

### Vision

Être le leader du développement et du rayonnement du tourisme religieux et spirituel au Québec et contribuer à l'enrichissement des expériences et produits touristiques du Québec grâce à la richesse et à l'authenticité des offres en tourisme religieux et spirituel.

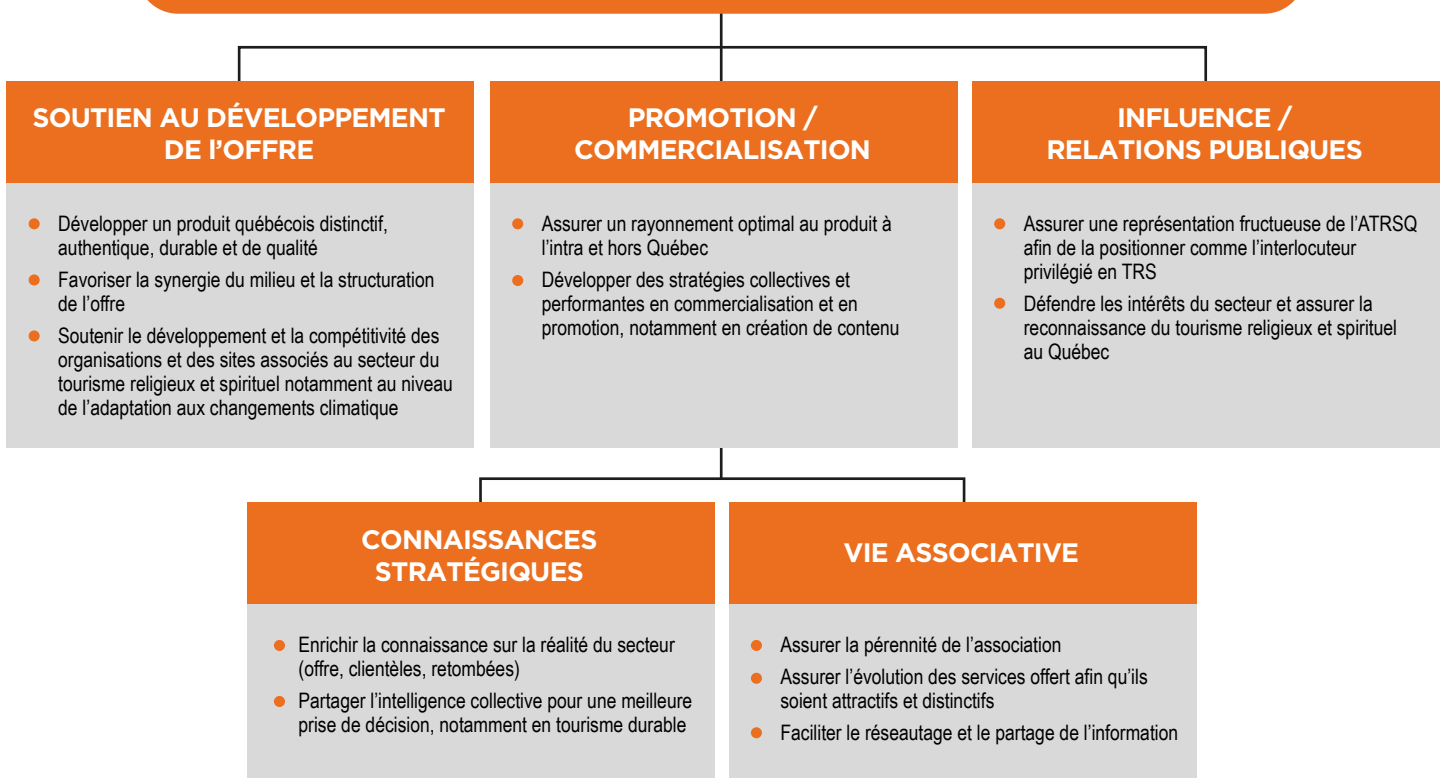
### Mission

Concerter, mobiliser et accompagner les acteurs du tourisme religieux et spirituel au Québec, les promouvoir, les représenter auprès de diverses instances et leur offrir une expertise, un forum d'échange et des services qui favorisent un développement durable.



## Orientations et axes d'intervention proposés

### ORIENTATIONS ET AXES D'INTERVENTION 2024-2027



## ACTIONS PRIORITAIRES PAR AXES D'INTERVENTION

### SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

1. Offrir un **accompagnement-conseil** et stimuler le **codéveloppement** des membres et des entreprises du secteur.
2. Soutenir le **développement de leviers et outils** favorisant le développement des entreprises du secteur.
3. Contribuer à la **structuration d'une offre adaptée** aux intérêts des clientèles prioritaires tant au niveau de la clientèle groupes (pèlerins, scolaires, aînés, etc.) qu'individuelle (B2C).
4. Favoriser la compétitivité des entreprises et organismes du secteur par le **partage d'expertise**, notamment au niveau du virage numérique, de l'innovation et du développement durable (incluant l'accessibilité universelle et l'adaptation aux changements climatiques).

### PROMOTION / COMMERCIALISATION

1. Développer une **stratégie marketing triennale** et la mettre en oeuvre via des plans d'actions annuels.
2. **Positionner les sites et lieux à caractère religieux et spirituel** comme composantes d'offres touristiques commercialisables, notamment pour le **tourisme culturel** et favoriser les partenariats avec les réceptifs et les tours opérateurs.
3. Développer des **collaborations avec des « multiplicateurs et avec les médias** pour augmenter le rayonnement de l'offre en TRS, notamment via des fiches thématiques.
4. Enrichir la portée de **la marque « Divin Québec »** via le Web et les médias sociaux en maintenant une approche de création de contenus.

### INFLUENCE / RELATIONS PUBLIQUES

1. Développer un plan de **représentation auprès des partenaires et bailleurs de fonds** afin de préciser les demandes et les cibles et une stratégie annuelle de représentation.
2. Mobiliser **l'écosystème touristique** et susciter leur engagement concret dans le développement et la promotion de l'offre en TRS.
3. Solliciter les parties prenantes de **l'écosystème « religieux »** afin d'obtenir leur soutien dans la pérennisation et la valorisation des lieux à caractères religieux et spirituels.
4. Maintenir les efforts pour développer la **notoriété et la crédibilité** de l'association.

### CONNAISSANCES STRATÉGIQUES

1. Maintenir une **veille sur l'évolution du TRS** (ici et ailleurs) et réaliser annuellement un portrait des membres.
2. Produire, identifier et diffuser des **profils de clientèles** (intérêts et comportements) et démontrant le potentiel de croissance du secteur pour la destination.
3. Réaliser un projet de **mesure des impacts économiques et de positionnement** du secteur afin de soutenir les efforts de représentation.
4. Développer une **stratégie de vulgarisation** des données afin d'améliorer l'appropriation et l'utilisation des connaissances stratégiques par les entreprises et organismes du secteur.

### VIE ASSOCIATIVE

1. Maintenir une **saine gestion de l'association** (incluant la gouvernance) et veiller à diversifier et consolider les **sources de financement autonome**.
2. **Renforcer le membership et stimuler l'engagement et la mobilisation** pour une participation plus active des membres dans les actions de l'association.
3. Maintenir une **offre de services diversifiées** répondant aux besoins et attentes des membres, notamment par le développement de **nouveaux partenariats**.
4. Développer une **stratégie de vulgarisation** des données afin d'améliorer l'appropriation et l'utilisation des connaissances stratégiques par les entreprises et organismes du secteur.