

Tableau résumé du plan stratégique L'écho de la Nation

Outil de gestion - ANALYSE DE LA SITUATION / Planification stratégique - (2009-2011)			
ÉTAT DE LA SITUATION -			
SITUATION ACTUELLE - (Brève appréciation des progrès accomplis depuis les cinq dernières années - les réalisations majeures)		SITUATION DÉSIRÉE - (Brève exposition de la situation souhaitée d'ici trois ans)	
<ul style="list-style-type: none"> - présente le seul spectacle du genre au Canada qui célèbre la francophonie d'ici et d'ailleurs ; - mobilise toute une communauté en récoltant plus de 50 000 heures de bénévolat par année ; - attire 105 000 spectateurs au cours des cinq dernières années répartis selon une pente croissante de spectateurs provenant du tourisme ; - louangé par les critiques d'ici et d'ailleurs ; - constitue un outil de développement économique puissant générant près de 750 000 \$ d'achats directs et de contrats investis dans la communauté, sans compter les retombées économiques indirectes engendrées par les visiteurs ; - offre une programmation scolaire et communautaire d'envergure provinciale qui a connu beaucoup de succès et d'impact sur la construction identitaire ; - provoque le développement d'une culture du tourisme dans Prescott et Russell ; - constitue un actif communautaire multidimensionnel important pour Prescott et Russell et la province. 		<ul style="list-style-type: none"> - offrir un produit touristique attrayant, renouvelé et compétitif tout en maintenant le caractère artistique, culturel, patrimonial et éducatif de la programmation ; - maintenir les liens de confiance avec les partenaires publics et privés ; - terminer les opérations annuelles avec un déficit 0 ; - développer une capacité d'attraction pour faire en sorte que le nombre de spectateurs augmente de façon à assurer la rentabilité de l'entreprise ; - diffuser l'image dynamique de L'écho d'un peuple et faire la preuve d'une réussite inspirante pour toutes les communautés de l'Ontario et du Canada. 	
CONTEXTE (Les éléments de l'environnement externe ayant ou pouvant avoir un impact significatif sur le projet)		CAPACITÉS ORGANISATIONNELLES (Les facteurs internes susceptibles d'affecter positivement ou négativement sa capacité de faire face aux opportunités et menaces de l'environnement - Tableau des forces et des capacités à développer)	
Opportunités	Menaces	Forces	Vulnérabilités
<ul style="list-style-type: none"> ▪ reconnaissance claire du milieu du patrimoine franco-ontarien ; ▪ reconnaissance et appui du milieu éducatif ; ▪ 400^e anniversaire de la présence francophone en Ontario ; ▪ développement touristique de Prescott et Russell ; ▪ ouverture du parc aquatique Calypso ; ▪ attrait du milieu rural et champêtre pour le marché touristique ; ▪ proximité de la 417 empruntée chaque été par un nombre important de touristes. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ conjonctures économiques difficiles ; ▪ menace de la flambée des prix de l'essence ; ▪ soubresauts météorologiques ; ▪ déficience d'infrastructures touristiques (p.ex., logements, transport, etc.) ; ▪ certaines résistances liées à la distance du site par rapport aux grands centres urbains ; ▪ certaines perceptions négatives liées aux défis financiers encourus dans le passé ; ▪ exigences des subventions peu appropriées à la nature de la production du méga spectacle ; ▪ appui politique mitigé. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conseil d'administration composé de représentantes et représentants des différentes régions de Prescott et Russell et des différents secteurs d'activité ; ▪ Comité consultatif communautaire qui assure les liens accrus avec les réseaux et régions de la province ; ▪ capacité de gestion basée sur 5 années d'expérience documentée ; ▪ armée de bénévoles expérimentés, motivés et engagés ; ▪ effectifs de grandes valeurs (p. ex., infrastructures, costumes, trame sonore, etc.) ; ▪ site champêtre (à proximité de la rivière Nation et de la forêt Larose) attrayant pour le tourisme urbain. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ capacité financière d'embauche du personnel pour assurer les opérations ; ▪ capacité d'assurer le financement de base pour produire, promouvoir et présenter le méga spectacle ; ▪ capacité de contrôler la diffusion de l'image dynamique de L'écho d'un peuple ; ▪ impuissance devant les intempéries ; ▪ capacité à mobiliser les différents paliers de gouvernement.
ENJEUX (Ils sont externes à l'entreprise et découlent de l'analyse des tendances de l'environnement. Ils représentent les gains ou les avantages potentiels que L'écho de la Nation peut tirer des opportunités que présentent certaines situations ainsi que les risques potentiels qu'il peut subir des menaces de son environnement)		DÉFIS (Ils sont internes. Ils découlent de l'analyse des capacités organisationnelles à répondre aux enjeux présents dans l'environnement. Ils représentent un écart entre la situation actuelle et la situation désirée ou souhaitable)	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ obtenir la reconnaissance de L'écho d'un peuple comme musée vivant jouant le même rôle que les autres sites d'animation historique en Ontario et au Canada ; ▪ exploiter le potentiel de L'écho d'un peuple dans le cadre des célébrations du 400^e anniversaire de la présence francophone en Ontario ; ▪ exploiter le potentiel de L'écho d'un peuple comme moteur économique et touristique de la région de Prescott et Russell et de l'Ontario ; ▪ attirer le plus de spectateurs malgré les conjonctures économiques difficiles ; ▪ offrir aux spectateurs une expérience unique à tous points de vue. 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ offrir et promouvoir un produit de qualité supérieure défiant la concurrence du marché de l'industrie touristique canadienne ; ▪ répondre aux besoins variés des spectateurs tout en préservant l'originalité et l'ampleur du produit et son caractère artistique, culturel, patrimonial et éducatif ; ▪ obtenir le financement adéquat pour maintenir la qualité du produit et de sa promotion ; ▪ rétablir la confiance de certains partenaires du domaine public et privé ; ▪ propager l'image médiatique du dynamisme de L'écho d'un peuple ; ▪ attirer le plus grand nombre de spectateurs de partout. 	

Tableau résumé du plan stratégique L'écho de la Nation

MISSION Énoncé formulant la raison d'être ou la fonction.	Stimuler la fierté culturelle des francophones de l'Ontario en mettant en lumière la richesse de leur langue, de leur histoire, de leurs réalisations et de leurs aspirations par la production d'événements uniques à caractère artistique, culturel, patrimonial, éducatif et touristique qui mettent à profit les forces vives des membres de la communauté de Prescott et Russell et des environs et ainsi qu'ils deviennent une source d'inspiration pour toutes les communautés francophones de l'Ontario, du Canada et du monde.				
VISION Elle indique la poursuite d'un idéal à atteindre, une direction à prendre.	Produire et présenter annuellement le méga spectacle L'écho d'un peuple dans Prescott et Russell ainsi que des activités complémentaires partout en province et ailleurs au Canada en visant : <ul style="list-style-type: none"> • la valorisation et le développement du talent des membres de la communauté dans le domaine des arts de la scène, des métiers, de la gestion, etc.; • le développement économique et touristique de la région de Prescott et Russell et de l'Ontario; • une connaissance accrue et l'animation de la culture des francophones de l'Ontario et du Canada; • le raffermissement des liens intergénérationnels, interculturels et interrégionaux par la promotion de valeurs partagées; • la promotion du français comme "langue de pouvoir". 				
VALEURS Principes idéaux auxquels se réfèrent les membres d'une collectivité pour fonder leur jugement, pour diriger leur conduite.	L'esprit communautaire <ul style="list-style-type: none"> • cet esprit se traduit par un sentiment général d'appartenance à la communauté (par communauté il faut comprendre la famille des artisans de L'écho d'un peuple, la communauté de Prescott et Russell, la communauté francophone de l'Ontario, du Canada et du monde) et ; • une attitude d'entraide et de respect envers tous les membres de cette communauté. 	L'engagement et le bénévolat <ul style="list-style-type: none"> • l'engagement se traduit par une manifestation de la fierté pour la culture francophone, et ; • le bénévolat se manifeste par une volonté ferme et désintéressée de participer à la réalisation de la mission et de la vision de L'écho de la Nation. 	La francophonie <ul style="list-style-type: none"> • cette valeur se traduit par la volonté ferme de vivre une expérience unique complètement en français en utilisant la langue française comme outil : <ul style="list-style-type: none"> ❖ de communication, ❖ de découverte et ❖ de célébration. 	La responsabilité <ul style="list-style-type: none"> • chacun et chacune assume les responsabilités qui incombent à son rôle dans la réalisation de la mission et l'atteinte de la vision de L'écho de la Nation ainsi que dans ; • la volonté de protéger l'écologie des lieux de production dans une perspective de développement durable. 	La saine gouvernance cette saine gouvernance se traduit par : <ul style="list-style-type: none"> • une gestion qui valorise la transparence, c'est-à-dire : <ol style="list-style-type: none"> 1. qui rend compte à tous les intervenants et aux communautés; 2. qui rapporte les faits tels qu'ils sont; 3. qui s'appuie sur des données fiables et à jour; • une gestion qui se donne des politiques de fonctionnement claires qui s'harmonisent avec la mission, la vision et les valeurs organisationnelles; • une gestion axée sur une planification à court et à long terme et sur des résultats observables et mesurables.

Tableau résumé du plan stratégique L'écho de la Nation

<p>ORIENTATIONS Elles indiquent la direction des efforts. Elles découlent des défis à relever.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Offrir une programmation attrayante 	<ul style="list-style-type: none"> Offrir un service de haut niveau à la clientèle 	<ul style="list-style-type: none"> Contribuer au développement économique et touristique de Prescott et Russell et de l'Ontario 	<ul style="list-style-type: none"> Adopter des principes de gestion financière sans risque Établir des partenariats solides et permanents 	<ul style="list-style-type: none"> Propager l'image du dynamisme de L'écho d'un peuple Développer une stratégie de marketing efficace
<p>AXES D'INTERVENTION Ils précisent les orientations en situant le domaine ou le secteur prioritaire d'intervention afin de parvenir à l'atteinte des objectifs.</p>	<p style="text-align: center;">ART ET CULTURE</p> <ul style="list-style-type: none"> Le spectacle L'écho d'un peuple L'animation avant le spectacle La programmation scolaire et communautaire toute l'année durant 	<p style="text-align: center;">SERVICE À LA CLIENTÈLE</p> <ul style="list-style-type: none"> Rapport qualité-prix Transport et hébergement Confort des infrastructures Billetterie Langue (p. ex., audio-guide, service de billetterie, etc.) Horaire des activités Communication avec la clientèle et suivis Accueil 	<p style="text-align: center;">TOURISME ET ÉCONOMIE</p> <ul style="list-style-type: none"> Collaboration avec les partenaires touristiques Politique d'achats et de services locaux Cueillette de données sur le tourisme et l'économie 	<p style="text-align: center;">GOUVERNANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> Gestion financière Partenariats publics et privés Demandes de subventions Recrutement et valorisation des bénévoles 	<p style="text-align: center;">COMMUNICATIONS</p> <ul style="list-style-type: none"> Couverture médiatique Marketing continu Branding (image de marque contrôlée) Publicité Promotion Relations publiques Relation avec les médias
<p>RÉSULTATS Ils découlent des orientations et des axes d'intervention. Ils sont formulés en termes de résultats précis à atteindre (mesurables et observables) avec une échéance identifiée.</p>	<p>Résultat n° 1 : Le niveau de satisfaction des spectateurs par rapport à la programmation a augmenté graduellement passant de _% en 2008 à _% en 2011.</p> <p>Outil de mesure : Sondage</p>	<p>Résultat n° 2 : Le niveau de satisfaction des spectateurs par rapport aux services a augmenté graduellement passant de _% en 2008 à _% en 2011.</p> <p>Outil de mesure : Sondage</p>	<p>Résultat n° 3a : Le nombre de spectateurs provenant de l'industrie du tourisme a augmenté graduellement passant de _% en 2008 à _% en 2011.</p> <p>Résultat # 3b : Les retombées économiques de L'écho d'un peuple sur tout le territoire de Prescott et Russell sont évaluées et communiquées.</p> <p>Outil de mesure : Sondage</p>	<p>Résultat n° 4 : L'écho de la Nation termine ses opérations annuelles avec un déficit 0.</p> <p>Outil de mesure : États financiers vérifiés</p>	<p>Résultat n° 5 : Les articles ou reportages sur L'écho d'un peuple sont majoritairement à teneur positive.</p> <p>Outil de mesure : Revue des médias</p>
<p>PLANS D'ACTION Ils énoncent les moyens mis en œuvre pour atteindre les résultats.</p>	<p style="text-align: center;">Plan d'action de la programmation</p>	<p style="text-align: center;">Plan d'affaires</p>		<p style="text-align: center;">Plan financier</p>	<p style="text-align: center;">Plan de communication</p>
<p>RESPONSABILITÉS</p>	<ul style="list-style-type: none"> Conseil d'administration Directeur artistique 	<ul style="list-style-type: none"> Conseil d'administration Directeur général 	<ul style="list-style-type: none"> Conseil d'administration Trésorier (L'écho de la Nation) Directeur général 	<ul style="list-style-type: none"> Conseil d'administration Directeur général Responsable des communications et du marketing 	