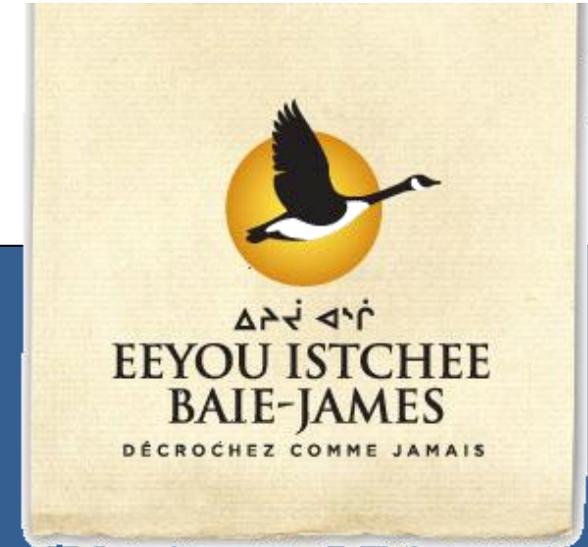


PLAN STRATÉGIQUE

RÉGION TOURISTIQUE D'EEYOU ISTCHEE BAIE-JAMES



2015-2020

Plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James

En nous fondant sur le travail accompli au cours des dernières années par les deux ATR et leur milieu, nous avons étudié la conjoncture, analysé nos forces et cerné les défis que nous avons à relever, afin de déterminer notre orientation stratégique des cinq prochaines années. Afin de nous tailler une place sur le marché mondial, les objectifs définis dans la planification stratégique seront mis en œuvre à travers 62 mesures réparties dans 11 domaines d'intervention.

Notre vision : Que la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James devienne une destination nordique reconnue pour ses aventures distinctives, sécuritaires et de grande qualité en lien avec la grande nature et la culture crie.

Notre mission : Assurer des mandats en matière de concertation régionale, d'accueil, d'information, de signalisation, de promotion et de développement touristique. Favoriser, en concertation et en partenariat avec les intervenants publics et privés, l'essor de l'industrie touristique dans une perspective de prospérité économique et de développement durable.

Nos valeurs : Pour réussir notre mission, nous véhiculons certaines valeurs à travers la planification, l'activité courante et le service à la clientèle :

- ✓ Intégrité, honnêteté et transparence
- ✓ Compétitivité novatrice
- ✓ Travail d'équipe et collaboration
- ✓ Partenariat respectueux
- ✓ Éthique et professionnalisme
- ✓ Respect de l'environnement

Nos mandats :

- ✓ Développer une industrie touristique compétitive et durable
- ✓ Assurer un leadership à l'industrie touristique d'Eeyou Istchee Baie-James
- ✓ Promouvoir la région comme une destination touristique toutes saisons

Nos 11 domaines clés : ces secteurs prioritaires servent de fondement au plan stratégique :

1. Connaissance et recherche
2. Ressources humaines
3. Accès et transport
4. Développement de l'offre
5. Qualité et durabilité
6. Promotion et marketing
7. Vente et forfaitisation
8. Accueil, signalisation et renseignements touristiques
9. Communications et relations avec les membres
10. Concertation régionale, interrégionale et nationale, gouvernance touristique et relations publiques
11. Nouveau modèle d'affaires des trois organismes

Nos objectifs et mesures : à chaque domaine clé correspond des objectifs ainsi que des mesures, dont l'explication se trouve dans les pages suivantes. Chaque mesure (chantier) aura son propre plan d'actions comprenant un calendrier de réalisation et une affectation des ressources humaines, financières et matérielles.

Plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James

Domaine 1 – Connaissance et recherche

Facteur de succès	Des décisions basées sur un réseau permanent de connaissance et de recherche					
Objectif stratégique	Mettre en place des mécanismes de collecte, de traitement et de diffusion de la connaissance					
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Un soutien concret de la connaissance et de la recherche pour la rentabilité et la compétitivité des entreprises et de la région • Une capacité accrue des membres d'adapter leurs stratégies et initiatives en fonction d'un environnement en perpétuel changement • Participation plus accrue des membres à la collecte de statistiques dans le but d'améliorer la promotion qu'on fait de leurs produits • Une capacité d'anticipation des changements (prospective) et de soutien à une vision d'avenir 					
Mesures Ressources humaines de TBJ et EIT <i>Ouverture d'un nouveau poste partagé :</i> <i>Chargé(e) du projet SIM (Système informatique marketing).</i>	1.1 ✓ Élaborer, financer et concrétiser un système d'information afin de disposer de connaissances fines et à jour en collaboration avec COTA, ACCORD et TQ (Direction des connaissances stratégiques) sur le projet d'acquisition de connaissances auprès de la clientèle des hôteliers de notre région	1.2 ✓ Examiner les recherches existantes pour alimenter le système en données pertinentes, notamment en intelligence marketing et de produits (compréhension des marchés et des clientèles, tendances, concurrence, facteurs conjoncturels et structurels)	1.3 ✓ Financer la réalisation d'activités de recherche en fonction des priorités et des besoins spécifiques à la région (études prospectives et sectorielles, ainsi que des études de clientèle)	1.4 ✓ Participer à des activités d'apprentissage pour affiner et maintenir à jour notre expertise en matière de tourisme en milieu nordique (ex : participation à des conférences ou formations spécialisées, visite dans d'autres milieux nordiques, et best practice tours)	1.5 ✓ Diffuser les informations recueillies et colligées pour les mettre au service des différents acteurs de l'industrie touristique régionale (entre autres par le biais d'une section spécialement destinée aux membres)	1.6 ✓ Promouvoir la recherche et l'innovation auprès des différents acteurs de l'industrie touristique régionale jamésienne ✓ Diffuser l'information du Réseau de veille en tourisme nordique dans le milieu

Plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James

Domaine 2 – Ressources humaines de l'industrie

Facteur de succès	Une industrie disposant, en nombre suffisant, de ressources humaines compétentes et reconnues pour leur accueil et leur professionnalisme				
Objectif stratégique	Favoriser l'adéquation entre le nombre et les compétences des ressources humaines et les stratégies de développement				
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Une offre en formation s'adaptant adéquatement et rapidement aux besoins actuels et futurs de l'industrie • Des gestionnaires mieux outillés pour faire face aux défis de la compétitivité, de la qualité et du professionnalisme • Un nombre accru d'exploitants déployant des efforts en gestion des ressources humaines et reconnaissant l'importance de ces dernières 				
Mesures Ressources humaines de TBJ/COTA/EIT <i>Maintien de la chargée du projet aux ressources humaines de l'industrie touristique et qualité</i>	2.1 ✓ Mise en œuvre du plan régional de développement des ressources humaines en tourisme (PDRH) pour les deux ATR et COTA, ainsi que le milieu, en collaboration avec les cris, le milieu de l'enseignement, Emploi-Québec et CHRD	2.2 ✓ Création d'une COOP de travailleurs en tourisme en collaboration avec des travailleurs, le milieu de l'hébergement et de la restauration, ainsi que le milieu cri et jamésien ✓ Création d'un fonds de la relève en tourisme nordique	2.3 ✓ Collaborer à la mise en œuvre de certaines initiatives liées à la main d'œuvre et aux compétences des ressources humaines en tourisme (ex : campagne de charme pour attirer des ressources humaines qualifiées) ✓ Trouver des incitatifs pour attirer des ressources humaines dans la région, et les mettre en place	2.4 ✓ Sensibiliser les décideurs de l'industrie touristique à l'importance des ressources humaines comme facteur stratégique de rentabilité, de qualité et de durabilité de la destination ✓ Organiser et coordonner la formation des ressources humaines de l'industrie touristique et des entreprises de services avec la collaboration des institutions d'enseignement de la région, ou d'ailleurs	2.5 ✓ Développer des liens avec les institutions d'enseignement pour mieux connaître les programmes existants, susciter la prestation de formations spécifiques en région et intéresser les jeunes aux métiers du tourisme ✓ Plan de communications et tournées récurrentes dans les écoles (cibler les jeunes) ✓ Jours carrières

Plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James

Domaine 3 – Accès et transport

Facteur de succès	Un accès facile et concurrentiel à la région et à ses produits			
Objectif stratégique	Améliorer l'accessibilité sur le territoire en le sécurisant et en le diversifiant			
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> Un accès à la région et à ses produits minimisant les obstacles, les coûts, la durée et les inconvénients, tout en maximisant le confort 			
Mesures <i>Le dossier accès et transport est sous la gestion de la direction générale des deux ATR et COTA en collaboration avec leurs partenaires</i> <i>Aller de l'avant avec le plan d'accès aérien touristique et en partenariat avec les différents acteurs impliqués</i>	3.1 ✓ Développer une vision stratégique et un plan d'intervention pour l'accès aérien touristique en collaboration avec COTA, la SDBJ, Tremblant International (MTIA) et Air Creebec ✓ Participer à la deuxième phase du projet Tremblant & Eeyou Istchee Baie-James qui consiste à l'élaboration d'un plan d'affaires pour la mise en œuvre d'un « base camp » à l'aéroport de Chibougamau-Chapais et plate forme aérienne pour les avions de brousse	3.2 ✓ Mener une campagne avec d'autres partenaires pour que le gouvernement du Québec et Hydro-Québec investissent dans l'amélioration de la route de la Baie-James	3.3 ✓ Initier ou collaborer à des projets concrets de partenariat avec des transporteurs intéressés à desservir des marchés ciblés ainsi qu'avec les agences responsables de gérer des infrastructures de transport (SDBJ) (collaboration et partage de risques autour de projets spécifiques, d'organisation de l'offre, de commercialisation et de promotion avec des transporteurs ou des grossistes majeurs)	3.4 ✓ Faire des partenariats avec des agences responsables de gérer les infrastructures de transport pour faciliter les déplacements à destination et pour accroître la capacité de la destination à mieux desservir les clientèles utilisant, par exemple, les aéroports et les gares

Plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James

Domaine 4 – Développement de l'offre

Facteur de succès	Une offre touristique forte misant sur une gamme de produits attrayants, concurrentiels, authentiques, durables, novateurs et de qualité							
Objectif stratégique	Susciter et soutenir le développement touristique selon l'expérience Grande Nature, en favoriser la cohérence et la durabilité, créer, au profit des entreprises et de leur rentabilité, un environnement propice aux investissements privés, ainsi qu'associatifs et communautaires dans le cas des cris.							
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Une offre touristique au potentiel d'attraction renforcée, mieux structurée et distinctive des autres régions • Un environnement propice à l'investissement de la part des entreprises • Une industrie touristique reconnue par le milieu en tant que réel moteur de développement économique régional et source de création d'emplois 							
Mesures Ressources humaines de TBJ et EIT <i>Coordonnateur(e) de développement de produits</i> Consentir à mettre des efforts importants pour mieux organiser et structurer les produits touristiques existants et développer de nouveaux produits, notamment par la création de nouvelles entreprises (PME) qui visent l'excellence et la rentabilité.	4.1 ✓ Apporter un support aux entreprises membres pour la consolidation et le développement de produits touristiques par le biais d'un fonds pour le développement de l'offre en partenariat avec ses partenaires ✓ Trouver un mécanisme de valorisation et de financement pour la pérennité des produits porteurs ✓ Faire la caractérisation des produits touristiques et se doter d'un plan d'action par produit : safari, pêche, culture, parc	4.2 ✓ Élaborer et mettre en œuvre, avec les partenaires concernés, des plans intégrés d'intervention à court, moyen et long terme pour chacun des principaux produits ✓ S'assurer de la complémentarité de l'offre touristique de chaque milieu par la concertation	4.3 ✓ Promouvoir, et même initier, des partenariats visant à structurer l'offre et à stimuler la demande autour d'expériences touristiques intégrées, sur la base de forfaits, circuits et itinéraires adaptés aux clientèles	4.4 ✓ Fournir aux organismes d'aide aux entreprises, l'expertise et les outils qui leur permettront d'évaluer et de soutenir adéquatement les projets touristiques ✓ Mettre en place une stratégie avec les CLD, CDE, conseils de bande pour encourager l'entrepreneuriat en tourisme dans le milieu et aide aux promoteurs	4.5 ✓ Susciter et collaborer à des initiatives visant à stimuler l'entrepreneuriat touristique et à attirer des investisseurs ✓ Entrevoir la possibilité d'un programme de mentorat et de coaching en tourisme avec d'autres régions pour les entrepreneurs	4.6 ✓ Être proactif en matière de représentation et d'orientation auprès des partenaires publics et privés afin de diminuer les irritants qui peuvent entraver le développement touristique (éléments de réglementation, de fiscalité et de contrôle)	4.7 ✓ Accompagner les municipalités, localités et conseils de bande dans leurs plans d'actions	4.8 ✓ Mettre en application la proposition du plan d'action que l'on retrouve dans le diagnostic motoneige/quad ✓ Reconnaissance de la région administrative motoneige par la FCMQ ✓ Création d'une table conjointe VHR crie et jamésienne

Plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James

Domaine 5 – Qualité et durabilité

Facteur de succès	Une culture de la qualité axée sur le développement durable solidement implantée dans l'industrie touristique régionale				
Objectif stratégique	Informer et sensibiliser l'industrie touristique et les communautés aux avantages, principes et pratiques du tourisme durable				
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Un accroissement du nombre de touristes sensibilisés à l'utilisation durable de l'environnement • Un accroissement du nombre d'intervenants touristiques convaincus des avantages et des objectifs d'une démarche qualité et de développement durable dans leurs entreprises et organisations • Une meilleure participation et une plus grande implication des collectivités locales dans le développement touristique durable du territoire 				
Mesures Ressources humaines de TBJ et EIT	5.1 ✓ S'impliquer dans la vision dynamique et concertée de l'utilisation du territoire dans le respect des autres secteurs d'activités et des communautés (ex : comités sur l'utilisation du territoire et l'association des trappeurs cris – (CTA) ✓ Élaborer une politique de plaintes concernant les différents utilisateurs du territoire et une stratégie simple et fonctionnelle au niveau des interventions	5.2 ✓ Faire connaître et valoriser les outils d'accompagnement existants aux intervenants désireux de s'engager sur la voie du tourisme durable et/ou de la qualité (certification, normes, critères, codes d'éthique et chartes) – ATR ✓ S'impliquer dans des projets en tourisme durable et les coordonner	5.3 ✓ Trouver des incitatifs afin de générer de l'intérêt et de différencier les entreprises et organismes qui prennent le virage qualité et/ou environnemental et ce, en collaboration avec TQ et avec Aventure Écotourisme Québec ✓ Encourager les entreprises à utiliser l'énergie alternative Green Key (hébergement) : COTA ✓ Encourager les événements et la formation éco-responsables	5.4 ✓ Susciter et collaborer à des initiatives visant à sensibiliser les touristes à l'utilisation durable de l'environnement ✓ Création de centres de lavage aux entrées du territoire pour les embarcations à moteur (pêche)	5.5 ✓ Encourager (appuyer) les projets de revitalisation des rues principales des communautés cries et municipalités du territoire (ex. : recyclage, nettoyage des communautés et des routes) ✓ Programmer pour encourager la propreté et l'aspect visuel du milieu citoyen en collaboration avec les villes, localités et communautés cries

Plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James

Domaine 6 – Promotion et marketing

Facteur de succès	Une promotion dynamique et innovante de la destination et de ses produits vers les marchés les plus porteurs					
Objectif stratégique	Attirer des clientèles ciblées en créant une image de marque forte et développer une stratégie de commercialisation					
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Une participation accrue, cohérente et complémentaire, des partenaires et de l'industrie aux efforts promotionnels de la région • Une plus grande notoriété de la région Eeyou Istchee Baie-James comme destination touristique • Un accroissement de l'achalandage touristique et des recettes touristiques pour la région 					
Mesures Ressources humaines de TBJ et EIT <i>Agent de marketing : poste comblé</i> <i>Ouverture d'un nouveau poste « Assistant adjoint au marketing »</i>	6.1 ✓ Regrouper le marketing touristique ✓ Promouvoir la nouvelle image de marque Eeyou Istchee Baie-James (positionnement de la destination) ✓ Continuer à encourager le regroupement avec les partenaires du milieu jamésien et cri ✓ Recherche de partenaires régionaux pour contribuer aux campagnes de promotion à l'intra-Québec, l'hors-Québec et l'international	6.2 ✓ Superviser la refonte du nouveau site internet pour supporter la stratégie de commercialisation ainsi que le développement de concepts publicitaires, en fonction de la nouvelle image de marque ✓ Accroître notre visibilité sur différents médias sociaux	6.3 ✓ Élaborer et financer une stratégie de commercialisation intra et hors Québec ainsi qu'un plan marketing 2015-2018 concerté pour promouvoir la destination et ses produits porteurs en utilisant les moyens de communication pertinents pour les clientèles ciblées	6.4 ✓ Réaliser les actions du plan marketing afin de positionner la destination et promouvoir ses produits porteurs ✓ Réaliser nos campagnes par produit (motoneige, mototourisme, culture crie, produits nature, pêche, safari, chasse.) ✓ Mettre en œuvre l'entente avec TQ dans le cadre d'ADN 49 pour le marketing et celle du DEC pour le PMI (plan d'action) ✓ Organisation de tournées journalistiques	6.5 ✓ Offrir aux membres diverses occasions d'affaires en promotion selon une démarche structurée de partenariat ✓ Gestion des deux programmes marketing ; hors-Québec et international, et intra-Québec en collaboration avec l'administration	6.6 ✓ Mettre en place des outils de suivi et d'analyse détaillés pour mesurer finement les performances et le retour sur l'investissement de ses campagnes et autres actions de commercialisation (voir domaine 1).

Plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James

Domaine 7 – Vente et forfaitisation

Facteur de succès	<ul style="list-style-type: none"> • Participation des partenaires à la mise en place de l'agence de voyages DMC • Exclusivité des produits en collaboration avec ses partenaires • Développement de l'offre touristique 				
Objectif stratégique	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse des besoins et de la pertinence de la création de l'agence de voyages DMC en partenariat avec les partenaires. • Suite à l'évaluation de la pertinence de sa mise en place : création de l'agence de voyages réceptive régionale (Destination Management Company –DMC) commercialisant une variété de produits allant des forfaits complets aux prestations touristiques à la carte 				
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Détenir une plateforme de commercialisation qui répond aux besoins des touristes en facilitant l'accès à l'information et aux réservations 				
Mesures	<p>7.1</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Phase de pré-commercialisation : analyse des besoins et de la pertinence de la création de l'agence de voyages DMC en partenariat avec les partenaires ✓ Phase 2 : création de l'agence réceptive (DMC) gérée conjointement par COTA-TBJ ✓ Entreprise à but lucratif dont les profits sont réinvestis pour améliorer les services aux membres ✓ Obtenir un permis d'agent de voyages de l'Office de la protection du consommateur (OPC) 	<p>7.2</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rôles principaux de la nouvelle agence : forfaitiser la destination (chasse & pêche, aventures, circuits motorisés, séjours culturels cris) en poursuivant la mise en place des forfaits ✓ Rôle secondaire : servir d'agence de voyages émettrice (vers l'extérieur de la région) pour les résidents d'Eeyou Istchee Baie-James afin d'augmenter le chiffre d'affaires et la rentabilité 	<p>7.3</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Servir d'agences pour les voyageurs d'affaires visitant le territoire ✓ Mettre en place une stratégie d'intervention entre les promoteurs cris et jamésiens pour la forfaitisation 	<p>7.4</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Confirmer les responsabilités des agents touristiques locaux en lien avec l'exécution des produits touristiques vendus par l'agence de voyages DMC 	<p>7.5</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Vendre les forfaits (sur le web et par téléphone) directement aux consommateurs et via le réseau de distribution des agences de voyages : réceptifs canadiens, Tour Operateur (grossistes en voyages) et agences de voyages détaillantes à travers le monde) ✓ Être présent et s'assurer du bon déroulement des séjours des visiteurs sur l'ensemble du territoire

Plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James

Domaine 8 – Accueil, signalisation et renseignements touristiques

Facteur de succès	Un accueil efficace et chaleureux, appuyé par un réseau d'information touristique bien structuré et à la fine pointe de la technologie				
Objectif stratégique	Élaborer des outils afin de tenir un discours commun dans le réseau d'accueil et d'information touristique en vue de favoriser la circulation et la rétention des touristes				
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Une clientèle bien informée et sécurisée sur les services offerts dans la région à l'étape de la planification du voyage • Un réseau d'accueil et de renseignements de qualité aidant les visiteurs à mieux profiter de leurs visites et contribuant au prolongement des séjours ainsi qu'à la découverte des produits touristiques de la région et ce, durant toute l'année • Des résidents agissant comme ambassadeurs de la destination 				
Mesures Ressources humaines de TBJ et EIT	<p>8.1</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordonner ensemble, et avec les municipalités et communautés criées, la révision du plan régional de localisation des lieux d'accueil et de renseignements touristiques ✓ Présenter au milieu cri et jamésien, le diagnostic et nos recommandations ✓ Se doter d'une nouvelle politique des lieux d'accueil et d'un plan de localisation 	<p>8.2</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Formation annuelle des préposés(es) des lieux d'accueil ✓ Finaliser le dossier des panneaux de bienvenue dans les aéroports et les présentoirs pour les guides avec affiches géantes (COTA – communications) ✓ Élaborer et mettre en œuvre le projet de reconnaissance de la route de la Baie-James en tant que route thématique officielle reconnue par Tourisme Québec (signalisation bleue) 	<p>8.3</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Renforcer la signalisation directionnelle et touristique ✓ Faire changer les panneaux de bienvenue de la région touristique aux entrées du territoire ✓ Travailler en collaboration avec la SDBJ pour mettre en place un système de signalisation (bleue) et une politique similaire au reste de la province ✓ Revoir la signalisation dans les sentiers fédérés de motoneige et quad en collaboration avec les clubs (agent de développement) 	<p>8.4</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Élaborer et mettre en place un système centralisé de gestion des plaintes et un processus d'évaluation de la satisfaction des visiteurs et ce, en collaboration avec Tourisme Eeyou Istchee et tous les intervenants concernés ✓ Améliorer la perception que les gens ont de l'accueil et du service à la clientèle dans la région 	<p>8.5</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Optimiser le système d'accueil informatisé en réseau et gérer efficacement la base de données de la cueillette des données dans les lieux d'accueil (ligne sans frais + site web) de façon à produire des statistiques utiles et exhaustives ✓ Rédaction d'un document promotionnel afin de sensibiliser le milieu de l'hébergement hôtelier à l'importance de la classification (avec CITQ)

Plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James

Domaine 9 – Communication avec le milieu cri et jamésien et relations avec les membres

Facteur de succès	Une vision partagée d'une industrie touristique régionale dynamique et durable				
Objectif stratégique	Améliorer la visibilité et la crédibilité de TBJ, EIT et COTA tout en se positionnant favorablement aux yeux de l'opinion publique				
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Les membres doivent connaître les services et programmes des deux ATR et de COTA et les utiliser • Reconnaissance du milieu de la valeur ajoutée dans une saine diversification économique et le tourisme doit être perçue comme étant un moteur économique et créateur d'emplois • Le facteur résilient de l'économie touristique est un élément important • Développer l'image de la région comme étant une destination accueillante (ambassadeur) 				
Mesures Deux (2) ressources humaines de TBJ et EIT EIT : poste comblé TBJ : poste à combler PDC : Plan de communications	9.1 ✓ Service aux membres : élaborer et mettre en œuvre un PDC pour promouvoir les programmes de TBJ, EIT et COTA, ses activités de maillage et autres ✓ Utiliser davantage de canaux de distribution de l'information tels que les réseaux sociaux ✓ Faire connaître mieux les entreprises touristiques entre elles, ainsi qu'à la population régionale et souligner leur succès (gala Grands Prix et symposium et autres actions de communications) ✓ Enquête annuelle sur le taux de satisfaction des membres	9.2 ✓ Élaborer et mettre en œuvre un plan de communications pour valoriser l'image du tourisme et son industrie en faisant mieux connaître son importance dans le cadre de la diversification économique d'une région en apportant des comparatifs et des études ✓ Clientèle visée : la population en général, le politique et les gens d'affaires. Objectif : changer certaines mentalités et la perception	9.3 ✓ Établir un processus pour les situations demandant une mobilisation rapide des acteurs économiques (ex : prise de position par le dépôt d'un mémoire) ✓ Gestion de la banque de données des membres	9.4 ✓ Prioriser les dossiers de concertation touristique régionale et s'y impliquer activement (se constituer un réseau « d'ambassadeurs » pour défendre la position de la région touristique, et les intérêts du tourisme dans différents comités, tables, conseils d'administration) ✓ Sensibiliser le milieu de l'hébergement hôtelier à l'importance de la classification (CITQ)	9.5 ✓ Faire connaître les réalisations et l'avancement du plan stratégique aux différentes clientèles (élus et développeurs touristiques, promoteurs touristiques membres ou non, population)

Plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James

Domaine 10 – Concertation régionale, interrégionale et nationale, gouvernance touristique et relations publiques

Facteur de succès	Éviter les dédoublements de stratégies et les différentes mesures de rendement (meilleure synergie) Partager une vision commune du développement touristique régional Le respect mutuel des champs de compétence et des mandats de chacun				
Objectif stratégique	Aller chercher l'adhésion de l'ensemble des partenaires au Plan stratégique 2010-2015				
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> • Un système touristique régional évitant les dédoublements de fonctions et de mandats • Un climat favorable pour le partenariat et la concertation entre les intervenants du milieu • Une plus grande synergie entre les fonds provenant des entreprises, de l'industrie et des différents paliers de gouvernement. 				
Mesures Ressources humaines de TBJ Deux (2) ressources humaines de TBJ et EIT EIT : poste comblé TBJ : poste à combler	10.1 ✓ Élaborer un plan d'action 2015-2018 en collaboration avec ses partenaires qui découle du plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James ✓ Suivre de près l'évolution du nouveau modèle d'affaires que propose TQ aux ATR du Québec ✓ Défendre les intérêts de la région en matière touristique	10.2 ✓ Participation à la table régionale interministérielle, appelée Conférence administrative régionale (CAR) ✓ Mettre en place un mécanisme d'intervention pour permettre aux deux ATR (crie et jamésienne) et COTA, de collaborer davantage entre elles	10.3 ✓ Gestion du créneau ACCORD et participation au Comité du créneau ACCORD en tourisme ✓ Collaborer à la démarche du créneau ACCORD en tourisme et encourager les partenariats entre créneau ✓ Participer activement aux démarches du groupe des cinq (regroupement des cinq régions du Québec qui ont un créneau en tourisme)	10.4 ✓ Participation aux tables de travail dans le cadre du Plan de développement de l'industrie touristique ✓ Participer à toutes les rencontres interrégionales (entre ATR-ATRAQ et TAQ) et sectorielles afin d'envisager et d'analyser les opportunités de partenariat ✓ Plan Nord - Suivre de près l'évolution de la mise en œuvre du Plan stratégique en tourisme pour le Plan Nord et y participer ou s'impliquer selon la demande ou circonstance	10.5 ✓ National – Table autochtone ATAC ✓ Implication éventuelle dans l'ATTA

Plan stratégique 2015-2020 de la région touristique d'Eeyou Istchee Baie-James

Domaine 11 – Nouveau modèle d'affaires des trois organismes (TBJ, EIT et COTA)

Facteur de succès	Une organisation efficace et souple, disposant des ressources financières, humaines et matérielles nécessaires pour réaliser sa stratégie et ses mandats							
Objectif stratégique	Arrimer la structure, les ressources, la culture d'entreprise, les habiletés, les procédés et les systèmes pour réaliser le plan stratégique et les mandats							
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> Un capital humain et des solutions organisationnelles développés en lien avec la stratégie d'affaires 							
Mesures Ressources humaines (RH) des trois organismes	11.1 ✓ Mise en œuvre du plan de restructuration des RH des trois organismes (Firme AXXIO) ✓ Mise en œuvre du nouveau cadre de gestion conjoint avec les trois organismes ✓ Formaliser le processus d'évaluation (compétences, progrès, résultats)	11.2 ✓ Actualiser les tâches et responsabilités, la répartition de la charge de travail, les qualifications et exigences liées aux postes ainsi que la grille salariale ✓ Comité social : encouragement du travail en équipe	11.3 ✓ Faire des représentations auprès des partenaires pour augmenter l'enveloppe annuelle de fonctionnement et rechercher des moyens d'augmenter et de maintenir les revenus autonomes des trois organismes	11.4 ✓ Peaufiner les outils de planification budgétaires, de contrôle des dépenses et de contrôle des flux monétaires ✓ Implanter le nouveau cadre de gestion dans les trois organismes, ainsi que la politique d'achat de biens et de services	11.5 ✓ Marge de manœuvre au niveau des liquidités pour assurer la gestion dans certains domaines, comme le marketing	11.6 ✓ Adapter la gestion et la structure opérationnelle selon les besoins quant à la croissance et à la diversification des activités et mandats	11.7 ✓ Attirer, embaucher et fidéliser des candidats talentueux ✓ Procurer aux nouveaux employés les outils nécessaires pour faciliter leur intégration (programme d'accueil reflétant la culture et le fonctionnement de l'ATR)	11.8 ✓ Gestion des programmes et services ainsi que de la taxe sur l'hébergement ✓ Faire l'analyse touristique des dossiers présentés ✓ Assurer le suivi administratif sur les dossiers et s'assurer de l'état d'avancement et de la conformité des dits projets