CHAMBRE DE COMMERCE ET DE TOURISME DE SAINTE-ADÈLE

Plan stratégique 2023-2028

Mission
Promouvoir et soutenir l'activité économique et touristique de la communauté d'affaires d'ici

Vision
Faire rayonner notre région, en agissant en tant que levier et partenaire incontournable de l'essor économique et touristique de la communauté d'affaires d'ici.

Raison d'être
Unir nos forces (pour rayonner)

Valeurs
Engagement
Collaboration
Être à l'écoute
Être passionné

Dotée d'une offre de services de qualité, la Chambre de commerce et de tourisme de Sainte-Adèle (CCTSA) se distingue par sa proactivité, son engagement , ses activités de réseautage, ses formations et conférences offertes aux entrepreneurs, le succès des événements organisés et la fidélité de ses membres. La CCTSA reconnaît qu'avec une structure organisationnelle et opérationnelle améliorée et des objectifs bien ciblés, le positionnement flou et le financement toujours précaire pourront être améliorés et bonifiés. D'ailleurs, la CCTSA perçoit plusieurs opportunités postpandémie telles que le dynamisme entrepreneurial qui se fait fortement sentir sur le territoire, les besoins accentués en réseautage et en accompagnement, ainsi que la disponibilité de programmes de financement de projets et de partenariats, notamment à travers la FCCQ et la MRC. Soutenue par des processus de gestion rigoureux et un bel esprit d'équipe, la santé financière de la CCTSA lui permettra de se déployer auprès de ses membres, de la communauté d'affaires, des partenaires et des pouvoirs publics et de favoriser le développement socioéconomique de notre région. La promesse à nos membres: « Nous sommes votre allié pour accélérer votre croissance (accélérateur de croissance) ».

ENJEUX	1. Positionnement	2. Membership	3. Prestation de services	4. Financement
ORIENTATIONS	1. Desservir et représenter la communauté d'affaires sur tout le territoire 2. Être un partenaire stratégique crédible et écouté	3. Augmenter les adhésions des entreprises	4. Répondre adéquatement aux besoins de la communauté d'affaires	5. Accroître l'autonomie financière et la santé économique
AXES D'INTERVENTION	A. Établissement d'une identité claire et forte	B. Fidélisation des membres C. Attraction de nouveaux membres	D. Maintien d'une offre de services pertinente et évolutive E. Optimisation de la capacité de prestation de services	F. Développement de financement G. Développement des revenus autonomes
OBJECTIFS STRATÉGIQUES	1. Renforcer la présence dans le milieu socioéconomique auprès des acteurs clés et des pouvoirs publics tel que les événements 2. Définir clairement une proposition de valeur 3. augmenter la visibilité auprès de la communauté d'affaires 4. Statuer sur la complémentarité et la synergie avec les partenaires	5. Développer et mettre en valeur les avantages et bénéfices membres 6. Séduire la communauté d'affaires 7. Augmenter le sentiment de fierté et d'appartenance	8. Proposer des événements répondant aux besoins des membres 9. Développer une offre de services à la carte 10. Disposer d'un capital humain adéquat 11. Développer une structure opérationnelle efficace	12. Pérenniser les sources de financement actuelles 13. Diversifier les sources de financement 14. Augmenter les revenus autonomes (sources actuelles) 15. Générer de nouvelles sources de revenus autonomes

MISSION
La mission constitue la raison d'être de l'organisation. Elle énonce brièvement le rôle de l'organisation, ses visées et la clientèle à laquelle elle s'adresse. Il s'agit d'un message simple par lequel l'organisation communique ses principales responsabilités et précise de quelle façon elle les accomplit.
Par ses services aux membres et une participation active au développement économique local, représenter de manière énergique et positive la communauté d'affaires de Sainte-Adèle afin de favoriser son expansion et son dynamisme. Notre style: dynamique, humain, organisé et professionnel.

VISION
Contrairement à la mission, qui porte sur le temps présent, la vision d'une entreprise est une projection dans le futur. Par la vision, une organisation indique un idéal à atteindre. L'énoncé de la vision doit être clair, bref, ambitieux et inspirant. La vision est portée par la volonté des dirigeants, diffusée et comprise par les individus et les équipes de son organisation, et soutenue par des actions concrètes.

ENJEUX
Les enjeux représentent ce que l'organisation, sa clientèle ou ses principaux partenaires peuvent perdre ou gagner en conséquence des choix stratégiques établis. L'identification des enjeux découle donc de l`'analyse du contexte et des facteurs susceptibles d<'influencer l'avenir de l'organisation.

ORIENTATIONS
Les orientations définissent les priorités de l'organisation et affirment les intentions qui marqueront la réalisation de sa mission au courant des prochaines années. Sa formulation doit être claire et introduite par un verbe d'action, véhiculant une idée maîtresse.

AXES D'INTERVENTION
Les axes précisent l'angle ou la dimension choisie par l'organisation pour déployer les adjectifs stratégiques qui constituent l'orientation proposée. La formulation de l'axe d'intervention commence par un nom et ne contient pas de verbe. Ils établissent une cohérence entre des activités, des moyens et des ressources disponibles et potentiels.

OBJECTIFS STRATÉGIQUES
Les objectifs précisent les engagements prioritaires de l'organisation pour la période couverte par le plan. Ils permettent notamment d'assurer que l'équipe va dans la bonne direction. Leur formulation requiert une rigueur méthodique puisqu'ils portent sur des résultats visées, à la fois précis et mesurables. Introduits par un verbe d'action, les objectifs doivent contenir les renseignements sur le résultat souhaité.