

ENJEUX STRATÉGIQUES RETENUS

Recrutement / maintien du personnel dans un contexte de rareté de main d'œuvre et développement des compétences des gestionnaires

Pérennité des ressources touristiques premières : sentiers, paysages, patrimoine naturel et culturel

Accessibilité à la région (bouchons sur les autoroutes, transports en commun peu développés)

Évolution rapide des marchés ainsi que de la concurrence et changements démographiques

Adaptation concrète aux changements climatiques et diminution des GES

Adaptation aux changements technologiques (ex. OTA, médias sociaux, réalité augmentée, ...)

Mobilisation des entreprises dans des projets d'investissement en partenariat (PADS et autres)

Rayonnement et image de marque du créneau à améliorer

VISION ET MISSION

VISION: Avec son réseau d'entreprises innovantes regroupées au sein du Créneau, la région des Laurentides se positionne comme une destination de tourisme de villégiature 4 saisons reconnue pour la qualité et l'originalité de son offre de calibre international et son développement durable.

MISSION: Accroître la compétitivité et la capacité d'innover de la destination et des entreprises du créneau

ORIENTATIONS

CONNAÎTRE et **diffuser** cette connaissance aux gestionnaires d'entreprises et aux partenaires des

INNOVER: l'innovation est au cœur de la vision et de la mission de notre créneau et de toutes ses actions

DÉVELOPPER: soutenir / initier des projets de réseautage, de formation, de développement de l'offre ou RH

EXPORTER: soutenir / initier des projets (démarchage, formation, adaptation) en vue de se positionner et de se vendre hors Québec

OBJECTIFS

OBJECTIFS DE CROISSANCE

- Augmenter le nombre d'entreprises / de gestionnaires dans le périmètre du créneau en recrutant 10 nouveaux membres par année (sur 5 ans = 50) et diversifier ce membership (ex. fournisseurs)
- Accroître l'effet de levier des initiatives du PADS et atteindre les normes du MÉSI (entre 2 et 4)
- Soutenir / réaliser entre 5 et 8 projets structurants annuellement (PADS, Living Lab ou autres programmes)
- Accroître et diversifier les actions de communication du créneau (cibles à identifier dans le plan de communication proposé pour 2018)

OBJECTIFS D'EFFICIENCE

- Établir des partenariats avec Tourisme Laurentides et les membres du périmètre pour réaliser plus d'activités de promotion ailleurs au Canada et à l'étranger (2 à 3 par année)
- Accroître les efforts de partenariat avec la Table RH et / ou une maison d'enseignement pour le développement de programmes de formation (1 à 2 par année)
- Favoriser les partenariats dans l'organisation des activités de réseautage du créneau, notamment avec d'autres créneaux et d'autres organisations touristiques (2 par année)

STRATÉGIES

CONNAISSANCE :

- Consolider les services en place d'acquisition, de traitement et de diffusion de données et d'informations stratégiques
- Documenter et diffuser les cas de meilleures pratiques, entre autres en innovation et en développement durable
- Organiser la connaissance et les données pertinentes selon les principaux produits des Laurentides
- Soutenir / initier des projets d'études et de recherches pertinents au développement des entreprises (ex. marchés, tendances, produits)

INNOVATION

- Poursuivre la coordination des activités du Living Lab qui vise la réalisation de 10 projets d'adaptation aux changements climatiques d'ici mai 2019
- Donner la priorité aux projets novateurs et favorisant le développement durable dans les initiatives soutenues par le PADS
- Organiser des activités de formation ou des conférences sur l'innovation en tourisme en fonction de besoins précis des regroupements géographiques ou sectoriels faisant partie du Créneau

DÉVELOPPEMENT

- Faciliter / animer des regroupements d'entreprises en mesure de collaborer au sein d'expériences touristiques communes et de projets de renouvellement de l'offre ou de développement durable
- Soutenir les regroupements sectoriels existants ainsi que les initiatives répondant aux enjeux du créneau et aux critères du PADS qui émaneront des nouveaux regroupements sectoriels ou géographiques proposées
- Soutenir / initier des initiatives ciblant l'enjeu des pénuries de main-d'œuvre ainsi que celui de l'adaptation aux nouvelles technologies

EXPORTATION :

- Soutenir les projets des entreprises visant à accroître leurs potentiels d'attraction auprès des clientèles hors Québec et à accueillir des clientèles internationales (ex. formation, certification)
- Faciliter / animer de regroupements d'entreprises voulant démarcher à l'international (ex. création de produits – forfaits novateurs, représentation internationale)
- Initier des démarches d'exploration et d'exportation vers de nouveaux marchés

STRATÉGIE DE COMMUNICATION




- Doter le créneau d'un plan de communication formel (objectif, actions de communication, cibles, médiums proposés, échéance et récurrence, partenaires possibles et indicateur) ainsi que d'un nouveau visuel (logo).
- Diversifier la nature et la portée des outils de communication utilisés par le Créneau : site Internet, e-bulletins plus fréquents, plateformes Scooplt (Créneau et Living Lab), recours aux médias sociaux (Facebook ou LinkedIn), conférences en personne ou virtuelles, rencontres de réseautage ciblées, diffusion de communiqué dans les médias locaux et régionaux, entente de visibilité avec les promoteurs de projets soutenus
- Intégrer systématiquement des contenus liés à l'innovation et au développement durable dans les activités de communication récurrentes du Créneau.

Projets prioritaires par stratégie à réaliser à court terme (12 -18 prochains mois)

CHANTIER 1

CONNAISSANCE





Échéance : D'ici le 31 mars 2020

-  Explorer, documenter et développer la connaissance sur les enjeux et potentiels de certaines nouvelles technologies pour les entreprises du créneau (SMART STATION ET MY CITY)
-  Synthétiser l'information disponible sur les meilleures pratiques d'affaires que les hôteliers devront mettre en application pour travailler avec les OTA de manière efficace sur le plan financier (webinaire en mai 2019)
-  Réaliser un projet-pilote de mesure de la fréquentation des attractions touristiques des Laurentides avec la participation de l'ISQ

CHANTIER 2

LIVING LAB EN ADAPTATION AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Échéance : D'ici mai 2019

-  Compléter les 3 projets en cours + dépôt pour la réalisation de la navette électrique de Saint-Sauveur en projet pilote via le PADS
-  Organiser des ateliers de cocréation pour identifier des projets d'adaptation aux changements climatiques
-  Évaluer la mise en place d'un programme de compensation des gaz à effet de serres (GES)
-  Suivre le projet de bateau électrique des Bateaux Alouettes




Échéance : D'ici mars 2020

-  Initier une collaboration avec la France dans le cadre du Living Lab par l'entremise du Fonds franco-québécois pour la coopération décentralisée

CHANTIER 3

DÉVELOPPEMENT : VOLET PÉNURIE DE MAIN-D'OEUVRE

Échéance : À initier d'ici mars 2020


-  Soutenir le projet de la Table RH en matière de réduction des pénuries de main-d'œuvre
-  Initier un projet de formation et coaching en marketing RH en collaboration avec d'autres créneaux, notamment Signature Bois (mai 2019)
-  Favoriser la collaboration le chantier en cours à Mont-Tremblant pour faire face aux pénuries de main-d'œuvre.

DÉVELOPPEMENT : VOLET REGROUPEMENTS D'ENTREPRISES : voir communication et visibilité du créneau / appel d'idées de projets et nouveaux regroupements sectoriels ou géographiques proposés



CHANTIER 4 :

EXPORTATION

Échéance : D'ici le 31 mars 2019

-  Soutenir l'initiative Bonjour Chine en vue d'aider les entreprises à mieux répondre aux besoins d'un nombre croissant de clients chinois et évaluer les potentiels liés à une certification en suivi à la formation


Échéance : D'ici le 31 mars 2020

-  Soutenir la candidature des entreprises du créneau ayant le potentiel de se positionner parmi les Expériences distinctives de Destination Canada.
-  Soutenir le projet de forfait canot-camping et culture atikamekw en collaboration avec la ZEC Mitchinamecus, Tourisme Manawan et des producteurs d'aventure.






CHANTIER 5 :

COMMUNICATION ET VISIBILITÉ DU CRÉNEAU / Implantation de nouveaux outils de communication et ensuite intégration aux activités courantes du Créneau

Échéance : D'ici le 31 mars 2019

-  Doter le créneau d'un plan de communication et d'un nouveau visuel

Échéance : D'ici le 30 juin 2020

-  Utiliser un média social (comme LinkedIn) pour favoriser des communications régulières avec les entreprises du périmètre
-  Instaurer une obligation de visibilité du créneau de la part des promoteurs dont les projets sont soutenus par le PADS
-  Diffuser des communiqués dans les médias, les e-bulletins de partenaires (ex. SADC), le bulletin du programme ACCORD et TourismExpress sur tous les nouveaux projets soutenus par le créneau et le PADS
-  Mettre en place un réseau d'ambassadeurs du créneau formés des dirigeants des organisations qui ont reçu de l'aide du créneau
-  Approcher directement les entreprises via des appels d'idées de projets et des regroupements sectoriels et géographiques