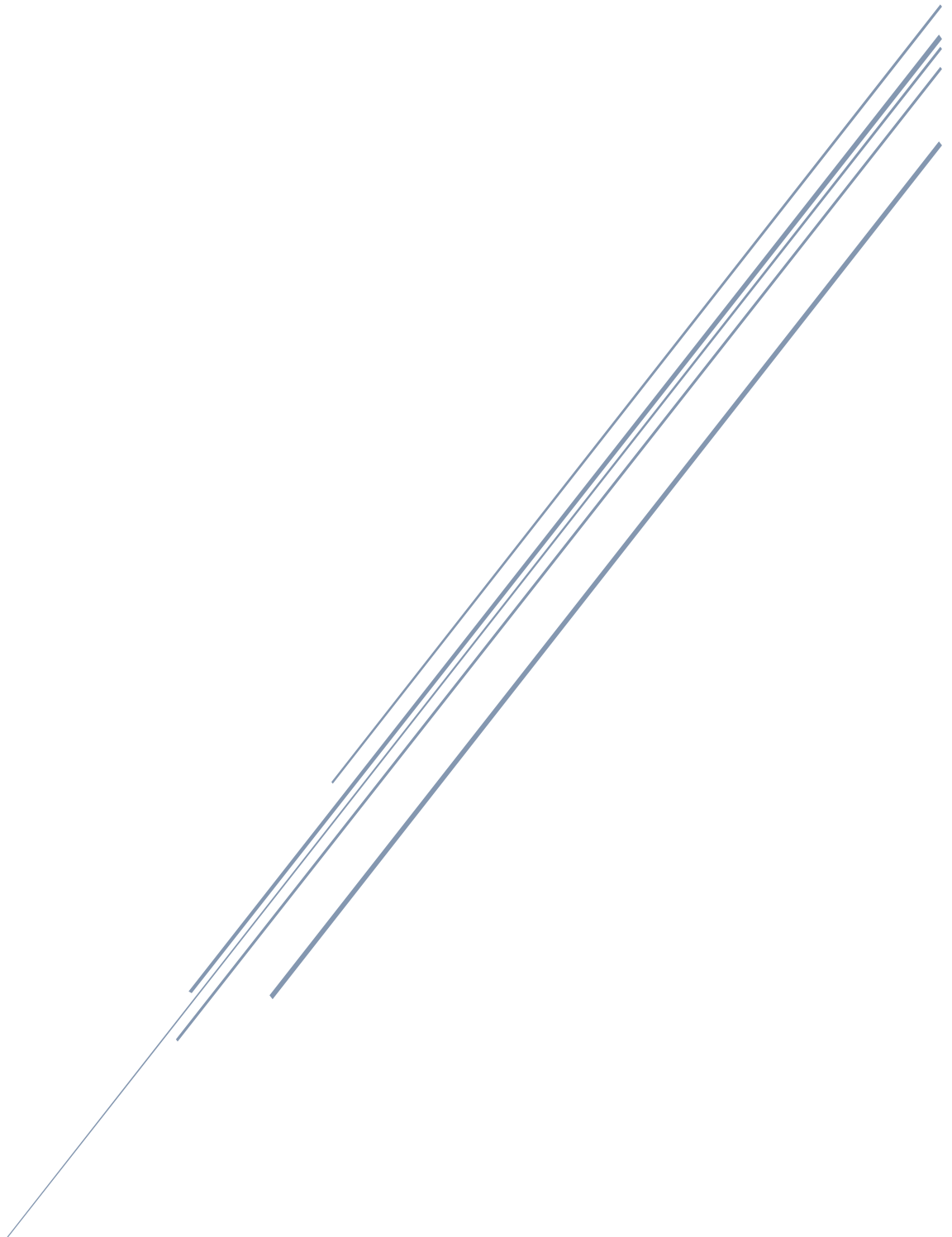


PLAN RÉGIONAL D'ATTRACTIVITÉ

2017-2020



MRC de La Matapédia
L'attractivité, une priorité que je partage

Plan régional d'attractivité de La Matapédia 2017-2020

MISE EN CONTEXTE

On dit d'une personne attractive qu'elle plaît, séduit, attire par son charme. Ces qualifications peuvent aussi bien s'appliquer à l'ensemble d'un territoire. Un territoire attractif qui désire accueillir de nouveaux résidents, de nouvelles entreprises ou des touristes, déroulera le tapis rouge, fera valoir ses avantages et saura mettre en lumière ses atouts aux yeux de ses courtisés. On remarque que les régions qui empruntent la voie de l'attractivité semblent démontrer une force particulière, un dynamisme rayonnant qui, forcément, fait pâlir les territoires voisins, qui sont aussi leurs concurrents. Il n'y a cependant pas seulement auprès de nouveaux arrivants que l'attractivité doit se faire sentir, mais à l'ensemble de la population qui peuple le territoire, qui l'occupe, qui y étudie, qui y travaille, bref qui y vit. Le concept de l'attractivité doit aussi faire référence aux actions que l'on pose collectivement, pour s'assurer de la rétention de notre population. Que ce soit les jeunes, les familles ou les aînés, tous les segments de population devraient se sentir concernés par l'avenir de leur territoire. Chacun devrait aussi être habité par les sentiments de fierté et d'appartenance à son milieu, pourvu que le milieu ait une identité forte et attractive.

La MRC de La Matapédia connaît, comme bien d'autres MRC rurales du Québec, une situation démographique précaire combinée au vieillissement de sa population. Elle connaît, de surcroît, la plus forte décroissance au Bas-Saint-Laurent. De plus, quoique le phénomène tende à se résorber depuis quelques années, la majorité de ses jeunes migrent vers les grands centres urbains.

On peut lire, au *Bulletin statistique régional, Édition 2016* produit par l'Institut de la statistique du Québec, que :

La région du Bas-Saint-Laurent continue de voir sa population décliner. Entre 2011 et 2015, ses effectifs se sont réduits à un rythme annuel moyen de -2,0 pour mille, selon les données provisoires. Ces pertes sont plus importantes qu'au cours de la période 2006-2011 (-0,4 pour mille), sans toutefois atteindre le niveau du début des années 2000 (-2,7 pour mille).

*Selon les données provisoires, sur les huit MRC que compte la région, seule Rimouski-Neigette connaît une croissance démographique positive entre 2011 et 2015, avec un taux annuel moyen de 7,1 pour mille. Ce rythme est comparable à celui de la période précédente et contraste avec la faible croissance de la période 2001-2006, alors que son taux était en moyenne de 0,9 pour mille annuellement. À Rivière-du-Loup (-1,0 pour mille), la population s'est légèrement réduite entre 2011 et 2015. Cette MRC avait plutôt enregistré une croissance positive variant entre 6 et 7 pour mille au cours des deux périodes précédentes. Dans les six autres MRC de la région, le déclin se poursuit. **Les Basques et La Matapédia affichent des pertes parmi les plus prononcées du Québec à l'échelle des MRC entre 2011 et 2015, avec une diminution annuelle moyenne de -9,9 pour mille et -8,7 pour mille respectivement. Les pertes sont un peu plus modérées dans les autres MRC où la décroissance varie entre -5 et -8 pour mille.***

Soucieuse de contrer ces phénomènes, la MRC de La Matapédia s'est entourée de partenaires, d'organismes, d'entreprises et de citoyens pour planifier des actions concertées. Le *Comité Attractivité de La Matapédia* a été constitué et a guidé les orientations du Plan régional d'attractivité, composé de quatre axes - promotion, accueil, rétention, concertation.

En marge des démarches du *Comité Attractivité de La Matapédia*, un comité bas-laurentien, piloté par le Collectif régional de développement, veille à réseauter les huit MRC du territoire et assure une promotion régionale, notamment par la gestion de médias sociaux.

Les orientations du Plan régional d'attractivité découlent d'enjeux de l'Écoterritoire habité. En effet, des six enjeux de ce plan de développement durable, nous pouvons affirmer que trois sont directement en lien avec l'attractivité. Ces enjeux sont au cœur des principes directeurs du Plan régional d'attractivité.

PRINCIPES DIRECTEURS

L'ensemble des enjeux ainsi que leur présentation complète peuvent être consultés au document *L'Écoterritoire habité de La Matapédia, Un projet collectif de développement durable*. Ce document est disponible en ligne au site de l'Écoterritoire habité de La Matapédia.

Identité sociale, culturelle et territoriale

- Renforcer le sentiment d'appartenance à La Matapédia.

Sa géographie particulière, la diversité de ses paysages, de son patrimoine naturel et culturel et la richesse de sa culture, contribuent à façonner l'identité matapédiennne. Le renforcement de cette identité, et du même coup de la cohésion sociale et du sentiment d'appartenance, représente une condition essentielle à la mise en œuvre de l'Écoterritoire habité de La Matapédia.

L'occupation du territoire et le renouvellement de la population

- Mettre en place des mesures qui favoriseront l'arrivée de population nouvelle, d'une valorisation de la culture locale et de la gestion partagée des ressources naturelles.

Il s'agit certainement du plus important défi que devra relever La Matapédia. La région doit mettre à contribution l'ensemble des acteurs du développement tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du territoire, et plus particulièrement les ministères et organismes gouvernementaux. Ils doivent se concerter et contribuer à la réalisation des objectifs et des actions qui découleront de cette orientation. La Matapédia doit faire preuve d'imagination et démontrer dans ses actions une volonté ferme de retenir sa population et d'attirer de nouveaux résidents, particulièrement les jeunes familles.

L'attractivité sociale et économique

- Mettre en place les conditions favorables à une meilleure attractivité du territoire tant sur le plan social qu'économique.

La qualité de vie concerne les trois dimensions du développement durable soit : l'environnement, le développement économique et le développement social. Or, l'attractivité d'un territoire repose en grande partie sur la qualité de vie qu'elle peut offrir à sa population ainsi qu'aux visiteurs. Le capital social ayant été sérieusement affecté au cours des dernières années, notamment en raison du vieillissement accéléré de la population et d'une conjoncture économique défavorable, La Matapédia doit mettre des efforts importants pour réinvestir dans son capital social tout en tentant d'améliorer son économie si elle veut atteindre ses objectifs en matière d'attractivité. Aussi, l'amélioration de l'accès à l'emploi et une plus grande scolarisation de la population peuvent contribuer significativement à réduire les inégalités sociales et faciliter une plus grande participation à la vie collective.

Une amélioration de la qualité de vie signifie aussi une augmentation de la richesse par la croissance économique et la création d'emplois. La Matapédia doit être plus compétitive et mettre en place des conditions économiques susceptibles d'attirer ou de susciter l'émergence de nouveaux projets d'investissement ou d'entrepreneuriat.

ATTENTES DES PARTENAIRES

Les partenaires souhaitent du Plan régional d'attractivité, des actions pour combler les attentes suivantes :

- **MRC** : Renversement de la tendance démographique, attractivité et promotion de la région, accueil des nouveaux arrivants, activités favorisant la rétention et accompagnement des municipalités dans leurs démarches en ce sens.
- **Villes et municipalités** : Attractivité et promotion de la région, soutien à l'installation, activités favorisant la rétention, information et référence.
- **Emploi-Québec** : Concertation locale et offre de services liés à l'attractivité, l'accueil et la rétention de travailleurs/travailleuses, soutien à l'installation et francisation des personnes immigrantes dans une perspective de participation accrue au marché du travail, information et référence.
- **CJE et PAJ** : Ensemble d'activités et de services liés à l'attractivité, l'accueil et la rétention (Place aux jeunes), adaptation culturelle et démarches d'immigration liées à l'emploi, information et référence.
- **Chambre de commerce** : Soutien aux entreprises pour l'attraction, l'accueil et la rétention du personnel nouvellement installé dans la région, information et référence.
- **CSMM** : Soutien dans les démarches d'immigration, adaptation culturelle et intégration communautaire, attractivité et promotion de la région, sensibilisation du milieu à l'apport des nouveaux arrivants.
- **CMÉC** : adaptation culturelle et intégration communautaire, attractivité et promotion de la région, sensibilisation du milieu à l'apport des nouveaux arrivants.
- **SADC** : Soutien aux entreprises pour l'attraction, l'accueil et la rétention du personnel nouvellement installé dans la région, information et référence.

OBJECTIFS GÉNÉRAUX

Le *Comité attractivité de La Matapédia* poursuit quatre grands objectifs, en complémentarité avec les ressources et associations qui font aussi des démarches dans ce sens (groupe de médecins, Table jeunes, RQF, etc.). Chacun de ces objectifs guide un axe du Plan régional d'attractivité.

- Développer et promouvoir l'**attractivité** de La Matapédia.
- Assurer un service d'**accueil** personnalisé aux nouveaux arrivants s'installant sur le territoire.
- Favoriser la **rétention** des citoyennes et citoyens de la région.
- Poursuivre la **concertation locale** dans l'atteinte des objectifs précités.

ORIENTATIONS

Les quatre axes du Plan régional d'attractivité sont interreliés et les actions qui en découlent seront menées simultanément, au cours des trois prochaines années.

AXE 1 : Promotion

Avant même de penser à s'établir sur un territoire, il faut d'abord savoir qu'il existe. Les nouveaux arrivants voudront aussi connaître ce qui différencie ce territoire des autres, ses attraits, ses atouts, ses services. Mais au-delà de tout, le nouvel arrivant cherchera à combler une occupation : un emploi pour un travailleur, un programme de formation pour un étudiant, des loisirs et des services pour un retraité, des possibilités de développement pour une entreprise, une expérience divertissante pour un touriste, un service de garde pour une jeune famille, etc.

Au-delà des beaux paysages, de la qualité de vie et de la proximité de la nature, notre territoire doit se démarquer des autres par la mise en valeur de ce qui est attractif pour les nouveaux, mais aussi pour ceux qui y demeurent déjà, car la rétention est autant, sinon plus, un enjeu majeur pour notre région. Pour savoir où l'on va, il faut savoir d'où l'on vient. Pour vendre ce que l'on a, il faut connaître et s'approprier ce que l'on a. Notre région doit démontrer une unité dans ses démarches de promotion, une unicité dans le choix de ses messages, une profondeur quant aux attraits mis en valeur. Les gens qui peuplent le territoire de La Matapédia sont les meilleurs ambassadeurs, ou du moins devraient l'être. Pour remplir ce rôle, encore faut-il en être conscient, se sentir interpellé, mais aussi ressentir de la fierté et un fort sentiment d'appartenance à son territoire.

L'axe *Promotion* du Plan présente des actions en ce sens :

- Promouvoir le territoire de la MRC de La Matapédia
 - Lister nos facteurs d'attractivité et les mettre en valeur
 - Mettre en valeur la marque territoire de La Matapédia
 - Se doter d'outils promotionnels
 - Vendre la région lors de l'entrevue, poser des questions sur les loisirs et passions de la personne
 - Trousse d'accueil aux entreprises, organismes, municipalités
 - Offrir aux entreprises et organismes des cartons plastifiés présentant les différents attraits de la région / Bottin des ressources et calendrier des événements / Guide des loisirs
 - Avoir un partenariat avec les médias locaux pour partager les bons coups (entreprises, individus, écoles, etc.)
 - Développer une application mobile pour vendre la région sous tous ses aspects
 - Avoir des ambassadeurs qui parlent de nous
- Accentuer la notoriété des entreprises dans La Matapédia, mais aussi à l'extérieur de notre région
 - Promouvoir les bons coups économiques
 - Présenter nos entreprises avec des vidéos promotionnelles
- Promouvoir les emplois
 - Organiser des missions de recrutement pour combler des emplois dans notre MRC
 - Participer à des salons de l'emploi et de formation à l'extérieur pour constituer des banques de candidatures
 - Outiller les kiosques touristiques des emplois disponibles
 - Promouvoir les emplois disponibles sur le site Internet touristique
- Améliorer le savoir-être chez les jeunes
 - Outiller les jeunes qui effectuent leur entrée sur le marché du travail
- Attirer de nouveaux résidents
 - Valoriser les politiques familiales et Municipalités amies des aînés

AXE 2 : Accueil

Les actions de cet axe ont toutes pour finalité la facilitation de l'arrivée de nouveaux arrivants dans La Matapédia, plus particulièrement pour les nouveaux travailleurs, sans exclure les autres « catégories » comme les personnes retraitées ou les étudiants.

- Soutenir les employeurs dans l'accueil d'un nouvel employé
 - Constituer une boîte à outils pour les employeurs
 - Remise, par l'employeur, d'un « sac d'accueil »
 - Développer des outils pour sensibiliser les recruteurs et employeurs
 - Diffuser un babillard des nouveaux mettant en valeur leurs compétences
 - Offrir des séjours exploratoires personnalisés lors d'une entrevue ou d'un stage
- Mieux outiller le conjoint dans sa recherche d'emploi
 - Offrir une liste des entreprises
 - Recommander la personne à des employeurs potentiels (un réseau d'appels)
- Accueillir les nouveaux arrivants
 - Réseau de parrains et de marraines, des premiers répondants
 - Offrir un accueil aux étudiants étrangers
 - Offrir des logements temporaires pour faciliter la transition vers l'établissement permanent
 - Organiser une tournée matapédienne pour les nouveaux arrivants
 - Offrir une plate-forme de clavardage
 - Réaliser une entrevue de départ

AXE 3 : Rétention

L'enjeu de la rétention fait grandement référence à l'accroissement du sentiment d'appartenance à la région par ses habitants, les « natifs » comme les nouveaux. Pour cet axe, nous incluons aussi toutes les actions en lien avec l'amélioration de la rétention de la main-d'œuvre, facteur essentiel pour assurer le maintien et la croissance des entreprises matapédiennes.

- Développer le sentiment d'appartenance à La Matapédia
 - Développer des cours d'histoire, patrimoine, culture, économie, saveurs matapédiennes dans les milieux scolaires – Enseigner La Matapédia (modèle du Kamouraska)
 - Mettre en place un événement matapédien rassembleur
 - Mettre en place une pièce de théâtre sur l'histoire locale
- Encourager le réseautage des nouveaux arrivants
 - Organiser une activité mensuelle de réseautage
- Soutenir les employeurs sur le plan de la gestion des ressources humaines
 - Offrir des formations nouveau genre (conférences webinaires sur les heures du midi) par secteur d'activité
 - Promouvoir les services disponibles
- Sensibiliser les entrepreneurs à l'importance d'être reconnu « Employeur de choix »
 - Favoriser l'équilibre travail-vie individuel
 - Souci de l'entreprise d'offrir une ambiance de travail agréable et de bonnes conditions (promouvoir les défis, offrir des avantages, de la reconnaissance, salaire compétitif, activités sociales familiales, gestion participative et incitatifs à la réalisation des résultats)
 - Souci de l'entreprise d'informer ses employés sur ses activités, mais aussi sur la région
 - Développer des politiques de gestion des carrières

AXE 4 : Concertation

Le dernier axe du Plan concerne toutes les actions de concertation, mais aussi de collaboration et de coopération entre les différents acteurs du milieu. Il présente aussi des démarches d'accompagnement aux acteurs de développement du milieu, comme les municipalités, principaux lieux d'accueil des résidents et des entreprises et par le besoin pressant de se coller à la Stratégie de développement économique à venir.

- Apprendre à travailler ensemble, avoir une vision commune
 - Maintenir le comité attractivité
 - Donner une identité au nouveau service d'accueil
 - Maintenir la complémentarité des services de Place aux jeunes et du service d'accueil des nouveaux arrivants
 - Assurer la représentativité des employeurs et organismes dédiés au développement, à l'entrepreneuriat et à l'employabilité
 - Mettre en place une plate-forme d'échange virtuelle destinée aux employeurs, élus et organismes de développement
 - Sensibiliser les élus et la population aux défis de l'attractivité
 - Sensibiliser la population à l'ouverture aux autres..!
- Encourager les politiques locales d'attractivité
 - Dépôt du Plan régional d'attractivité
 - Offrir un accompagnement aux municipalités pour mettre en place leur politique locale d'attractivité
- Consolider la collaboration entre les écoles et les entreprises
 - Avoir un portrait précis des attentes et besoins en main-d'oeuvre des entreprises qui répond aux besoins et attentes des professionnels du milieu scolaire
 - Assurer un mode de communication efficace entre les milieux scolaires et entrepreneuriaux
 - Évaluer les activités de collaboration possibles à réaliser
- Se coordonner avec la Stratégie de développement économique
 - Assurer un arrimage entre la stratégie et les actions visées par le comité attractivité
- Tenir une rencontre annuelle sur le thème de l'attractivité
 - Présenter des exemples concrets d'expérience d'attractivité par des entreprises, pour les entreprises

AXE 1 : PROMOTION								
Objectif général : Développer et promouvoir l'attractivité de La Matapédia								
Objectifs	Pistes d'action	Livrables	Responsables	Partenaires potentiels	Coût	Échéancier		
						1	2	3
Promouvoir le territoire de la MRC de La Matapédia	Lister nos facteurs d'attractivité et les mettre en valeur	Assurer une cohésion régionale sur les facteurs attractifs à mettre de l'avant Diffuser un site Internet actualisé et répondant à plus de 80 % à la satisfaction de ses utilisateurs	CDPA, CA			X		
	Mettre en valeur la marque territoire de La Matapédia	S'entendre sur la signature à adopter Diffuser une image de marque reconnue dont la population, les organismes et les entreprises s'approprient	MRC		\$	X		
	Se doter d'outils promotionnels	Choix des outils et production (roll-up, tente, tablette, autocollant, vêtement, etc.) Évaluation du mode de distribution des outils	MRC, CDPA		3 000\$	X		
	Avoir un site web qui vend notre région sous tous ses aspects (emploi, service, loisir, sport, culture, éducation, etc.)	Diffuser un site Internet actualisé et répondant à plus de 80 % à la satisfaction de ses utilisateurs	CDPA		3 000\$	X		
	Vendre la région lors de l'entrevue, poser des questions sur les loisirs et passions de la personne	Sonder les employeurs quant à leurs attentes et besoins Fournir des outils aux employeurs via la plateforme virtuelle	Comité emploi-formation	CSMM, Chambre de commerce	\$	X		

		Organiser un atelier annuel avec les employeurs pour les sensibiliser et leur présenter les outils (à valider : SME) Assurer la diffusion de notre offre de service complète auprès des employeurs (outils de promotion)						
	Trousse d'accueil aux entreprises, organismes, municipalités	Évaluer l'outil Table jeunes Évaluer le contenu et le mode de distribution Offrir une trousse d'accueil complète et appréciée à plus de 80 % par ses utilisateurs (2018) Tenir à jour la trousse (2019)	CDPA, PAJ		\$	X	X	X
	Offrir aux entreprises et organismes des cartons plastifiés présentant les différents attraits de la région / Bottin des ressources et calendrier des événements / Guide des loisirs	S'assurer que les entreprises participantes aient en main un document présentant les attraits et activités de la région à jour et diffusé au sein des employés (Passer le test à la question « Qu'est-ce qu'il y a à faire ici? ») Assurer un suivi et une pérennité à l'outil	ADC, CDPA		2 000\$ Entente culturelle	X	X	X
	Avoir un partenariat avec les médias locaux pour partager les bons coups (entreprises, individus, écoles, etc.)	Avoir fait la promotion d'au moins un bon coup par mois en utilisant les médias sociaux, les bulletins municipaux, corporatifs et d'organisation	CDPA, PAJ	Tableaux lumineux, TVC, Journaux com. et munic, médias sociaux	\$	X	X	X
	Développer une application mobile pour vendre la région sous tous ses aspects	Évaluer la possibilité de s'arrimer avec l'application du circuit culturel Proposer une application répondant à plus de 80 % des attentes de ses utilisateurs	Comité emploi-formation		\$			
	Avoir des ambassadeurs qui parlent de nous	Cible de x ambassadeurs qui font la promotion de notre territoire - Pépinière de capital	CDPA, PAJ				X	

		humain (gens compétents professionnellement et humainement, présents ou hors MRC) (ans 2-3) – transmission d’outils aux ambassadeurs						
Accentuer la notoriété des entreprises dans La Matapédia, mais aussi à l’extérieur de notre région	Promouvoir les bons coups économiques	Avoir fait la promotion d’au moins un bon coup ou réalisation par mois (communiqué de presse, utiliser les outils déjà existants, par ex. les capsules des entreprises au Gala de la Chambre de commerce)	Comité emploi-formation	Chambre de commerce SADC CDC	\$	X		
	Présenter nos entreprises avec des vidéos promotionnelles	Décision des entreprises sélectionnées Décision sur la diffusion des capsules Production et diffusion d’au moins 5 vidéos par année	Comité emploi-formation		\$		X	
Promouvoir les emplois	Organiser des missions de recrutement pour combler des emplois dans notre MRC	Évaluer les besoins des entreprises Assurer une veille sur les initiatives inspirantes	Comité emploi-formation		\$	X		
	Participer à des salons de l’emploi et de formation à l’extérieur pour constituer des banques de candidatures	Évaluer les besoins des entreprises Évaluer les besoins des centres de formation	Comité emploi-formation PAJ	CDPA	2 000\$	X		
	Outiller les kiosques touristiques des emplois disponibles	Évaluer la faisabilité de cette action avec les centres d’information	Comité emploi-formation		\$		X	
	Promouvoir les emplois disponibles sur le site Internet touristique	Évaluer la faisabilité de cette action avec les responsables du site Internet	Comité emploi-formation		\$			X
Améliorer le savoir-être chez les jeunes	Outiller les jeunes qui effectuent leur entrée sur le marché du travail	Évaluer les actions prévues en ce sens avec COSMOSS	TTCJE COSMOSS		\$	X		
Attirer de nouveaux résidents	Valoriser les politiques familiales et Municipalités amies des aînés	Maintien du comité régional famille Maintien de la Table Vieillir en santé Diffusion (parution annuelle) des bons coups des municipalités	CRF, TVES				X	X X

AXE 2 : ACCUEIL

Objectif général : Assurer un service d'accueil personnalisé aux nouveaux arrivants s'installant sur le territoire.

Objectifs	Pistes d'action	Livrables	Responsables	Partenaires potentiels	Coût	Échéancier		
Soutenir les employeurs dans l'accueil d'un nouvel employé	Constituer une boîte à outils pour les employeurs contenant : <ul style="list-style-type: none"> a. Une liste des activités à faire, des attraits (calendrier) b. Aide et soutien au déménagement c. Les logements et chambres à louer disponibles (et potables) d. Les agents immobiliers e. Portrait de la région sous toutes ses facettes (éducation, garderie, sports, loisirs, services professionnels, bénévolat) 	Constituer un réseau de x entreprises outillées Assurer un taux de satisfaction de plus de 80 % Assurer le maintien de la trousse et sa mise à jour (ans 2 et 3)	Comité emploi-formation	CDPA, PAJ, Employeurs	\$		X	
	Employeur remet un « sac d'accueil » contenant des dépliants, un inventaire des services de la région et un chèque cadeau de la Chambre de commerce pour encourager l'achat local	Évaluer le contenu de la trousse Assurer la production et la distribution efficace de trousses auprès des employeurs Assurer un suivi aux receveurs des trousses pour connaître leur taux de satisfaction	Comité emploi-formation	CDPA, PAJ, Employeurs	\$		X	
	Développer des outils pour sensibiliser les recruteurs et employeurs	Évaluation de l'outil (extranet, bulletin électronique, rencontre individuelle, rencontre de groupe) Fournir une liste des organismes de soutien Mise en place d'un outil répondant à plus de 80 % de satisfaction de ses utilisateurs Assurer la mise à jour des outils	Comité emploi-formation	CDPA, PAJ, Employeurs	\$		X	

	Diffuser un babillard des nouveaux arrivants mettant en valeur leurs compétences	Présenter 6 portraits de nouveaux arrivants par année par bulletin électronique et diffusés par les médias sociaux Présenter des portraits « candidats mystères » préséjours exploratoires	CDPA, PAJ			X	X	X
	Offrir des séjours exploratoires personnalisés lors d'une entrevue ou d'un stage	Évaluation de la faisabilité de cette offre de service avec la collaboration des entreprises et partenaires du milieu Évaluation d'une bourse pour le remboursement des frais de déplacement (La Ruche BSL)	Comité emploi-formation	PAJ, CDPA, Employeurs	\$		X	
Mieux outiller le conjoint dans sa recherche d'emploi	Offrir une liste des entreprises	Offrir une liste d'entreprises ou un lien vers une liste (Site de la Chambre de commerce? Site Internet? Extranet?)	Comité emploi-formation	CDPA, PAJ			X	
	Recommander la personne à des employeurs potentiels (un réseau d'appels)	Constituer un réseau des employeurs (extranet?)	Comité emploi-formation	CDPA, PAJ			X	
Accueillir les nouveaux arrivants	Réseau de parrains et de marraines, des premiers répondants	Évaluer les démarches de Matadopter Constituer un réseau de parrains et de marraines	CDPA, PAJ			X	X	X
	Offrir un accueil aux étudiants étrangers	Offrir du soutien aux institutions d'enseignement (CFP, CFOR, CMÉC) Répertorier les étudiants étrangers Participer aux activités de la rentrée (kiosque « Bienvenue dans La Matapédia »)	CDPA, PAJ	CFP, CMÉC		X	X	X
	Offrir des logements temporaires pour faciliter la transition vers l'établissement permanent	Tenir à jour la liste des logements disponibles et la diffuser (ou sur demande, en complémentarité avec les objectifs de PAJ)	CDPA, PAJ		50 \$	X	X	X
	Organiser une tournée matapédienne pour les nouveaux arrivants	S'arrimer avec les séjours de Place aux jeunes (2 fois l'an)	CDPA, PAJ		1 000 \$	X	X	X

	Offrir une plate-forme de clavardage	Évaluer les différentes pages Facebook disponibles et optimiser leur utilisation (Quoi faire, PAJ, Myriam PAJ, groupe de discussion)	CDPA, PAJ			X		
	Réaliser une entrevue de départ	Connaître les causes du départ d'un nouvel arrivant Répertorier et analyser les causes et voir à transmettre les renseignements pertinents s'il y a lieu	CDPA. PAJ			X	X	X

AXE 3 : RÉTENTION

Objectif général : Favoriser la **réention** des citoyennes et citoyens de la région.

Objectifs	Pistes d'action	Livrables	Responsables	Partenaires potentiels	Coût	Échéancier		
Développer le sentiment d'appartenance à La Matapédia	Développer des cours d'histoire, patrimoine, culture, économie, saveurs matapédiennes dans les milieux scolaires – Enseigner La Matapédia (modèle du Kamouraska)	Préparer un dossier de présentation Établir la faisabilité de cette action avec le réseau scolaire	CDPA, ADC, CSMM, CMÉC		\$ Entente culturelle	X		
	Mettre en place un événement matapédien rassembleur	Évaluer la possibilité de promouvoir communément nos événements rassembleurs	CDPA, ADC		\$	X		
	Mettre en place une pièce de théâtre sur l'histoire locale	Établir la faisabilité de cette action avec les troupes de théâtre et le réseau scolaire	ADC, CDPA, Troupe Sébec, Troupe de Saint-Damase, CSMM		\$ Entente culturelle	X		
Encourager le réseautage des nouveaux arrivants	Organiser une activité mensuelle de réseautage	Tenue d'une activité mensuelle	CDPA, PAJ		2 000 \$	X	X	X
Soutenir les employeurs sur le plan de la gestion des ressources humaines	Offrir des formations nouveaux genres (conférences webinaires sur les heures du midi) par secteur d'activité	Offrir des formations répondant à plus de 80 % à la satisfaction des participants	Comité emploi-formation	EQ, Chambre de commerce	\$			X
	Promouvoir les services disponibles	Promouvoir les services d'accompagnement aux entrepreneurs Maximiser les échanges entre les organismes de développement	Comité emploi-formation		\$			X
Sensibiliser les entrepreneurs à la reconnaissance « Employeur de choix »	Favoriser l'équilibre travail-vie individuel	Faire de la sensibilisation auprès des employeurs	Comité emploi-formation		\$			X

ASEJ : Agent de sensibilisation en entrepreneuriat jeunesse / CA : Comité attractivité / CCMRC : Chambre de commerce de la MRC / CDPA : Conseiller en développement, promotion et attractivité
 CÉH : Coordinatrice Écoterritoire habité / CLT : Conseiller en développement local et territorial / CRF : Comité régional famille / DG : Direction générale / DS : Directeur de service
 MRC Dév. : Service de développement de la MRC / PAJ : Place aux jeunes / TJ : Table jeunes / TTCJE : Tremplin travail Carrefour jeunesse emploi / TVES : Table Vieillir en santé

	Souci de l'entreprise d'offrir une ambiance de travail agréable et de bonnes conditions (promouvoir les défis, offrir des avantages, de la reconnaissance, salaire compétitif, activités sociales familiales, gestion participative et incitatifs à la réalisation des résultats)	Faire de la sensibilisation auprès des employeurs	Comité emploi-formation						X
	Souci de l'entreprise d'informer ses employés sur ses activités, mais aussi sur la région	Faire de la sensibilisation auprès des employeurs Fournir des outils aux employeurs via la plateforme virtuelle	Comité emploi-formation						X
	Développer des politiques de gestion des carrières	Faire de la sensibilisation auprès des employeurs	Comité emploi-formation						X

AXE 4 : CONCERTATION

Objectif général : Poursuivre la **concertation locale** dans l'atteinte des objectifs précités.

Objectifs	Pistes d'action	Livrables	Responsables	Partenaires potentiels	Coût	Échéancier		
Apprendre à travailler ensemble, avoir une vision commune	Maintenir le comité attractivité	Tenue d'au moins deux rencontres annuelles pour assurer le suivi du plan d'action	CDPA	PAJ, TTCJE, SADC, CCMRC, CSMM, CISSS, Municipalités, TJ		X	X	X
	Donner une identité au nouveau service d'accueil	Avoir un nom et une identité visuelle	CDPA, MRC		500 \$	X		
	Maintenir la complémentarité des services de Place aux jeunes et du service d'accueil des nouveaux arrivants	S'assurer de la complémentarité des services et de leur continuité	DG, DS	MRC, TTCJE	\$ \$	X	X	X
	Assurer la représentativité des employeurs et organismes dédiés au développement, à l'entrepreneuriat et à l'employabilité	Évaluer la possibilité de maintenir les comités attractivité ainsi qu'emploi et formation dans leurs mandats respectifs, mais communs S'assurer de la bonne communication entre les différents comités et organismes : attractivité-emploi-chambre de commerce-entreprises-organismes de développement du milieu Tenue d'une rencontre annuelle de la Table pour assurer le suivi du plan d'action	CDPA, TTCJE			X	X	X
	Mettre en place une plate-forme d'échange virtuelle destinée aux employeurs, élus et organismes de développement	Regarder et évaluer les différents véhicules existants Mettre en place l'outil Avoir mis en place une plate-forme d'échange qui réponde à plus de 80 % à la satisfaction de ses utilisateurs	CDPA		\$	X		

	Sensibiliser les élus et la population aux défis de l'attractivité	Au moins une communication annuelle aux élus et à la population quant au portrait et au suivi du plan d'action Montrer des exemples concrets Rencontre annuelle avec les comités de développement et les conseils municipaux (par secteur et/ou lors des rencontres avec le CRF)	CDPA, CÉH, CLT			X	X	X
	Sensibiliser la population à l'ouverture aux autres..!	Tenue d'au moins une activité annuelle favorisant les rapprochements entre les communautés (ex. : souper aux saveurs du monde, atelier sur les us et coutumes, contes traditionnels du monde, etc.)	CDPA, PAJ		3 000\$ Entente culturelle	X	X	X
Encourager les politiques locales d'attractivité	Dépôt du Plan régional d'attractivité	Adoption du Plan par le Comité attractivité de La Matapédia Présentation du Plan au conseil des maires de la MRC Promotion et diffusion du Plan via nos médias traditionnels et sociaux	CDPA, CÉH, CLT			X		
	Offrir un accompagnement aux municipalités pour mettre en place leur politique locale d'attractivité	Projet pilote avec une municipalité Développer des outils d'accompagnement pour les municipalités	CÉH, CLT, CDPA, Comité de développement			X		
Consolider la collaboration entre les écoles et les entreprises	Avoir un portrait précis des attentes et besoins en main-d'œuvre des entreprises et des professionnels du milieu scolaire	Répertorier les attentes et besoins et assurer la communication entre les parties	CSMM, TTCJE	Chambre de commerce			X	
	Assurer un mode de communication efficace entre les milieux scolaires et entrepreneuriaux	S'assurer de la satisfaction à plus de 80 % de chacune des parties	CSMM, TTCJE	Chambre de commerce			X	

	Évaluer les activités de collaboration possibles à réaliser	Établir un plan d'action	CSMM, TTCJE	Chambre de commerce			x	
Se coordonner avec la Stratégie de développement économique	Assurer un arrimage entre la stratégie et les actions visées par le comité attractivité <ul style="list-style-type: none"> a. Encourager et soutenir les nouveaux projets d'entreprises (collaborer avec l'entrepreneur) b. Faciliter l'expansion des entreprises déjà ancrées dans la région c. Répertorier les parcs industriels, locaux et terrains disponibles d. Développer un outil de promotion des facteurs d'attractivité économique e. Offrir des incitatifs municipaux f. Sensibiliser les entrepreneurs au défi de la relève entrepreneuriale g. Sensibiliser les jeunes à la relève d'entreprise h. Sensibiliser les jeunes à l'entrepreneuriat i. Promouvoir le prêt d'employés j. Mettre en place un défi entreprise k. Promouvoir la collaboration et la complémentarité, se démarquer dans nos offres l. Développer le leadership entrepreneurial 	Promouvoir les services d'accompagnement aux entrepreneurs Maximiser les échanges entre les organismes de développement	MRC Dév., CÉH	SADC, EQ, TTCJE, Chambre de commerce			X	
Tenir une rencontre annuelle sur le thème de l'attractivité	Présenter des exemples concrets d'expérience d'attractivité par des entreprises, pour les entreprises	Sensibiliser les employeurs et les responsables des ressources humaines aux enjeux de l'attractivité et de la main-d'œuvre Favoriser l'adoption de bonnes pratiques	Comité emploi-formation		\$		X	
					16 550\$			