



COMPTE-RENDU

ATELIER STATIONS NAUTIQUES
Assemblée Générale Annuelle de l'AMQ
Le mardi 13 avril 2010
Hôtel Sandman
Longueuil (Qc)



Durée : 12h45-14h05

Présences : Guylain Noël (Formation 4 temps et SN Québec-Lévis) ; Claire Roberge et Guy Laroche (Projet Baltazar) Jean-Sébastien Roy (Voie maritime du St-Laurent, SN Lac St-François et SN Rive-Sud); Doris Robert (Marina St-Tropez et SN Île-aux-Noix / Lac Champlain); Jacques Tessier (Marina-Gosselin et SN Île-aux-Noix / Lac Champlain); Raymond St-Louis (Yacht Club Pointe-aux-Anglais et SN Lac Deux-Montagnes); Nathalie Matthon (Fédération de Voile du Québec); Paul Bellemare (SN Rimouski-Mitis); Henri René de Cotret (consultant en communication pour l'AMQ); Béatrice Launay et Evelyne Dubois (AMQ).

Orientation : Améliorer l'opérationnalisation et l'efficacité des stations nautiques et entre les stations

QUATRE STRATÉGIES :

1. Compléter le cadre légal Québec Stations Nautiques (QSN) : Une charte prêt-à-porter

Au sein du programme QSN, miser sur la cohésion et la création d'un cadre commun et uniforme qui permettrait d'unifier l'image Québec Stations Nautiques. Il est indispensable que l'AMQ reste le fil conducteur du programme .

- ◆ Règlements généraux : structure de base commune à toutes les stations nautiques, simple et claire pour une vision à plus long terme.
- ◆ Charte (ou code de procédure avec des lignes de conduites directives) pour l'application des règles administratives et pour les règles fondamentales d'engagement qualité du programme (visuel, utilisation des logos, finance, etc). Les règles d'engagement qualité doivent faciliter l'interaction demande et offre, par exemple usagers et intervenants nautiques. Développer la cohésion entre ce qui est offert, les besoins et les attentes des usagers ex : des plaisanciers/infrastructures ou services offerts.

Les indispensables pour le programme Québec Stations Nautiques :

- ◆ Règlements Généraux doivent être simples et clairs.
- ◆ Représenter un engagement de qualité des services
- ◆ Miser sur une représentation large de la station nautique notamment par une catégorisation des membres des différents secteurs possibles (publics et privés) mais aussi des secteurs géographiques.
- ◆ Minimiser le travail en permettant une stabilité de la structure administrative par exemple en proposant un membership de 2 ou 3 ans plutôt qu'un an seulement.

2. Organiser l'offre de services et les services offerts (forfaits)

- ◆ Synergiser l'offre est la raison d'être première des stations nautiques. Facilitateur promotionnel de l'offre nautique québécoise
- ◆ Augmenter la participation des stations nautiques afin de faire ressortir les idées émergentes.
- ◆ Rehausser l'offre nautique
- ◆ Créer une alliance plus forte avec les Offices du tourisme et les ATR notamment par le partage d'informations et l'utilisation d'outils communs (ex : guide nautique spécifique au guide touristique ou s'insérant dans un guide touristique). Miser sur un travail intégré.

3. Élaborer le plan de communication

L'information, la communication, la diffusion d'informations notamment lors de la présence des stations à des salons, forums, évènements divers sont très importants afin d'assurer la pérennité des différentes stations nautiques et une promotion continue et constante. Il est fondamental de miser sur l'unicité du concept, de faire circuler « l'image de marque » QSN avec le logo et de mettre en place des moyens pour promouvoir le sentiment d'appartenance à une station nautique et à l'ensemble du programme, au réseau des stations nautiques.

Uniformité de l'image :

L'idée de base au plan de communication doit comprendre les éléments suivants :

- ◆ le logo unique Québec Stations Nautiques
- ◆ un slogan court, choc et rassembleur
- ◆ une offre de services importante
- ◆ la notion de plaisir, de famille, bref, de l'émotion lié au nautisme et faire le lien terre/eau
- ◆ Identification claire et cristallisation de la notion de SN (ex. une station nautique n'est pas une station d'essence, etc.)
- ◆ une standardisation de l'image des SN afin que celles-ci puissent être reconnaissables d'une à l'autre

Site Web :

Le site Web est un moyen de se présenter et de bien se définir donc chaque station nautique devrait avoir sa propre page (avec un lien présent sur site AMQ) tout en ayant un visuel commun et uniforme avec la page commune aux stations nautiques. La standardisation visuelle (web et documentation) du programme QSN est un incontournable.

Sites sociaux :

L'utilisation des sites sociaux tel Facebook est mise de l'avant. L'utilisation de ce site faciliterait la mise en évidence de l'offre mais stimulerait également le réseautage des stations nautiques entre elles.

Toutefois, il est important d'envisager un suivi continu et de qualité tout en s'assurant du contrôle qualité des informations qui y sont échangées.

Slogan :

Proposition : Les participants de l'atelier sont invités à réfléchir à un slogan et mettre leurs idées sur papier. En temps voulu, ces idées pourraient être communiquées à l'AMQ et aux différents comités des stations nautiques.

4. Améliorer la visibilité des stations nautiques lors du salon du bateau

Plusieurs propositions ont été mises de l'avant :

- ◆ Créer un comité « brainstorm » au sein d'une station afin d'organiser la présence de la station au salon
- ◆ Préserver un pavillon alloué aux SN mais réorganiser les kiosques SN selon le positionnement géographique des SN (ex. de l'Est à l'Ouest) et là encore miser sur une standardisation entre les kiosques stations nautiques pour créer un effet d'unicité.
- ◆ Les kiosques situés les uns à côté des autres (plutôt que les uns en face des autres). Avoir une place unique aux stations nautiques sans marinas ou autres.
- ◆ Uniformité du visuel des stations, visuel au plancher, être plus stratégique au niveau visuel.
- ◆ Meilleure mise en évidence des panneaux (plus grands)
- ◆ Sur le mur derrière les kiosques SN pourrait se trouver une carte géographique; derrière chacun des kiosques se trouverait le plan d'eau spécifique propre à chaque station. Ceci aurait l'avantage de standardiser le visuel et de donner une image claire et cohérente des différentes stations.
- ◆ Avoir un plan d'eau de 30 pieds
- ◆ Mobilier des kiosques parfois inadéquat, comptoir trop petit.
- ◆ Avoir un écran plat pour toutes les stations plus grand.

Clôture de la rencontre