2018-2022

PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE TERRITORIAL

ÎLE D'ORLÉANS

Île d'Orléans

Orientation 1

IMAGE DE MARQUE

Élargir le rayonnement et créer plus de désirabilité envers l'Île

ACTIONS

Déployer la stratégie marketing territorial et l'image de marque

- CT Communiquer la stratégie territoriale
- CT Diffuser l'image de marque et sa politique d'utilisation

Atteindre les clientèles cibles en cohérence avec notre positionnement et nos atouts

- CT Réaliser le nouveau portail Île d'Orléans
- MT Adopter et créer différents outils de promotion en fonction des clientèles et marchés visés
- MT Maximiser l'utilisation des canaux de communication
- MT Établir et renforcer des partenariats pour des occasions de visibilité

Orientation 2

EXPÉRIENCE CLIENT

Enrichir les produits et services pour offrir une expérience immersive et mémorable

ACTIONS

Avoir une vision concernant le pont et l'entrée de l'Île

- CT Informer, communiquer et mobiliser

Améliorer l'accueil et l'accessibilité au territoire

- CT Réaménager le Bureau d'accueil touristique
- CT Produire un plan d'aménagement d'ensemble pour l'entrée de l'Île
- CT Décloisonner l'accueil sur le territoire
- MT Améliorer l'accessibilité aux commerces
- LT Améliorer la signalisation du territoire

Orientation 3

MOBILISATION

Rallier les acteurs autour d'une approche territoriale forte

Améliorer la dynamique d'occupation du territoire

- MT S'assurer que les atouts soient exploités
- MT Maintenir et bonifier les services de proximité
- MT Bonifier la programmation et l'animation
- LT S'assurer d'un meilleur arrimage entre les réglementations et les réalités socio-économiques

Bonifier la qualité des produits et services existants

- MT Connaître et adopter les meilleures pratiques d'affaires
- MT Protéger l'environnement pour un développement durable

Favoriser le développement de produits et expériences à valeur ajoutée

- CT Concrétiser un projet structurant de mise en valeur du littoral
- CT Actualiser le portrait de l'hébergement touristique de l'Île

Augmenter la disponibilité des produits et services et valoriser l'achat local

- CT Mettre en place un projet pilote visant à stimuler l'achat local
- MT Évaluer les potentiels de regroupements et mettre en place des projets d'économie d'échelle

ACTIONS

Concerter les acteurs afin de mieux travailler et construire ensemble

- CT Tenir une journée de suivi et d'échanges
- MT Favoriser le partage d'informations stratégiques
- LT Encourager le maillage favorisant l'efficacité organisationnelle
- LT Stimuler le sentiment d'appartenance et de fierté au territoire

Favoriser l'attractivité et la rétention de la main d'oeuvre

- CT Établir des maillages entre les intervenants pour régler certains irritants à l'embauche
- CT Réaliser des maillages entre intervenants pour l'attractivité et la rétention de la main d'oeuvre

Encourager l'entrepreneuriat

- CT Réaliser des activités de promotion entrepreneuriale
- CT Accompagner les entrepreneurs lors du démarrage, du transfert et des relèves d'entreprises
- CT Supporter techniquement et financièrement les entreprises

CT : action à court terme
MT : action à moyen terme
LT : action à long terme