

L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU MANITOBA

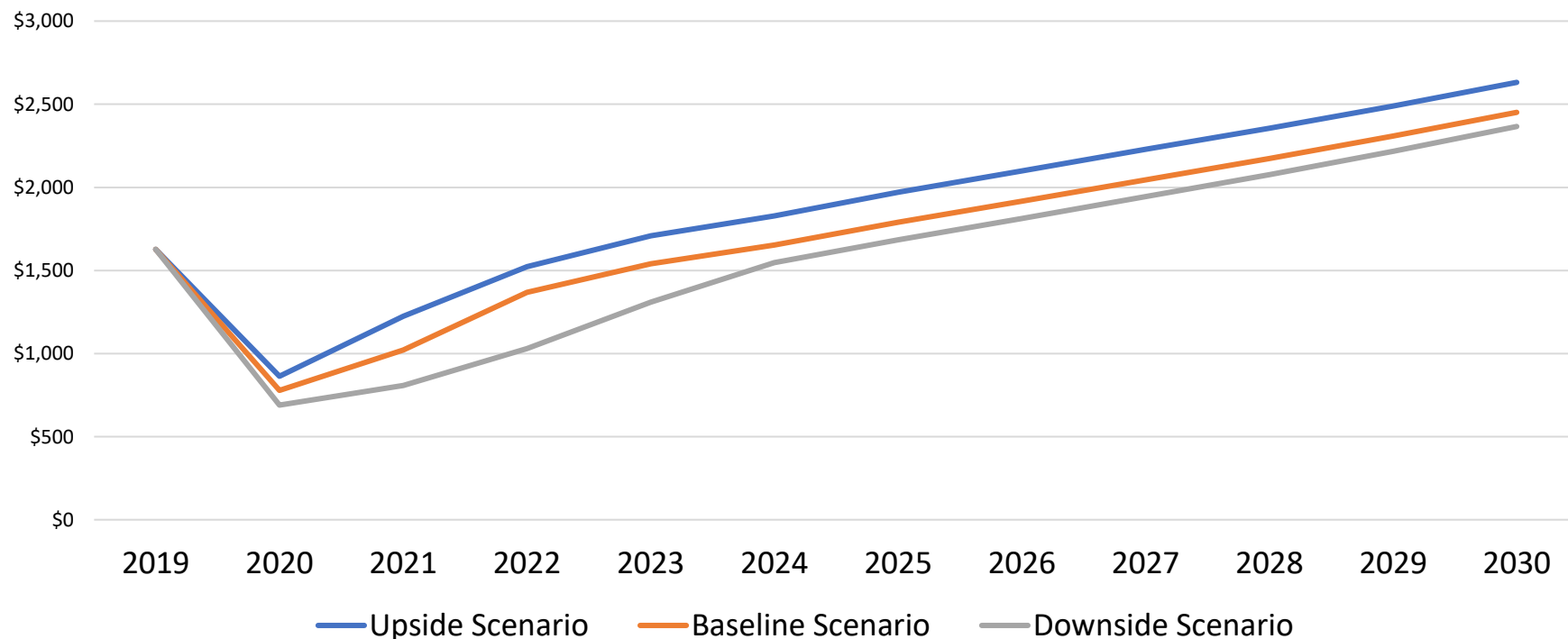
# La voie vers la reprise



# L'ÉCONOMIE DES VISITEURS DU MANITOBA

Malgré le recul de la pandémie, nos prévisions de base prévoient une augmentation des dépenses touristiques de 51 % entre 2019 et 2030.

Prévisions des dépenses des visiteurs au Manitoba



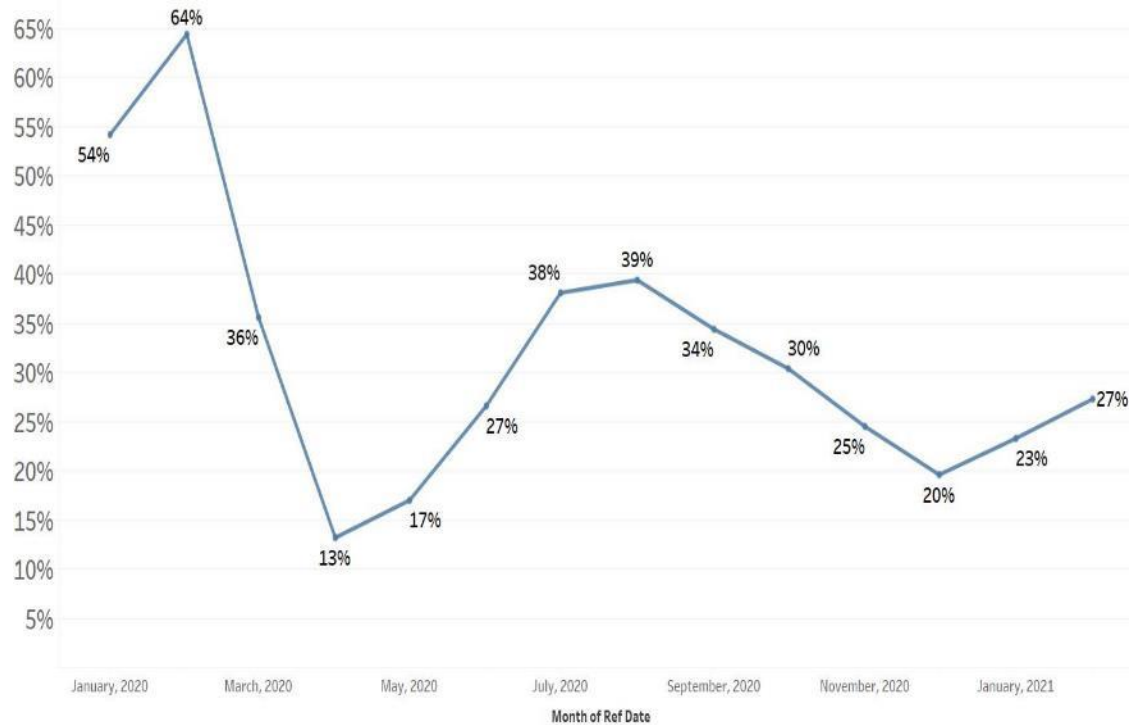
Sources: StatCan; Tourism Economics

# SECTEUR HÔTELIER DU MANITOBA

Les recettes des chambres pourraient ne pas se rétablir avant 2025

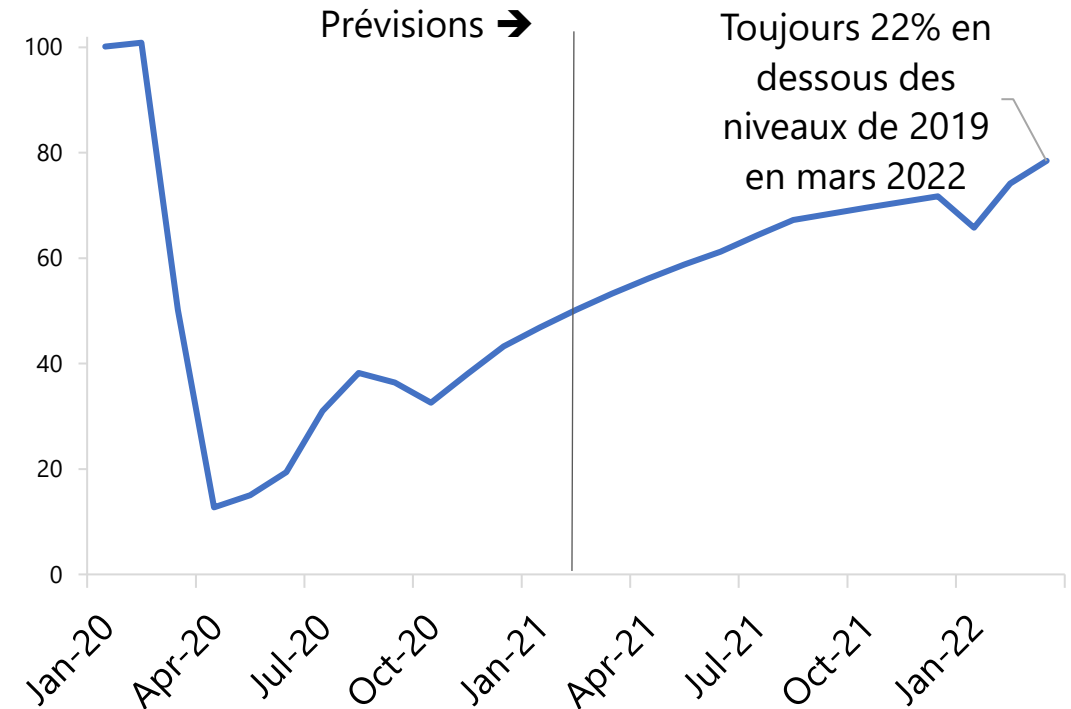
Occupation des hôtels au Manitoba : Jan 2020 - Fév 2021

Source: STR



Revenu des chambres d'hôtel au Canada –  
Prévisions

Indice (mois correspondant en 2019 = 100)





# STRATÉGIE TOURISTIQUE DU MANITOBA

- La nouvelle stratégie reconnaît les répercussions considérables de la pandémie
- Fournit un leadership pour garantir que le secteur du tourisme se rétablisse le plus rapidement possible.
- Tient compte des connaissances et des tendances de l'industrie du tourisme



# TOURISME AU MANITOBA

## PERSPECTIVES DES PARTIES PRENANTES SUR LA STRATÉGIE

- Division urbaine/rurale
- Restaurer la confiance des consommateurs
- S'appuyer sur une marque provinciale forte et sur le succès du programme Place Brand pour maximiser le potentiel touristique



# RESTAURER LA CONFIANCE DU CONSOMMATEUR

- Le programme Clean it Right du MTEC
  - Programme gratuit de formation à l'amélioration du nettoyage
- Autres programmes organisationnels visant à promouvoir la sécurité des clients
- Fournir ces informations aux clients
  - Sur votre site Web, dans les médias sociaux
  - Mettez à jour vos listes sur [TravelManitoba.com](http://TravelManitoba.com)





# TENDANCES DE L'INDUSTRIE

- Marketing numérique et commerce électronique
- Les voyageurs recherchent des expériences transformatrices
- La santé et la sécurité sont essentielles
- Les garanties de remboursement et les remises peuvent stimuler les réservations.
- Les événements repensent leurs modèles économiques et leurs facteurs de réussite.
- Les chefs de file des destinations s'impliquent davantage dans la défense de leurs intérêts
- L'accent est mis sur la collaboration entre l'industrie et le gouvernement et sur l'alignement organisationnel



# NOUVELLES CIBLES

- Revenir aux niveaux de 2019 d'ici 2024
- Générer une croissance de 50 % des dépenses des visiteurs d'ici 2030





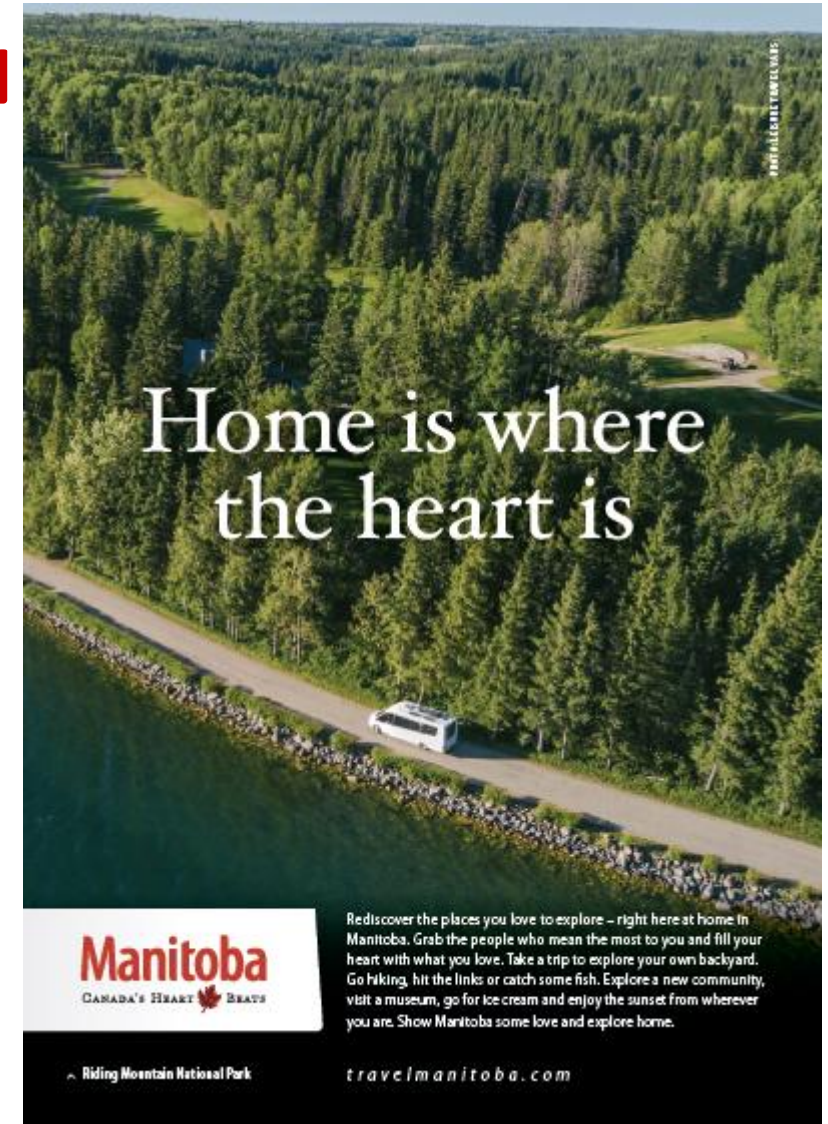
# 2021 : L'ACCENT DU MARCHÉ

- La commercialisation dépendra des ordres de santé publique et des restrictions de voyage en vigueur.
- Marchés
  - Manitoba
    - Winnipegois voyageant à l'extérieur de la ville
    - Manitobains des régions rurales se rendant à Winnipeg
  - Saskatchewan et Nord-Ouest de l'Ontario, si possible



# 2021 : OBJECTIFS DE COMMERCIALISATION

- Bâtir sur *Chez soi, c'est là où est le cœur (Home is where the heart is)*
- Sensibiliser les Manitobains aux destinations de la province accessibles par la route.
  - Promotion de 18 itinéraires d'excursion routière dans toute la province
- Fournir des informations et des outils aux Manitobains pour voyager à l'échelle de la province.
- Fournir des prospects aux partenaires





# Merci

