

Plan de sensibilisation

Clientèles cibles

- Hôtelières
- Résidants
- Partenaires
- Médias

Axe de communication

Afin de créer un équilibre respectueux entre la fonction résidentielle et touristique, il sied de faire de la sensibilisation et d'éviter la répression. Il faut d'abord informer les citoyens, résidants et hôteliers de cette situation. Nous commencerons donc par transmettre de **l'information**. Nous croyons que plus les gens seront informés, plus ils seront sensibles à cet aspect de la vie de quartier. Évidemment, cette action doit se faire en parallèle aux autres actions de la « Stratégie de développement et de gestion des établissements hôteliers du Vieux-Québec », afin que les résultats souhaitables soient visibles.

Stratégies

Afin d'atteindre nos objectifs, nous mettrons à profit des stratégies de **communication de masse**, pour attirer l'attention, et des stratégies de **communication personnalisées**. Avec les communications de masse, nous pourrions rejoindre un grand nombre de personnes et les sensibiliser à notre message. On doit les informer afin de provoquer un changement de comportement.

Les stratégies de communication personnalisées pourront s'adapter à un public, à un moment précis. Ainsi, nous pourrions inclure dans nos stratégies des collaborateurs qui se feront porte-parole et transmettront notre message. La communication auprès de petits groupes jouera sans doute un rôle important dans notre campagne.

Voici différents collaborateurs déjà identifiés :

- Comité des citoyens du Vieux-Québec
- Conseil de quartier du Vieux-Québec
- Associations des gens d'affaires (de la rue Saint-Jean, de Place Royale/Vieux-Port et du Petit-Champlain)

- Associations des propriétaires de condominiums
- Chambre de commerce de Québec
- Associations des hôteliers de la région de Québec
- Chambre des notaires
- Association des agents immobiliers

Le plan d'action du plan de sensibilisation comporte plusieurs rappels, afin que le message soit bien compris par toutes les clientèles cibles. Un budget de 30 000 \$ provenant du plan directeur peut être disponible afin de produire certains documents et de défrayer les coûts des envois, par exemple.

Plan d'action

Public cible	Actions	Moyens	But	Échéancier	Responsable
Hôteliers	Production de support d'information. Distribution à tous les hôteliers du quartier.	Lettre / dépliant	Informé sur la réglementation en vigueur et les impacts de l'hôtellerie illégale.	Mai 2008 Août 2008 Décembre 2008	
Résidents	Production de support d'information. Distribution à tous les résidents du quartier.	Différentes publications (Bulletin municipal, Carrefour municipal, etc.), lettre / dépliant	Informé sur la réglementation en vigueur et les impacts de l'hôtellerie illégale.	Mai 2008 Août 2008 Décembre 2008	
Public cible	Actions	Moyens	But	Échéancier	Responsable
Partenaires	Rencontre d'information.	Powerpoint et document d'appui.	En faire les porte-parole de notre message auprès de leurs réseaux.	Mai 2008	
Médias (journaux, télévision)	Transmettre de l'information sur nos actions.	Communiqué de presse	En faire les porte-parole de notre message auprès de la population en général.	Mai 2008	

Touristes	Transmettre de l'information sur l'hôtellerie illégale et ses impacts.	Icône sur différents sites Internet (Ville/Office du tourisme, etc.) menant à une capsule d'information	Informers les touristes.	Mai 2008	