

# Chambre de commerce de Mont-Laurier

## Planification stratégique 2021-2024

### Version finale



#### Mission

Favoriser le dynamisme et l'expansion de la communauté d'affaires de la MRC d'Antoine-Labelle en la représentant activement et en offrant des services d'accompagnement et de réseautage à ses membres.

#### Vision

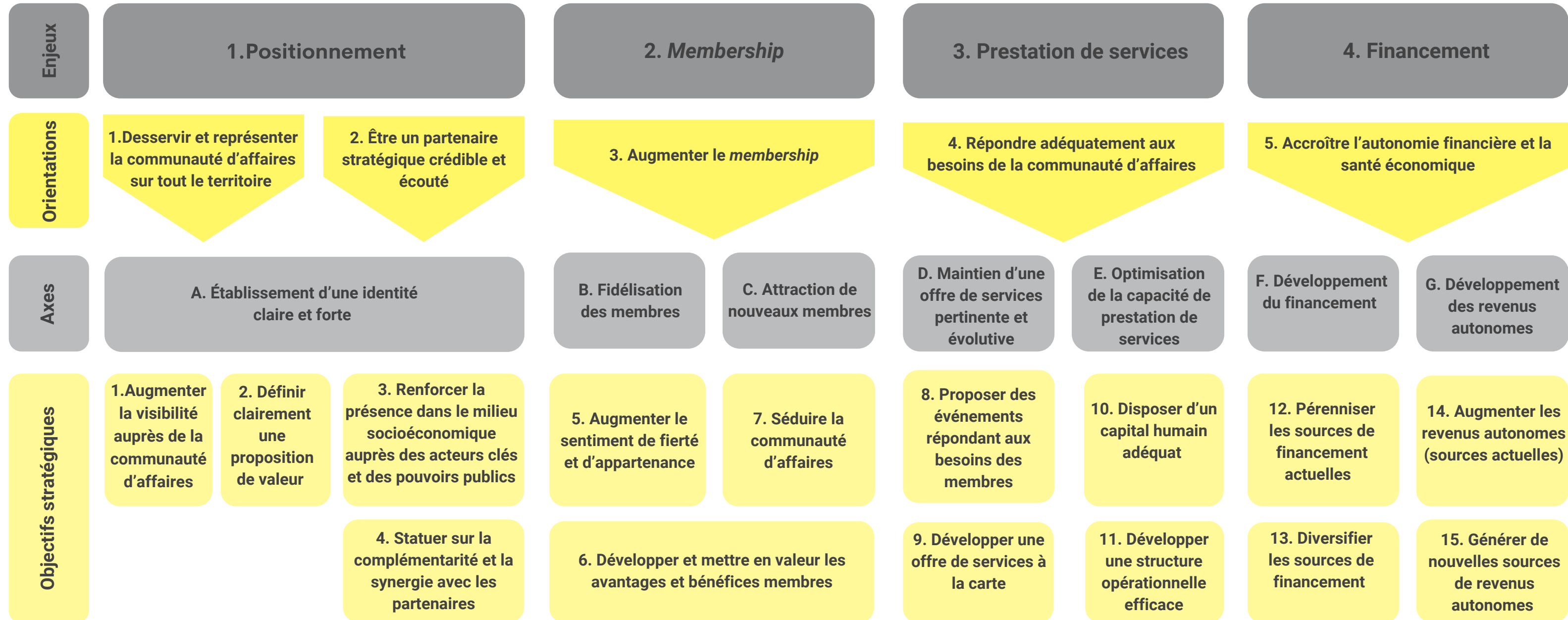
Être le leader qui rassemble, mobilise et influence la communauté d'affaires en agissant comme un allié incontournable dans le développement socioéconomique de la MRC d'Antoine-Labelle.

#### Valeurs

Empathie      Enthousiasme  
Crédibilité      Créativité  
Engagement      Inclusion

#### Contexte

Dotée d'une offre de services de qualité, la Chambre de commerce de Mont-Laurier (la CCML) se distingue par ses activités de réseautage, les formations offertes aux entrepreneurs, le succès des événements organisés et la fidélité de ses membres. Cependant, le recrutement de nouveaux membres et la représentativité de la communauté d'affaires de l'ensemble du territoire hors Mont-Laurier demeurent faibles. La CCML reconnaît qu'avec une structure organisationnelle et opérationnelle améliorée et des objectifs bien ciblés, le positionnement flou, le *membership* stagnant et le financement précaire et peu diversifié pourront être améliorés. D'ailleurs, la CCML 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 ME. Soutenue par des processus de gestion rigoureux, la santé financière de la CCML 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 la MRC d'Antoine-Labelle.



## **MISSION**

La mission constitue la raison d'être de l'organisation. Elle énonce succinctement 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.

Énoncé actuel de la mission : Par des services aux membres innovants et une participation active au développement économique local, représenter de manière énergique et positive la communauté d'affaires de la région des Hautes-Laurentides afin de favoriser son expansion et son dynamisme.

## **VISION**

Par la vision, une organisation indique un idéal à atteindre. L'énoncé de la vision doit être clair, bref, positif, 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 cours 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 objectifs stratégiques qui sous-tendent l'orientation proposée. La formulation de l'axe d'intervention commence par un nom et ne contient pas de verbe.

## **OBJECTIFS STRATÉGIQUES**

Les objectifs précisent les engagements prioritaires de l'organisation pour la période couverte par le plan. Leur formulation requiert une rigueur méthodologique puisqu'ils portent sur des résultats visés, à la fois précis et mesurables. Introduits par un verbe d'action, les objectifs doivent contenir les renseignements sur le résultat souhaité.