



**L Haute-  
Gaspésie**  
*esprit libre*







## *Priorités d'intervention*

MRC de La Haute-Gaspésie

Septembre 2020

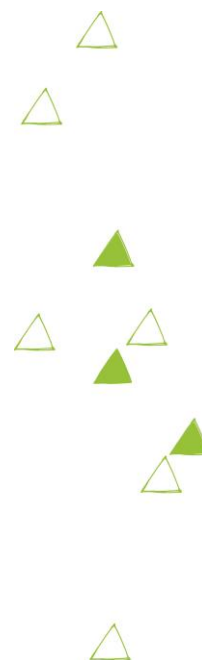
# T▲BLE DES MATIÈRES

---

<b>AVANT-PROPOS</b>	<b>04</b>	
Vision de la MRC	<b>05</b>	
Plan d'action et mise en œuvre	<b>06</b>	
Fiches d'orientation	<b>07</b>	
Orientations transversales	<b>08</b>	
<b>PRIORITÉ 1</b> Occuper et revitaliser le territoire	<b>09</b>	
<b>PRIORITÉ 2</b> Stimuler l'entrepreneuriat local	<b>18</b>	
<b>PRIORITÉ 3</b> Développer les activités touristiques quatre saisons	<b>26</b>	
<b>PRIORITÉS DU SECTEUR AGRICOLE</b>	<b>31</b>	
Développer les terres à potentiel agricole	<b>32</b>	
Favoriser l'établissement de la relève	<b>35</b>	
Faciliter la mise en marché des produits agroalimentaires	<b>36</b>	
Reconnaître, soutenir et consolider les entreprises agricoles déjà en place	<b>38</b>	
<b>PRIORITÉS DES AINÉS</b>	<b>40</b>	
Engagement social et citoyen	<b>41</b>	
Espaces extérieurs et bâtiments	<b>42</b>	
Transport	<b>42</b>	
Soutien communautaire et services de santé	<b>43</b>	
Communication et information	<b>44</b>	
<b>PRIORITÉS DU DÉVELOPPEMENT SOCIAL</b>	<b>45</b>	

# LISTE DES ▲ BRÉVIATIONS, DES SIGLES ET DES ACRONYMES

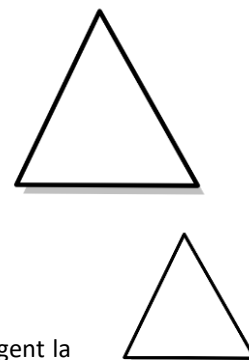
<b>AMCG</b>	<i>Accès micro-crédit Gaspésie</i>
<b>ATRG</b>	<i>Association touristique régionale de la Gaspésie</i>
<b>BDC</b>	<i>Banque de développement du Canada</i>
<b>BSQ</b>	<i>Bureau de Services Québec de Sainte-Anne-des-Monts</i>
<b>CAB</b>	<i>Centre d'action bénévole</i>
<b>CANA</b>	<i>Comité d'accueil des nouveaux arrivants</i>
<b>CCHG</b>	<i>Chambre de commerce de La Haute-Gaspésie</i>
<b>CJE</b>	<i>Carrefour jeunesse emploi</i>
<b>CLD</b>	<i>Centre local de développement</i>
<b>CLI</b>	<i>Comité local immigration</i>
<b>CSCC</b>	<i>Commission scolaire des Chic-Chocs</i>
<b>CTEQ</b>	<i>Centre de transfert d'entreprises du Québec</i>
<b>DEC</b>	<i>Développement économique Canada</i>
<b>DIDS</b>	<i>Démarche intégrée en développement social</i>
<b>EQ</b>	<i>Emploi Québec</i>
<b>FDE</b>	<i>Fonds du développement économique</i>
<b>FTQ</b>	<i>Fonds des travailleurs et travailleuses du Québec</i>
<b>IQ</b>	<i>Investissement Québec</i>
<b>MADA</b>	<i>Municipalité amie des aînés</i>
<b>MAMH</b>	<i>Ministère des Affaires municipales et de l'Habitation</i>
<b>MAPAQ</b>	<i>Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec</i>
<b>MELCC</b>	<i>Ministère de l'Environnement et de la Lutte contre les changements climatiques</i>
<b>MEI</b>	<i>Ministère de l'Économie et de l'Innovation</i>
<b>MERN</b>	<i>Ministère de l'Énergie et des Ressources naturelles</i>
<b>MFFP</b>	<i>Ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs</i>
<b>MIFI</b>	<i>Ministère de l'Immigration, de la Francisation et de l'Intégration</i>
<b>MRC</b>	<i>Municipalité régionale de comté</i>
<b>NNM</b>	<i>Nourrir notre monde</i>
<b>OPP</b>	<i>Organisme de participation des parents</i>
<b>PAJHG</b>	<i>Place aux jeunes de La Haute-Gaspésie</i>
<b>PDZA</b>	<i>Plan de développement de la zone agricole</i>
<b>PGMR</b>	<i>Plan de gestion des matières résiduelles</i>
<b>SADC</b>	<i>Société d'aide au développement de la collectivité</i>
<b>SADM</b>	<i>Sainte-Anne-des-Monts</i>
<b>SANA</b>	<i>Service d'accueil des nouveaux arrivants</i>
<b>SVEG</b>	<i>Stratégie vivre en Gaspésie</i>
<b>TELUQ</b>	<i>Télé-université du Québec</i>
<b>TC-TIC</b>	<i>Technocentre des technologies de l'information et des communications</i>
<b>TNO</b>	<i>Territoire non organisé</i>
<b>UPA</b>	<i>Union des producteurs agricoles</i>



# AV ▲ NT-PROPOS

---

Le présent document a pour but de fixer les grandes orientations, ainsi que les priorités de développement 2020-2024 pour le territoire de la MRC de La Haute-Gaspésie. Cette planification doit répondre aux besoins de sa population, mais également s'assurer que ses actions prioritaires auront pour effet de favoriser le développement du territoire. C'est un élément essentiel pour créer un dynamisme au sein de la population et ainsi éviter un exode de cette dernière vers d'autres régions.



Les nouvelles responsabilités dévolues aux municipalités par le gouvernement du Québec, changent la façon dont elles doivent concevoir et planifier leur développement. Au cours des dernières années, nous avons pu constater que les municipalités qui tirent le mieux leur épingle du jeu sont celles qui savent mettre l'accent sur les forces de leurs milieux et qui axent leur développement sur leurs ressources humaines, sur la population qui habite le territoire et sur la qualité des services qu'elles offrent.

Par l'entrepreneuriat local et l'économie sociale, notamment, les milieux arrivent à se distinguer, puis à attirer naturellement de nouveaux résidents et de nouvelles entreprises qui contribuent à leur tour à dynamiser le territoire. C'est dans cet esprit que la MRC de La Haute-Gaspésie a entamé des démarches structurées, afin de mobiliser les acteurs du territoire et ainsi comprendre les enjeux auxquels ils font face.

Plusieurs initiatives de développement ont été supportées par la MRC, et il est maintenant temps de concerter toutes ces démarches en un plan intégré de concertation du milieu. Le secteur agricole a créé son Plan de développement de la zone agricole (PDZA), la démarche intégrée en développement social (DIDS) possède un plan de communauté piloté par différents partenaires du milieu et la MRC a aussi réalisé une démarche concertée de Municipalité amie des aînés (MADA).

Suite à une démarche de concertation, trois grandes priorités d'intervention ont été ciblées : améliorer le milieu de vie, stimuler l'entrepreneuriat local et développer l'industrie touristique quatre saisons. Par la suite, trois groupes de travail ont été formés, afin de participer à l'élaboration de diagnostics et de pistes d'action. Parallèlement à cette mobilisation, des consultations, portées par le Service d'accueil des nouveaux arrivants (SANA) et Place aux jeunes (PAJHG), ont eu lieu face à l'enjeu de la démographie. Les pistes d'action nommées lors de ces consultations, ont été intégrées au présent plan d'action.



# VISION DE LA MRC

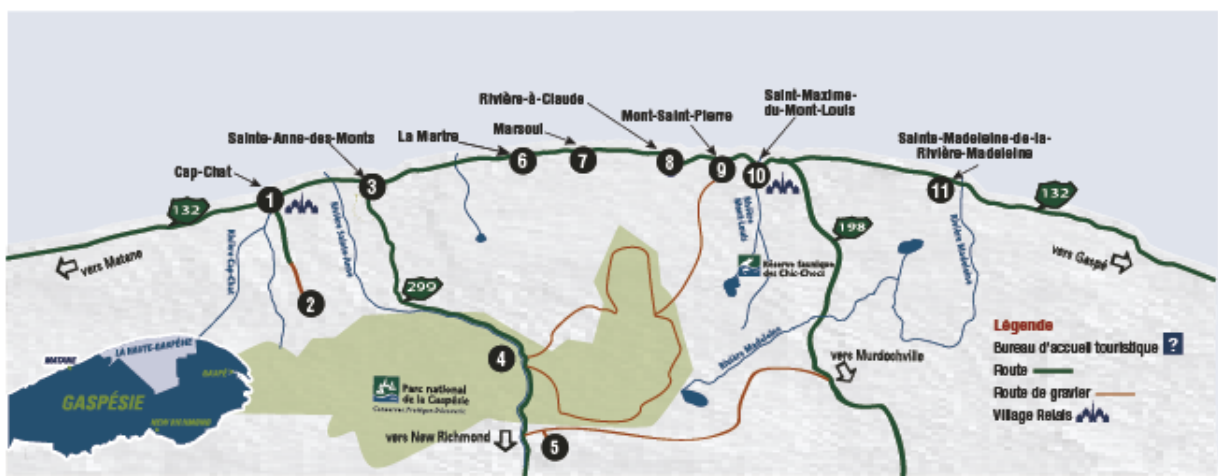
La Haute-Gaspésie est identifiée depuis quelques années comme étant le territoire le plus dévitalisé au Québec. Afin de se refaire une image et une santé économique, elle a entrepris un exercice concerté de planification stratégique en 2011.

La vision stratégique de ce plan a été adoptée par le conseil de la MRC de La Haute-Gaspésie en novembre 2011 et se traduit ainsi :

« La Haute-Gaspésie, d'ici dix ans, aura assuré la pérennité et la qualité de vie de ses communautés tout en étant consciente de leur interdépendance.

La Haute-Gaspésie aura d'abord et avant tout misé et soutenu le dynamisme du milieu local comme principal vecteur de croissance de richesse collective.

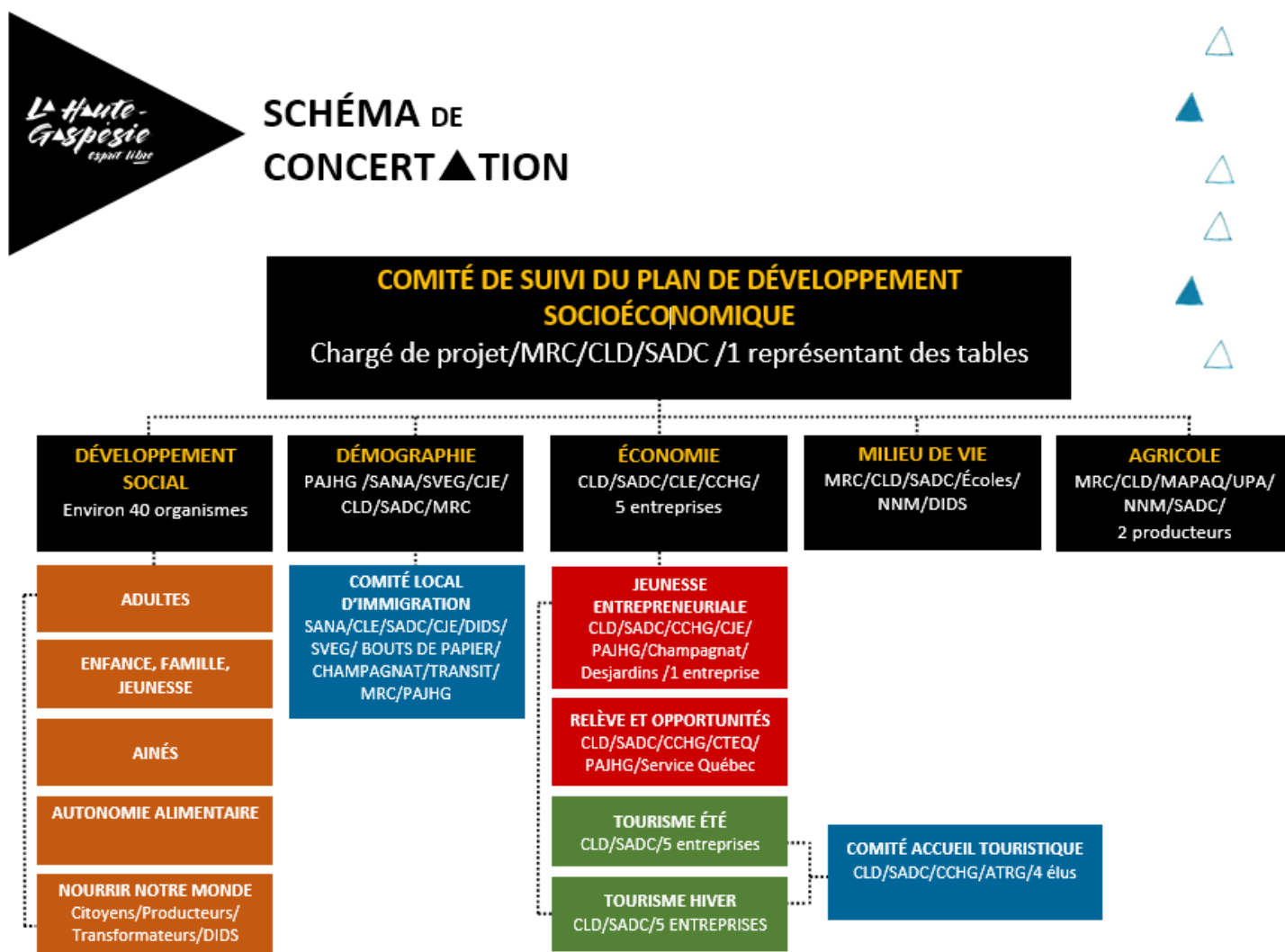
La population de la Haute-Gaspésie aura pris résolument le virage du développement. Pour y arriver, elle aura mis en valeur et développé de façon optimale ses ressources et ses avantages distinctifs que sont la mer, la montagne, ses terres et ses forêts, en se préoccupant de toutes les dimensions du développement durable : l'efficacité économique, l'équité sociale et l'intégrité de l'environnement. »



# PLAN D'ACTION ET MISE EN ŒUVRE

Le plan d'action a été élaboré sous forme d'orientations à réaliser, en fonction des priorités retenues. Chaque orientation comprend des actions à mettre en œuvre et un organisme responsable de chacune d'entre elles.

La MRC et le CLD sont pleinement conscients des efforts à déployer, afin de revitaliser le territoire. Identifier un porteur du Plan d'action socio-économique ainsi que l'embauche d'un coordonnateur, sont essentiels à la réussite des objectifs. De plus, la bonification et le maintien de la concertation du milieu doit se trouver au cœur de la démarche.



# FICHES D'ORIENTATION ▲ TION

Chacune des priorités comporte des fiches d'orientation, auxquelles sont identifiées des actions. Les fiches sont constituées de différentes sections. Elles sont présentées ci-dessous.

## PRIORITÉ

### Orientation

#### Mise en contexte

Résumé de l'état de situation en rapport avec la priorité et l'orientation.

#### Objectifs

But global du projet. Ils orientent les actions du projet.

#### Actions

Activités à mettre en place afin d'atteindre les objectifs.

#### Échéancier

Année de réalisation des actions. Certaines sont ponctuelles, d'autres se réalisent en continu.

#### Coût et temps

Estimation des ressources financières et humaines nécessaires à la réalisation des actions. Les ressources humaines comprennent le temps investi par les partenaires au projet et sont estimées sur une base annuelle.

¢ 0 \$ à 999 \$

\$ 1000 \$ à 9 999 \$

\$\$ 10 000 \$ à 49 999 \$

\$\$\$ 50 000 \$ à 99 999 \$

\$\$\$\$ 100 000 \$ et plus



Moins de 100 heures



De 100 à 500 heures



Plus de 500 heures

#### Responsables

Organismes qui coordonneront la mise en place des actions.

#### Partenaires

Autres organismes pouvant contribuer à la mise en place des actions.

#### Indicateurs et cibles

Données quantifiables servant à valider l'atteinte des objectifs.

#### Résultats attendus



# PRIORITÉ 1

## OCCUPER ET REVITALISER LE TERRITOIRE

### Dynamiser le territoire de La Haute-Gaspésie

En misant sur l'augmentation de la population, on agit sur plusieurs leviers de développement à la fois. On rend plus dynamique le milieu de vie, on assure le maintien des services de proximité et on favorise l'économie locale.

De plus, l'indice de vitalité des territoires est intimement lié au taux d'accroissement de la population.



## ▲ PRIORITÉ 1 : OCCUPER ET REVITALISER LE TERRITOIRE

ORIENTATION 1		Comblent les besoins de main-d'œuvre des entreprises du territoire					
<p><b>Mise en contexte</b></p> <p>Présentement, le mandat lié au recrutement, à l'accueil et à la rétention de la main d'œuvre non spécialisée et de travailleurs saisonniers n'appartient à personne. Les entreprises du territoire ont clairement nommé leurs besoins face au recrutement de main-d'œuvre non qualifiée et saisonnière. Certains postes, (accueil, entretien ménager, aide cuisinier, etc.) sont difficiles à combler. La MRC devra se démarquer des autres territoires et se donner les moyens d'innover dans ses façons de faire et de voir le recrutement.</p> <p>Selon Services Québec, seulement 10 à 20 % des postes sont affichés, alors il est envisageable de croire qu'il y aurait plus de 200 postes de disponible sur le territoire de la MRC, puisqu'il y a fréquemment plus de 40 postes affichés sur le site de Services Québec. Il est donc primordial d'investir dans le recrutement de main-d'œuvre.</p>							
<b>Objectifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permettre aux entreprises de se développer.</li> <li>• Faciliter le recrutement de la main-d'œuvre saisonnière.</li> <li>• Rétention de la main-d'œuvre.</li> </ul>					
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles
	An 1/2	An 3/4	An 5				
1.1 Embauche d'un agent de recrutement dédié aux besoins des entreprises du milieu et à la promotion des opportunités d'affaires du territoire.	X			\$ \$ 👤	CCHG	MRC/CLD/SADC	Embauche d'un agent de recrutement
1.2 Inventaire des besoins en main-d'œuvre et de logements saisonniers des entreprises.	X	X	X	\$ 👤👤	CCHG/ Agent de recrutement	Entreprises/ PAJHG/SANA	Inventaire réalisé
1.3 Inciter les employeurs à concevoir des offres d'emploi et de relève entrepreneuriale « nouveau genre ».	X			¢ 👤👤	CCHG/ Agent de recrutement	Entreprises/Table relève et opportunités/ SVEG	10 rencontres avec des employeurs
1.4 Participer à des activités de recrutement à l'extérieur de la région.	X	X	X	\$ \$ 👤👤	CCHG/ Agent de recrutement	PAJHG/SANA/ SVEG/Entreprises	2 missions de recrutement ciblées
1.5 Favoriser le maillage entre entreprises pour prolonger l'employabilité des travailleurs saisonniers.			X	\$ 👤👤	CCHG/ Agent de recrutement	CLD/SADC/BSQ	Rencontre de travail
<b>Résultats attendus</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diminution du nombre de postes vacants.</li> <li>• Augmentation de la population.</li> </ul>					

## ▲ PRIORITÉ 1 : OCCUPER ET REVITALISER LE TERRITOIRE

ORIENTATION 2 Valoriser les entreprises locales et les métiers qui en découlent							
<p><b>Mise en contexte</b></p> <p>Plusieurs microentreprises se sont développées sur le territoire de La Haute-Gaspésie. Par le développement de nouveaux produits de niche, notre région réussie à se démarquer et la demande est grandissante pour ce genre de produits. Afin de combler le manque de main-d'œuvre, qui est constaté dans tous les secteurs d'activités, il faut mettre en valeur nos entreprises locales et ainsi inciter les jeunes à découvrir leur milieu et ses richesses.</p> <p>C'est en mettant en valeur les réussites de nos entreprises locales et en valorisant les entrepreneurs, qu'il sera possible de favoriser tant le retour en région des jeunes que l'arrivée de nouveaux employés.</p>							
<p><b>Objectifs</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Faire connaître davantage les entreprises d'ici.</li> <li>Mettre en valeur les emplois disponibles sur le territoire.</li> </ul>							
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles
	An 1/2	An 3/4	An 5				
2.1 Création d'une foire de l'emploi annuelle.	X	X	X	\$\$ 👤👤👤	BSQ	Transit/SADC/CLD	Foire de l'emploi
2.2 Présenter les bons coups et les réussites des entreprises du milieu.	X	X	X	\$ 👤	CCHG	BSQ/SADC/CLD/ Médias locaux	Publications mensuelles
2.3 Valoriser les métiers ou professions disponibles sur le territoire.	X	X	X	\$ 👤👤	CCHG	Table jeunesse/SADC/CJE/CLD/ BSQ/PAJHG	Stage ou patron d'un jour
<p><b>Résultats attendus</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Valorisation des emplois disponibles.</li> <li>Augmentation du retour en région des jeunes après leurs études.</li> </ul>							

## ▲ PRIORITÉ 1 : OCCUPER ET REVITALISER LE TERRITOIRE

<b>ORIENTATION 3</b>		<b>Promouvoir la région, afin de faciliter le recrutement de nouveaux arrivants</b>					
<b>Mise en contexte</b> La démographie est l'affaire de tous. Il est primordial de travailler ensemble sur cette problématique. Le recrutement de nouveaux arrivants commence par la promotion du territoire. La mise en place d'une stratégie globale de promotion auprès de la clientèle cible est nécessaire afin de devenir plus attractant.							
<b>Objectifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Améliorer le solde migratoire de la MRC.</li> <li>• Devenir plus attractive</li> </ul>					
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles
	An 1/2	An 3/4	An 5				
3.1 Créer et supporter une table de concertation sur la démographie.	X	X	X	¢ 👤	MRC	CLD/SADC/PAJHG/SANA/SVEG/CJE	3 rencontres annuelles
3.2 Élaborer et déployer une stratégie de communication, afin de promouvoir La Haute-Gaspésie (Instagram, You tubeur, influenceur).	X	X		\$\$ 👤👤	Table démographie	SADC/CLD	Communications accrues
3.3 Donner des mandats d'ambassadeurs, à des personnalités inspirantes qui veilleraient à la promotion de la région sur des plateformes connues.	X	X	X	¢ 👤	Table démographie	SADC/CLD	2 ambassadeurs
3.4 Sensibiliser les entreprises face à leur présence positive sur le web et les retombées de ces actions.	X	X	X	¢ 👤	Table démographie	CCHG/CLD/SADC	2 communications aux entreprises privées
3.5 Appuyer la création d'un crédit d'impôt pour région éloignée.	X			¢ 👤	Regroupement des MRC de la Gaspésie	Regroupement des MRC de la Gaspésie	Crédit d'impôt
<b>Résultats attendus</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation de la population.</li> <li>• Rayonnement du territoire.</li> </ul>					

## ▲ PRIORITÉ 1 : OCCUPER ET REVITALISER LE TERRITOIRE

ORIENTATION 4 Devenir une communauté encore plus accueillante pour les immigrants							
<b>Mise en contexte</b> La MRC de La Haute-Gaspésie veut être un territoire certifié accueillant. La rétention des nouveaux arrivants est un enjeu majeur au niveau de l'immigration. Une analyse des besoins du milieu en matière d'attraction et d'établissement durable de personnes immigrantes en région a eu lieu à l'hiver 2019. Plusieurs recommandations de ce diagnostic se trouvent ici. Il est important d'augmenter le taux de rétention des nouveaux arrivants.							
<b>Objectifs</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faciliter la rétention de tous les types de nouveaux arrivants.</li> <li>• Travailler à l'intégration des immigrants dans notre communauté.</li> <li>• Faciliter la rétention de la main-d'œuvre saisonnière.</li> <li>• Préparer le milieu</li> </ul>							
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles
	An 1/2	An 3/4	An 5				
4.1 Bonifier la structure d'accueil des nouveaux arrivants, afin d'inclure main d'œuvre saisonnière, nouveaux entrepreneurs, étudiants étrangers et immigrants.	X	X		\$ 👤	Table démographie	CANA/PAJHG/ Collégia/SANA/ entreprises	Nouveau comité en place
4.2 Réfléchir, organiser et mettre en place du parrainage familial pour les nouveaux arrivants (ex. : papi/mamie d'adoption).	X	X	X	¢ 👤👤	CANA	PAJHG/SANA	3 jumelages
4.3 Réfléchir, organiser et mettre en place du jumelage interculturel.	x	x	x	¢ 👤👤	CANA	SANA	3 jumelages
4.4 Maintenir un élu par municipalité responsable de l'accueil des nouveaux arrivants et préciser son rôle.	En continu			¢ 👤	CANA	Municipalité/ PAJHG/SANA/SVEG	Un élu par municipalité
4.5 Embauche d'un deuxième agent accueil et intégration des immigrants, afin d'optimiser le SANA et remplir le mandat donné par le MIFI.	X			\$\$ 👤	MRC	MIFI/SANA	Embauche
4.6 Concevoir et déployer un guide de l'intervenant face à l'accueil, l'intégration et la rétention des immigrants sur le territoire.	X	X	X	\$ 👤👤	CLI	SANA/CCHG	Présentation du guide dans les organismes
4.7 Finaliser la conception du guide «Apprivoiser la Gaspésie» destiné aux immigrants.	X			\$ 👤	SANA	MRC/SVEG	Lancement du guide
4.8 Organiser des activités de sensibilisation à la diversité culturelle dans les écoles de la MRC.	X	X	X	\$\$ 👤👤	SANA	Écoles	Une activité par école
<b>Résultats attendus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation du pourcentage de rétention des nouveaux arrivants immigrants</li> <li>• Augmentation de la population</li> </ul>						

## ▲ PRIORITÉ 1 : OCCUPER ET REVITALISER LE TERRITOIRE





ORIENTATION 5		Développer un sentiment d'appartenance et de fierté du territoire						
<p><b>Mise en contexte</b>            Pour avoir un territoire attrayant et inspirant, il faut prioritairement que nos racines soient fortes et en santé. Si les habitants de notre territoire sont fiers de leur coin de pays, ils voudront nécessairement y vivre ou du moins y garder un port d'attache et toute la région en sera gagnante! Des actions devront être réalisées afin de favoriser le retour en région de nos jeunes, de développer la fierté des Hauts Gaspésiens, de contrer l'exode des jeunes et de faire connaître les opportunités d'emploi.</p>								
<b>Objectifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Favoriser le retour des jeunes après leurs études postsecondaires.</li> <li>Être fier de son territoire.</li> </ul>						
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles	
	An 1/2	An 3/4	An 5					
5.1 Déployer l'image de marque dans la communauté.	X	X	X	\$\$\$ 👤👤👤	MRC/CLD	SADC	Mise en œuvre du plan de communication	
5.2 Faire rayonner les réussites des étudiants dans la communauté.	X	X	X	\$ 👤	Écoles/municipalités	Écoles/Médias	Nb de publications	
5.3 Faire rayonner les réussites des anciens étudiants et leur métier, dans la communauté et dans les écoles (ex. projet photo de Cap-Chat).		X	X	\$\$ 👤👤	Écoles/municipalités	MRC/CLD/SADC	Un projet par école primaire et secondaire	
5.4 Créer et déployer des activités d'appartenance au territoire (ex. vaccin étudiant).	X	X	X	\$ 👤	SVEG/PAJHG	Écoles	Une activité par école primaire et secondaire	
5.5 Favoriser la mise en place de projets structurants dans les écoles (sport, art, plein air, technologie, entrepreneuriat, etc.).	X	X	X	\$\$\$\$ 👤👤👤👤	Écoles	CLD/SADC/CSCC/OPP/Table jeunesse	Un projet par école	
5.6 Favoriser la participation citoyenne et l'implication des jeunes dans la communauté (plateforme web).		X	X	\$ 👤	CAB/CLD/PAJHG	SADC/écoles/CANA	Liste des organismes qui ont des besoins en bénévolat	
5.7 Faire découvrir la région et toutes ses opportunités de développement aux jeunes du territoire.		X	X	\$ 👤	Table jeunesse	PAJHG/SVEG		
<b>Résultats attendus</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Fierté accrue des jeunes face à leur école et leur territoire.</li> <li>Augmentation du retour en région des Hauts Gaspésiens.</li> <li>Amélioration de la perception des jeunes face à leur territoire.</li> </ul>						



## ▲ PRIORITÉ 1 : OCCUPER ET REVITALISER LE TERRITOIRE

ORIENTATION 6		Améliorer et maintenir un milieu de vie attrayant et dynamique.					
<b>Mise en contexte</b>							
La Haute-Gaspésie possède un environnement extraordinaire et un territoire unique, située entre mer et montagnes. Cependant, la MRC se positionne au dernier rang de l'indice de vitalité des territoires à l'échelle du Québec. Afin de renverser cette situation, il est primordial de développer un milieu de vie attrayant et dynamique, pour favoriser l'augmentation de la population.							
<b>Objectifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Favoriser l'arrivée et la rétention de nouveaux citoyens, travailleurs, entrepreneurs, familles et étudiants.</li> <li>Développer des communautés vivantes et dynamiques.</li> <li>Améliorer les milieux de vie des Hauts Gaspésiens.</li> </ul>					
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles
	An 1/2	An 3/4	An 5				
6.1 Créer et supporter une table de concertation « milieu de vie ».	X			¢ 👤	MRC	CLD/PAJHG/ SANA/DIDS/SADC/ Écoles/Entreprises/ Municipalités	2 rencontres annuelles
6.2 Débuter le travail pour enrayer la pénurie de logements tant saisonniers que annuels.	X	X	X	¢ 👤	Table milieu de vie	SVEG	Création d'un comité de travail logement
6.3 Développer des écoles qui sont plus étroitement en lien avec la communauté et attrayantes pour les familles.	En continu			\$\$\$\$ 👤👤👤	Table milieu de vie	SVEG/CSCC/Écoles/OPP	Un projet-école
6.4 Développer des projets en lien avec les différents plans concertés du territoire.	En continu			\$\$\$\$ 👤👤👤	Table milieu de vie	PGMR/DIDS/PDZA	Réalisation des différents plans d'action
6.5 Élaborer et mettre en œuvre différentes politiques (familles, aînés, agricole, culturelle, saines habitudes de vie, etc.)	En continu			\$\$ 👤👤👤	MRC	CLD/SADC/DIDS/MADA/ Comité de suivi PDZA	Création et maintien des différents comités
6.6 Supporter des initiatives visant à positionner la MRC comme territoire VERT et ACTIF. (parcs, fleurs, pistes cyclables, compostage, haltes nourricières, jardins communautaires, etc.).	En continu			\$\$\$\$ 👤👤👤	MRC/Municipalités	MRC/Municipalités	Se positionner comme MRC verte et active
6.7 Sensibiliser la communauté sur l'importance de l'embellissement du territoire.	En continu			¢ 👤	MRC/ Municipalités		Communication au printemps
<b>Résultats attendus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Augmentation de la population.</li> <li>Rétention accrue des nouveaux arrivants.</li> <li>Augmentation du sentiment de fierté du territoire.</li> </ul>						

## ▲ PRIORITÉ 1 : OCCUPER ET REVITALISER LE TERRITOIRE

ORIENTATION 7 Maintenir, supporter et améliorer les infrastructures et les services du territoire.							
<b>Mise en contexte</b> Les services de proximité sont importants dans nos municipalités, pour demeurer attrayantes et assurer la vitalité du territoire. Par contre, il est difficile d'avoir les mêmes services dans les municipalités de petites tailles.							
<b>Objectifs</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Améliorer la vitalité des petites municipalités.</li> <li>• Favoriser les échanges entre municipalités dans le but de travailler en commun.</li> <li>• Revitaliser le territoire.</li> </ul>							
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles
	An 1/2	An 3/4	An 5				
7.1 Accompagner et supporter la ville de Sainte-Anne-des-Monts dans ses démarches de mise à niveau de l'aéroport.	X				Ville de SADM	CLD	Mise à niveau de l'aéroport terminée
7.2 Assurer un service Internet haute vitesse stable sur tout le territoire et la couverture cellulaire.	X			\$\$\$\$ 	MRC	Telus	Service déployé
7.3 Favoriser la complémentarité des services, des immobilisations et des équipements municipaux sur le territoire.	X	X	X	\$\$\$ 	MRC	Municipalités	2 services partagés
7.4 Préserver les services de proximité sur le territoire (dans la mesure du possible).	X	X	X	\$\$\$\$ 	CLD/SADC	Organismes de développement régional et ministères concernés	
<b>Résultats attendus</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partenariat entre municipalités.</li> <li>• Amélioration de la qualité de vie.</li> </ul>							

## ▲ PRIORITÉ 1 : OCCUPER ET REVITALISER LE TERRITOIRE

<b>ORIENTATION 8</b>		<b>Augmenter l'offre de formations professionnelles et postsecondaires.</b>					
<b>Mise en contexte</b>							
<p>Plusieurs jeunes doivent quitter la région, afin de poursuivre leur formation postsecondaire. Les frais d'étude sont élevés et non accessibles à tous. La MRC possède un faible taux de diplomation postsecondaire.</p> <p>Il est important d'améliorer l'offre de formations dans la région, tant du côté d'une offre unique de formation collégiale que basée sur les besoins de main-d'œuvre identifiés par les entreprises.</p>							
<b>Objectifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favoriser la rétention des jeunes.</li> <li>• Dynamiser le milieu scolaire postsecondaire et professionnel.</li> <li>• Rentabiliser les installations.</li> <li>• Augmenter le nombre d'habitants.</li> <li>• Augmenter le taux de diplômés.</li> </ul>					
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles
	An 1/2	An 3/4	An 5				
8.1 Augmenter le nombre de formations attrayantes en Haute-Gaspésie.	En continu			\$\$\$\$ 👤👤👤	CSCC	Ville de SADM/ Groupe Collégia/TELUQ	2 nouvelles formations
8.2 Développer une offre de formation en vidéo-conférence.	En continu			\$\$ 👤👤	CSCC	TELUQ	2 nouvelles formations
8.3 Faire connaître aux jeunes les opportunités de formation dans la région.	X	X	X	\$ 👤	CSCC	Groupe Collégia/TELUQ/ PAJHG	Rencontre annuelle/Campagne de publicité
<b>Résultats attendus</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation du nombre de cours offerts sur le territoire.</li> <li>• Augmentation du nombre de diplômés.</li> </ul>					



## PRIORITÉ 2

### STIMULER L'ENTREPRENEURIAT LOCAL

**Augmenter le nombre d'entreprises dans la MRC de La Haute-Gaspésie**

Les municipalités dont le développement se démarque aujourd'hui ont souvent en commun d'avoir misé sur l'entrepreneuriat local, d'avoir soutenu les initiatives du milieu, d'avoir outillé et soutenu les entrepreneurs et cru en leur potentiel.

## ▲ PRIORITÉ 2 : STIMULER L'ENTREPRENEURIAT LOCAL

ORIENTATION 9 Maintenir, supporter et développer les entreprises existantes et futures.							
<b>Mise en contexte</b> Notre territoire mise avant tout sur un développement endogène, c'est-à-dire à partir de ses entreprises existantes, ses gens d'affaires et ses expertises locales. L'économie locale se veut le reflet de la vitalité du territoire. Il est donc primordial de soutenir le développement d'entreprises locales et favoriser l'arrivée de nouveaux entrepreneurs.							
<b>Objectifs</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Création de nouvelles entreprises.</li> <li>• Création d'emplois.</li> <li>• Fournir de l'aide technique aux entreprises.</li> <li>• Supporter la croissance des entreprises.</li> <li>• Améliorer la productivité des entreprises.</li> </ul>							
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles
	An 1/2	An 3/4	An 5				
9.1 Offrir des aides financières adaptées aux besoins du milieu.	X	X	X	\$\$\$\$ 👤👤👤	CLD/SADC	SADC/EQ/MEI/DEC, IQ/Institutions financières/Femmissor	Mise à jour de la politique/ Nb d'entreprises subventionnées
9.2 Accompagner et conseiller les entreprises existantes et futures.	X	X	X	\$\$ 👤👤	CLD/SADC	MEI/Femmissor/AMCG	Nb d'accompagnements
9.3 Maintenir la cellule de mentorat.	x	x	x	\$\$ 👤👤	CLD	SADC/FDE/Desjardins	8 dyades/an
9.4 Offrir un suivi personnalisé aux nouvelles entreprises sur 5 ans.	X	X	X	\$\$\$ 👤👤👤	CLD	SADC/MEI/EQ/AMCG/Femmissor	Taux de survie 0-5 ans de plus 80 %
9.5 Mettre en œuvre le plan de développement de la zone agricole (PDZA).	X	X	X	\$\$\$ 👤👤	MRC	CLD/MAPAQ/UPA	Nb d'actions réalisées
9.6 La création d'un nouveau poste de conseiller au développement économique, pour accompagner les entreprise.	X	X	X	\$\$\$ 👤👤	CLD	MRC	Embauche d'un conseiller au développement économique
<b>Résultats attendus</b>							
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation du taux de survie des entreprises 0-5 ans.</li> </ul>							



## ▲ PRIORITÉ 2 : STIMULER L'ENTREPRENEURIAT LOCAL

ORIENTATION 10		Stimuler l'entrepreneuriat chez les jeunes.						
<p><b>Mise en contexte</b></p> <p>L'entrepreneuriat désigne l'aptitude d'un individu ou d'un groupe d'individus à transformer les idées en action. Il suppose de nombreuses qualités entrepreneuriales, dont la créativité, le leadership, l'esprit d'initiative, d'innovation et d'acceptation des risques, ainsi que la capacité de planifier et de gérer des projets en vue d'atteindre des objectifs de développement.</p> <p>C'est en développant les valeurs entrepreneuriales des étudiants et en créant un sentiment de fierté et d'appartenance à leur territoire que l'on favorisera l'émergence de nouveaux entrepreneurs.</p>								
<b>Objectifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer les valeurs entrepreneuriales chez les jeunes.</li> <li>• Dynamiser le milieu scolaire.</li> <li>• Créer des liens entre les écoles et les entrepreneurs.</li> <li>• Diminuer le décrochage scolaire.</li> <li>• Favoriser le retour des jeunes en région.</li> </ul>						
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles	
	An 1/2	An 3/4	An 5					
10.1 Présenter les valeurs entrepreneuriales aux élèves de la MRC par des entrepreneurs ou intrapreneurs.	X	X	X	\$ \$	Table jeunesse	CJE/CLD/SADC/ CCHG/Desjardins/ PAJHG	Une conférence par année	
10.2 Développer des entreprises-écoles dans les établissements scolaires.	X	X	X	\$\$\$	CSCC	CJE/CLD/SADC	Une entreprise école	
10.3 Création d'un fonds entrepreneuriat jeunesse.	X	X	X	\$ \$	Table entrepreneuriat jeunesse	CJE/BSQ/CLD/SADC/ Desjardins/ Entrepreneurs	Création d'un fonds	
10.4 Participer au Grand défi Bâtir ma région et au Défi Osentreprendre.	X	X	X	\$ \$	CJE/CLD/CCSC	SADC/CCHG/MEI	Plus de 20 inscriptions/ 6 écoles participantes	
<b>Résultat attendu</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation du nombre de jeunes entrepreneurs.</li> </ul>						





## ▲ PRIORITÉ 2 : STIMULER L'ENTREPRENEURIAT LOCAL

<b>ORIENTATION 11</b>		<b>Favoriser les bonnes pratiques d'affaires.</b>						
<b>Mise en contexte</b> Le succès d'une entreprise est intimement lié à celui de son entrepreneur. Les formations d'appoint permettent de développer les compétences des entrepreneurs et d'augmenter leurs chances de réussite en affaires.								
<b>Objectifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer les compétences des entrepreneurs.</li> <li>• Favoriser l'utilisation des nouvelles technologies.</li> <li>• Assurer la pérennité des entreprises.</li> </ul>						
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles	
	An 1/2	An 3/4	An 5					
11.1 Sensibiliser les entreprises à la présence en ligne et à l'utilisation du marketing numérique.	X	X	X	\$ 👤	TC-TIC	SADC/CLD/CCHG/MEI	5 entreprises sensibilisées/an	
11.2 Développer une offre de formations de courte durée, basée sur les besoins des entrepreneurs.	X	X	X	\$ 👤	CLD/SADC/BSQ	TC-TIC/CCHG/EQ/MEI	Calendrier annuel de formations	
11.3 Créer ou supporter des cellules de codéveloppement (développement par des pairs).		X	X	\$ 👤	Cellule de mentorat Haute-Gaspésie/Femmessor	SADC/CLD/	6 entrepreneurs participants/an	
<b>Résultats attendus</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 entreprises participantes annuellement aux formations.</li> <li>• Augmentation de l'utilisation des technologies de l'Information par les entreprises.</li> </ul>						

## ▲ PRIORITÉ 2 : STIMULER L'ENTREPRENEURIAT LOCAL

ORIENTATION 12		Dynamiser l'écosystème entrepreneurial.					
<p><b>Mise en contexte</b></p> <p>Un écosystème est « une communauté économique soutenue par l'interaction d'individus et d'organisations (Moore, 1993) ». Chaque écosystème est unique et plus les liens entre les individus sont fréquents et en grand nombre, plus l'écosystème rend le territoire attrayant pour les entrepreneurs.</p> <p>L'écosystème entrepreneurial de La Haute-Gaspésie laisse entrevoir un essoufflement de ses acteurs par : le manque d'entrepreneurs, le peu d'implication des membres au sein de la Chambre de Commerce et à la réduction de la taille des organismes de développement.</p>							
<b>Objectifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Créer un environnement d'affaires stimulant.</li> <li>• Dynamiser les centres villes et les zones industrielles existantes.</li> <li>• Augmenter le nombre d'entreprises.</li> </ul>					
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles
	An 1/2	An 3/4	An 5				
12.1 Maintenir la concertation, afin de stimuler les réalisations communes et l'inventaire des besoins.	En continu			\$ 	Table économie, jeunesse et relève et opportunités	CLD/SADC	2 rencontres/an
12.2 Effectuer la cartographie des entreprises du territoire.		X	X	\$\$\$ 	CLD	MEI/SADC/LINKKI	Cartographie réalisée
12.3 Favoriser et supporter la réalisation d'études de marché et d'opportunités.		X	X	\$\$ 	CLD	MEI/SADC/Info-entrepreneurs	1 par année
12.4 Solliciter la venue de nouveaux entrepreneurs.	En continu			\$\$ 	Table relève et opportunités	CLD/SADC/MEI/PAJHG/CCHG	1 à 2 actions annuelles
12.5 Sensibiliser les élus et entrepreneurs, aux problématiques causées par l'étalement commercial.	X	X	X	¢ 	CCHG	Municipalités/SADC/CLD	Une rencontre par an
<b>Résultats attendus</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation du nombre d'entreprises.</li> <li>• Revitalisation des centres villes.</li> </ul>					

## ▲ PRIORITÉ 2 : STIMULER L'ENTREPRENEURIAT LOCAL

ORIENTATION 13	Développer un fonds privé d'investissement (pour venir combler les structures financières existantes).						
<p><b>Mise en contexte</b></p> <p>Les entrepreneurs du territoire ont nommé leur désir de bonifier les sources financières existantes. Il arrive aussi que les jeunes entrepreneurs n'aient pas la mise de fonds nécessaire pour concrétiser leurs projets. La création d'un fonds tel que FIDEL Matanie, est à explorer. Ce fonds donnerait la possibilité de combler le manque de liquidités lors de phases d'investissement ou de démarrage.</p> <p>Il existe aussi un nouveau programme développé par Desjardins : Créavenir. Un programme pour aider les 18 à 35 ans, n'ayant pas les ressources financières suffisantes, à démarrer ou développer une entreprise de moins de 3 ans. De plus, la Chambre de commerce de la Baie des Chaleurs désire créer un fonds dédié à la relève entrepreneuriale de la Gaspésie et des Îles, cette avenue est aussi à envisager. La Chambre de commerce est l'organisme ciblé afin d'explorer les pistes possibles.</p>							
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solliciter la venue de nouveaux capitaux privés et publics.</li> <li>• Faciliter le démarrage de nouvelles entreprises.</li> <li>• Favoriser l'expansion et la modernisation des entreprises.</li> <li>• Diminuer la pression financière des nouveaux entrepreneurs.</li> </ul>						
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles
	An 1/2	An 3/4	An 5				
13.1 Création d'un comité de travail pour évaluer la faisabilité de mettre sur pied un fonds du type FIDEL Matanie.	X			\$ 	CCHG	Gens d'affaires/ SADC/CLD	3 rencontres
13.2 Mise sur pied de la gouvernance.		X		\$ 	CCHG	Gens d'affaires/ SADC/CLD	3 rencontres
13.2 Solliciter des entreprises pour cotiser au fonds.		X	X	\$ 	CCHG	Gens d'affaires	100 000 \$ amassés
13.3 Participation à Créavenir.	X	X	X	c 	Desjardins	SADC/CLD	4 dossiers/an
Résultats attendus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Création d'entreprises.</li> <li>• Modernisation d'entreprises.</li> <li>• Expansion d'entreprises.</li> <li>• Diminution de l'abandon des entreprises 0-5 ans.</li> </ul>						

## ▲ PRIORITÉ 2 : STIMULER L'ENTREPRENEURIAT LOCAL

ORIENTATION 14		Supporter et maintenir les industries des ressources naturelles et marines.					
<p><b>Mise en contexte</b></p> <p>La Haute-Gaspésie a vu son territoire se peupler et se développer grâce à l'industrie de la pêche et à la foresterie. L'exploitation des ressources naturelles, fut le moteur économique principal du territoire durant des décennies. Le développement économique d'un territoire doit prendre assise sur plus d'un moteur économique, afin de maintenir une économie locale forte et dynamique. Il est donc important de porter une attention particulière à l'exploitation des ressources naturelles et supporter les entreprises qui en découlent.</p>							
<b>Objectifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilisation des sous-produits à leur plein potentiel.</li> <li>• Développer de nouveaux marchés.</li> <li>• Maintenir la présence des entreprises de récolte et transformation des ressources naturelles.</li> </ul>					
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles
	An 1/2	An 3/4	An 5				
14.1 Dresser un portrait des sous-produits forestiers.	X			¢ 	MRC	CLD/MFFP/ Industries/MAPAQ/ MELCC	Un portrait
14.2 Supporter la réalisation d'étude de faisabilité, de projets de valorisation des résidus.		X		\$\$ 	Industries	CLD/Groupements/ MFFP/MAPAQ	Une étude
14.3 Supporter la modernisation des entreprises.	En continu				CLD	SADC/MAPAQ/MEI/DEC/ Femmessor/IQ	Une entreprise accompagnée /an
14.4 Supporter le transfert des entreprises.	En continu				CLD/SADC	CTEQ/MEI/FTQ/IQ/BDC/ Femmessor	Une entreprise accompagnée /an
<b>Résultats attendus</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Écoulement des sous-produits.</li> <li>• Meilleure rentabilité des usines.</li> </ul>					



## ▲ PRIORITÉ 2 : STIMULER L'ENTREPRENEURIAT LOCAL

ORIENTATION 15		Favoriser l'exportation des produits et services.					
<b>Mise en contexte</b>							
La baisse démographique dans notre MRC, amène nos entreprises à explorer les marchés hors région pour maintenir leurs opérations ou poursuivre leur croissance.							
<b>Objectifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer de nouveaux marchés.</li> <li>• Faire croître les entreprises d'ici.</li> </ul>					
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles
	An 1/2	An 3/4	An 5				
15.1 Favoriser la participation des entreprises locales à des missions commerciales.	En continu			\$ 👤	GIMXPORT	SADC/CLD/DEC/MEI	2 missions/an
15.2 Accroître la compétitivité des entreprises et des organisations (modernisation).	En continu			\$\$\$\$ 👤👤	CLD/SADC	SADC/Gimxport/IQ/DEC/Merinov/MEI/TC-TIC/Femmessor	+ de 500 000 \$ d'investissement /an
15.3 Favoriser l'adhésion à GIMXPORT (Plans de commercialisation et exportation, diagnostic et pré diagnostic).	En continu			¢ 👤	GIMXPORT	CLD/SADC	1 nouveau membre/an
<b>Résultats attendus</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Augmentation des ventes à l'extérieur du territoire.</li> </ul>					



**PRIORITÉ 3**  
**DÉVELOPPER L'INDUSTRIE  
TOURISTIQUE 4 SAISONS**

Déployer une offre touristique complète pour devenir une destination de premier choix à l'année.

L'industrie touristique est un levier de croissance de premier plan pour la région, il faut le reconnaître et le communiquer. L'offre actuelle laisse croire que l'industrie est prête à devenir une destination 4 saisons et c'est en structurant davantage ce secteur que le succès de son déploiement pourra être assuré.





## ▲ PRIORITÉ 3 : DÉVELOPPER LES ACTIVITÉS TOURISTIQUES QUATRE SAISONS

ORIENTATION 16		Évaluer, cibler et analyser les besoins de l'industrie touristique.						
<p><b>Mise en contexte</b></p> <p>Le dernier plan de développement touristique daté de 2013/2018 est terminé et réalisé. Les acteurs de l'industrie touristique demandent de refaire l'exercice afin d'élaborer un nouveau plan de développement de leur industrie.</p> <p>Le tourisme est un moteur économique très important pour la MRC de La Haute-Gaspésie. Plus de 180 entreprises œuvrent dans ce secteur d'activité, il est donc primordial de structurer le développement touristique du territoire afin de connaître les réels besoins de l'industrie touristique.</p>								
<b>Objectifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favoriser le développement touristique.</li> <li>• Structurer et bonifier l'offre touristique.</li> <li>• Favoriser la communication entre les acteurs.</li> <li>• Connaître les besoins commerciaux du secteur.</li> <li>• Développer une offre touristique complémentaire pour répondre aux besoins commerciaux.</li> </ul>						
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles	
	An 1/2	An 3/4	An 5					
16.1. Mise sur pied d'une structure de concertation touristique (comité aviseur et ou comités de travail sur des sujets précis).	X			¢ 👤	CLD	CCHG/SADC/ Entreprises/ATRG	Création des comités	
16.2 Favoriser et supporter la concertation et la communication des acteurs de l'industrie.	X	X	X	¢ 👤	CLD/SADC	CCHG/ATRG	2 rencontres annuelles des comités	
16.3 Réaliser un plan de développement concerté du secteur touristique.	X	X	X	\$\$\$\$ 👤👤👤	CLD/CCHG/ SADC	Entreprises/ DEC/MEI/ATRG	Plan de développement réalisé	
<b>Autres partenaires</b>		<b>Autres informations</b>						
<b>Résultats attendus</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse des besoins de l'industrie touristique.</li> <li>• Communication accrue entre les acteurs.</li> <li>• Plan d'action concerté des acteurs du tourisme.</li> </ul>						

## ▲ PRIORITÉ 3 : DÉVELOPPER LES ACTIVITÉS TOURISTIQUES QUATRE SAISONS

<b>ORIENTATION 17</b>	<b>Favoriser la tenue d'activités à l'extérieur des périodes de grand achalandage touristique.</b>							
<b>Mise en contexte</b>								
<p>Juillet et août sont considérés comme constituant la période de haute saison estivale, tandis que février et mars représentent l'équivalent hivernal. C'est dans l'optique de prolonger ces périodes que les intervenants du secteur touristique ont mentionné leurs désirs de créer des événements sportifs ou gourmands hors saison.</p> <p>La création d'événements ponctuels de grande envergure tel que le Raid Gaspésie, La Virée ou L'Ultra Trail, permettrait d'attirer de nouvelles clientèles sur le territoire lors de périodes moins achalandées.</p>								
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolider les événements hors saison sur le territoire.</li> <li>• Structurer l'offre d'événements actuels.</li> <li>• Prolonger les saisons touristiques grâce à des événements ponctuels.</li> </ul>							
<b>Actions</b>		<b>Échéancier</b>			<b>Coût et temps</b>	<b>Responsables</b>	<b>Partenaires principaux</b>	<b>Indicateurs cibles</b>
		An 1/2	An 3/4	An 5				
17.1 Rassembler les organisateurs d'événements, afin de se concerter.			X		¢ 👤	CLD	Organismes porteurs d'événements	Une rencontre
17.2 Embaucher un chargé de projet qui coordonnera plusieurs activités complémentaires.			X	X	\$\$\$ 👤	CLD	CLD/ Municipalités/ Autres organismes	Embauche d'un chargé de projet
17.3 Attirer des événements sur le territoire (sportifs, gourmands, corporatifs, etc.).			X	X	\$\$ 👤👤👤	Chargé de projet		3 événements
17.4 Rechercher des moyens de financement complémentaires.				X	¢ 👤	Chargé de projet		Pérennisation de l'emploi
17.5 Profiter des activités et événements actuels (sportifs et corporatifs) afin de mettre en valeur notre offre de produits locaux.		X	X	X	\$ 👤	Comité de travail sur l'accueil touristique	CLD/SADC/ATRG Municipalités	Outils de promotion
<b>Résultats attendus</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concertation des organismes créateurs d'événements.</li> <li>• Consolidation du financement.</li> </ul>							

## ▲ PRIORITÉ 3 : DÉVELOPPER LES ACTIVITÉS TOURISTIQUES QUATRE SAISONS

ORIENTATION 18		Déployer un accueil touristique sur tout le territoire et à l'année.						
<p><b>Mise en contexte</b></p> <p>La MRC de La Haute-Gaspésie possède un bureau d'accueil touristique à Sainte-Anne-des-Monts. Le bureau est ouvert seulement de la mi-juin à la mi-septembre. Une personne est alors disponible pour répondre aux touristes.</p> <p>Des réflexions doivent être entreprises, afin d'envisager un accueil touristique 4 saisons et qui répondrait au besoin du territoire. Il faudra être créatif et innovant, afin d'obtenir un produit complet qui saura de démarquer.</p> <p>L'accueil ne doit pas être seulement l'affaire de l'industrie touristique, mais doit devenir une fierté de la population.</p>								
<b>Objectifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Faciliter la rétention des gens de passage.</li> <li>Rétention des touristes.</li> <li>Rayonnement de nos attraits et entreprises.</li> </ul>						
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles	
	An 1/2	An 3/4	An 5					
18.1 Création d'un comité de travail sur l'accueil touristique.	X			¢ 	CLD	SADC/CCHG/ATR/Élus	Création du comité	
18.2 Réfléchir et structurer l'accueil touristique 4 saisons sur le territoire.	X	X	X	\$\$\$ 	Comité de travail		Création d'un plan de déploiement	
18.3 Déployer un réseau de partenaires d'accueil touristique hors Haute-Gaspésie (Matane, New Richmond, Grande-Vallée, Murdochville).		X	X	¢ 	CLD	Bureau d'accueil des autres régions	Partenariat avec les bureaux	
18.4 Offrir une formation sur les attraits de la Haute-Gaspésie pour les employés saisonniers.		X	X	\$ 	CLD/CCHG	Entreprises	Tenue de 2 activités par an	
<b>Résultats attendus</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Accueil touristique uniforme, innovante et dynamique sur le territoire.</li> <li>Augmentation de la fréquentation au bureau d'accueil touristique.</li> </ul>						



## ▲ PRIORITÉ 3 : DÉVELOPPER LES ACTIVITÉS TOURISTIQUES QUATRE SAISONS

ORIENTATION 19		Déployer une promotion touristique plus flexible et attrayante.						
<b>Mise en contexte</b>								
Selon Tourisme Gaspésie, plus de 500 000 personnes ont visité la Gaspésie durant la saison estivale 2018, ce qui représente des retombées économiques de près de 255 M\$ pour la région. Au-delà du développement touristique, il est important de voir à la promotion de la région et la mise en valeur de notre offre. Il faut collaborer avec les organismes régionaux pour la promotion hors région, mais il faut aussi développer des actions de rétention afin de capter les milliers de touristes de passage. Le plan d'action en lien avec la promotion touristique est échu depuis 2017. Les outils promotionnels sont les mêmes depuis 7-8 ans, il est donc nécessaire de les évaluer et les mettre à jour.								
<b>Objectifs</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Assurer une promotion touristique sur les territoires limitrophes.</li> <li>Attirer de nouvelles clientèles.</li> <li>Développer de nouveaux outils de rétention des clientèles.</li> <li>Mise à jour des stratégies de promotion.</li> </ul>						
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs cibles	
	An 1/2	An 3/4	An 5					
19.1 Évaluer l'impact des outils promotionnels déjà en place (napperon, magazine hiver, site web).	X			¢ 👤	CLD	Entreprises/Comité touristique	Sondage auprès de l'industrie/ Mise à jour des outils	
19.2 Concerter les intervenants du secteur touristique, afin de créer un plan d'action pour la promotion et l'accueil touristique sur le territoire.	X			\$\$ 👤👤	CLD	Entreprises/SADC	Réalisation d'un plan d'action	
19.3 Élaborer un plan de communication et le mettre en œuvre (marketing numérique, présence accrue sur le web).		X	X	\$ 👤	CLD	Entreprises/SADC	Mise à jour des méthodes utilisées/ Augmentation de la présence sur le WEB	
19.4 Collaborer avec les organismes responsables de la promotion de la Gaspésie à l'extérieur de la région.	X	X	X	\$\$ 👤	CLD	ATR/ Québec Maritime/Tourisme Québec	Renouvellement des Memberships/ 4 actions de promotion	
19.5 Développer des partenariats avec les entreprises et organisations, pour faire connaître l'offre touristique à l'extérieur de notre territoire.		X	X	¢ 👤	CLD	Regroupement d'entreprises locales	2 nouveaux partenariats	
<b>Résultats attendus</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Augmentation du tourisme.</li> <li>Nouveau partenariat avec des structures de promotion.</li> <li>Présence de nouvelles clientèles.</li> </ul>						





## PRIORITÉS DU SECTEUR AGRICOLE

**Le secteur agricole s'est concerté afin d'élaborer un plan de développement de la zone agricole (PDZA)**

Les enjeux de développement sont :

- développer les terres à potentiel agricole;
- favoriser l'établissement de la relève;
- faciliter la mise en marché des produits agroalimentaires;
- reconnaître, soutenir et consolider les entreprises agricoles déjà en place.





## ▲ ENJEU : DÉVELOPPER LES TERRES À POTENTIEL AGRICOLE

ORIENTATION 1		Améliorer la productivité des sols et le rendement des cultures.					
<b>Mise en contexte</b>							
<p>En 2005, l'étude pédologique (IRDA) réalisée en Gaspésie, a démontré que les sols de la Haute-Gaspésie avaient une valeur intrinsèque allant de moyenne à bonne sur 40 % du territoire analysé. La diminution du cheptel d'animaux réduit les quantités d'amendements disponibles.</p> <p>Le principal facteur limitatif pour la productivité se situe sur le plan de la fertilité.</p> <p>Les producteurs ont démontré un intérêt face à une formation sur le sujet, lors de la rencontre du PDZA.</p>							
<b>Objectifs</b>		<p>Informier et sensibiliser les producteurs sur la gestion des sols, en fonction des cultures adaptées aux conditions climatiques.</p> <p>Améliorer la qualité des sols tant sur le plan de leur structure que de leur fertilité.</p>					
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs et cibles
	An 1	An 2	An 3				
1.1 Formation et sensibilisation à la gestion des sols.	X	X	X	¢ 	MAPAQ	UPA et Club agroenvironnemental de la Gaspésie-Les Îles	Une activité par année/ Dix producteurs
1.2 Effectuer des cliniques et des essais terrain sur le territoire.		X	X	\$ 	MAPAQ	UPA et Club agroenvironnemental de la Gaspésie-Les Îles	Deux activités sur trois ans/ Dix producteurs
<b>Autres partenaires</b>	<b>Autres informations</b>						
Producteurs agricoles Réseau Agriconseils	Financement possible par : CLD Collectif régional en formation agricole (CRFA) MAPAQ Réseau Agriconseils						
<b>Résultats attendus</b>	Augmentation des rendements à l'hectare. Amélioration de la fertilité des sols.						

## ▲ ENJEU : DÉVELOPPER LES TERRES À POTENTIEL AGRICOLE

ORIENTATION 2		Augmenter l'apport d'amendements en terres agricoles.						
<b>Mise en contexte</b>								
<p>En 2005, l'étude pédologique (IRDA) réalisée en Gaspésie, a démontré que les sols de la Haute-Gaspésie avaient une valeur intrinsèque allant de moyenne à bonne sur 40 % du territoire analysé. La diminution du cheptel d'animaux réduit les quantités d'amendements disponibles.</p> <p>La Haute-Gaspésie a développé une partie de son économie grâce à l'industrie de la transformation des produits marins. Plusieurs usines sont installées sur le territoire. La Politique québécoise de gestion des matières résiduelles (PQGMR), préconise le recyclage et la valorisation des résidus. Elle vise à bannir l'élimination des résidus organiques putrescibles dès 2020 (MDDEP, 2011). La MRC de La Haute-Gaspésie a adopté en avril 2017, un plan de gestion des matières résiduelles (PGMR) qui va en ce sens. Elle désire notamment détourner de l'enfouissement, les résidus de produits marins.</p> <p>Un projet pilote existe depuis plusieurs années à Madeleine, avec la valorisation de résidus marins provenant d'une usine située à Cloridorme.</p>								
<b>Objectifs</b>		<p>Améliorer la qualité des sols, tant sur le plan de leur structure que de la fertilité.</p> <p>Augmenter la quantité d'amendements disponibles sur le territoire.</p> <p>Valoriser les matières résiduelles fertilisantes (MRF) sur le territoire.</p>						
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs et cibles	
	An 1	An 2	An 3					
2.1 Sensibiliser les municipalités aux besoins du secteur agricole, quant à la valorisation agricole des MRF.	X			¢ 👤	MRC	Municipalités et Comité de suivi	Une rencontre d'information et un suivi auprès du responsable du PGMR	
2.2 Supporter un projet de valorisation agricole des résidus de produits marins.	X	X		\$\$\$ 👤	MRC et CLD	MAPAQ	Début des essais/ Valorisation des résidus marins d'une usine	
2.3 Identifier des moyens d'augmenter la quantité de chaux épandue dans la MRC et en faciliter l'accès aux petites entreprises.	X	X	X	¢ 👤	MAPAQ		Sept entreprises ayant épandu/ Épandage de 700 tonnes de chaux en trois ans	
Autres partenaires	Autres informations							
MAPAQ MELCC Municipalités SADC Usines de transformation de produits marins	<p>Plusieurs études ont été réalisées au cours des dernières années au Québec concernant la valorisation des MRF. Le MELCC possède un guide sur les critères de référence et normes réglementaires.</p> <p>Financement possible par :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>CLD</li> <li>MAPAQ</li> <li>MRC par le biais du PGMR et du fonds vert</li> <li>Programme des redevances à l'enfouissement</li> <li>Recyc-Québec</li> <li>SADC</li> </ul>							
Résultats attendus	<p>Augmentation de la quantité de MRF valorisées sur le territoire.</p> <p>Augmentation de la quantité de chaux épandue et du nombre d'entreprises utilisatrices.</p> <p>Augmentation du rendement à l'hectare.</p>							

## ▲ ENJEU : DÉVELOPPER LES TERRES À POTENTIEL AGRICOLE

<b>ORIENTATION 3</b>		<b>Favoriser l'occupation dynamique du territoire agricole.</b>					
<b>Mise en contexte</b>							
Lors de la caractérisation des terres agricoles en 2004, 800 hectares ont été répertoriés en friche et 1 260 hectares déclarés loués par un tiers. Seulement 750 hectares étaient la propriété des entreprises ou des producteurs agricoles. Cette réalité n'a guère changé au cours des années et fragilise les entreprises existantes.							
Certains villages n'ont plus de producteurs enregistrés et les terres sont laissées à l'abandon ou simplement entretenues. Les producteurs rencontrent des difficultés pour obtenir des baux de location à long terme sur certaines parcelles. Cette condition est essentielle, afin de permettre aux producteurs de garantir leur investissement (chaux, drainage, etc.) et ainsi améliorer la qualité des sols.							
De plus, la Haute-Gaspésie possède un panorama exceptionnel, les ouvertures sur le paysage offert par les terres agricoles sont un patrimoine à préserver.							
<b>Objectifs</b>		Dynamiser le territoire. Augmenter le nombre d'entreprises. Augmenter la superficie des terres en culture.					
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs et cibles
	An 1	An 2	An 3				
3.1 Adhérer et mettre en place L'ARTERRE.	X	X	X	\$\$\$ 	MRC	MRC de la Gaspésie et UPA	Deux implantations de relève en trois ans
3.2 Mettre à jour l'inventaire des terres agricoles et des friches.	X			¢ 	L'ARTERRE	UPA	Inventaire réalisé
3.3 Effectuer une campagne de promotion sur la location de terres avec bail.	X	X		¢ 	L'ARTERRE	Municipalités et MRC	Augmentation du nombre de baux d'une durée de cinq ans et plus/ Cinq nouveaux baux
3.4 Évaluer les besoins des entreprises pour la remise en culture de friches.			X	¢ 	UPA	Producteurs et UPA locale	Communication avec les producteurs
Autres partenaires		Autres informations					
CLD MAPAQ MRC de la Gaspésie Municipalités UPA		Les cinq MRC de la Gaspésie travaillent sur un projet commun, afin de doter la région du service de L'ARTERRE et la Fédération de l'UPA de la Gaspésie-Les Îles en est le mandataire. L'action 3.1 sur la mise en place de L'ARTERRE va aussi contribuer à la réalisation de l'orientation 4. Financement possible par : Fonds d'appui au rayonnement des régions (FARR)					
<b>Résultats attendus</b>		Maintien du paysage agricole. Freiner l'effritement du secteur agricole. Augmentation du nombre d'hectares en culture. Augmentation du nombre de producteurs.					

## ▲ ENJEU : FAVORISER L'ÉTABLISSEMENT DE LA RELÈVE

ORIENTATION 4		Favoriser l'établissement de la relève.						
<b>Mise en contexte</b>								
La Haute-Gaspésie connaît une baisse démographique et un manque de main-d'œuvre, tout comme de nombreuses régions du Québec. Une étude réalisée par l'Institut de recherche en économie contemporaine (IREC), évoque le lien étroit entre la démographie et la relance de l'agriculture et de la foresterie.								
La MRC de La Haute-Gaspésie se doit d'être attrayante et de mettre en valeur ses richesses. De plus, afin d'inciter la relève à choisir son territoire, elle désire se démarquer des autres régions et faire place à l'innovation.								
<b>Objectifs</b>		Recruter et faciliter l'arrivée de la relève. Assurer la pérennité de chaque type de production.						
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs et cibles	
	An 1	An 2	An 3					
4.1 Accueillir et soutenir la relève, créer un carnet de bons de service offert dans la MRC.	X	X	X	¢ 👤	UPA locale	Producteur, MRC et CLD	Nombre de carnets distribués	
4.2 Organiser un séjour exploratoire agricole.	X	X		\$ 👤👤	Place aux jeunes	UPA, MAPAQ et Gaspésie Gourmande	Visite de dix participants sur le territoire	
4.3 Créer un fonds annuel dédié à la relève agricole.	X	X	X	\$\$ 👤	MRC	Préfet de la MRC	Remise d'une bourse	
4.4 Explorer la possibilité de mettre en place un projet pilote d'établissement collectif dans une municipalité (incubateur ou autre).	X	X	X	\$ 👤👤	MRC et CLD	Municipalités	Identification d'un projet pilote	
4.5 Diffuser les résultats du projet : « L'agriculture autrement, pourquoi pas? ».	X	X	X	¢ 👤	Gaspésie Gourmande	UPA et MAPAQ	Diffusion	
Autres partenaires		Autres informations						
CLD L'ARTERRE Place aux jeunes MAPAQ MRC SADC SED		L'action 3.1 sur la mise en place de L'ARTERRE est aussi essentielle à la réussite de l'orientation 4. De plus, l'orientation 6 va contribuer à faire rayonner le territoire.  Financement possible par : CLD MAPAQ MRC (budget 2019) Place aux jeunes SADC						
Résultats attendus		Augmentation du nombre d'entreprises. Implantation d'une nouvelle entreprise agricole dans l'est du territoire.						

## ▲ ENJEU : FACILITER LA MISE EN MARCHÉ DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES

ORIENTATION 5 Commercialiser les produits locaux en circuit court.							
<p><b>Mise en contexte</b></p> <p>Les consommateurs sont de plus en plus soucieux de la provenance des aliments dans leur assiette. Cette tendance s'avère une possibilité de développement pour les entreprises agricoles de la région. La vente directe permet aux producteurs d'obtenir une plus grande marge de profit pour leurs produits.</p> <p>De plus, la situation géographique de la MRC, proche du parc national de la Gaspésie, de même que l'engouement touristique pour des produits de niche, deviennent un levier de développement à utiliser.</p>							
<p><b>Objectifs</b></p> <p>Faciliter la distribution des produits localement. Regrouper les producteurs afin de faciliter la mise en marché.</p>							
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs et cibles
	An 1	An 2	An 3				
5.1 Promouvoir les marchés publics sur le territoire de la Haute-Gaspésie.	X	X	X	¢ 👤	MRC et CLD	Nourrir notre monde et Gaspésie Gourmande	Trois publications annuelles
5.2 Soutenir les initiatives collectives de commercialisation et de distribution en circuit court.	X	X	X	\$\$\$ 👤👤	MRC et CLD	Nourrir notre monde, MAPAQ et Gaspésie Gourmande	Dix entreprises agroalimentaires participantes
5.3 Adhésion des organisations à une déclaration de consommation des produits agroalimentaires de la MRC .	X			¢ 👤	MRC et CLD	UPA locale et Chambre de commerce	Quinze organisations ayant adhéré à la déclaration
Autres partenaires	Autres informations						
Chambre de commerce Gaspésie Gourmande MAPAQ Municipalités Nourrir notre monde Producteurs SADC	Financement possible par : FARR CLD MAPAQ						
Résultats attendus	Augmentation des ventes locales; Faciliter la mise en marché en circuit court.						









## ▲ ENJEU : FACILITER LA MISE EN MARCHÉ DES PRODUITS AGROALIMENTAIRES

ORIENTATION 6		Réalisation des possibilités de marché.					
<b>Mise en contexte</b>							
Différentes possibilités de développement et de marchés sont présentes pour les entrepreneurs agroalimentaires de la Haute-Gaspésie. La présence de la Minoterie des Anciens à Sainte-Anne-des-Monts, est à considérer pour la production de grains biologiques sans gluten.							
Plusieurs transformateurs sont intéressés à utiliser davantage les produits agricoles locaux. D'autre part, la position géographique de la Haute-Gaspésie, notamment sa proximité du parc national de la Gaspésie, offre des possibilités de marché pour des produits prisés par les touristes et les amateurs de plein air.							
De plus, il existe des possibilités de développement sur le plan de la production animale avec le regroupement Bœuf Gaspésie et la forte demande d'agneau nourri aux algues.							
<b>Objectifs</b>		Supporter l'adhésion d'entreprises agricoles à des filières existantes. Mettre en valeur les possibilités de marchés présentes sur le territoire. Favoriser l'activité économique agroalimentaire.					
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs et cibles
	An 1	An 2	An 3				
6.1 Faire connaître les opportunités de développement et de marchés aux futurs entrepreneurs agroalimentaires, notamment en productions animales.	X	X	X	¢ 👤	MAPAQ	SED, UPA et Gaspésie Gourmande	Diffusion d'un document présentant les possibilités
6.2 Accompagner les entreprises intéressées à la production de céréales biologiques et sans gluten.	X	X	X	¢ 👤👤	MAPAQ	UPA	Trois entreprises accompagnées
6.3 Supporter les projets potentiels en acériculture de façon à être prêts lorsque le contexte offrira des possibilités.	X	X	X	¢ 👤👤	MRC et CLD	UPA	Un nouveau projet acéricole
6.4 Organiser une activité d'arrimage de la demande et de l'offre entre les transformateurs, restaurateurs et producteurs.	X	X	X	\$ 👤	MRC et CLD	Chambre de commerce et Gaspésie Gourmande	Une rencontre annuelle entre producteurs et transformateurs
<b>Autres partenaires</b>				<b>Autres informations</b>			
CLD Collectif régional en formation agricole Gaspésie Gourmande MAPAQ Ministère de l'Énergie et des Ressources naturelles (MERN) Place aux jeunes Réseau Agriconseils SADC Stratégie d'établissement durable (SED) UPA locale				L'action 6.4 va aussi contribuer à l'atteinte des objectifs de l'orientation 7.  L'action 6.1 va contribuer à attirer de la relève (orientation 4).			
<b>Résultats attendus</b>				Renforcement des filières. Création de nouvelles initiatives et entreprises. Augmentation de la production et de l'activité économique.			

▲ **ENJEU : RECONNAÎTRE, SOUTENIR ET CONSOLIDER LES ENTREPRISES AGRICOLES DÉJÀ EN PLACE**

<b>ORIENTATION 7 Favoriser la diffusion de l'information sur le secteur agricole.</b>							
<b>Mise en contexte</b> Lors des différentes rencontres avec les producteurs agricoles, il a été mentionné qu'il n'est pas toujours évident de savoir où est la porte d'entrée, afin de recevoir les informations et services lorsqu'on démarre une entreprise agricole. La multiplication des intervenants, des programmes et des services peut engendrer une embûche supplémentaire lors de l'établissement. La relève agricole de la Gaspésie-Les Îles a d'ailleurs créé un passeport où est répertoriée l'information nécessaire lors d'un démarrage, d'un transfert ou lorsqu'une entreprise déjà établie a besoin de services. Le bottin des ressources est un outil clé, afin de connaître les « mandats » et les coordonnées des intervenants du secteur agricole et du secteur entrepreneurial.							
<b>Objectifs</b> Faciliter l'accès à l'information concernant les programmes et services. Susciter les occasions d'échange entre les producteurs agricoles.							
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs et cibles
	An 1	An 2	An 3				
7.1 Établir un plan d'animation annuel avec les producteurs et intervenants.	X	X	X	¢ 👤	Comité de suivi	UPA locale, Producteurs et MAPAQ	Augmentation du nombre d'activités Trois activités animées par an
7.2 Promouvoir les services et les programmes offerts par les différents intervenants.		X	X	¢ 👤	Comité de suivi	UPA locale et Organismes du secteur	Une invitation à présenter leurs services
Autres partenaires		Autres informations					
Club agroenvironnemental de la Gaspésie-Les Îles Gaspésie Gourmande MAPAQ MRC et CLD SADC UPA locale		Un outil regroupant tous les intervenants du secteur agricole a été créé par l'Association de la relève agricole de Gaspésie-Les Îles (ARAGIM), soit le « Passeport », qui est disponible auprès du MAPAQ, de l'UPA et au CLD.  Les actions 6.4, 8.1 et 8.2 vont aussi contribuer à diffuser l'information et à resserrer les liens sur le plan du secteur agricole.					
Résultats attendus		Circulation de l'information. Resserrement des liens entre producteurs et intervenants.					

▲ **ENJEU : RECONNAÎTRE, SOUTENIR ET CONSOLIDER LES ENTREPRISES AGRICOLES DÉJÀ EN PLACE**

<b>ORIENTATION 8</b>		<b>Reconnaître et valoriser le métier.</b>					
<b>Mise en contexte</b>							
La population et les élus ne sont pas bien informés du portrait de l'agriculture sur le territoire. La réalité agricole de la Haute-Gaspésie est propre à notre territoire et la place de ce secteur d'activité dans l'économie locale doit être connue de tous.							
Les entreprises peinent à recruter de la main-d'œuvre localement, il est donc important de mettre en place des moyens afin de favoriser le recrutement et la rétention de celle-ci.							
<b>Objectifs</b>		Mieux faire connaître l'agriculture en Haute-Gaspésie. Créer un sentiment de fierté face au secteur agroalimentaire chez les Hautes-Gaspésiens. Susciter l'intérêt pour le secteur agricole.					
Actions	Échéancier			Coût et temps	Responsables	Partenaires principaux	Indicateurs et cibles
	An 1	An 2	An 3				
8.1 Visite des intervenants et des élus dans les entreprises agricoles.	X	X	X	\$ 	MRC et CLD	Producteurs	Visite de dix intervenants et/ou élus annuellement
8.2 Créer un PDZA simplifié, afin de sensibiliser la population aux réalités agricoles.		X		\$ 	SADC	MRC et CLD	Diffusion du PDZA simplifié
8.3 Proposer des stages en entreprise (un jour) dans les écoles secondaires de la MRC.			X	¢ 	UPA	Commission scolaire	Un stage effectué
8.4 Organiser des activités de sensibilisation au métier dans les écoles de la MRC.		X	X	¢ 	UPA	UPA locale, CJE et Table jeunesse	Cinq visites dans les classes
8.5 Activités de reconnaissance agricole.		X	X	¢ 	MRC et CLD	UPA locale	Publication concernant une production ou un producteur Trois publications annuelles
8.6 Évaluer les besoins de main-d'œuvre et actions pour recruter et retenir des employés.		X		¢ 	Centre d'emploi agricole	MRC, CLD et CLE	Communication avec les producteurs
<b>Autres partenaires</b>		<b>Autres informations</b>					
Chambre de commerce, CLE Gaspésie Gourmande, MAPAQ, MRC Service d'accompagnement aux nouveaux arrivants SANA)		Les actions 8.1 et 8.2 contribueront également à la réussite de l'orientation 7. Financement possible par : MRC (budget 2019).					
<b>Résultats attendus</b>		Meilleures connaissances de l'agriculture en Haute-Gaspésie. Reconnaissance de l'agriculture sur le territoire. Sensibilisation à l'importance de l'agriculture dès le plus jeune âge. Augmentation et rétention de la main-d'œuvre.					



## PRIORITÉS DES AÎNÉS

Plus de 750 municipalités et MRC du Québec sont engagées dans la démarche Municipalité amie des aînés (MADA) dont l'objectif est l'adaptation des politiques, des services et des structures de nos municipalités au phénomène du vieillissement de la population.

Les municipalités, le TNO et la MRC de La Haute-Gaspésie souhaitent faire de leur milieu un endroit où il fait bon vieillir, par la mise en place d'actions concrètes au bénéfice des aînés.



## ORIENTATION: ENGAGEMENT SOCIAL ET CITOYEN

Objectifs	Actions	Responsables et partenaires ciblés	Ressources	Échéancier			Résultats attendus
				1	2	3	
Changer la perception et le comportement des gens envers les aînés	Sensibiliser les citoyens à la réalité des aînés (isolement, accessibilité des bâtiments, etc.) par des articles dans les médias locaux	<b>R</b> Comité MADA <b>P</b> Médias locaux	\$\$	✓			De bons coups seront diffusés et des citoyens poseront de petits gestes pour aider les aînés qui les entourent.
	Sensibiliser les commerçants à la réalité et aux besoins des aînés par des rencontres et des articles dans les médias locaux	<b>R</b> Comité MADA <b>P</b> Médias locaux	\$\$	✓			Des commerçants poseront des gestes en faveur des aînés (accessibilité, heures et services adaptés, etc.) et les publiciseront.
	Continuer à valoriser l'apport des aînés à la communauté (journée internationale des aînés, etc.)	<b>R</b> Clubs des 50 ans et + <b>P</b> Organismes	\$\$	En continu			Les aînés se sentiront valorisés et la population prendra conscience de leur importance pour le milieu.
Développer des activités intergénérationnelles dans le milieu	Sensibiliser les organismes et les écoles à intégrer des activités intergénérationnelles dans leur programmation	<b>R</b> Comité MADA <b>P</b> Organismes et écoles	\$		✓		Des activités intergénérationnelles en tous genres se tiendront ponctuellement.
	Ajouter un volet « aîné » à Animation jeunesse Haute-Gaspésie et développer des activités intergénérationnelles	<b>R</b> Municipalités de l'est de la MRC <b>P</b> MRC	\$\$		✓		Plus d'activités seront offertes dans l'est de la MRC et les aînés y participeront.

Ressources: \$=moins de 500\$ \$\$=entre 500\$ et 5000\$ \$\$\$=entre 5000\$ et 25000\$ \$\$\$\$=plus de 25000\$ Les responsables et les partenaires ciblés ne sont pas limitatifs.

L'année indiquée dans l'échéancier correspond à celle du début des travaux



## ORIENTATION: ESPACES EXTÉRIEURS ET BÂTIMENTS

Objectifs	Actions	Responsables et partenaires ciblés	Ressources	Échéancier			Résultats attendus
				1	2	3	
Améliorer l'accessibilité des infrastructures pour les personnes à mobilité réduite	Aménager un accès et une salle d'eau adaptés au siège social de la MRC	R MRC	\$\$\$			✓	Les installations seront conformes aux normes de conception sans obstacles du Code de construction du Québec.



## ORIENTATION: TRANSPORT

Objectifs	Actions	Responsables et partenaires ciblés	Ressources	Échéancier			Résultats attendus
				1	2	3	
Faciliter les déplacements des aînés sur le territoire de la MRC et vers l'extérieur	Implanter un aller-retour supplémentaire lors de jours ciblés quelques fois par mois sur les trajets du RÉGÎM	R RÉGÎM P MRC	\$\$\$	✓			Des aînés utiliseront ce nouveau service offrant un horaire mieux adapté à leurs besoins.
	Desservir le TNO de la MRC (Cap-Seize et Saint-Joseph-des-Monts) par une nouvelle navette taxi du RÉGÎM	R RÉGÎM P MRC	\$\$\$	✓			Les aînés et tous les gens de ce secteur seront mieux desservis par le RÉGÎM.
	Appuyer les entreprises de transport interurbain routier de passagers souhaitant développer leur offre sur le territoire de la MRC	R MRC	\$	✓			Les services de transport interurbain dans la MRC seront bonifiés.



## ORIENTATION: SOUTIEN COMMUNAUTAIRE ET SERVICES DE SANTÉ

Objectifs	Actions	Responsables et partenaires ciblés	Ressources	Échéancier			Résultats attendus
				1	2	3	
Favoriser le maintien des aînés à domicile et dans leur milieu	Créer un réseau d'entraide ou d'échange de petits services : ordures, déneigement, bois de chauffage, courrier, cuisine, couture, covoiturage, surveillance entre voisins, etc.	<b>R</b> Comité MADA <b>P</b> MRC	\$\$\$\$		✓		Plusieurs aînés demanderont l'aide des bénévoles pour ces tâches qui ne seront plus un fardeau pour eux.
	Appuyer le projet de création d'entreprise adaptée pour les personnes vivant avec un handicap dans le domaine du bois de chauffage	<b>R</b> Coopérative de solidarité Faitici <b>P</b> MRC	\$\$		✓		Plusieurs aînés deviendront des clients de cette entreprise en démarrage.
	Appuyer les projets visant à permettre aux aînés de la MRC de s'alimenter convenablement	<b>R</b> Organismes <b>P</b> MRC	\$\$		✓		Plusieurs aînés pourront diversifier et améliorer leur alimentation.
	Offrir et publiciser des formations pour les non-professionnels désirant effectuer certains actes délégués permis	<b>R</b> CISSS	\$		✓		Plusieurs personnes participeront aux formations et pourront aider les aînés de leur entourage.
Briser l'isolement vécu chez les aînés	Former un comité de voisinage, de visites et d'appels amicaux rejoignant les aînés qui sont seuls	<b>R</b> CAB des Chic-Chocs <b>P</b> Comités MADA locaux	\$		✓		Les aînés isolés pourront régulièrement échanger avec des bénévoles.
	Organiser une tournée de sensibilisation pour les travailleurs susceptibles de détecter des problèmes chez les aînés (livreurs de médicaments, coiffeuses, etc.)	<b>R</b> Table pour contrer les abus envers les aînés <b>P</b> CISSS	\$\$		✓		Les participants seront formés pour détecter les aînés isolés ou maltraités et leur donner des outils pour s'en sortir.





## ORIENTATION: COMMUNICATION ET INFORMATION

Objectifs	Actions	Responsables et partenaires ciblés	Ressources	Échéancier			Résultats attendus
				1	2	3	
Améliorer la diffusion de l'information dans la communauté	Offrir un service hebdomadaire de distribution porte-à-porte sur tout le territoire de la MRC (journaux et publicités)	R Médias écrits P MRC	\$\$\$		✓		Les aînés recevront l'information directement à la maison et n'auront plus à se déplacer pour cela.
	Utiliser des moyens de communication variés pour faire circuler l'information concernant les aînés (activités, services, programmes et nouveautés)	R Organisme P MRC	\$	✓			Les aînés ainsi que leurs proches connaîtront mieux les services et les programmes qui leur sont offerts et les utiliseront davantage.
	S'assurer que les communications de la MRC sont écrites en assez gros caractères et dans un langage simplifié	R MRC	\$	✓			Les aînés pourront plus facilement comprendre l'information qui leur est transmise.
Permettre aux aînés de mieux connaître les programmes et les services existants	Organiser des conférences pour les aînés données par des professionnels (médecin, pharmacien, notaire, pompier, premier répondant, etc.) et par des responsables de services	R Clubs des 50 ans et + P CAB des Chic-Chocs et CISSS	\$\$	✓			Plusieurs aînés assisteront à ces rencontres et poseront directement leurs questions aux responsables et aux spécialistes.
	Maintenir à jour et diffuser sur papier et sur Internet le répertoire des services aux personnes aînées en Haute-Gaspésie	R Clubs des 50 ans et + P CISSS et MRC	\$\$\$		✓		Tous les aînés de la MRC obtiendront une copie de ce répertoire et une liste de rappel aimantée (Info-Santé, 911, etc.)
	Promouvoir davantage auprès des aînés, les services suivants : livraison d'épicerie, livraison de médicaments, transport adapté et collectif (horaire, tarifs, etc.), Info-Santé, coopérative jeunesse de service, etc.	R Responsables des services P Comité MADA	\$\$	✓			Les aînés connaîtront mieux ces services et les utiliseront davantage.
Assurer le suivi de la démarche MADA	Faire un bilan annuel de la réalisation du plan d'action de la démarche MADA	R Comité MADA P MRC	\$	✓			Les citoyens seront au fait des actions mises en place et de celles à venir.



## PRIORITÉS DU DÉVELOPPEMENT SOCIAL

La démarche intégrée en développement social a vu le jour en 2012, pour faire suite à une volonté de concertation des différents acteurs en développement social. Un plan d'action est élaboré en concertation avec les partenaires de la démarche autour de six grands objectifs, soit :

- Influencer positivement les pratiques parentales.
- Améliorer les compétences sociales et affectives.
- Améliorer et développer les compétences des adultes en vue de leur insertion socioprofessionnelle.
- Développer une offre de service concertée pour les aînés.
- Favoriser l'autonomie alimentaire.
- Améliorer la vitalité du territoire et accroître l'accessibilité physique et géographique aux services.



[hautegaspesie.com](http://hautegaspesie.com)