BIENVENUE !

Au sein de votre Alliance

Alliance de l'industrie touristique du Québec

Septembre 2026

POINT DE DÉPART

Notre voyage ensemble aujourd'hui



Mauricie © GouvQc/G. Norris



POINT DE DÉPART

Notre parcours en 3 étapes



1. Tourisme en bref
2. Gouvernance, l’équipe et le financement
3. Feuille de route stratégique

POINT DE DÉPART

Qui sommes-nous ?

Fédération d'affaires spécialisée en tourisme

la plus importante au Canada

- Plus de **12 000 entreprises et 50 associations** touristiques régionales, sectorielles et affiliées
- Assume le rôle **de porte-parole** du secteur économique
- **Partenaire du gouvernement du Québec** pour l'exécution de mandats

Il était une fois …

Histoire d’Alliance



2010-2011
Comité performance

2012
Plan de développement de l'industrie touristique (PDIT 2012-2020)

2013
Stratégies produits
Leviers financiers
IQ Tourisme

2014
Résultats tardent à se livrer !

Réflexion industrie-MTO sur le modèle de gouvernance

2015
Plan d'action

Relance stratégies sectorielles

2016
Nouveau modèle d'affaires

Création de l'Alliance

Harmonisation de la TSH à 3,5%

ATR ASSOCIÉES DU QUÉBEC

Association québécoise de l'industrie touristique

ATS Associations touristiques sectorielles du Québec

Alliance de l'industrie touristique du Québec

Mission

L'Alliance **unit, concerte et représente** les entreprises et les associations touristiques,

en contribuant activement au **rayonnement, à la compétitivité mondiale et à la prospérité** de l'industrie touristique du Québec.

bonjour québec

Tourisme Québec

Pour plus de performance

- **Unir** les forces vives du tourisme
- **Aligner** partenaires sur des stratégies collectives gagnantes
- **Se réinventer** pour évoluer
- **Faire preuve de focus** et de courage

Alliance de l'industrie touristique du Québec

Fédération d'affaires = organisme **privé** sans but lucratif

Rassembler, concerter et représenter les membres et leur offrir des services;

Valoriser le tourisme au Québec en vue d'accroître les retombées économiques pour les diverses régions;

Émettre des avis afin de s'assurer que l'élaboration des politiques et des programmes publics s'appuie d'une part, sur l'évolution de l'industrie et des marchés et, d'autre part, sur les réalités vécues par les entreprises touristiques;

Tourisme Québec

Mandats gouvernementaux : contrats définissant les obligations

Participer activement à l'amélioration **de l'expérience de la clientèle touristique,**

Participer activement à la **planification et à la réalisation des activités de mise en marché touristique**


La création de l'Alliance n'est pas la ligne d'arrivée,
Mais bien la ligne de départ !

Changer les moteurs de l'avion en plein vol : 36 mois pour réussir !

Se transformer, assumer pleinement les rôles et contribuer à la compétitivité

2016-2017
Construction de l'organisation
Stratégie mise en marché

2017-2018
Groupe experiences
Alignement des actions dans les marches
Consolidation volet associatif

2018-2019
Audit performance
Réussite de la stratégie mise en marché
Équipe numérique mixte

2020 PANDÉMIE
Gestion crise
Mesures de soutien aux entreprises
Gestion normes et programme sanitaire

2021-2022
Plan de relance
Stratégie mise en marché
Conférence économique

2023
- Consolidation affaires publiques
- Centre intelligence affaires
- Renouvellement gouvernance
- Consolidation base de membres
- Programme aerien et développement durable

2024
Nouvelle PDG
Nouvelle vision
Nouvelle feuille de route stratégique
Construction de la suite

Soutenir, s'adapter et redéployer

Assurer l'évolution, la stabilité et la pérennité de l'organisation

01 Assumer le leadership du secteur touristique privé pour positionner l'industrie comme un moteur économique et social incontournable au Québec

- Contribuer à transformer l'environnement d'affaires : défendre les intérêts et requérir activement à des politiques et initiatives qui supportent la compétitivité et l'attractivité de l'industrie et des entreprises touristique.
- Choisir pour mieux performer : unir et concerter les leaders de l'industrie pour prioriser les défis stratégiques et avoir une incidence concrète.
- Reconnaître l'excellence : contribuer à développer et à valoriser la relève et les entreprises qui réinventent les pratiques dans l'écosystème touristique québécois.

02 Assurer une mise en marché ciblée de la destination pour séduire les touristes et maximiser les retombées économiques

- Assurer un positionnement distinctif de la destination.
- Cultiver une approche ciblée et adaptée aux occasions de croissance.
- Utiliser les nouvelles technologies au profit du mandat.
- S'appuyer sur une intelligence marketing robuste.
- Conserver un leadership stratégique auprès de l'industrie.
- S'assurer d'un contrôle stratégique et opérationnel des écosystèmes numériques et des contenus : agir directement sur les outils et contenus pour garantir leur pertinence, leur cohérence et leur efficacité dans la mise en valeur de la destination.

03 Renforcer la compétitivité de la destination par des actions stratégiques, innovantes et durables

- Établir un leadership en intelligence artificielle : intégrer les technologies numériques et l'intelligence artifidelle pour soutenir l'appropriation par et pour l'écosystème touristique québécois.
- Démarcher et réaliser des mandats stratégiques et rentables : identifier activement de nouveaux mandats, tant gouvernementaux que privés, qui permettent d'agir sur la compétitivité du Québec touristique.

04 Engager et soutenir les associations touristiques dans la transformation de l'industrie

- Représenter et défendre les intérêts et la vitalité des associations touristiques.
- Soutenir le développement responsable et durable: être un agent facilitateur et impliqué dans un tourisme responsable et durable contributif à l'essor de l'industrie.
- Stimuler la collaboration en concertant et mobilisant les parties prenantes autour d'initiatives collectives.
- Développer les talents et renforcer l'expertise: accélérer la montée en compétences grâce à des projets structurants, des occasions d'apprentissage et un partage des meilleures pratiques.
- Créer des services mutualisés à forte valeur ajoutée: mettre en œuvre des solutions mutualisées qui optimisent les ressources des associations, soutiennent leur croissance et augmentent leur influence sur le terrain.

Assurer les conditions de réussite à la mise en oeuvre

01 Intelligence d'affaires et partage stratégique : exploiter l'intelligence d'affaires pour mieux comprendre les dynamiques économiques, maximiser les retombées financières et stimuler une mise en commun des données et des connaissances entre les parties prenantes.

02 Organisation apprenante et agile : établir des mécanismes qui maintiennent et soutiennent l'efficacité et l'efficience organisationnelle.

03 Richesse humaine : favoriser l'expertise et la connaissance de l'offre et de l'industrie pour permettre d'anticiper les besoins et d'innover collectivement.

04 Culture entrepreneuriale : développer et entretenir le sens des affaires et de l'intrapreneuriat.

05 Santé et efficacité financières : entretenir une santé financière robuste, tout en garantissant une gestion administrative efficace, alignée sur les objectifs stratégiques.

06 Gouvernance exemplaire et transparence : renforcer une gouvernance rigoureuse qui s'appuie sur des mécanismes de reddition de comptes clairs, transparents et alignés sur les attentes des parties prenantes.

Conditions de réussite

Veiller à assurer les conditions de réussite pour la mise en œuvre des 4 orientations et des actions qui en découlent.

1. Satisfaction globale - produits d'intelligence d'affaires : + 85 %
2. Indice de mobilisation et de fierté richesse humaine : + 85 %
3. Appréciation des membres - relation de collaboration : + 85 %
4. Satisfaction des membres - qualité de la gouvernance et de la reddition de comptes : + 85 %

IL FAUT SAVOIR ...

Obtention de la certification en tourisme durable GreenStep

Choix d'une certification en tourisme durable au niveau organisationnel

Audit en mai 2025 par GreenStep et obtention de la certification niveau Argent



La durabilité

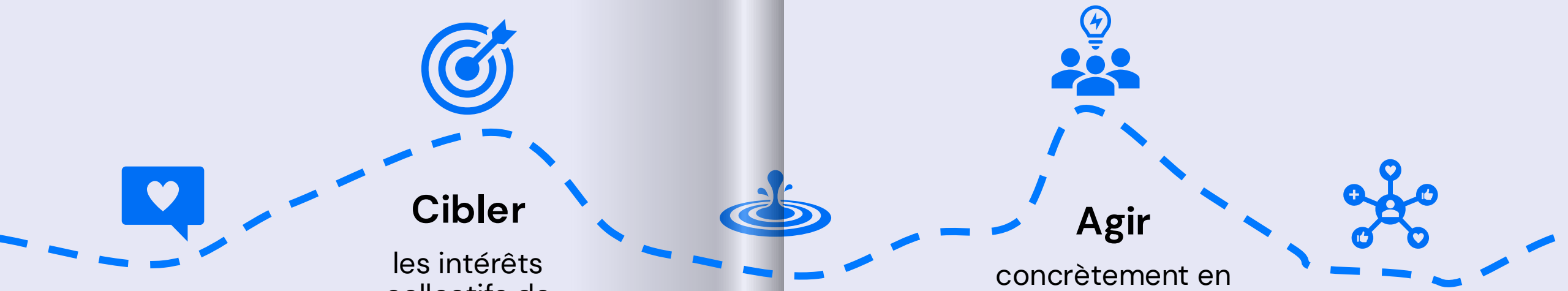
Impacts environnementaux

Impacts sociaux et économiques

Interactions naturelles et culturelles


La suite de cette histoire,
nous l'écrivons ensemble !

Approche générale pour naviguer dans un environnement complexe



Valoriser

essor du tourisme comme secteur économique prioritaire

Cibler

les intérêts collectifs de l'industrie et s'y tenir

Influencer

les conditions et l'environnement d'affaires pour la réussite des entreprises

Agir

concrètement en réalisant des mandats seuls ou avec le réseau associatif

Collaborer

Entre nous et avec les gouvernements dans une approche non-partisante

1

Tourisme en bref





ÉTAPE 1

Industrie de créateurs de bonheur



ÉTAPE 1

Secteur économique touristique

24 000 Entreprises touristiques

+ 18,9 G$ Recettes touristiques

10 % Des emplois

Sources : MTO, StatCan et RH Tourisme Canada, 2026

ÉTAPE 1

Vitalité socio-économique des régions



ÉTAPE 1

Importance des touristes hors Québec



4e Secteur exportation (2025)

9,3 M touristes hors Québec **33 %**

7,7 G$ dépenses touristiques **56 %**

Source : MTO

ÉTAPE 1

Importance du tourisme d'affaires



+ 2,3 G$

Dépenses touristiques
(touristes uniquement)

2X

RAPPORTE PLUS EN
MOYENNE QU'UN TOURISTE
D'AGRÉMENT

ÉTAPE 1

Importance des PME

72,4 %

moins de 20 employé.e.s

25,6 %

20 à 99 employé.e.s

2,0 %

Plus de 100 employé.e.s

Source : RH Tourisme Canada, 202



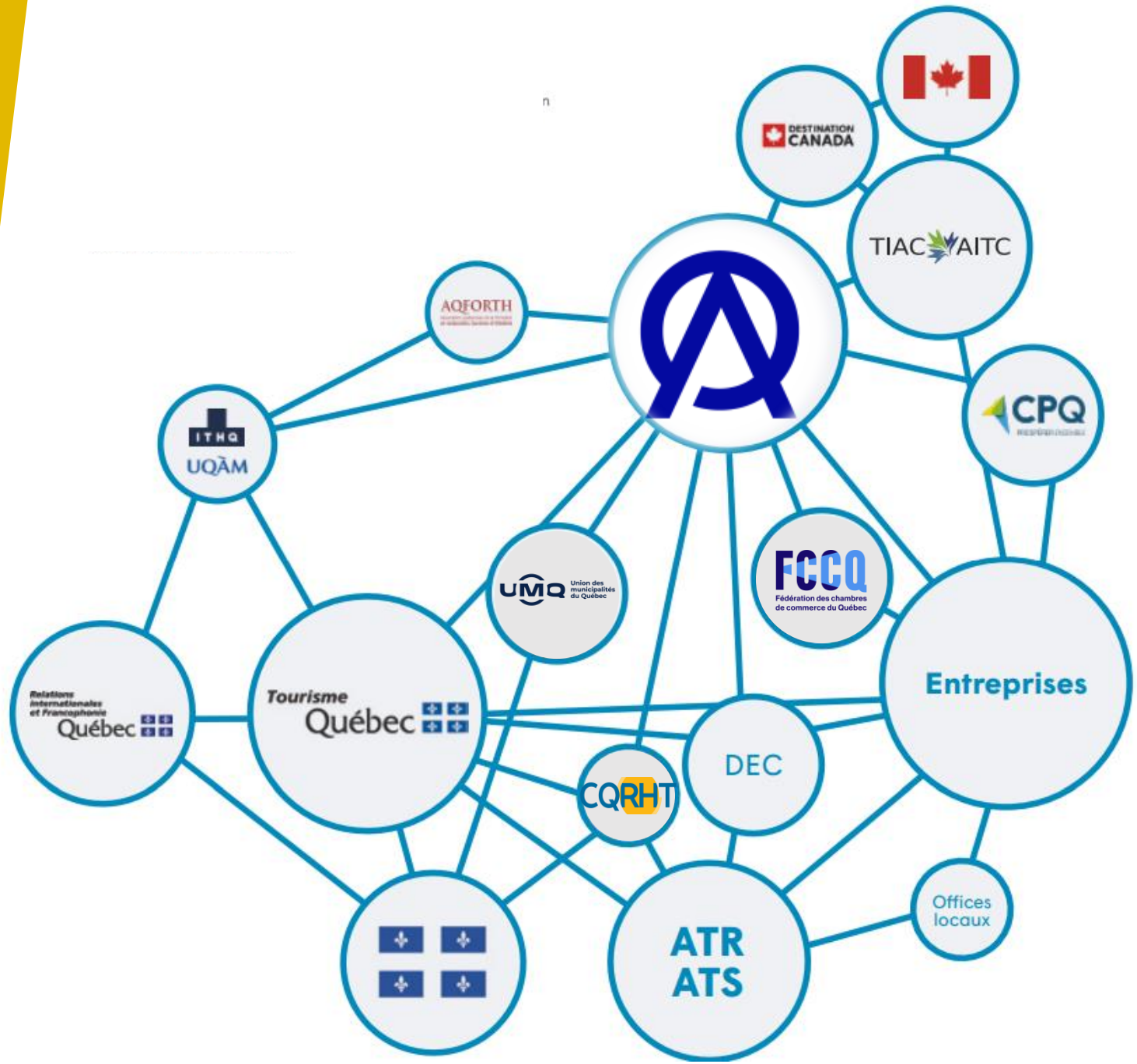
Région des Iles-de-la-Madeleine © GouvQc/A Quenneville

Quel est l'écosystème touristique québécois ?

Alliance de l'industrie touristique du Québec

IL FAUT SAVOIR …

Écosystème touristique du Québec



IL FAUT SAVOIR …

Écosystème touristique du Québec

- Ministère du Tourisme (MTO) dédié;
- Réseau associatif présent auprès des entreprises et des milieux;
- Alliance : union des forces vives de l'industrie et travail collectif;

UNIQUE AU CANADA

- Collaboration et cohésion entre tous les acteurs et le gouvernement;
- Réaliser des initiatives structurantes et d'envergure pour l'industrie.

Alliance et la majorité des AT sont également des **MANDATAIRES DU MTO**

Alliance et AT : mission de **RASSEMBLER, CONCERTER, REPRÉSENTER ET DÉFENDRE SES MEMBRES**



2

Gouvernance, équipe et financement



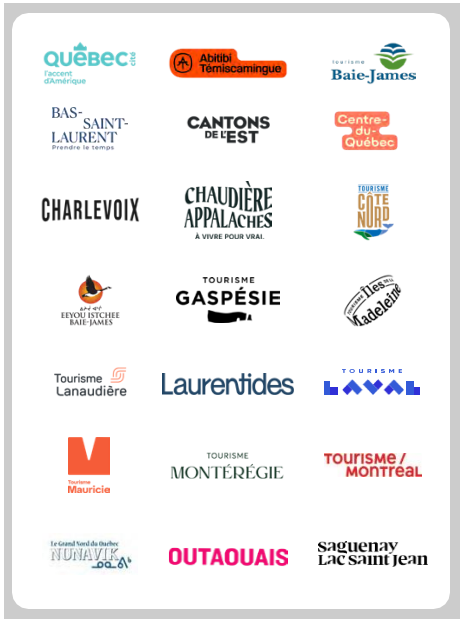
Région de Québec © GouvQc/ Crankworx summer series

Qui sont nos membres ?

Alliance de l'industrie touristique du Québec

Membres et partenaires de l'Alliance

21 associations touristiques régionales (ATR)



19 associations touristiques sectorielles (ATS)



Membres affiliés associatifs



Membres affiliés supporteurs



42 entreprises touristiques majeures



12000 entreprises membres affiliées Alliance et membres de leur ATR ou ATS

Partenaires québécois



Partenaires canadiens



Dans le cadre du mandat de mise en marché confié par le ministère du Tourisme (MTO), l'Alliance agit pour et au nom de l'ensemble de l'industrie touristique. Ainsi, il n'est pas nécessaire d'être membre de l'Alliance ou d'une association touristique pour bénéficier des actions menées dans le cadre de ce mandat.

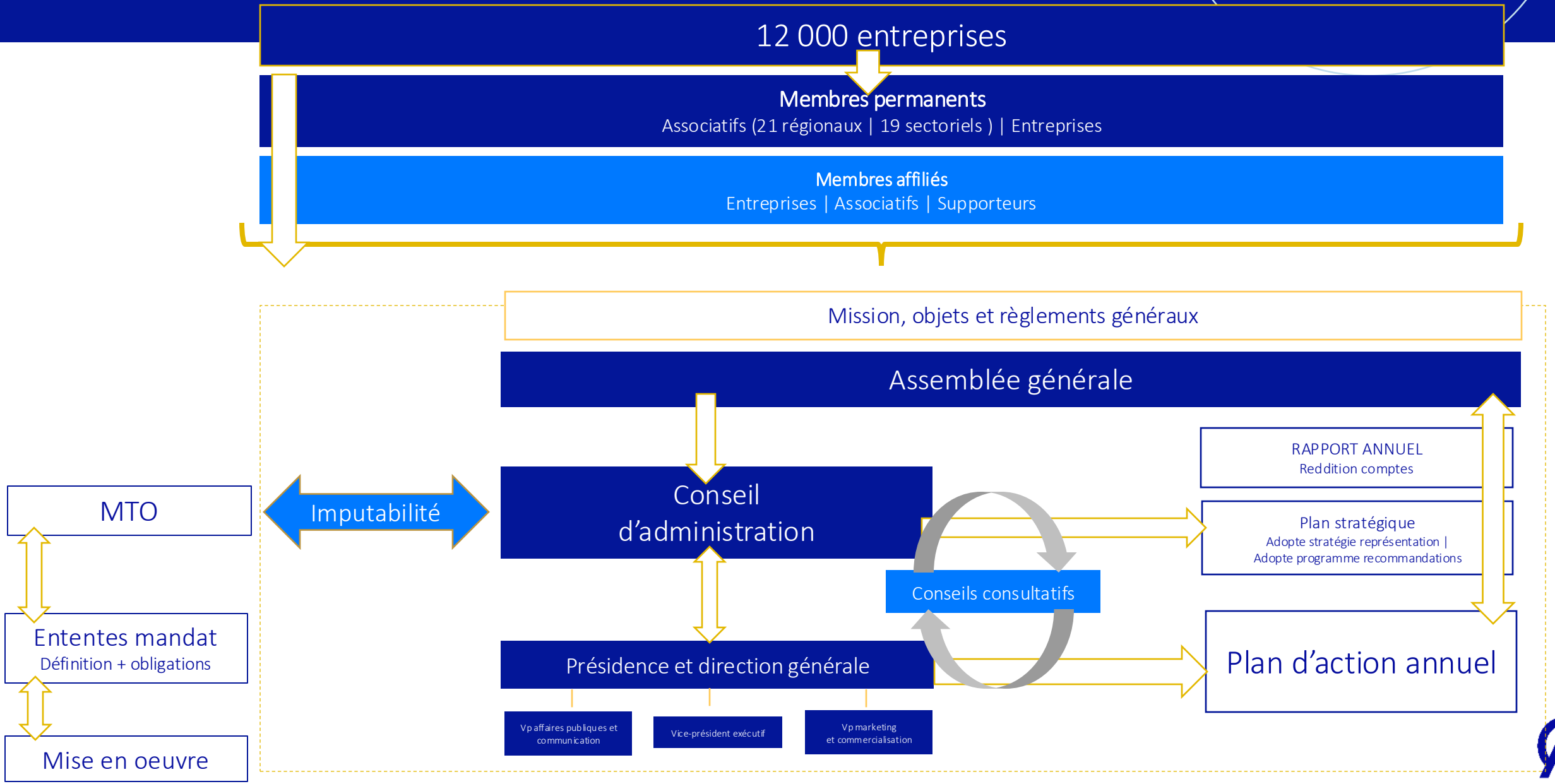


Région de Charlevoix© GouvQc/ S Diotte

Quelle est la gouvernance de l'Alliance ?

Alliance de l'industrie touristique du Québec

Gouvernance de l'Alliance





Région de Montréal © GouvQc/ A Quenneville

Quel est le conseil d'administration et son rôle ?

Alliance de l'industrie touristique du Québec

Conseil d’administration 2026-2027



De gauche à droite :
Marie Pier Germain, Marc-André Dandeneau, Annique Aird, Stéphanie Grenier, Philippe Batani, Éric Lefebvre, Lucie Charland, Émilie Gaudreault, Yanick Morin, Louis Lespérance, Yves Lalumière, Mario Leblanc, François G. Chevrier, Laurence-Olivier Malouin-Trudel, Sylvie Lavoie, Samuel Paquet-Delisle, Adèle D’Silva, Jean-Michel Ryan

2 observateurs du MTO assistent d’office aux rencontres du CA

Conseil d'administration



Fondements

- Vise **les intérêts collectifs de l'industrie**, sa valorisation et son développement durable à long terme
- **Réalisation de la mission de l'organisation** et non pas pour représenter la voix de son organisation, de sa région, de son entreprise ou de son secteur
- **Expertises complémentaires requises** au sein du CA pour l'envergure d'une fédération intervenant au niveau provincial et national
- **Complexité** : 55 M$ | +-65 employé.e.s | environnement socio-politique complexe | multimandats | mise en marché internationale | compréhension large de l'industrie.
- **Temps à investir** afin de se préparer et participer à la dynamique du conseil.



Rôles

- **Fiduciaire** au nom des membres
- Établir les **objectifs et orientations stratégiques générales**
- Adopter les **positions de l'organisation** après consultation des membres
- Surveiller le **rendement de l'entreprise** et évaluer les résultats
- Assurer une gestion efficace des **risques stratégiques**
- Adopter les **politiques de gestion** et en surveiller l'application
- Recruter | superviser la planification de la relève **du chef de la direction** | évaluer son rendement
- Assurer la **surveillance financière** et la qualité de **la reddition de comptes**



Code éthique

- **Confidentialité** des discussions au CA et des documents transmis pour les assemblées
- **Réserve dans ses opinions**
- Se retirer des discussions si en **conflits intérêts**

Comités du conseil et conseils consultatifs



Comité d'audit et de gestion des risques



Comité d'éthique et de gouvernance



Comité des ressources humaines et rémunération

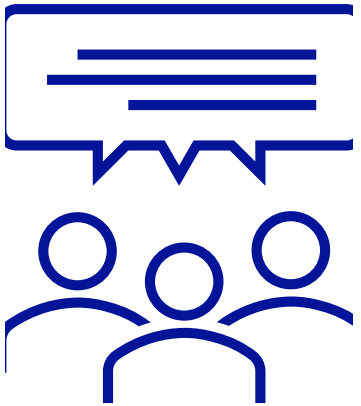


Comité de mise en marché





Conseil consultatif des associations touristiques



Conseil consultatif des affaires publiques et entreprises



Comment l'Alliance assume le rôle de porte-parole du secteur économique touristique privé et associatif ?

Alliance de l'industrie touristique du Québec

IL FAUT SAVOIR …

Dynamique de la gouvernance associative

Intelligence affaires
Situation des entreprises, RADAR consulter 12 000 entreprises, expertise équipe permanence

CA = légitimité de prendre position et de formuler des recommandations pour et au nom du secteur économique touristique et de ses membres.

Prises de position portées par le PDG = porte-parole officiel de l'organisation.

Conseil d'administration
Élu démocratiquement, fiduciaire et premier imputable

Conseil consultatif des **Entreprises et affaires publiques**

9 membres permanents entreprises sélectionnés sur la base d'un profil de compétences

Conseil consultatif des **Associations touristiques**

Premier dirigeant des 40 membres permanents associatifs et 5 membres affiliés associatifs

Comité de mise en marché

5 membres dont 3 provenant du CA ayant un profil de compétences fort en la matière et
2 membres indépendants experts et reconnus



Qu’est-ce que nous réalisons ?

Alliance de l’industrie touristique du Québec

IL FAUT SAVOIR ...

L'alliance dans l'action

Affaires publiques

Centre Intelligence d'affaires en tourisme

- Commissions parlementaires
- Prébudgétaire
- Représentation

Communication

- Porte-parole secteur privé et associatif
- Valorisation industrie

Mise en marché de la destination

bonjour québec

Services aux membres

Services mutualités **comptabilité**

Alliance de l'industrie touristique du Québec

Engagement industrie et partenariat

- Animation instances collaboration et groupes de travail

Mandats gouvernementaux

Panneau bleu.com

PARCOURS DD EN TOURISME

ASSISES DU TOURISME







Rayonnement industrie et relève

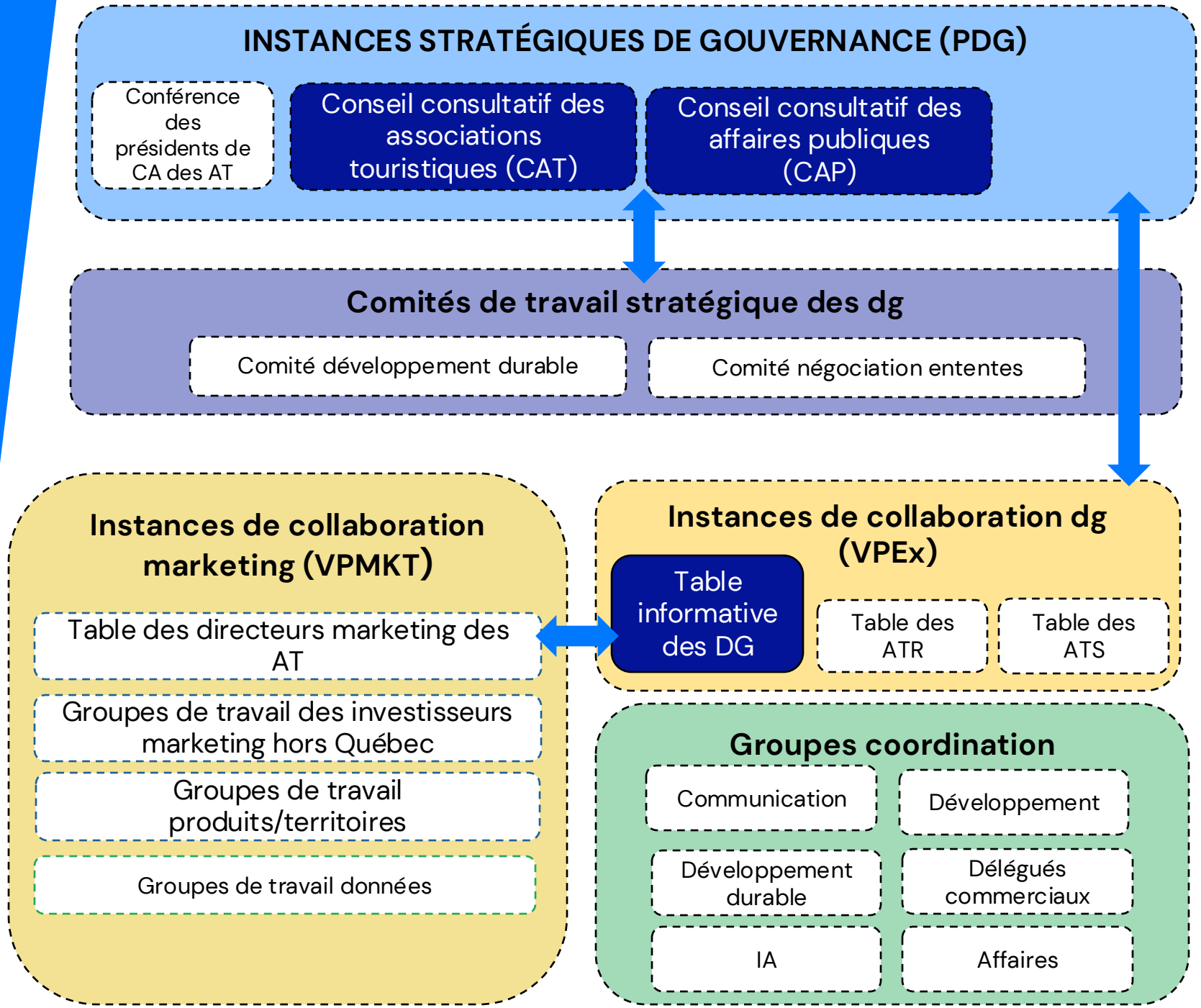
Prix excellence tourisme

Grande conférence Alliance

Fondation Alliance pour la Relève

IL FAUT SAVOIR ...

Instances de collaboration avec les associations



IL FAUT SAVOIR ...

Collaboration externe pour positionner le tourisme et le Québec

Implication

CPQ PROSPÉRER ENSEMBLE

FCCQ Fédération des chambres de commerce du Québec

Collaboration

UMQ

FÉDÉRATION QUÉBÉCOISE DES MUNICIPALITÉS

FCEI

Développement économique Canada pour les régions du Québec

Canada

Implication au niveau fédéral

DESTINATION CANADA

TIAC AITC

PTTIA



Cantons-de-l'Est © GouvQC/G. Leroyer

Quelle est l'organisation de l'équipe ?

Alliance de l'industrie touristique du Québec

Équipe Alliance 2026

Équipe apprenante, créative, agile et performante fondée sur l'expertise, la qualité et l'engagement de sa richesse humaine.













ÉQUIPE DE DIRECTION EXÉCUTIVE

Expertises stratégiques au service de l'industrie

Alliance de l'industrie touristique du Québec

ÉQUIPE DE DIRECTION

Structure 2026

AGA des membres

Conseil administration

Présidente directrice générale
Geneviève Cantin



Direction principale
FINANCES
Andréanne Gendron-Carrier



Vice-président
AFFAIRES PUBLIQUES ET RELATIONS GOUVERNEMENTALES
Sébastien Lauzon



Vice-président
EXÉCUTIF
Frédéric Dubé



Vice-président
MARKETING ET COMMERCIALISATION
François Poulin



Direction
Développement organisationnel
Geneviève Gervais



Conseillère exécutive
Nathalie Gaudet



Direction
Marketing
Annick Fortin



Direction
Principale
Marie-Hélène Hudon



Direction
Média et intelligence d'affaires marketing
En recrutement



Mauricie © GouvQc/G. Leroyer

Quel est le financement de l'Alliance ?

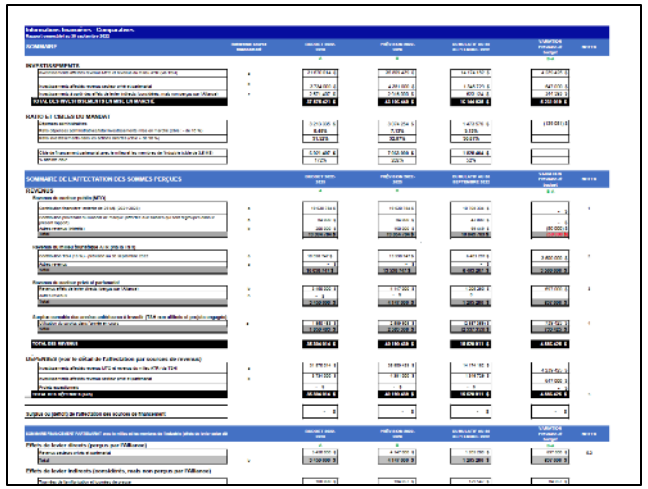
Alliance de l'industrie touristique du Québec

La fondation de la gestion financière : la clarté!



Types de document de reddition de comptes

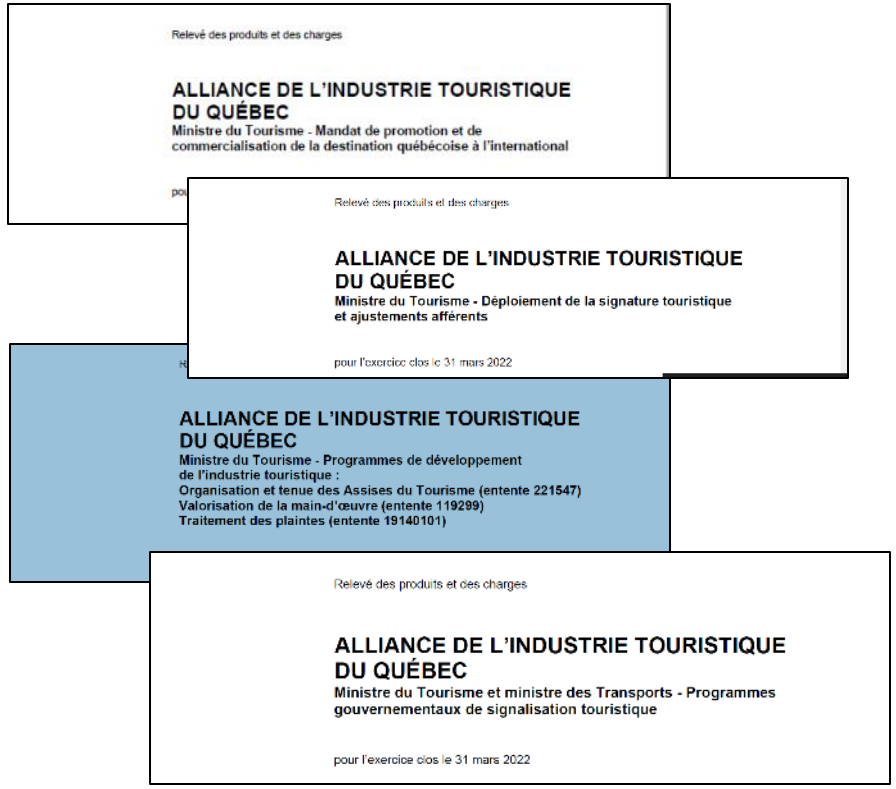
Gestion financière
Budget annuel | rapport semestriel et trimestriel



Toutes les missions
États financiers
(préparés par auditeur externe)



Mandats MTO
Relevés des produits et des charges
(préparés par auditeur externe)



États financiers et la comptabilité interne

	Mise en marché	Fédération d'affaires	Autres mandats
ACTIVITÉS AUTONOMES	Mandat mise en marché	Affaires publiques communications	Développement durable
Cotisations des membres		Engagement industrie	Assises
Activités et services		Centre d'intelligence d'affaires en tourisme	Développement aérien et maritimes
TOTAL DES ACTIVITÉS AUTONOMES		Signalisation	Projet itinérance
ACTIVITÉS MANDATAIRES		Projets affaires autonomes	Tourisme d'affaires
Contribution du MTO - Commercialisation			
Contribution du MTO - autres mandats			
Contribution - TSH	**Mandataire (fonds publics)**	**Automne (fonds privés)**	**Mandataire (fonds publics)**
Commercialisation des marchés			
Contribution de partenaires privés			
Contribution - autres			

Distinction claire entre la fédération d'affaires (fonds privés) et les mandats du MTO (fonds publics)

3

Feuille de route stratégique



Feuille de route stratégique

Orientations et repères

Mise à jour par le conseil d'administration le **25 février 2026**



Côte-Nord © GouvQc/J-F. Frenette

Alliance de l'industrie touristique du Québec



Enjeux stratégiques

01 Positionner le secteur économique touristique dans les priorités des gouvernements et de la population

02 Distinguer la destination de la concurrence

03 Améliorer la compétitivité de la destination et sa transition durable

04 Appuyer le réseau associatif qui est au premier plan de la transformation des entreprises et destinations régionales

05 Assurer l'évolution, la stabilité et la pérennité de l'organisation

5 alignements de base du CA



01 Soutenir la génération durable de revenus chez les entreprises.

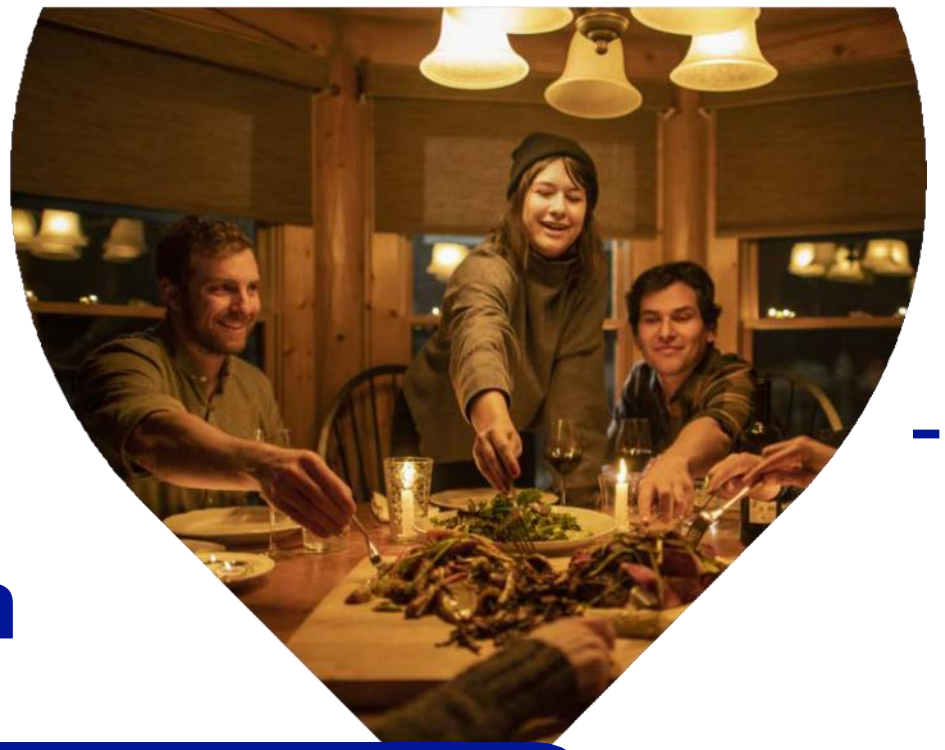
02 Être vigilant pour proposer et promouvoir un environnement d’affaires performant pour les entreprises.

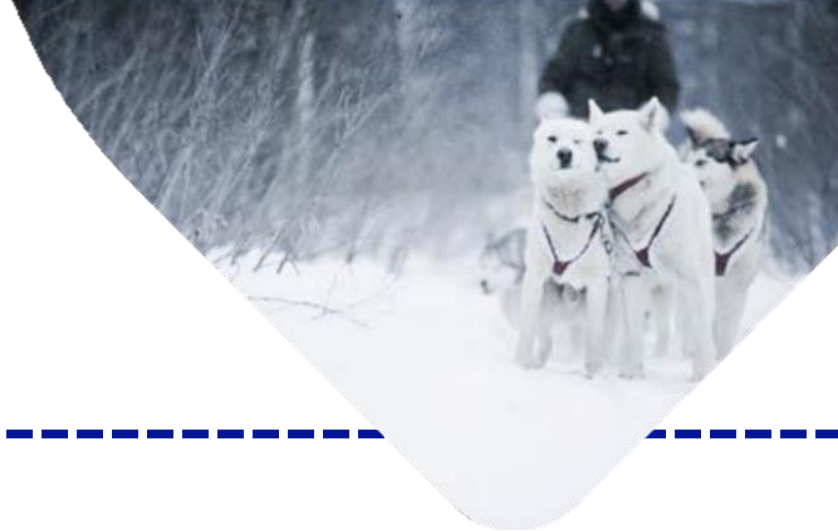
03 Assurer la force et l’union du réseau associatif dans leurs interventions au sein des destinations régionales et auprès des entreprises.

04 Assurer une relation de confiance et de collaboration entre l’Alliance et les parties prenantes incluant les gouvernements.

05 Développer les moyens financiers pour soutenir les ambitions collectives.







Mission

Source d'ambitions collectives

L'Alliance **unit, concerte et représente** les entreprises et les associations touristiques

En contribuant activement au **rayonnement, à la compétitivité mondiale et à la prospérité** de l'industrie touristique du Québec.

Vision



Destination exceptionnelle et en harmonie qu'il faut visiter plusieurs fois dans une vie



En partenariat, l'Alliance s'engage à faire du Québec une **destination touristique exceptionnelle**

Et en harmonie sur les plans environnemental, social et économique qui contribuent au bien-être et à la fierté de la population.

Valeurs

- Collaboration
- Créativité
- Audace
- Performance
- Plaisir



Région de Québec © GouvQc/S. Deschênes

Assurer l'évolution, la stabilité et la pérennité de l'organisation

01 Assumer le leadership du secteur touristique privé pour positionner l'industrie comme un moteur économique et social incontournable au Québec

- Contribuer à transformer l'environnement d'affaires : défendre les intérêts et requérir activement à des politiques et initiatives qui supportent la compétitivité et l'attractivité de l'industrie et des entreprises touristique.
- Choisir pour mieux performer : unir et concerter les leaders de l'industrie pour prioriser les défis stratégiques et avoir une incidence concrète.
- Reconnaître l'excellence : contribuer à développer et à valoriser la relève et les entreprises qui réinventent les pratiques dans l'écosystème touristique québécois.

02 Assurer une mise en marché ciblée de la destination pour séduire les touristes et maximiser les retombées économiques

- Assurer un positionnement distinctif de la destination.
- Cultiver une approche ciblée et adaptée aux occasions de croissance.
- Utiliser les nouvelles technologies au profit du mandat.
- S'appuyer sur une intelligence marketing robuste.
- Conserver un leadership stratégique auprès de l'industrie.
- S'assurer d'un contrôle stratégique et opérationnel des écosystèmes numériques et des contenus : agir directement sur les outils et contenus pour garantir leur pertinence, leur cohérence et leur efficacité dans la mise en valeur de la destination.

03 Renforcer la compétitivité de la destination par des actions stratégiques, innovantes et durables

- Établir un leadership en intelligence artificielle : intégrer les technologies numériques et l'intelligence artifidelle pour soutenir l'appropriation par et pour l'écosystème touristique québécois.
- Démarcher et réaliser des mandats stratégiques et rentables : identifier activement de nouveaux mandats, tant gouvernementaux que privés, qui permettent d'agir sur la compétitivité du Québec touristique.

04 Engager et soutenir les associations touristiques dans la transformation de l'industrie

- Représenter et défendre les intérêts et la vitalité des associations touristiques.
- Soutenir le développement responsable et durable: être un agent facilitateur et impliqué dans un tourisme responsable et durable contributif à l'essor de l'industrie.
- Stimuler la collaboration en concertant et mobilisant les parties prenantes autour d'initiatives collectives.
- Développer les talents et renforcer l'expertise: accélérer la montée en compétences grâce à des projets structurants, des occasions d'apprentissage et un partage des meilleures pratiques.
- Créer des services mutualisés à forte valeur ajoutée: mettre en œuvre des solutions mutualisées qui optimisent les ressources des associations, soutiennent leur croissance et augmentent leur influence sur le terrain.

Assurer les conditions de réussite à la mise en oeuvre

01 Intelligence d'affaires et partage stratégique : exploiter l'intelligence d'affaires pour mieux comprendre les dynamiques économiques, maximiser les retombées financières et stimuler une mise en commun des données et des connaissances entre les parties prenantes.

02 Organisation apprenante et agile : établir des mécanismes qui maintiennent et soutiennent l'efficacité et l'efficience organisationnelle.

03 Richesse humaine : favoriser l'expertise et la connaissance de l'offre et de l'industrie pour permettre d'anticiper les besoins et d'innover collectivement.

04 Culture entrepreneuriale : développer et entretenir le sens des affaires et de l'intrapreneuriat.

05 Santé et efficacité financières : entretenir une santé financière robuste, tout en garantissant une gestion administrative efficace, alignée sur les objectifs stratégiques.

06 Gouvernance exemplaire et transparence : renforcer une gouvernance rigoureuse qui s'appuie sur des mécanismes de reddition de comptes clairs, transparents et alignés sur les attentes des parties prenantes.

Conditions de réussite

Veiller à assurer les conditions de réussite pour la mise en œuvre des 4 orientations et des actions qui en découlent.

1. Satisfaction globale - produits d'intelligence d'affaires : + 85 %
2. Indice de mobilisation et de fierté richesse humaine : + 85 %
3. Appréciation des membres - relation de collaboration : + 85 %
4. Satisfaction des membres - qualité de la gouvernance et de la reddition de comptes : + 85 %



L'Alliance a-t-elle des cibles de performance à atteindre ?

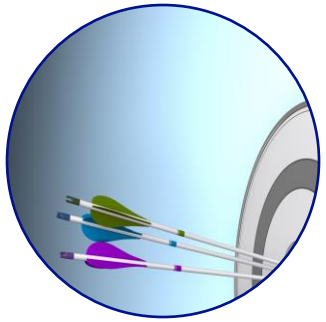
© Crédit photo

Alliance de l'industrie touristique du Québec

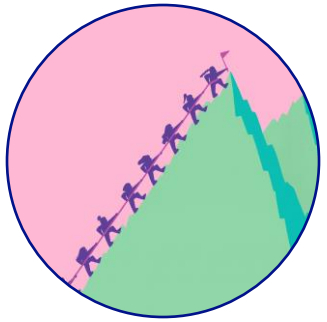
Objectifs et cibles claires
Reddition de comptes transparente



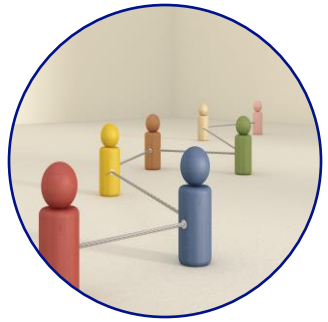
Cibles de contribution aux résultats de la destination (mandat mise en marché)



Cibles obligations performance (mandat mise en marché)



Cibles de satisfaction des membres



Cibles de mobilisation richesse humaine



Conclusion

Alliance
de l'industrie touristique
du Québec

Source d'ambitions collectives

CONCLUSION

Quels sont nos rôles ?



Portons la voix et valorisons l'industrie comme **secteur économique**

Réalisons **mise en marché performante** de la destination

Veillons à ce que les **entreprises** bénéficient d'un **environnement d'affaires performants**

Faisons briller **entreprises et la relève**

Fédération d'affaires provinciale spécialisée en tourisme

Gérons **Programme de signalisation** touristique

Animons, mobilisons et renforçons un **réseau d'associations** au bénéfice de la destination et des entreprises

Réalisons des mandats **Programme aérien, tourisme d'affaires, itinérance Développement durable**

Proposons une **vision et réalisons** des initiatives et mandats pour accroître la **compétitivité du Québec**

CONCLUSION

Le succès du travail collectif

VOUS

Réseau associatif régional et sectoriel | Alliance
Ministère du Tourisme
Gouvernements du Québec et du Canada
Entreprises et communautés



PÉRIODE ÉCHANGES



Alliance
de l'industrie touristique
du Québec