

Enjeux

- Une identité à affirmer et à propulser
- Une offre touristique à soutenir et à structurer
- Un esprit de concertation à renforcer et à faire fructifier

Intention stratégique

Être une destination touristique avec une identité forte qui fait sa marque grâce à son offre d'expériences authentiques et inclusives.



Orientation 1 : Positionner la destination

Stratégies :

- Déterminer l'identité de la destination et adapter son positionnement
- Articuler les campagnes de notoriété en fonction des produits porteurs et du positionnement
- Adapter la stratégie d'accueil en fonction des nouveaux besoins des visiteurs

Orientation 2 : Enrichir l'offre touristique par l'innovation

Stratégies :

- Rehausser la structuration l'offre en tourisme d'affaires et d'agrément
- Stimuler la création de produits distinctifs
- Soutenir les membres dans leurs processus d'innovation et dans leur transformation numérique

Orientation 3 : Travailler en synergie

Stratégies :

- Accentuer le positionnement de l'ATR comme leader régional
- Renforcer la collaboration avec les offices de tourisme
- Consolider le sentiment d'appartenance des membres

Orientation 4 : S'engager dans un tourisme durable

Stratégies :

- Mobiliser les membres autour des pratiques du tourisme responsable et durable
- Appuyer les membres dans l'adaptation aux changements climatiques
- Promouvoir un tourisme inclusif, bénéfique et respectueux des communautés

Cadre organisationnel

- Développer la connaissance stratégique
- Instaurer une culture d'innovation
- Accentuer le financement et la génération de revenus autonomes
- Revoir les procédures internes et les outils numériques
- Adapter la structure et les ressources en fonction de la planification stratégique