

PLANIFICATION STRATÉGIQUE

2021-2026

Ensemble, vers de nouveaux sommets

L'idée : se doter d'une planification stratégique globale qui permettra de mieux se positionner quant aux grandes orientations, aux enjeux prioritaires et de déterminer les objectifs à rencontrer au cours des cinq prochaines années pour faire de la Gaspésie une destination performante.

CONTEXTE

Automne 2019 : Réalisation d'un diagnostic organisationnel qui engendre une restructuration et recommande de se doter d'une planification stratégique globale.

Début 2020 : L'émergence de la crise mondiale de la COVID-19 contraint Tourisme Gaspésie à revoir ses priorités et à repousser son exercice de planification stratégique, de manière à prendre du recul face à une crise jamais vue.

Début 2021 : Malgré la persistance de la crise, Tourisme Gaspésie amorce son exercice de planification stratégique, y entrevoyant une opportunité pour chercher à penser autrement et à envisager le futur de l'organisation sous un angle nouveau.

DÉMARCHE

En étroite collaboration avec la direction générale et la direction marketing de Tourisme Gaspésie, la firme mandatée a mené diverses recherches en plus de recueillir de l'information auprès des acteurs concernés par la tenue de :

- trois (3) ateliers de discussion;
- un (1) atelier créatif;
- des séances de travail avec l'équipe de pilotage de la planification stratégique.

MISSION

Mobiliser, représenter, soutenir et promouvoir l'industrie touristique de la Gaspésie.

VISION 5 ans

Être reconnue par tous les acteurs de l'industrie touristique de la Gaspésie en tant que leader en matière de mise en marché, d'accompagnement, de mobilisation et de représentation.

VALEURS

Concertation

Susciter et maintenir le travail de collaboration avec nos membres et partenaires pour être à l'écoute de notre industrie, prendre part aux discussions et prendre les décisions qui en découlent, en s'assurant d'agir de manière coordonnée, structurée et constructive, dans le respect de notre mandat et de celui de nos partenaires.

Équité et transparence

Dialoguer avec notre industrie avec la même considération, quelle que soit la taille des entreprises, organisations et regroupements, et lui partager ouvertement nos réflexions et les décisions qui en découlent, prises au bénéfice de ses besoins et intérêts.

Savoir et partage

Disposer du savoir, de la connaissance du marché et du savoir-faire nécessaires pour favoriser la croissance de l'industrie touristique, puis en faire profiter nos membres et partenaires en leur partageant des données pertinentes.

SYNTHÈSE STRATÉGIQUE

Objectifs stratégiques

- Enrichir l'expertise de Tourisme Gaspésie.
- Renforcer les relations entre Tourisme Gaspésie et l'industrie.
- Accroître le pouvoir de mobilisation et de représentation de Tourisme Gaspésie.
- Développer la connaissance stratégique de l'organisation et de son industrie.
- Optimiser le rayonnement de Tourisme Gaspésie.

<p>ENJEU N° 1 Leadership</p> 	<p>Tourisme Gaspésie doit composer avec un vaste territoire et les enjeux qui en découlent, dont celui de travailler de concert avec de nombreux intervenants issus principalement du milieu touristique, mais également d'autres milieux. Cette multiplicité des intervenants peut amener un dédoublement des efforts, un manque de synergie, des difficultés quant au développement et à la structuration de l'offre et un flou quant aux rôles et responsabilités de chacun. Tourisme Gaspésie, entre autres choses par l'importance de son membership, dispose de la légitimité nécessaire pour assumer un leadership régional mobilisateur qui lui permet de réunir tous les acteurs indispensables au déploiement et au rayonnement de l'industrie touristique gaspésienne.</p>	<p>AXE N° 1 Formaliser et solidifier les relations avec les partenaires de l'industrie touristique.</p>
<p>ENJEU N° 2 Intelligence d'affaires</p> 	<p>Les façons de voyager et les attentes des voyageurs évoluent, parfois au gré des nouvelles tendances et parfois en fonction de grands bouleversements. Une chose demeure : pour comprendre la clientèle et bien lui répondre, il faut avoir une compréhension fine du parcours du consommateur. Mieux cerner les éléments constitutifs auxquels notre clientèle est confrontée avant, pendant et même après sa visite est essentiel. Il faut anticiper les tendances et les besoins. Anticiper, c'est pouvoir s'ajuster. Pour cela, il faut miser sur la bonne information, structurer la collecte de cette dernière et pouvoir en faire profiter les acteurs touristiques de la région. Il devient alors nécessaire de mettre en place des stratégies qui permettront à Tourisme Gaspésie et ses ressources de cultiver leur intelligence d'affaires pour tous les segments de leur offre, pour qu'ensuite, toute l'industrie touristique gaspésienne en tire avantage.</p>	<p>AXE N° 3 Récolter et faire parler les données.</p>
<p>ENJEU N° 3 Rayonnement corporatif</p> 	<p>Si l'organisation est reconnue par ses membres pour la qualité de ses actions promotionnelles, il en va autrement pour les autres services que peut offrir Tourisme Gaspésie. Pour renverser la situation, Tourisme Gaspésie met davantage d'efforts depuis quelques années pour se rapprocher de ses membres, faire comprendre son rôle et faire découvrir son offre de services qui va plus loin que ses activités de mise en marché de la destination. Mais comment faire encore mieux? Pour améliorer le positionnement de l'organisation, il faudra revoir les façons de faire à l'interne, générer l'adhésion à une vision élargie et mettre à contribution tous les acteurs impliqués de près avec Tourisme Gaspésie.</p>	<p>AXE N° 5 Miser sur le capital humain.</p>
		<p>AXE N° 6 Se rapprocher davantage des acteurs de l'industrie (membres et non-membres).</p>

AXE TRANSVERSAL

Le tourisme durable et responsable

EFFETS DE LEVIER

Promotion de la destination à l'année

Mobilisation interne

Développement et structuration de l'offre concertés