



Événements  
Attractions  
Québec

CADRE STRATÉGIQUE  
2022-2025



VISION

Faire vibrer le cœur de nos visiteurs pour créer de la richesse collective.



MISSION

Concerter, représenter et soutenir les festivals, événements et attractions touristiques en une **communauté dynamique et innovante**, pour qu'elle contribue pleinement à la vitalité de toutes les régions du Québec.

### POSTURES STRATÉGIQUES



ÉPAULER

Pour enrichir nos membres



MAILLER

Pour enrichir les secteurs du tourisme, du loisir et de la culture



ÉCLAIRER L'AVENIR

Pour enrichir le Québec

## Attitude stratégique

ÉAQ adopte une approche ouverte et proactive permettant de saisir les opportunités ayant le potentiel de créer de la valeur ajoutée pour les secteurs et l'organisation

### 4 ORIENTATIONS

1

Redynamiser et déployer une **EXPERTISE RECONNUE** sur les pratiques d'affaires sectorielles

2

Accentuer le leadership en **INTELLIGENCE D'AFFAIRES** afin de supporter la prise de décisions opérationnelles et stratégiques

3

Confirmer le leadership en **PROMOTION INTRA-QUÉBEC** par une offre évolutive et adaptée aux besoins et réalités des secteurs

4

Consolider **LA RECONNAISSANCE, LA CRÉDIBILITÉ, ET L'INFLUENCE** d'ÉAQ

### 15 AXES D'INTERVENTION

1. Contribuer à la **compétitivité RH** des entreprises et des membres
2. Contribuer au **virage numérique** des entreprises et des membres
3. Contribuer au **virage DD** des entreprises et des membres
4. Contribuer au développement d'une **culture d'innovation** au sein des entreprises et des membres
5. Produire et diffuser des **données à forte valeur ajoutée sectorielle** pour les entreprises
6. Influencer les **données produites par les partenaires** au bénéfice des secteurs
7. Maximiser la diffusion des données sur **les outils et programmes disponibles** pour les secteurs
8. **Renouveler l'écosystème numérique** de promotion QVC-QFAQ via un leadership au niveau first party data sur les consommateurs québécois
9. Se **positionner comme incontournable** dans la promotion Intra-Québec
10. **Soutenir les entreprises** et membres au niveau de la promotion (services)
11. Hausser les **partenariats stratégiques** en promotion
12. Consolider la **représentativité du membership** (secteurs, régions et, son taux d'engagement via une relation bidirectionnelle forte)
13. Consolider le **rayonnement et la contribution d'ÉAQ** en tourisme, culture et loisirs et renforcer la crédibilité et l'influence d'ÉAQ dans l'espace public (au-delà du DG)
14. Optimiser les **partenariats et collaboration** avec les autres AT, ONL, organismes culturels et intervenants stratégiques
15. Pérenniser l'**autonomie financière** de l'organisation et assurer une gestion, une expérience employé et une gouvernance exemplaire

## Indicateurs globaux

1. **REPRÉSENTATIVITÉ** - Nombre de membres par secteurs
2. **PERTINENCE** - Taux satisfaction des membres
3. **MAILLAGE** - Nombre de partenariats actifs
4. **INFLUENCE** - Nombre comités + instances participatives
5. **RAYONNEMENT** - Nombre de mentions médias
6. **CRÉDIBILITÉ** - Mandats externes obtenus
7. **AUTONOMIE** - Revenus autonomes SEM générés
8. **PROMOTION** - Nombre clients actifs + revenus générés
9. **STABILITÉ** - Ententes actives + revenus publics
10. **EMPLOYEUR DE CHOIX** - Mobilisation des équipiers