

Planification stratégique – Chambre de commerce Région d'Edmundston 2021-2024

Chambre de commerce de la région d'Edmundston

Avril 2021

Table des matières

La planification en une page	
Remerciements _____	2
Processus _____	3
Contexte _____	4
Fondements stratégiques _____	6
Vision _____	7
Mission _____	8
Valeurs _____	9
Résultats attendus _____	10
Axes stratégiques _____	11
Actions _____	12
Mise en œuvre _____	17
Conclusion _____	18

Masculin et féminin : Le masculin représente à la fois la gent masculine et féminine dans ce document.

Chambre de commerce Région d'Edmundston

Plan stratégique - 2021-2024

Vision

Contribuer activement à la prospérité économique de la région grâce à un réseau d'entrepreneurs qui innovent et collaborent entre eux et avec des partenaires.

Mission

La mission de la Chambre de commerce de la région d'Edmundston est de représenter les intérêts de nos membres, de collaborer avec les intervenants du milieu et de promouvoir le développement économique et social de notre communauté.

Valeurs

Coopération ♦ Écoute ♦ Équité ♦ Rassembleur ♦ Intégrité

Axes stratégiques

Membres	Programmes	Rayonnement	Gouvernance
----------------	-------------------	--------------------	--------------------

Stratégies

<p>a. Tenir annuellement une campagne de recrutement dynamique en mettant en valeur les services qui touchent le plus directement les membres.</p> <p>b. Établir un plan de contacts directs avec tous nos membres dans le but de connaître leurs attentes et leurs besoins.</p> <p>c. Identifier et mettre en œuvre des moyens pour que les membres deviennent des ambassadeurs de la CCE dans le milieu des affaires régionales.</p>	<p>d. Développer des rencontres sectorielles de priorisation des attentes et besoins des membres.</p> <p>e. Créer de nouvelles occasions (opportunités) plateformes d'échange entre les membres.</p> <p>f. Identifier les besoins des entreprises non-membres afin de les combler.</p> <p>g. Continuer l'actualisation des services et diffuser des informations importantes pour les affaires des membres.</p>	<p>h. Assurer le succès Promouvoir les avantages d'être membre.</p> <p>i. Améliorer et poursuivre les relations avec les instances gouvernementales et économiques du Nouveau-Brunswick.</p> <p>j. Développer une stratégie d'achat local en collaboration avec des partenaires, ciblant à la fois les consommateurs et les entreprises.</p>	<p>k. Redéfinir le rôle et la contribution des membres du Conseil d'administration.</p> <p>l. Mettre en place un processus pour inclure des non-membres du CA aux différents comités de la CCE.</p> <p>m. Actualiser la formule des frais d'adhésion à la CCE.</p>
--	---	--	--

Résultats attendus

- L'augmentation annuelle de 5 % des membres.
- L'augmentation¹ du nombre d'interactions avec les membres afin d'adapter les services aux besoins.
- L'augmentation¹ du nombre et de la variété des membres qui profitent des services et qui participent aux programmes (activités).
- L'augmentation¹ du nombre d'interventions de la Chambre démontrant son leadership dans les dossiers de développement économique.

¹ L'évaluation de l'augmentation se fera selon les données de l'année I du plan.

Remerciements

La préparation de ce plan stratégique a été rendue possible grâce à l'excellente participation des membres du comité de planification, des membres du Conseil d'administration et du personnel de la Chambre de commerce de la région d'Edmundston. Leur disponibilité et leur volonté de partager des idées et commentaires ont permis de mieux saisir les opportunités qui se présentent pour l'organisation.

Il faut également souligner la belle contribution des membres qui ont accepté de participer à la consultation en ligne durant le processus. Ces membres ont exprimé leurs opinions sur les fondements de la planification ainsi que les actions envisagées.

MERCI!

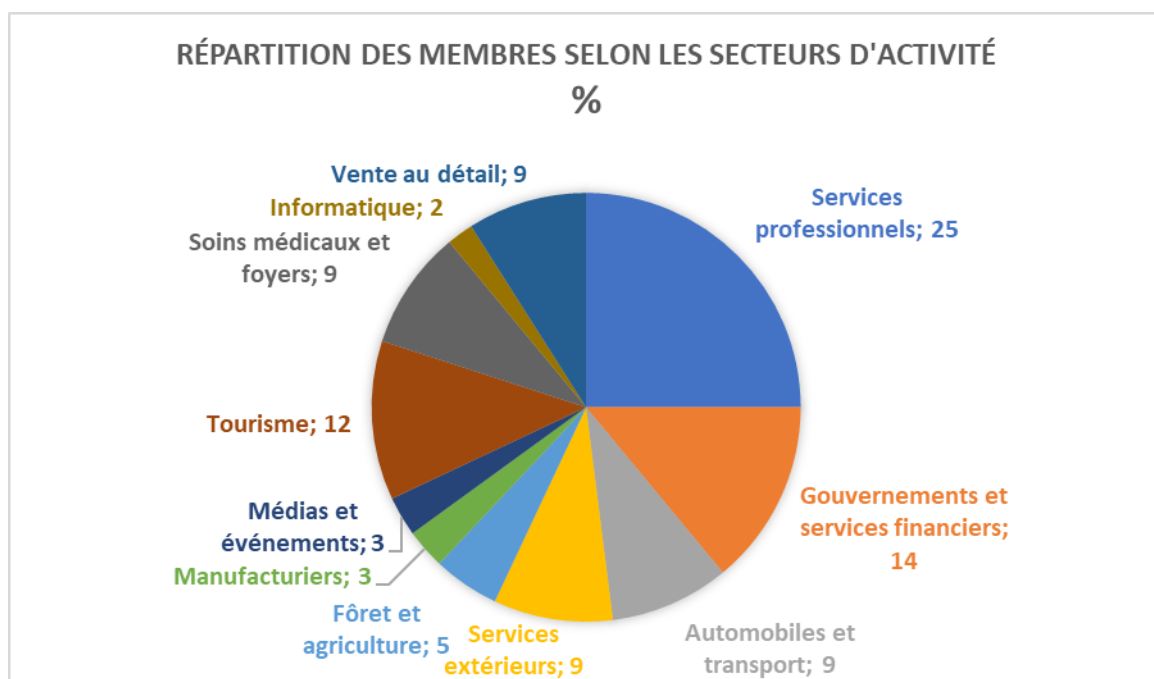
Processus

La préparation du plan stratégique s'est faite à partir d'un examen de la documentation et de trois rencontres avec les membres du comité de planification de la Chambre de commerce de la région d'Edmundston. Des conversations individuelles avec des membres du Conseil d'administration ainsi qu'une consultation en ligne (sondage) auprès de 65 membres ont permis de mieux connaître les aspirations pour le futur de l'organisation. Les actions ont été déterminées lors de rencontres avec une partie du personnel et de la gouvernance de l'organisation. Les membres du Conseil d'administration ont validé le plan lors d'une réunion régulière au printemps 2021.

Contexte

Profil

La CCE compte environ 320 membres réparties dans différents secteurs d'activité économique. Le schéma ci-dessous présente un aperçu des proportions de membres pour chacun des secteurs identifiés. Ce sont les services professionnels (25 %), les gouvernements et services financiers (14 %) et le tourisme (12 %) où l'on retrouve les plus fortes concentrations de membres. Quatre secteurs, vente au détail, soins médicaux et foyers, services extérieurs et automobiles et transport regroupent chacun 9 % des membres.



Analyse de la situation

Des membres du Conseil d'administration ont identifié les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces de l'organisme.

Forces	<ul style="list-style-type: none">• Le dynamisme et l'engagement de l'organisme.• Les membres ont des profils professionnels diversifiés.• L'organisme fait preuve de bonne gestion.• Les sources de revenus sont diversifiées.• L'innovation est présente dans les idées et les actions.
Faiblesses	<ul style="list-style-type: none">• Un manque de connaissances sur les besoins des membres.• L'importance de canaliser les efforts selon la volonté et la planification des membres.• La nécessité d'avoir une convergence entre les priorités et les actions.• La mise en œuvre d'actions à court terme en ne misant pas suffisamment sur le long terme.• S'assurer de consacrer les ressources humaines et financières selon les priorités.• Peu de formation offerte aux membres.• Le recrutement et la rétention du personnel font en sorte que le taux de roulement est important.• L'absence de stratégies précises sur l'identité de la région afin d'attirer des travailleurs.
Opportunités	<ul style="list-style-type: none">• L'innovation est une valeur commune dans la région.• L'importance d'avoir un leadership régional en matière de développement économique.• Une volonté d'entraide régionale.• Il y a davantage d'incitatifs financiers pour la relance.• Un retour des gens dans la région.• La région est de plus en plus active en matière d'immigration et de collaboration.
Menaces	<ul style="list-style-type: none">• Vieillesse de la population.• Le positionnement géographique de la région dans les provinces maritimes.• Le commerce électronique peut freiner l'achat local.• Les effets inconnus liés à la pandémie.• La représentation politique en au sein du gouvernement provincial.

Fondements stratégiques

L'ensemble du processus de la préparation du plan ainsi que le contexte présenté précédemment, et tout particulièrement l'analyse de la situation, ont permis d'identifier les fondements stratégiques de la CCE, la **vision**, la **mission**, les **valeurs**, les **résultats attendus**, les **axes**, les **stratégies** et les **actions**.

Vision

La vision de la Chambre de commerce de la région d'Edmundston :

Contribuer activement à la prospérité économique de la région grâce à un réseau d'entrepreneurs qui innovent et collaborent entre eux et avec des partenaires.

Mission

La mission de la Chambre de commerce de la région d'Edmundston est de représenter les intérêts de nos membres, de collaborer avec les intervenants du milieu et de promouvoir le développement économique et social de notre communauté.

Valeurs

Ce qui nous guide dans nos actions :

La **coopération** est privilégiée entre les entreprises, entre les membres, avec les organismes gouvernementaux et les partenaires économiques régionaux.

L'**écoute** des besoins et des attentes des membres afin de leur offrir des services appropriés.

L'**équité** est la base de l'offre des services et programmes afin de maximiser les bénéfices aux membres.

L'importance d'être **rassembleur** pour assurer une synergie avec les membres et entre les membres pour mieux relever les défis.

L'**intégrité** permet une gestion des opérations et une offre des services et programmes transparente tout en assurant une amélioration continue.

Résultats attendus

La vision, la mission et les valeurs de la Chambre de commerce de la région d'Edmundston devraient permettre l'atteinte des résultats suivants :

- L'augmentation annuelle de 5 % des membres.
- L'augmentation² du nombre d'interactions avec les membres afin d'adapter les services aux besoins.
- L'augmentation¹ du nombre et de la variété des membres qui profitent des services et qui participent aux programmes (activités).
- L'augmentation¹ du nombre d'interventions de la Chambre démontrant son leadership dans les dossiers de développement économique.

² L'évaluation de l'augmentation se fera selon les données de l'année I du plan.

Axes stratégiques

Les stratégies du plan sont regroupées en quatre axes stratégiques

- i. Membres**
- ii. Programmes**
- iii. Rayonnement**
- iv. Gouvernance**

Actions

Pour chacune des stratégies, des actions sont présentées dans le tableau des prochaines pages. Les actions sont présentées en ordre chronologique en identifiant l'échéancier, la personne (ou groupe) devant en assurer la responsabilité, tout comme sa réalisation et les coûts engendrés.

AXE		MEMBRES		
STRATÉGIE	ACTIONS	ÉCHÉANCIER	RESPONSABLE ET COÛT	
a. Tenir annuellement une campagne de recrutement dynamique en mettant en valeur les services qui touchent le plus directement les membres.	i. Créer un comité de recrutement.	Avril 2021	Conseil d'administration DFP ³	
	ii. Organiser une campagne téléphonique de renouvellement du membership.	Avril à juin Annuellement	Direction générale DFP	
	iii. Exécuter une campagne de communication mixte dans les médias traditionnels et les réseaux sociaux pour le recrutement.	Avril à juin Annuellement	Direction générale DFP	
	iv. Mettre à jour les avantages en misant sur un service ou avantage en particulier avec des témoignages (p. ex. développer un document-prospectus).	Automne 2021	Direction générale 1 000 \$	
b. Établir un plan de contacts directs avec tous nos membres dans le but de connaître leurs attentes et leurs besoins.	i. Créer une grille d'éléments à aborder (check list).	Automne 2021	Comité de recrutement DFP	
	ii. Communiquer (rencontre ou conversation téléphonique) avec une moyenne de 10 membres par semaine.	Continu	Direction générale DFP	
	iii. Analyser les attentes et les besoins exprimés et partager avec le Conseil d'administration.	Janvier Annuellement	Direction générale DFP	
c. Identifier et mettre en œuvre des moyens pour que les membres deviennent des ambassadeurs de la CCE dans le milieu des affaires régionales.	i. Identifier quatre ambassadeurs pour la CCE afin de stimuler le recrutement et la promotion.	Janvier 2022	Conseil d'administration DFP	
	ii. Diffuser des messages de membres sur les bénéfices d'être membre (outils de communication).	Avril 2022	Direction générale DFP	
	iii. Créer un programme de reconnaissance pour des ambassadeurs.	Avril 2022	Conseil d'administration DFP	
RÉSULTAT		INDICATEURS		
L'augmentation annuelle de 5 % des membres. L'augmentation du nombre d'interactions avec les membres afin d'adapter les services aux besoins.		Nombre de membres Taux de renouvellement Nouveaux membres Création des outils (actions)		

³ DFP : Dépenses de fonctionnement général. Les ressources financières sont incluses dans le budget de fonctionnement de la CCE.

AXE		PROGRAMMES		
STRATÉGIE	ACTIONS	ÉCHÉANCIER	RESPONSABLE ET COÛT	
d. Développer des rencontres sectorielles de priorisation des attentes et besoins des membres.	i. Identifier deux regroupements possibles par année et organiser deux rencontres pour chacun afin de discuter de points communs (taille des entreprises, domaine d'activités, etc.).	Février 2022	Conseil d'administration DFP	
e. Créer de nouvelles occasions (opportunités) plateformes d'échange entre les membres.	i. Organiser une activité annuelle pour nos nouveaux membres.	Juin Annuellement	Direction générale 500 \$	
	ii. Examiner les dates et heures des activités actuelles pour mieux les répartir durant l'année.	Septembre 2021	Conseil d'administration DFP	
f. Identifier les besoins des entreprises non-membres afin de les combler.	i. Consulter au moins deux non-membres par semaine.	Annuellement	Direction générale DFP	
	ii. Effectuer un sondage auprès d'une centaine de non-membres (p. ex. emploi étudiant).	Juillet 2022	Direction générale 5 000 \$	
g. Continuer l'actualisation des services et diffuser des informations importantes pour les affaires des membres.	i. Diffuser systématiquement les renseignements sur les opportunités de programmes et d'occasion d'affaires.	Continuellement	Direction générale DFP	
	ii. Examiner la faisabilité de lancer des services ou programmes adaptés à la CCE.	Septembre 2022	Direction générale DFP	
RÉSULTAT		INDICATEURS		
L'augmentation du nombre d'interactions avec les membres afin d'adapter les services aux besoins.		Nombre de membres et non-membres consultés		
L'augmentation du nombre et de la variété des membres qui profitent des services et qui participent aux programmes (activités).		Renseignements diffusés		

AXE		RAYONNEMENT		
STRATÉGIE	ACTIONS	ÉCHÉANCIER	RESPONSABLE ET COÛT	
h. Promouvoir les avantages d'être membre.	i. Regrouper les avantages des membres en catégories (p. ex. or, argent, bronze) pour les diffuser proportionnellement dans nos moyens de communication.	Septembre 2022	Direction générale DFP	
	i. Améliorer et poursuivre les relations avec les instances gouvernementales et économiques du Nouveau-Brunswick.			
i. Améliorer et poursuivre les relations avec les instances gouvernementales et économiques du Nouveau-Brunswick.	i. Organiser une mission à Fredericton pour rencontrer des élus et des fonctionnaires.	Automne Annuellement	Conseil d'administration DFP	
	ii. Coordonner deux rencontres des élus provinciaux et fédéral sur le territoire.	Automne Annuellement	Conseil d'administration DFP	
	iii. Organiser au moins trois rencontres avec des fonctionnaires régionaux en développement économique.	Annuellement	Direction générale DFP	
	iv. Présenter un bilan annuel de la CCE durant une réunion publique du conseil municipal.	Annuellement	Conseil d'administration DFP	
j. Développer une stratégie d'achat local en collaboration avec des partenaires, ciblant à la fois les consommateurs et les entreprises.	i. Créer un comité sur la stratégie d'achat local.	Décembre 2021	Conseil d'administration DFP	
	ii. Organiser un Sommet de l'achat local avec les membres et des partenaires économiques.	Octobre 2023	Direction générale 10 000 \$	
	iii. Assurer un suivi du Sommet.	Janvier 2024	Direction générale DFP	
RÉSULTAT		INDICATEURS		
L'augmentation annuelle de 5 % des membres. L'augmentation du nombre d'interventions de la Chambre démontrant son leadership dans les dossiers de développement économique.		Regroupement des avantages Nombre de personnes rencontrées Nombre de participants au Sommet Actions du Sommet		

AXE		GOUVERNANCE		
STRATÉGIE	ACTIONS	ÉCHÉANCIER	RESPONSABLE ET COÛT	
k. Redéfinir le rôle et la contribution des membres du Conseil d'administration.	i. Réviser les statuts et règlements.	Avril 2022	Conseil d'administration DFP	
	ii. Réviser les procédures de gouvernance.	Septembre 2022	Conseil d'administration DFP	
	iii. Implanter et utiliser une ligne de communication entre les membres du CA, le personnel et les bénévoles.	Janvier 2023	Conseil d'administration DFP	
	iv. Établir un plan de reconnaissance des membres du CA et des bénévoles.	Janvier 2024	Conseil d'administration DFP	
l. Mettre en place un processus pour inclure des non-membres du CA aux différents comités de la CCE.	i. Appel aux membres intéressés.	Automne Annuellement	Conseil d'administration DFP	
	ii. S'assurer d'avoir au moins 25 % des comités.	Continuellement	Conseil d'administration DFP	
m. Actualiser la formule des frais d'adhésion à la CCE.	i. Analyser des formules d'adhésion des autres Chambres de commerce.	Janvier 2023	Conseil d'administration DFP	
	ii. Examiner la faisabilité d'une adhésion à des services variables.	Janvier 2024	Conseil d'administration DFP	
RÉSULTAT		INDICATEURS		
L'augmentation annuelle de 5 % des membres.		Nouveaux outils (actions)		
L'augmentation du nombre d'interactions avec les membres afin d'adapter les services aux besoins.		Nombre de membres au sein des comités (autre que le Conseil d'administration)		

Mise en œuvre

La mise en œuvre du plan stratégique doit faire l'objet d'une grande attention de la part des membres du Conseil d'administration. Ceux-ci doivent fournir les ressources nécessaires aux employés et aux bénévoles dans le but de définir concrètement les actions du plan et les ressources nécessaires.

Le plan stratégique devrait être à l'ordre du jour de chacune des réunions du Conseil d'administration avec des items précis (et d'actualités en fonction du moment de l'année et de l'évolution des dossiers).

De plus, une révision annuelle de l'ensemble du plan doit être partagée et discutée lors d'une session de travail du Conseil d'administration.

La révision annuelle permettra également d'évaluer le niveau de succès de chacune des actions qui auront été entreprises ou complétées.

Conclusion

Un plan stratégique est un bon moyen d'assurer le développement coordonné d'une organisation telle que la CCE. Il est important que le Conseil d'administration examine à chacune de ses réunions la réalisation du plan tout en fournissant les ressources nécessaires.

Les fondements d'un plan stratégique doivent être solidement implantés dans la culture de l'organisation. La flexibilité d'un plan stratégique se situe surtout au niveau des actions qui peuvent être modifiées et ajustées selon les réalités du moment.

Avril 2021