fait preuve de créativité audacieuse. Demain comme hier, Destination Québec cité sera une alliée engagée dans la prospérité des entreprises touristiques et dans la qualité de vie des résidents. Nous paverons la voie vers une transformation responsable du voyage, et positionnerons fièrement Québec comme capitale de la francophonie en Amérique du Nord.»*

*Jean-François Côté, président du Conseil Destination Québec cité*



*«Le rôle de Destination Québec cité évolue en harmonie avec les besoins de l'industrie. Nous serons le catalyseur pour jumeler l'expertise et le talent de nos équipes au dynamisme et à la créativité de la communauté, et pour créer un carrefour d'innovation. Tous ensemble mettons les voiles vers une transformation prospère et responsable de l'industrie. Faisons de Québec cité, la cité des idées qui prennent vie.»*

*Robert Mercure, directeur Destination Québec cité*

## Valeurs

1

AUDACE

2

AGILITÉ

3

ENGAGEMENT

## PLAN STRATÉGIQUE 2022-2025

Plan triennal de développement durable et responsable

Plans d'action annuels

# MANDAT

En tant qu'association touristique régionale et service municipal de la Ville de Québec, Destination Québec cité maximise l'essor de l'industrie touristique de la région en coordonnant les actions de développement, de commercialisation et d'accueil touristique. Elle attire et accueille les voyageurs d'agrément et d'affaires tout en veillant à la qualité de l'expérience à destination.



Grâce à la mobilisation du milieu, elle génère une prospérité économique responsable pour les organisations touristiques et les résidents.

Destination  
**QUÉBEC** cité

Destination Québec cité regroupe la ville de Québec, les agglomérations de l'Ancienne-Lorette, Saint-Augustin-de-Desmaures, Wendake et les MRC de Portneuf, l'Île d'Orléans, La Jacques-Cartier et la Côte-de-Beaupré.

# MISSION

Promouvoir et soutenir le développement touristique de la région de Québec en favorisant la concertation avec le milieu pour générer de façon responsable une prospérité économique et des retombées durables.

## Axes d'intervention

1

**COMPÉTITIVITÉ  
DES ORGANISATIONS**

2

**ATTRACTIVITÉ  
DE LA DESTINATION**

3

**RAYONNEMENT  
DE LA DESTINATION**



# VISION

DESTINATION QUÉBEC CITÉ  
**LE NOUVEAU MONDE TOURNÉ  
VERS UN TOURISME QUI CHANGE**



Pour aller vers un  
tourisme compatible  
avec l'avenir

## 4 grandes orientations stratégiques



ACCROITRE LE LEADERSHIP  
COLLABORATIF



STIMULER UN ACHALANDAGE  
ÉQUILIBRÉ



ACCÉLÉRER LE VIRAGE VERS  
LE TOURISME RESPONSABLE



TRANSFORMER LE MODÈLE  
D'INTELLIGENCE D'AFFAIRES





## ACCROITRE LE LEADERSHIP COLLABORATIF

- Bonifier son offre de services
- Accompagner les organisations à relever leurs défis
- Amplifier la performance de la destination par des partenariats stratégiques novateurs
- Stimuler et coordonner les actions des intervenants clés
- Optimiser les relations avec les résidents
- Collaborer aux initiatives des partenaires pour répondre à leurs besoins de main d'œuvre
- Valoriser les emplois en tourisme

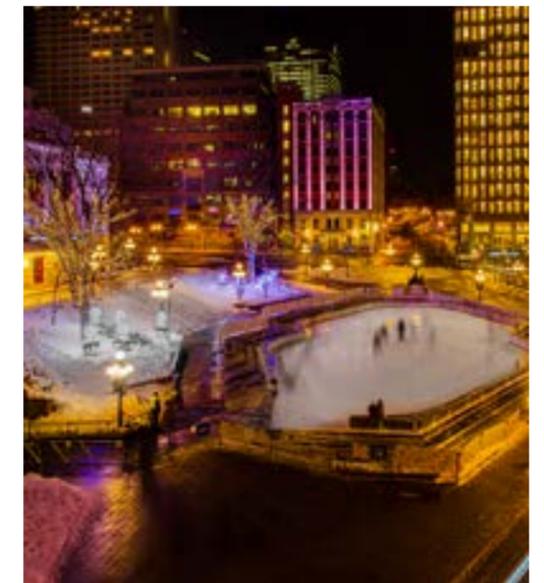
**Implanter les meilleures pratiques d'affaires pour saisir les opportunités de faire toujours mieux ensemble**



## STIMULER UN ACHALANDAGE ÉQUILIBRÉ

- Enrichir l'offre touristique en toutes saisons et sur l'ensemble du territoire
- Répartir les flux de visiteurs de façon optimale tout au long de l'année et sur l'ensemble du territoire
- Veiller à la qualité de la relation entre le visiteur et le résident
- Renforcer l'authenticité de l'expérience à destination en encourageant les résidents à être de fiers ambassadeurs
- Bonifier les services offerts aux visiteurs, notamment par l'exploitation novatrice des nouvelles technologies
- Maximiser la diffusion de contenus authentiques et inspirants auprès des clientèles (B2B, B2C, B2M)
- Renforcer la visibilité de Québec dans le réseau de distribution international par le biais de nouvelles ententes de commercialisation
- Optimiser la sollicitation des médias internationaux et les professionnels du voyage de manière créative

**Stimuler la prospérité touristique tout en assurant le respect de la communauté et les capacités de la destination**





## ACCÉLÉRER LE VIRAGE VERS LE TOURISME RESPONSABLE

- Accompagner et appuyer les organisations vers un tourisme responsable et résilient aux changements climatiques
- Offrir aux organisations des services adaptés aux nouvelles réalités
- Renforcer l'ADN de la destination par une offre renouvelée qui répond aux nouvelles attentes du voyageur
- Accélérer l'innovation technologique
- Promouvoir les organisations développant le tourisme responsable
- Valoriser la culture et le patrimoine, la nature, ses grands espaces, les communautés locales ainsi que les Premières Nations
- Agir avec respect pour la diversité, l'équité, l'inclusion

Devenir un des  
meilleurs en  
Amérique du Nord en  
travaillant de concert,  
dès aujourd'hui, avec  
les intervenants pour  
protéger la qualité  
des milieux de vie et  
les atouts distinctifs  
de la destination

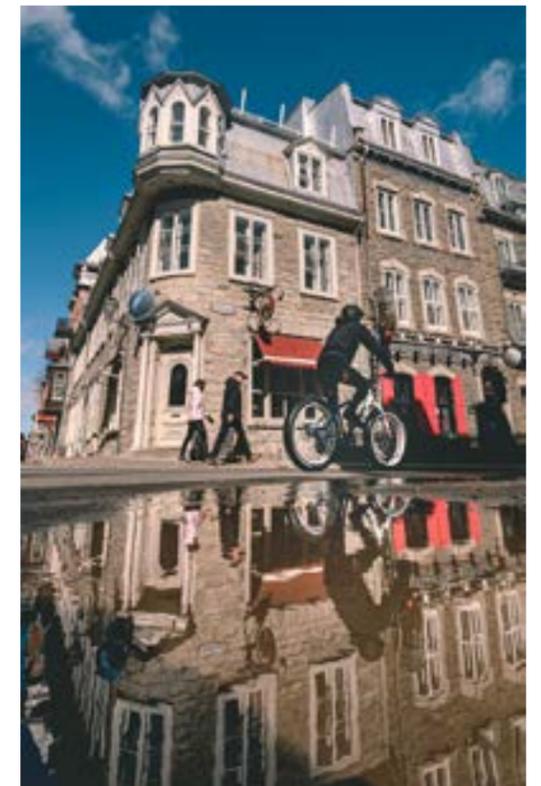
*Le tourisme responsable tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, répond aux besoins des visiteurs, des professionnels, des communautés d'accueil ainsi que de l'environnement.*



## TRANSFORMER LE MODÈLE D'INTELLIGENCE D'AFFAIRES

- Mettre en place des solutions technologiques de pointe pour l'entreposage et la gestion saine des données stratégiques de DQc et de la destination
- Développer de nouveaux partenariats visant le partage de connaissances et de données pour une meilleure compréhension et performance collective de l'industrie (veille concurrentielle, flux touristiques, groupes de recherche par affinité, données prévisionnelles, etc.)
- Acquérir, traiter et rendre disponible des nouvelles données et des connaissances dans des formats intéressants, accessibles à l'industrie et aux partenaires régionaux (tableaux interactifs, données ouvertes, rapports automatisés, etc.)
- Augmenter le nombre d'actions, d'interventions et de moyens pour valoriser la connaissance, sa transmission et son utilisation
- Poursuivre les analyses des marchés et des actions de commercialisation de DQc en temps réel pour agir rapidement et assurer le meilleur retour sur investissement
- Documenter et analyser les changements actuels de l'industrie pour agir de façon responsable selon les nouvelles capacités et orientations de la destination

Faire évoluer  
le modèle actuel  
et faciliter l'accès  
à des données  
en temps réel,  
actuelles et  
accessibles



## La mesure de la performance au cœur de nos priorités



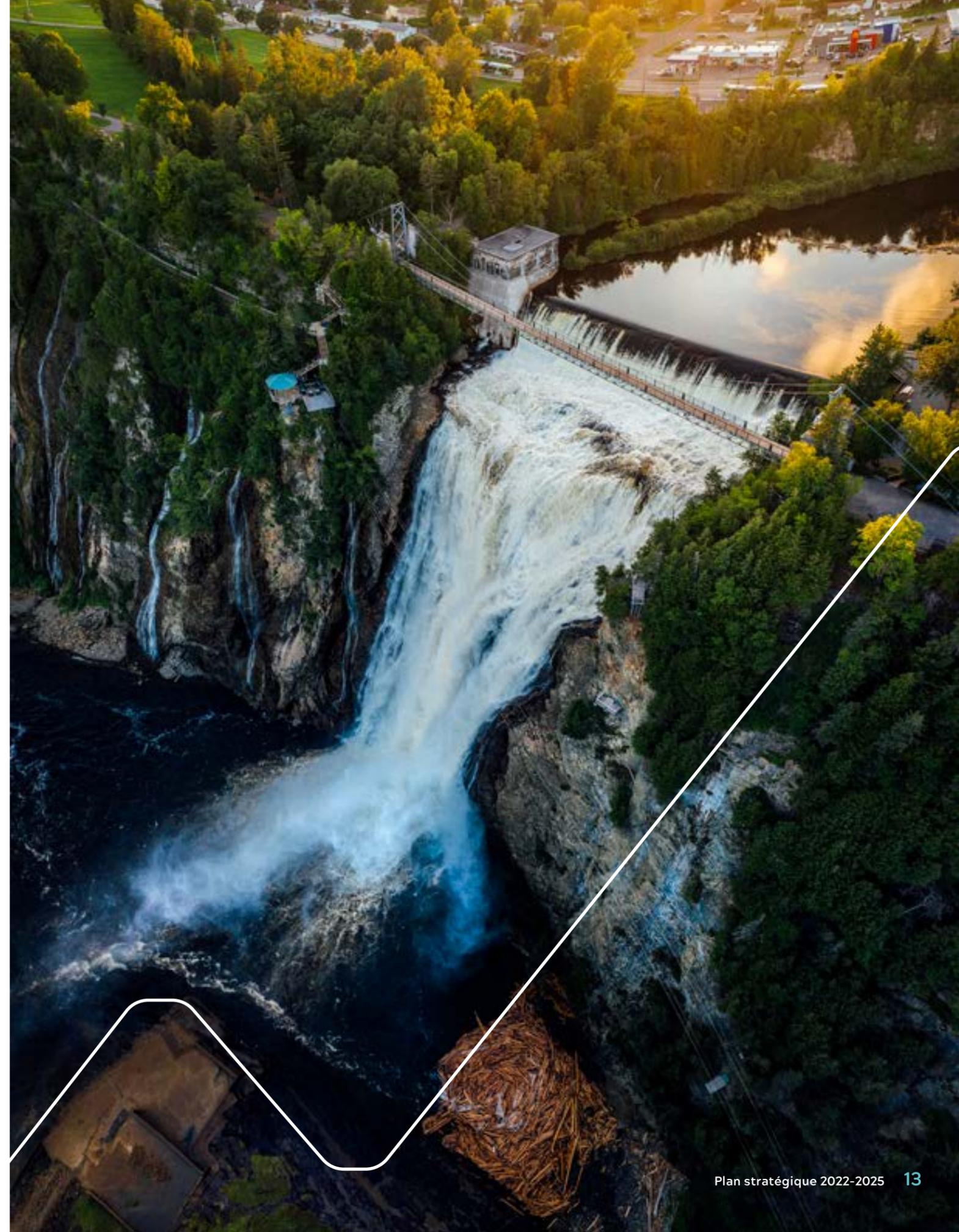
### COMMENT PERFORME LA DESTINATION?

- Évaluation des dépenses touristiques globales et par marché
- Évaluation de la performance hôtelière
- Niveau de satisfaction des visiteurs à destination
- Audits régionaux en tourisme responsable et durable (GDS)
- Niveau de la recherche (demande) de la destination sur le Web
- Taux de recommandation de la région touristique des résidents à leurs proches



### COMMENT PERFORME DQC DANS SES MANDATS CLÉS?

- Évaluation des campagnes publicitaires selon les cibles déterminées
- Évaluation des plateformes numériques et des médias sociaux (volume, engagement, qualité)
- Valeur et portée de la couverture médiatique sollicitée
- Ententes de partenariats internationaux
- Volume d'actes d'information touristique sur l'ensemble des points de contact
- Taux de réalisation des actions annuelles du plan en tourisme responsable et durable
- Nombre d'actions réalisées avec les résidents



# CONCLUSION



Cette planification stratégique a été élaborée avec l'objectif assumé de conserver la reconnaissance de la région de Québec en tant que destination internationale attractive et chaleureuse. Cette prémisse juxtaposée à la combinaison d'éléments incontournables (l'analyse exhaustive des résultats passés et de la situation actuelle, l'écoute active de la communauté et de l'industrie et les tendances mondiales), a permis d'identifier clairement les chemins à parcourir et les chantiers à mettre de l'avant pour s'en assurer.

Le statu quo étant impossible, les efforts de tous seront requis pour demeurer concurrentiel et continuer à faire vivre une expérience touristique mémorable aux visiteurs en quête d'une destination responsable, humaine, accueillante et bienveillante.

DQc estime qu'avec une agilité accrue, une audace assumée, un engagement partagé, une vision d'avenir et des orientations solides, les principaux ingrédients sont rassemblés pour

atteindre ses objectifs malgré le contexte de vive concurrence. Grâce à l'appui important des différentes parties prenantes, grâce à la fierté citoyenne, et bien entendu, grâce à la volonté inébranlable de l'industrie touristique à réussir, DQc entame ce nouveau chapitre avec grande confiance.

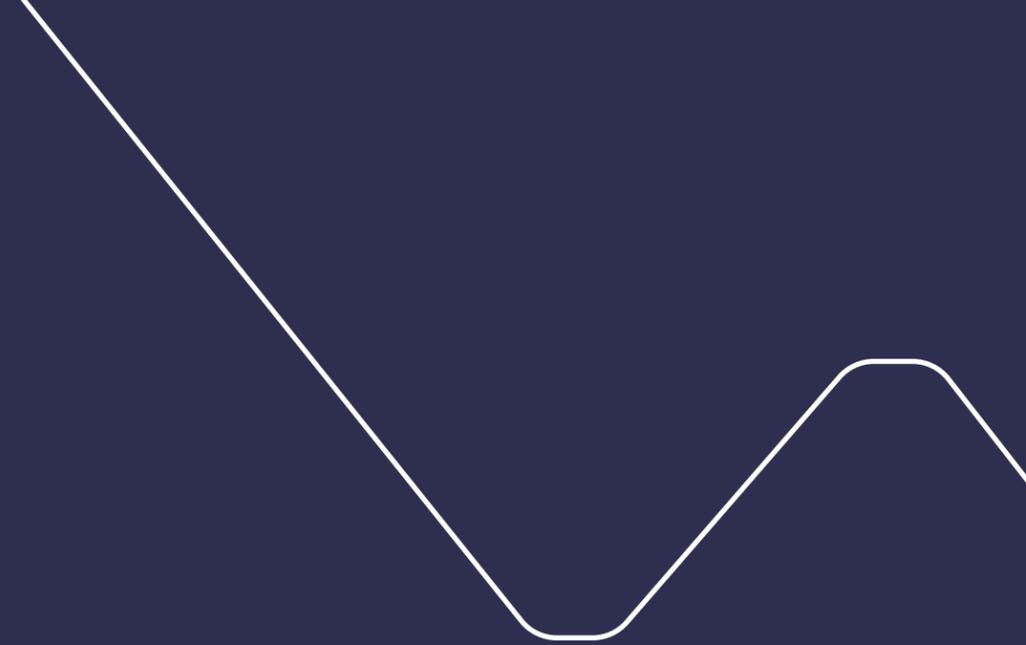
Nous souhaitons remercier tous les intervenants et participants des différentes parties prenantes et organisations touristiques, les membres du conseil et les employés de DQc, sans oublier, les différents services de la Ville de Québec pour leur contribution, à un moment ou à un autre, à l'élaboration de cette planification triennale.

Nous remercions également le maire de Québec, Bruno Marchand, et son équipe, pour leur appui à l'égard de l'industrie touristique et du nouvel alignement de DQc.

Enfin, nous encourageons l'ensemble de la destination à imaginer, à réaliser conjointement

**LE NOUVEAU MONDE  
TOURNÉ VERS UN TOURISME  
QUI CHANGE**

# ANNEXES





## MANIFESTE DE LA VISION DE DESTINATION QUÉBEC CITÉ

On ne vient jamais à Québec par hasard.

Samuel de Champlain lui-même a vaincu les éléments pour réaliser son rêve de constituer un territoire plus humain, où les hommes et les femmes vivraient en paix. Un territoire de mélanges de cultures et d'origines. Chacun à leur manière, Hurons-Wendat, Français et Anglais ont contribué à créer un lieu unique et historique, un Nouveau Monde devenu... Québec!

Au fil du temps, une cité s'est bâtie avec des lieux, des histoires et des promesses. Le Vieux-Québec, *joyau du patrimoine mondial de l'UNESCO* et mille autres détours à révéler.

Destination Québec cité a pour rôle de les partager avec les gens d'ici et d'ailleurs. Comment ? En faisant ce que nos fondateurs ont fait avant nous : en se tenant ensemble.

Ensemble, pour défier les éléments, les dangers, le froid... ou les épidémies. Des centaines d'organisations et des milliers de gens solidaires, déterminés à réinventer autant qu'il le faudra ce **Nouveau Monde, pour l'adapter à un monde nouveau.**

Notre époque est généreuse en changements et en attentes. Dans un monde d'opulence et de choix infinis, demeure cependant des limites.

La nouvelle réalité témoigne d'une problématique de capacités. Capacité de croissance, d'accueil, de développement. Or si « toujours plus » a ses limites, « toujours mieux » est infini. Il convient alors d'affronter cette crise avec nos capacités, d'observation, d'adaptation ou de création.

Le tourisme a changé d'époque depuis la pandémie, et plus que jamais, il importe de s'adapter. Comme on l'a toujours fait ici, depuis Champlain. Et comme toujours, nous continuerons à le faire, ensemble...

### Vision

Destination Québec cité veut faire de Québec un modèle en matière de tourisme. Un véritable carrefour pour un tourisme plus compatible avec l'avenir, plus durable, plus responsable, et plus innovant.

Destination  
**QUÉBEC** cité

**Le Nouveau monde  
tourné vers un tourisme  
qui change**

# MARQUE TOURISTIQUE DE LA DESTINATION



## ESSENCE DE LA MARQUE

### L'histoire vivante

L'histoire de notre ville et de sa région vit tout autour de nous, aussi bien dans les murs du Vieux-Québec que dans nos origines, nos traditions ou notre culture. Mais loin d'être figée dans le temps, cette histoire est bien vivante. Elle prend racine dans le passé, mais continue d'évoluer à travers toutes les facettes de notre identité.

## ÉNONCÉ DE POSITIONNEMENT

### Québec cité, l'accent d'Amérique

Notre destination est unique au monde. Tout en contrastes, elle est à la fois nord-américaine et latine, anglo-saxonne et hivernale. C'est l'harmonieux mélange de ces et francophone, historique et contemporaine, estivale contrastes qui lui donne son caractère si singulier : son accent d'Amérique.

## PROMESSE DE MARQUE

Vivre une Immersion mémorable dans une authentique culture francophone d'Amérique

## ATTRIBUTS DE PERSONNALITÉ

Chaleureuse

Authentique

Active

Séduisante

## PILIERS (DE DESTINATION)

Patrimoine et  
histoire de classe  
mondiale

Art de vivre  
animé à la  
québécoise

Charme et  
beauté

Accueil  
chaleureux

**ORIENTATIONS**



## ACCROITRE LE LEADERSHIP COLLABORATIF



## STIMULER UN ACHALANDAGE ÉQUILIBRÉ



## ACCÉLÉRER LE VIRAGE VERS LE TOURISME RESPONSABLE



## TRANSFORMER LE MODÈLE D'INTELLIGENCE D'AFFAIRES

**STRATÉGIES**

- Bonifier son offre de services
- Accompagner les organisations à relever leurs défis
- Amplifier la performance de la destination par des partenariats stratégiques novateurs
- Stimuler et coordonner les actions des intervenants clés
- Optimiser les relations avec les résidents
- Collaborer aux initiatives des partenaires pour répondre à leurs besoins de main d'œuvre
- Valoriser les emplois en tourisme

- Enrichir l'offre touristique en toutes saisons et sur l'ensemble du territoire
- Répartir les flux de visiteurs de façon optimale tout au long de l'année et sur l'ensemble du territoire
- Veiller à la qualité de la relation entre le visiteur et le résident
- Renforcer l'authenticité de l'expérience à destination en encourageant les résidents à être de fiers ambassadeurs
- Bonifier les services offerts aux visiteurs, notamment par l'exploitation novatrice des nouvelles technologies
- Maximiser la diffusion de contenus authentiques et inspirants auprès des clientèles (B2B, B2C, B2M)
- Renforcer la visibilité de Québec dans le réseau de distribution international par le biais de nouvelles ententes de commercialisation
- Optimiser la sollicitation des médias internationaux et les professionnels du voyage de manière créative

- Accompagner et appuyer les organisations vers un tourisme responsable et résilient aux changements climatiques
- Offrir aux organisations des services adaptés aux nouvelles réalités
- Renforcer l'ADN de la destination par une offre renouvelée qui répond aux nouvelles attentes du voyageur
- Accélérer l'innovation technologique
- Promouvoir les organisations développant le tourisme responsable
- Valoriser la culture et le patrimoine, la nature, ses grands espaces, les communautés locales ainsi que les Premières Nations.
- Agir avec respect pour la diversité, l'équité, l'inclusion.

- Mettre en place des solutions technologiques de pointe pour l'entreposage et la gestion saine des données stratégiques de DQc et de la destination
- Développer de nouveaux partenariats visant le partage de connaissances et de données pour une meilleure compréhension et performance collective de l'industrie (veille concurrentielle, flux touristiques, groupes de recherche par affinité, données prévisionnelles, etc.)
- Acquérir, traiter et rendre disponible des nouvelles données et des connaissances dans des formats intéressants, accessibles à l'industrie et aux partenaires régionaux (tableaux interactifs, données ouvertes, rapports automatisés, etc.)
- Augmenter le nombre d'actions, d'interventions et de moyens pour valoriser la connaissance, sa transmission et son utilisation
- Poursuivre les analyses des marchés et des actions de commercialisation de DQc en temps réel pour agir rapidement et assurer le meilleur retour sur investissement
- Documenter et analyser les changements actuels de l'industrie pour agir de façon responsable selon les nouvelles capacités et orientations de la destination



**QUÉBEC** cité

l'accent  
d'Amérique

quebec-cite.com

Tél. : 418 641-6654

399, rue Saint-Joseph Est, Québec (Québec) Canada G1K 8E2

Publication juin 2022

CRÉDITS PHOTOS

Stéphane Audet, Steven D'Avignon, Simon Clark,  
Mario Faubert, Francis Fontaine, Jeff Frenette, Mélanie Jean,  
Pierre Nic Lessard, Dany Vachon

Québec 

Canada 