



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