BILAN 2021-2022

Comité de pilotage en attraction et en emploi dans la MANICOUAGAN

Mercredi, 16 novembre 2022

Le Grand Hôtel, Baie-Comeau – 8 h 30 à 12 h

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

CULTURE CÔTE-NORD

émersion

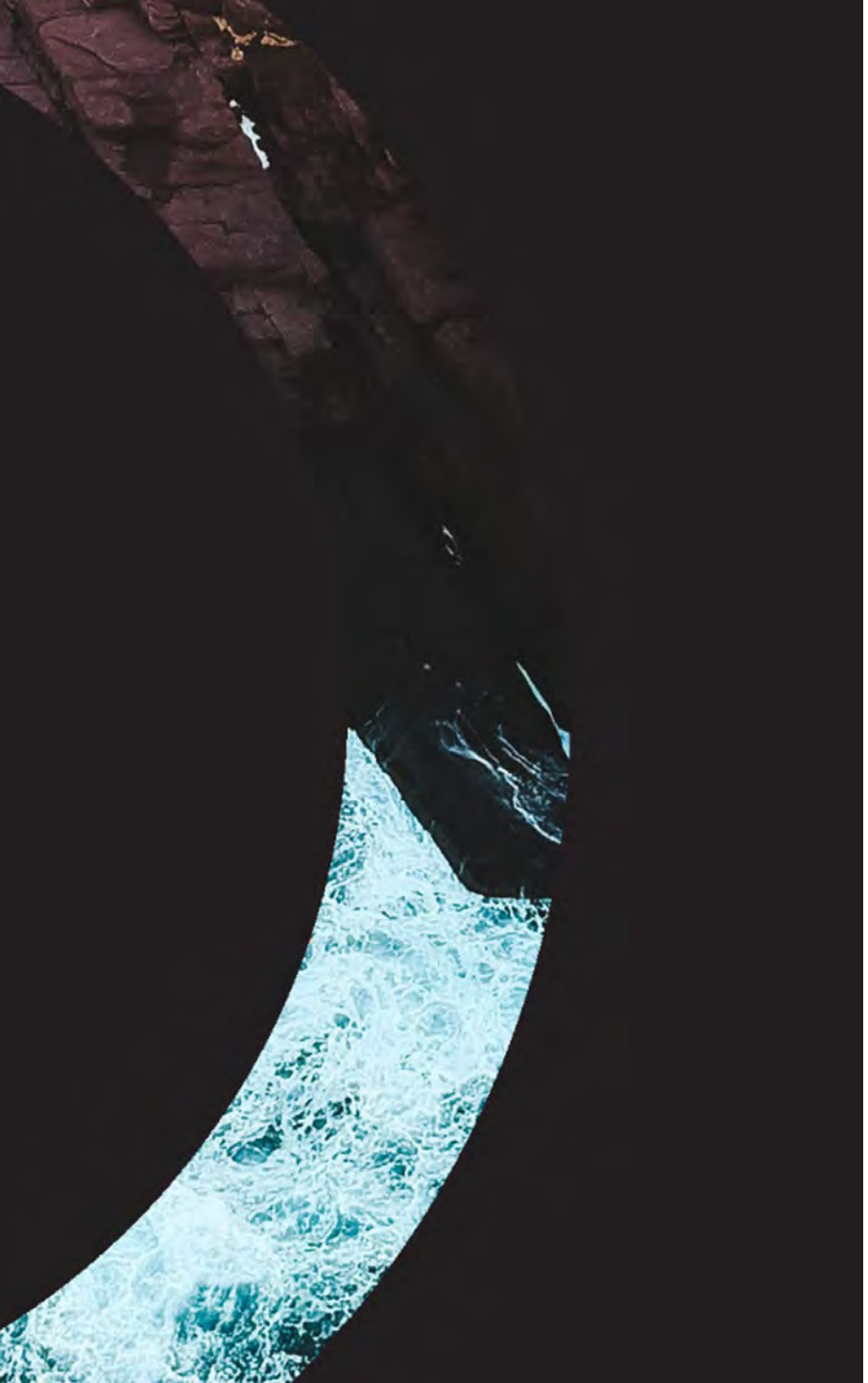
MANICOUAGAN INTERCulturelle
SERVICE D'ACCUEIL POUR PERSONNES IMMIGRANTES

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN
MANIC

municipalité régionale de comté de manicouagan

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

TOURISME CÔTE NORD
ENTRE NATURE ET DÉMESURE!



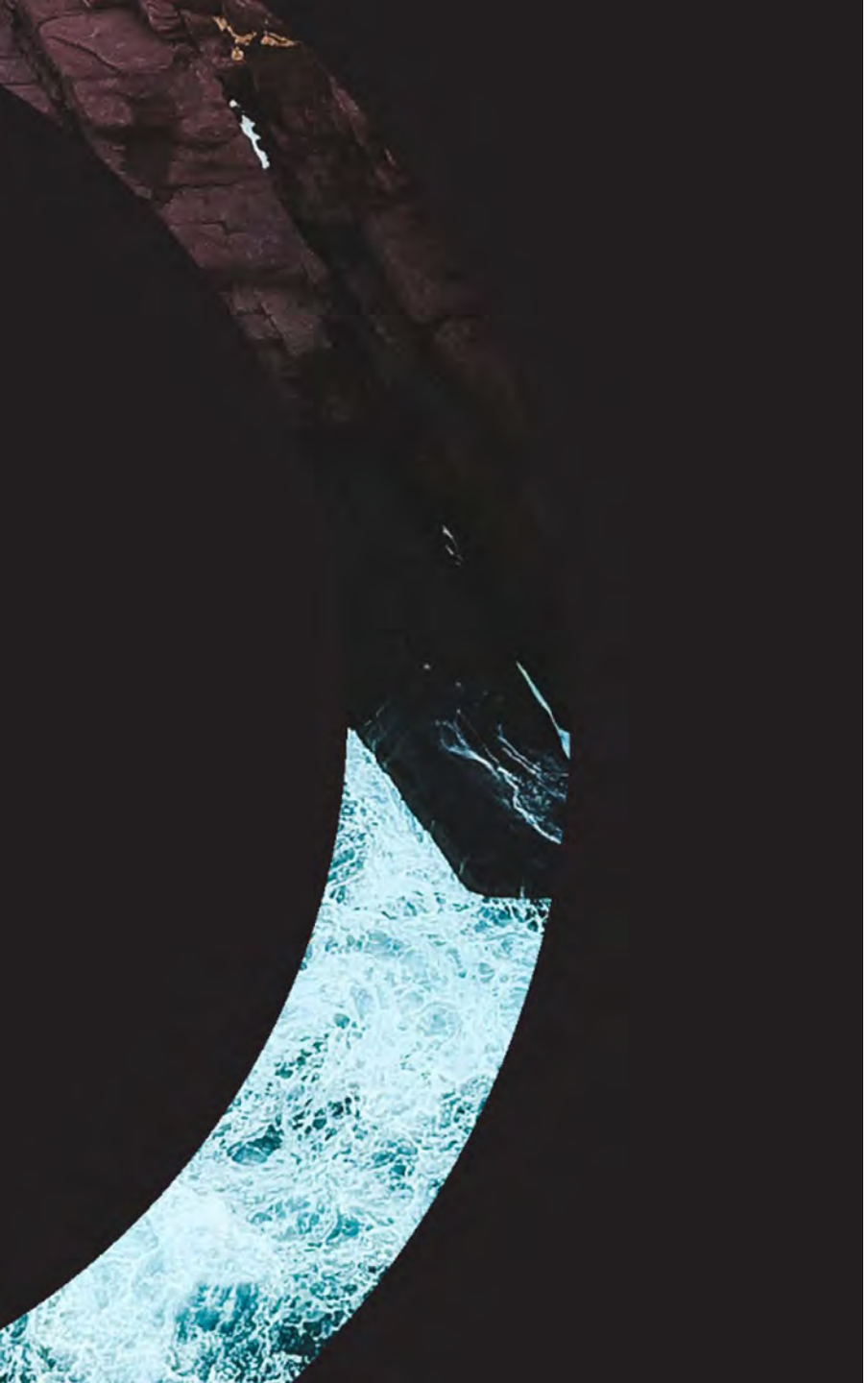
Ordre du jour

1. Mot de bienvenue
2. Tour de table et présentation des participant.e.s
3. Rappel de la démarche et mise en contexte
4. État d'avancement des 6 chantiers prioritaires identifiés
5. Échanges et commentaires
6. Mobilisation et attente
7. Diner réseautage

1. Mot de bienvenue

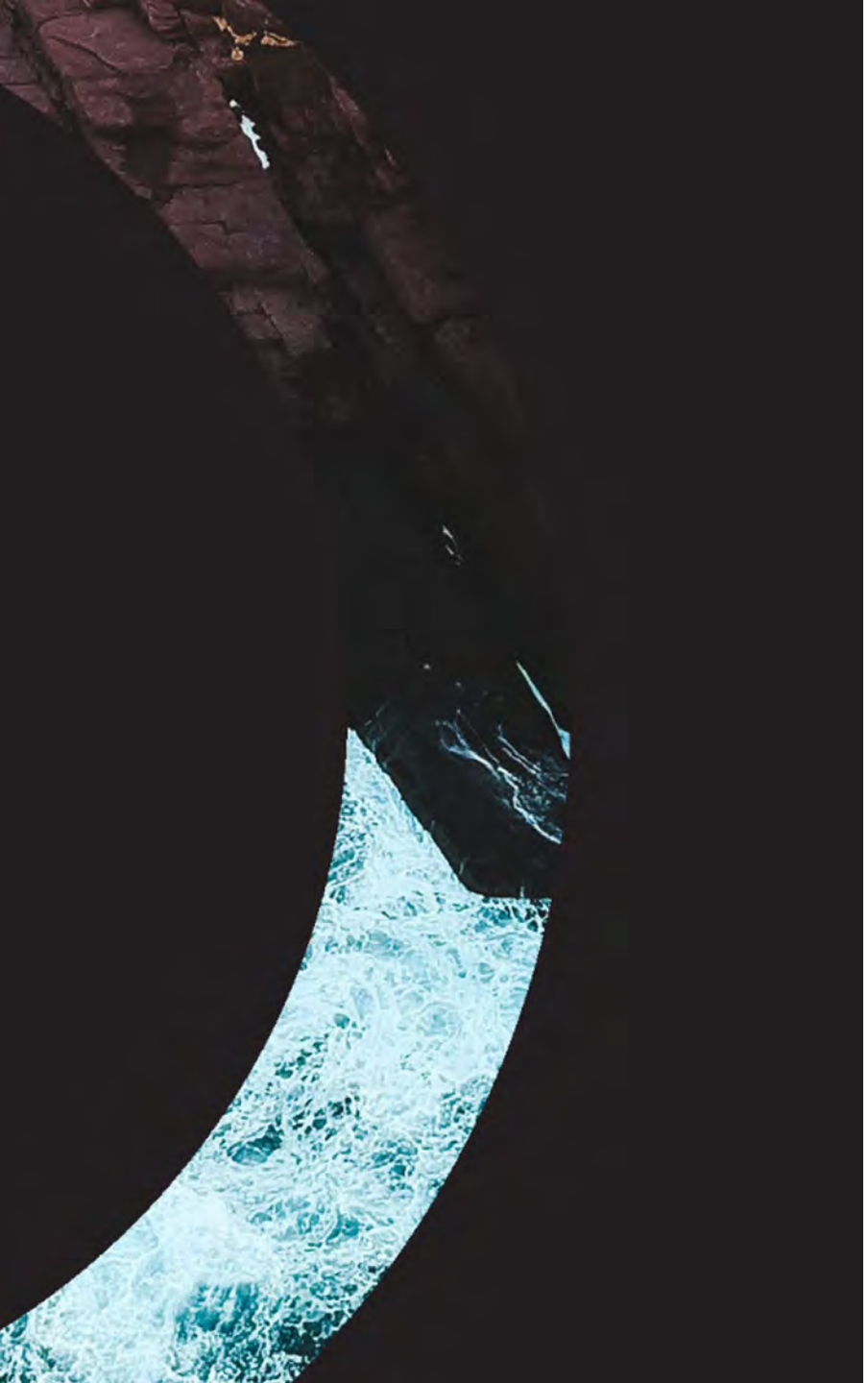
Marcel Furlong,
Préfet élu de la MRC de Manicouagan

2. Tour de table et présentation des participant.e.s



Étaient présent.e.s :

1.	Louise Bolduc	Antenne UQAR – Baie-Comeau
2.	Chantale Chénard	Émersion/Manicouagan Interculturelle
3.	Myriam Chênevert	MU Conseils
4.	Manon Couturier	Cégep de Baie-Comeau
5.	Serge Deschênes	Maire suppléant, Ville de Baie-Comeau
6.	Marjorie Forest	Hydro-Québec
7.	Lise Fortin	MRC de Manicouagan
8.	Marcel Furlong	MRC de Manicouagan
9.	Éric Gagnon	Culture Côte-Nord
10.	Émilie Gauthier	CISSS Côte-Nord
11.	Andrée Gendron	ID Manicouagan
12.	Antonio Hortas	CCIM
13.	Stéphanie Hovington	Centre local d'emploi (Emploi Québec)
14.	Odette Lavigne	Regroupement des CPE de la Côte-Nord
15.	Sylvie Ostigny	Émersion
16.	Marie-Josée Paradis	Ville de Baie-Comeau
17.	Marie-Luce Pelletier Legros	MRC de Manicouagan
18.	Marc Pigeon	Bureau, député de René-Lévesque
19.	Dave Prévéreault	Tourisme Côte-Nord
20.	Isabelle Savard	Cégep de Baie-Comeau



Autres organisations invitées

1. ABC Côte-Nord
2. Alcoa
3. Caisse des ressources naturelles Desjardins
4. Commerce international Côte-Nod
5. Englobe
6. Ministère des Affaires municipales et de l'Habitation
7. Ministère de l'Immigration, de la Francisation et de l'Intégration
8. Place aux jeunes Manicouagan
9. SADC Manicouagan
10. Société du Plan Nord
11. Tourisme Baie-Comeau

3. Rappel de la démarche et mise en contexte

Marie-Josée Paradis,
Directrice, Développement économique
Ville de Baie-Comeau

Comité de pilotage en attraction et en emploi dans la MANICOUAGAN

ORIGINE DE LA DÉMARCHE

Aider nos entreprises dans leurs démarches de recrutement hors région et renverser notre déclin démographique.

OBJECTIFS

Mettre en commun les forces vives du milieu pour maximiser l'impact des actions collectives en attractivité dans la Manicouagan afin de se doter d'une stratégie distinctive et originale.

PARTENAIRES

Baie-Comeau

Chambre de commerce et d'industrie de Manicouagan

Culture Côte-Nord

émersion

Manicouagan Interculturelle

Innovation et développement Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

Tourisme Côte Nord

+ Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord pour le chantier Services de garde

RAPPEL DE LA DÉMARCHE – LIGNE DU TEMPS

OCTOBRE 2020

Formation du
comité de travail

NOVEMBRE 2020

Développement d'une structure de
consultation avec MU Conseils

DÉCEMBRE 2020

Sondage
du milieu par MU Conseils

FÉVRIER 2021

Consultation

1. Objectif
2. Clientèles cible
3. Enjeux prioritaires
4. Autres priorités

AVRIL-JUIN 2021

Création du comité de
travail et du plan d'action

JUIN 2021

Lancement
des chantiers

VISION

Comité de pilotage en attraction et en emploi dans la MANICOUAGAN

ATTRACTION

La Manicouagan est mise en valeur comme un territoire innovant offrant des opportunités intéressantes en entrepreneuriat, tout comme une qualité de vie incomparable et des emplois diversifiés.

ACCUEIL

La Manicouagan démontre de façon concrète qu'elle est un territoire accueillant, inclusif et attentif à l'ensemble des besoins des nouveaux et nouvelles arrivant.e.s.

INTÉGRATION

La Manicouagan offre une capacité d'accueil enviable, par un accès facilité aux services essentiels, dont les services de garde.

RÉTENTION ET APPARTENANCE

La population de la Manicouagan est fière de son milieu et y est activement engagée.

CLIENTÈLES PRIORISÉES

Comité de pilotage en attraction et en emploi dans la MANICOUAGAN

JEUNES FAMILLES
Attraction, accueil, intégration, rétention et appartenance

POPULATION ÉTUDIANTE
Attraction, rétention et appartenance

MAIN D'ŒUVRE
Attraction et rétention

PERSONNES RETRAITÉES
Rétention

PERSONNES IMMIGRANTES
Attraction, accueil, intégration, rétention et appartenance

PRIORITÉS CIBLÉES

1

Augmenter la capacité d'accueil du territoire en développant de façon prioritaire des **places en service de garde.**

2

Faire vivre l'expérience « Manicouagan » à travers une **stratégie de marketing territoriale** performante

3

Combler les grands besoins en main-d'œuvre dans plusieurs secteurs

4

Travailler en partenariat et assurer une **meilleure concertation** entre les actions réalisées

5

Connaître et arrimer les services d'attraction et d'accueil

6

Prise en charge de la rétention et l'appartenance

6 chantiers initiés en 2021

SERVICES DE GARDE

Leaders
Ville de Baie-Comeau
CCIM

Partenaires
Cégep de Baie-Comeau
CISSS Côte-Nord
Regroupement des CPE de la Côte-Nord

ÉTUDE EXODE-SONDAGE LÉGER

Leaders
CCIM
ID Manicouagan
Manicouagan Interculturelle

Partenaires
Emploi Québec
Hydro-Québec
MRC de Manicouagan
Société du Plan Nord

FACILITÉ D'ACCUEIL

Leaders
Manicouagan Interculturelle
Ville de Baie-Comeau

Partenaires
Caisse des ressources
Cégep de Baie-Comeau
CSS de l'Estuaire
Englobe
Maison ALPHA
Place aux jeunes
UQAR
Municipalités de la MRC

BOITE À OUTILS

Leaders
CCIM
ID Manicouagan

Partenaires
Cégep de Baie-Comeau
CSS de l'Estuaire
Emploi-Québec
QSL
SADC
MU Conseils
Trouvez votre espace
Grands donneurs d'ordre

ACCÈS AUX LOGEMENTS

Leaders
CCIM
Ville de Baie-Comeau

Partenaires
Alcoa
CISSS Côte-Nord
Cité des bâtisseurs
Manicouagan Interculturelle
Municipalités de la MRC
Place aux jeunes

MARKETING TERRITORIAL

Leaders
CCIM
MRC de Manicouagan
Tourisme Côte-Nord
Ville de Baie-Comeau

Partenaires
Manicouagan Interculturelle
Municipalités de la MRC

4. État d'avancement des 6 chantiers prioritaires

Services de garde

Odette Lavigne, directrice,
Regroupement des CPE
de la Côte-Nord

DÉVELOPPEMENT DE PLACES EN INSTALLATION

1. SERVICES DE GARDE

CPE/BC MAGIMUSE

Projet du 1000, Mingan
Complété et livré depuis le 24 octobre 2022

+ 45

+ 8 en attente

CPE LES P'TITS BÉCOTS (à vocation plein air)

Projet inclus dans un projet-pilote de bâtiments préfabriqués - AQCPE

Accompagnement de la Société d'expansion de la Ville de Baie-Comeau pour les questions du terrain et des démarches administratives, notamment avec le MTQ

+ 91

(8 déjà offertes)

CPE AU BOISÉ

Aménagement d'une nouvelle pouponnière (0-18 mois)

+ 5

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

Baie-Comeau

Chambre de commerce et d'industrie de Manicouagan

DÉVELOPPEMENT DE PLACES EN INSTALLATION

1.
SERVICES
DE GARDE

CPE NUITSHEUAKAN Projet d'agrandissement + Nouvelle installation	**+ 20** **+ 78**
TOTAL DE PLACES EN DÉVELOPPEMENT EN CPE D'ICI 2025	**+ 202**

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

DÉVELOPPEMENT DE PLACES EN MILIEU FAMILIAL

1. SERVICES DE GARDE

OBLIGATION DES PROFESSIONNEL.LE.S NON RECONNU.E.S (PNR) À SE JOINDRE AU RÉSEAU

Obligation d'ici 2026 = Plus de places à contribution réduite

RECRUTEMENT ET FORMATION DE RSGE

Formation de 45 heures développée avec le RCPECN, les BC et les cégeps

Projet de recrutement avec Services Québec, SPN, MAMH et grandes entreprises

PROJETS-PILOTES DE RESPONSABLES D'UN SERVICE DE GARDE ÉDUCATIF EN COMMUNAUTÉ

- Développement par deux nouvelles éducatrices à la Polyvalente des Baies
- Un milieu déjà en opération au Cégep de Baie-Comeau
- Milieu exploré pour la cohorte d'infirmières et d'infirmiers

Objectif de places

+ 30

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

DÉVELOPPEMENT DE PLACES EN MILIEU COMMUNAUTAIRE

1. SERVICES DE GARDE

CÉGEP DE BAIE-COMEAU
Projet-pilote approuvé par le ministère de la Famille
Complété et livré depuis début octobre 2022

+ 6

POLYVALENTE DES BAIES
Projet en développement

+ 12

TOTAL DE PLACES OFFERTES EN COMMUNAUTÉ D'ICI 2023

+ 18

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

ENFANTS EN ATTENTE VS. L'OFFRE

1. SERVICES DE GARDE

Famille Québec — **Modèle d'estimation de l'offre et de la demande de places en services de garde éducatifs à l'enfance, 31 décembre 2021**

			OFFRE (places reconnues)											DEMANDE									SOLDES DE PLACES			
			2021					En réalisation						GU	Places occupées (enfants ETC)								2021		2024	
Code territoire	Type territoire	Nom territoire	RSG	CPE	GS	GNS	Offre actuelle 2021	RSG	CPE	GS	GNS	Total	Offre projetée 2024 (2021 + réalisation)	Enfants en attente	RSG	CPE	GS	GNS	Total	Demande actuelle 2021	Variation démographique (%) 2021-2024 (%)	Demande projetée 2024	Solde de places	Taux de couverture (offre / demande)	Solde de places	Taux de couverture (offre / demande)
		Totaux provinciaux:	65 281	96 127	49 568	68 473	279 449	0	17 686	7 622	2 362	27 670	307 119	51 761	57 572	91 839	45 971	49 522	244 904	296 665	+0,8	299 388	Voir onglet Soldes de places Qc			
905	BC	MRC Manicouagan	310	298			608		128			128	736	196	298	292			590	786	-4,4	752	-178	77	-16	98

En 2021, **196 enfants en attente** d'une place à contribution réduite
(inscrits sur le guichet unique Place 0-5)

TOTAL DES PLACES EN DÉVELOPPEMENT EN INSTALLATION : 149

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

Baie-Comeau

Chambre de commerce et d'industrie de Manicouagan

1. SERVICES DE GARDE

CONSTATS

MINISTÈRE DE LA FAMILLE ESTIME

- Taux de – 4,4% appliqué sur la demande année après année (-34 enfants dans l'estimation de la demande)

COMITÉ CONSULTATIF RÉGIONAL (CCR)

- Importance de nourrir la ministre de la Famille pour l'appel de projets en continu

DÉVELOPPEMENT EN INSTALLATION ET EN MILIEU FAMILIAL

- Le développement doit se faire sur les deux fronts pour répondre aux écarts d'estimation du ministère.

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

ENJEU - CPE Carré de sable (Secteur Mingan)

1.
SERVICES
DE GARDE

DÉPART DE LA DIRECTION GÉNÉRALE CET AUTOMNE

- Il y a un an, il y a eu aussi le départ d'une autre DG
- Gouvernance à solidifier
- Mobilisation de certains partenaires pour les appuyer dans la recherche de solutions, dont les P'tits Bécots.

Possible perte de 65 places

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

FORMATION ÉDUCATRICES ET ÉDUCATEURS EN PETITE ENFANCE

1.
SERVICES
DE GARDE

CÉGEP DE BAIE-COMEAU

Technique d'éducation à l'enfance

Nombre de finissantes 2022-2023 : **4**

Nombre d'étudiant.e.s 2022-2023 : **8**

Programme de bourses pouvant aller jusqu'à plus de **19 000 $** offerts pour inciter les inscriptions dans la technique

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

FORMATION RESPONSABLE SERVICE DE GARDE EN MILIEU FAMILIAL

1. SERVICES DE GARDE

FORMATION EN LIGNE DE 45 HEURES/3 SEMAINES

En partenariat avec le Cégep de Baie-Comeau et de Sept-Îles et entreprises du milieu

OBJECTIF

15 nouveaux milieux de garde (sur toute la Côte-Nord)

Les participant.e.s sont rémunéré.e.s pendant les trois semaines de formation soit par Emploi Québec ou sous forme de bourse par le RCPECN

COHORTE AVRIL-MAI 2022

7 participantes

COHORTE JANVIER 2023

20 personnes visées

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

PROJET DE VALORISATION DE LA PROFESSION DE RESPONSABLE DE SERVICE DE GARDE EN MILIEU FAMILIAL

1. SERVICES DE GARDE

CAMPAGNE DE VALORISATION DE LA PROFESSION
Printemps 2022

https://fb.watch/gK5lbZwLgv/

Site web : monmilieufamilial.ca

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

ENJEUX ET BESOINS

1. SERVICES DE GARDE

+40

NOMBRE D'ÉDUCATRICES ET D'ÉDUCATEURS EN PETITE ENFANCE QUI DOIVENT INTÉGRER LE RÉSEAU POUR RÉPONDRE À LA DEMANDE EN MANICOUAGAN

- Mode recrutement de main d'œuvre continuel pour combler les besoins
- Valorisation de la profession
- Salaires peu compétitifs dans le contexte actuel
- Possibilité de recrutement à l'international mais plusieurs freins (retenir les étudiants étrangers)
- Création d'un fonds pour aider à la promotion et rayonnement de la profession + recrutement
- Soutien financier pour la formation et pour les initiatives du RCPECN
- Mobilisation du milieu et soutien des demandes du RCPECN

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

ACTIONS À ENTREPRENDRE

1. SERVICES DE GARDE

- Partager l'information relative à « Comment faire pour trouver un service de garde » dans le réseau impliqué auprès des nouveaux.elles arrivant.e.s et les nouveaux parents.
- Le RCPECN a besoin d'aide financière afin de poursuivre sa mission et de mettre en place de nouvelles initiatives.
- Odette Lavigne et le RCPECN seront leaders du chantier Service de garde pour la prochaine phase de travail.

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

Services de garde | Quel(s) partenaire(s) souhaite contribuer à l'avancement de ces travaux?

Mentimeter

- Cégep
- Manicouagan Interculturelle
- Ville de Baie-Comeau
- RCPECN
- Ville de Baie-Comeau
- Les CPE
- Député de René-Lévesque
- MRC de Manicouagan
- Oui, Stephanie Hovington, Services Quebec (MTESS)

9

Étude Motifs Exode - Léger

Marie-Luce Pelletier Legros,
Coordonnatrice aux communications
MRC de Manicouagan

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

MISE EN CONTEXTE

Objectifs du projet

- Identifier les causes de dévitalisation par groupe d'âge
- Identifier les forces d'attraction de notre MRC
- Identifier les facteurs favorables à la revitalisation et émettre des recommandations

Axes de l'étude

- Démographie
- Culture, identité et sentiment d'appartenance
- Emplois
- Études
- Accès à la propriété
- Accès au service de garde
- Offre de services à la population

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

MANICOUAGAN INTERCulturelle
SERVICE D'ACCUEIL POUR PERSONNES IMMIGRANTES

2. ÉTUDE EXODE-SONDAGE LÉGER

MISE EN CONTEXTE

L'étude comprend 3 volets

1 – Sondage Omniweb

1004 répondant.e.s de partout au Québec

2- Dix entrevues individuelles

Menées auprès de résident.e.s et d'ancien.ne.s résident.e.s
et des membres de la communauté d'affaires de la Manicouagan

3- Sondage web

443 répondant.e.s qui sont des résident.e.s et d'ancien.ne.s résidentes

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

MANICOUAGAN INTERCulturelle

1. SONDAGE OMNIWEB
QUESTION #1 - RAISON(S) D'UN DÉMÉNAGEMENT

2. ÉTUDE EXODE-SONDAGE LÉGER

C'est à la recherche d'une **meilleure qualité de vie** que **35 %** des gens sondés ont quitté la région où ils vivaient auparavant.

Base: Ceux qui résidaient dans une autre région du Québec, il y a de cela moins de 20 ans *Mention multiple*	TOTAL (n=285)	ÂGE			RÉGION DE RÉSIDENCE		
		18-34 (n=115)	35-54 (n=116)	55 + (n=54)	MTL RMR (n=120)	QC RMR (n=81)	AUTRES (n=84)
Pour obtenir une meilleure qualité de vie	35%	30%	41%	33%	41%	14%	33%
Pour accéder à de meilleures perspectives emploi	22%	21%	25%	20%	21%	28%	22%
Pour acheter une maison/louer un logement à prix moindre	18%	13%	30%	11%	25%	10%	12%
Pour vous rapprocher de vos proches/votre communauté	17%	14%	12%	28%	21%	13%	14%
Pour du changement, simplement	14%	10%	18%	14%	12%	12%	17%
Pour poursuivre des études	12%	22%	9%	1%	14%	35%	4%
Pour vous rapprocher de la nature et des grands espaces	11%	3%	15%	15%	8%	5%	16%
Pour vous rapprocher de la ville	9%	12%	11%	4%	14%	10%	3%
Pour avoir de meilleurs services (ex : soins de santé, garderie...)	7%	10%	8%	4%	10%	9%	4%
Pour suivre mon conjoint(e) / me rapprocher de mon amoureux(euse)	5%	6%	4%	3%	3%	2%	7%
Pour une proposition d'emploi dans la région	2%	1%	3%	1%	0%	2%	4%
Pour suivre mes parents / due à un déménagement	2%	7%	0%	0%	1%	2%	4%
Pour me rapprocher de mon lieu de travail	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%
Autre(s) raison(s)*	5%	6%	3%	6%	3%	3%	8%

Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple./*Les autre(s) raison(s) regroupent toutes les mentions de moins de 1%.

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

MANICOUAGAN INTERCultureelle

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

1. SONDAGE OMNIWEB
QUESTION #2 - RAISON(S) D'UN FUTUR DÉMÉNAGEMENT

41 % des répondant.e.s déménageraient pour obtenir une meilleure qualité de vie

25 % pour se rapprocher des grands espaces

24 % pour s'acheter une maison ou louer un logement à prix moindre

Chez les **18-34 ans** :

19 % pour la poursuite de leurs études

27 % pour les meilleures perspectives d'emploi

Base: Ceux qui considèrent déménager à l'extérieur de leur région actuelle Mention multiple	TOTAL (n=182)	ÂGE			RÉGION DE RÉSIDENCE		
		18-34 (n=91)	35-54 (n=67)	55 + (n=24)*	MTL RMR (n=84)	QC RMR (n=45)	AUTRES (n=53)
Pour obtenir une meilleure qualité de vie	41%	35%	52%	39%	58%	26%	24%
Pour vous rapprocher de la nature et des grands espaces	25%	20%	33%	23%	33%	31%	13%
Pour acheter une maison/louer un logement à prix moindre	24%	24%	29%	14%	32%	29%	12%
Pour vous rapprocher de vos proches/votre communauté	18%	16%	14%	31%	12%	26%	25%
Pour accéder à de meilleures perspectives emploi	17%	27%	12%	0%	15%	10%	20%
Pour du changement, simplement	17%	17%	19%	15%	16%	19%	18%
Pour poursuivre des études	12%	19%	7%	0%	6%	6%	20%
Pour vous rapprocher de la ville	9%	12%	6%	7%	7%	12%	11%
Pour avoir de meilleurs services (ex : soins de santé, garderie...)	9%	14%	5%	3%	7%	5%	13%

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

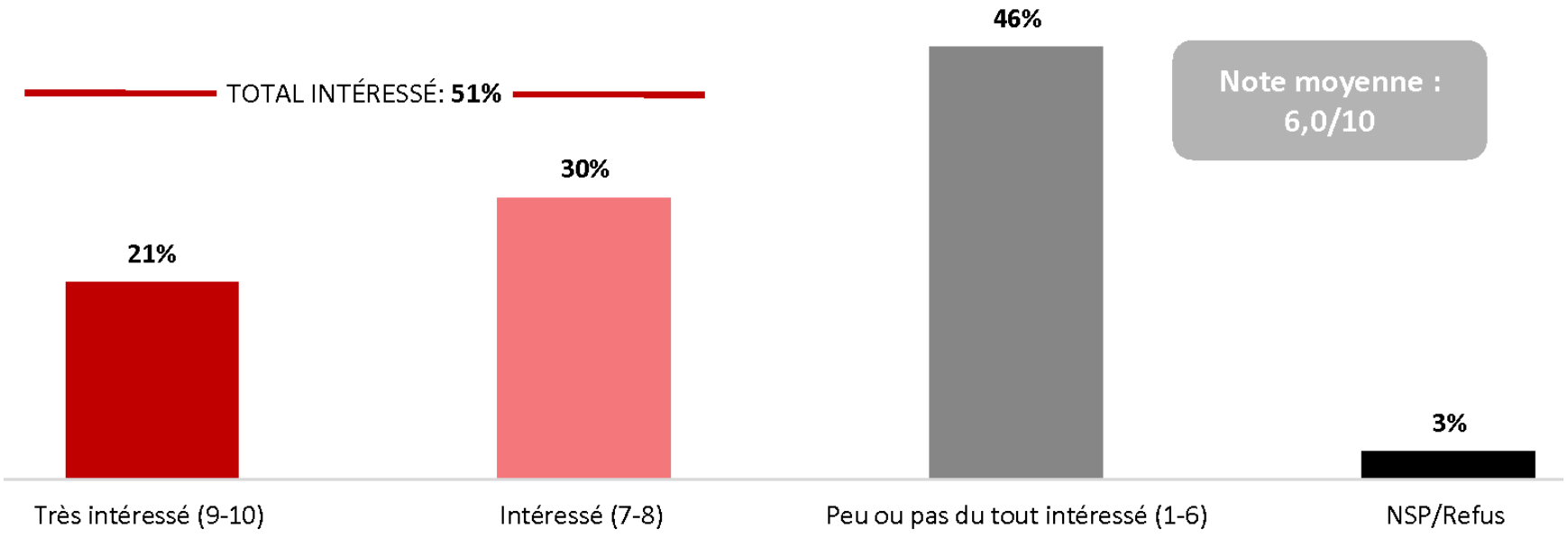
INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

MANICOUAGAN INTERCulturelle

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

1. SONDAGE OMNIWEB
QUESTION #3 – INTÉRÊT À VISITER LA CÔTE-NORD

Les personnes immigrantes (**6,7**), les retraités (**6,5**) et les détenteurs d'un diplôme universitaire (**6,4**) démontrent un plus d'intérêt à visiter cette région en tant que destination touristique.



CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

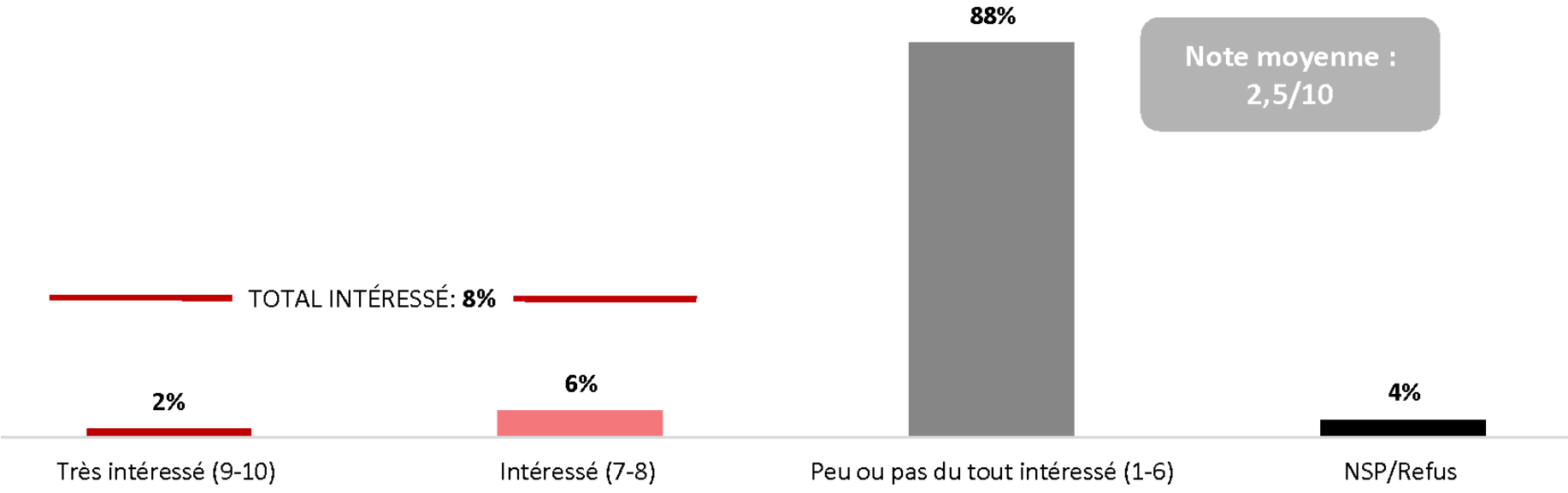
MANICOUAGAN INTERCulturelle

1. SONDAGE OMNIWEB
QUESTION #4 – INTÉRÊT À S'INSTALLER EN CÔTE-NORD

2. ÉTUDE EXODE-SONDAGE LÉGER

NOTE MOYENNE D'INTÉRÊT : 2,5 SUR 10

Les célibataires (**2,9**), les 18-34 ans (**2,9**) et les hommes (**2,7**) démontrent un plus d'intérêt à y emménager.



CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

MANICOUAGAN INTERCulturelle

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

2. ENTREVUES INDIVIDUELLES

Dix entrevues menées auprès de :

- **2** Grands employeurs
- **1** Personne du milieu financier
- **5** ancien.ne.s résident.e.s (famille, retraité.e, immigrant.e, étudiant.e, jeune professionnel.le)
- **1** Agence immobilière
- **1** personne du milieu de l'éducation

3 GRANDES CATÉGORIES DE QUESTIONS

1. Les principaux motifs d'exode
2. La perception de la qualité de vie
3. Les leviers d'attraction

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

MANICOUAGAN INTERCulturelle

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

2. ENTREVUES INDIVIDUELLES

ATTRACTIVITÉ = EMPLOIS DANS LA RÉGION

1. Mettre de l'avant la rapidité et la facilité de trouver un emploi
2. Offrir un salaire et des conditions avantageuses

Ensuite la **RÉTENTION = INTÉGRATION À LA COMMUNAUTÉ**

3 CLIENTÈLES DAVANTAGE TOUCHÉES DAVANTAGE PAR L'EXODE

- Jeunes diplômé.e.s du secondaire
- Professionnel.le.s en milieu de carrière
- Jeunes retraité.e.s

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

MANICOUAGAN INTERCulturelle

2. ENTREVUES INDIVIDUELLES CLIENTÈLES + TOUCHÉES PAR L'EXODE

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

JEUNES DIPLÔMÉ.E.S

Pourquoi quittent-ils?
Études : programme d'étude collégial ou universitaire n'est pas offert dans la région

Émancipation : S'éloigner du nid familial et expérimenter les centres urbains

Comment les retenir?
Il ne faut pas les convaincre de rester, mais plutôt de revenir.

On peut croire qu'au fil du temps, si les jeunes étaient nombreux à revenir s'installer en Manicouagan, leurs amis seraient incités à les imiter, et leurs parents à rester.

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan
INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN
MANIC
MANICOUAGAN INTERCulturelle
SERVICE D'ACCUEIL POUR PERSONNES IMMIGRANTES

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

2. ENTREVUES INDIVIDUELLES CLIENTÈLES + TOUCHÉES PAR L'EXODE

JEUNES PROFESSIONNEL.LE.S EN MILIEU DE CARRIÈRE

Pourquoi quittent-ils?
Sentiment d'avoir atteint un plafond dans leur vie professionnelle.

Comment les retenir?
Plusieurs pistes de réflexion :

- Comment peut-on capitaliser le talent et l'ambition de ces professionnels?
- Ces travailleurs ont-ils perdu de vue les conditions avantageuses desquelles ils bénéficient? Que peut-on leur offrir de plus?
- Comment tirer avantage du télétravail, afin que ceux qui trouvent un emploi à l'extérieur choisissent de continuer de vivre en région?
- Nouveau défi professionnel : peut-on les stimuler autrement, par exemple, par l'implication communautaire?

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan
INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN
MANIC
MANICOUAGAN INTERCulturelle
SERVICE D'ACCUEIL POUR PERSONNES IMMIGRANTES

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

2. ENTREVUES INDIVIDUELLES CLIENTÈLES + TOUCHÉES PAR L'EXODE

JEUNES RETRAITÉ.E.S

Pourquoi quittent-ils?

Se rapprocher de leurs enfants et petits-enfants.
Peu de proches = peu d'attaches avec la Manicouagan

Comment les retenir?

Les jeunes retraité.e.s cherchent à rester près de leur cercle social.
Leur rétention passerait donc par celle de leurs enfants et ami.e.s

Autres pistes :

- Bonifier les activités socioculturelles qui leur sont destinées
- Faciliter l'accès aux soins de santé spécialisés

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan
INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN
MANICOUAGAN INTERCulturelle
SERVICE D'ACCUEIL POUR PERSONNES IMMIGRANTES

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

2. ENTREVUES INDIVIDUELLES FAITS SAILLANTS

+ Forces

- Proximité entre les gens
- Entraide communautaire
- Services offerts (municipaux, biens de consommations)
- Qualité de vie
- Emplois offerts attrayants (particulièrement en début de carrière)

- Faiblesses

- Soins de santé spécialisés difficiles d'accès
- Offre de restauration et d'activités socioculturelles (pour tous les groupes d'âge mais particulièrement pour les ados, les adultes sans enfants, les retraité.e.s)
- Service de transports nous reliant avec le reste de la province inadéquats (aérien, terrestre et maritime)

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan
INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN
MANICOUAGAN INTERCulturelle

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

3. SONDAGE WEB

443 répondant.e.s =

20 % ancien.ne.s résident.e.s

80 % résident.e.s actuel.le.s de la Manicouagan)

3 GRANDES CATÉGORIES DE QUESTIONS

1. Qualité de vie vs. Les principaux motifs d'exode
2. Perception du marché de l'emploi
3. Amélioration de la rétention ou de l'attraction dans la région

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

MANICOUAGAN INTERCulturelle
SERVICE D'ACCUEIL POUR PERSONNES IMMIGRANTES

3. SONDAGE WEB
QUALITÉ DE VIE VS. MOTIFS D'EXODE

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

Il fait bon vivre en Manicouagan!

Qualité de vie : **8/10**

Sentiment d'appartenance : **7,4/10**

PRINCIPAUX MOTIFS D'EXODE

Résident.e.s actuel.le.s

25 % aucun motif

25 % plus de biens de consommations

14 % se rapprocher des soins de santé spécialisés

Ancien.ne.s résident.e.s

40 % ont quitté en raison de leur programme d'étude

35 % meilleure perspective d'avancement dans leur carrière

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

MANICOUAGAN INTERCulturelle
SERVICE D'ACCUEIL POUR PERSONNES IMMIGRANTES

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

3. SONDAGE WEB RECOMMANDATION DE LA RÉGION

Une majorité de répondants recommanderaient probablement à une personne de l'extérieur de s'installer dans la région.

Notons toutefois que leur avis est plus mitigé pour les professionnels en milieu de carrière et les retraités.

Nouveau diplômé

% PROBABLE :	79%
TRN :	23%

Famille

% PROBABLE :	77%
TRN :	19%

Nouvel arrivant

% PROBABLE :	73%
TRN :	13%

Professionnel milieu de carrière

% PROBABLE :	67%
TRN :	-2%

Retraité

% PROBABLE :	63%
TRN :	-4%

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

MANIC

MANICOUAGAN INTERCultureelle

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

3. SONDAGE WEB MARCHÉ DE L'EMPLOI

- La **MAJORITÉ** considère que les **conditions de travail offertes en Manicouagan** sont **équivalentes** à celles des **autres régions éloignées du Québec**.

- **37%** jugent qu'elles sont moins avantageuses en ce qui concerne les perspectives d'avancement.

- **2/3** estiment que les aspects **conciliation travail-famille**, **disponibilité des emplois**, **conditions salariales**, etc. des emplois offerts en Manicouagan **sont équivalents, ou plus avantageux.**

- **L'intégration de nouveaux travailleurs ou de nouvelles travailleuses** dans la région est avant tout une **responsabilité individuelle.**

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

MANICOUAGAN INTERCulturelle

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

3. SONDAGE WEB AMÉLIORATION ATTRACTION/RÉTENTION

OFFRE ACTIVITÉS SOCIOCULTURELLES

25 % considère que l'offre est plutôt, voire largement, insuffisante

33 % chez les adultes sans enfants

50 % chez les 18-34 ans

EN MATIÈRE DE TRANSPORT

80 % des répondant.e.s considèrent que c'est la priorité à mettre de l'avant

Ces personnes souhaiteraient :

- Offre de prix plus avantageux pour le transport aérien vers le reste du Québec
- Amélioration du service de traversier reliant Baie-Comeau à la rive-sud

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

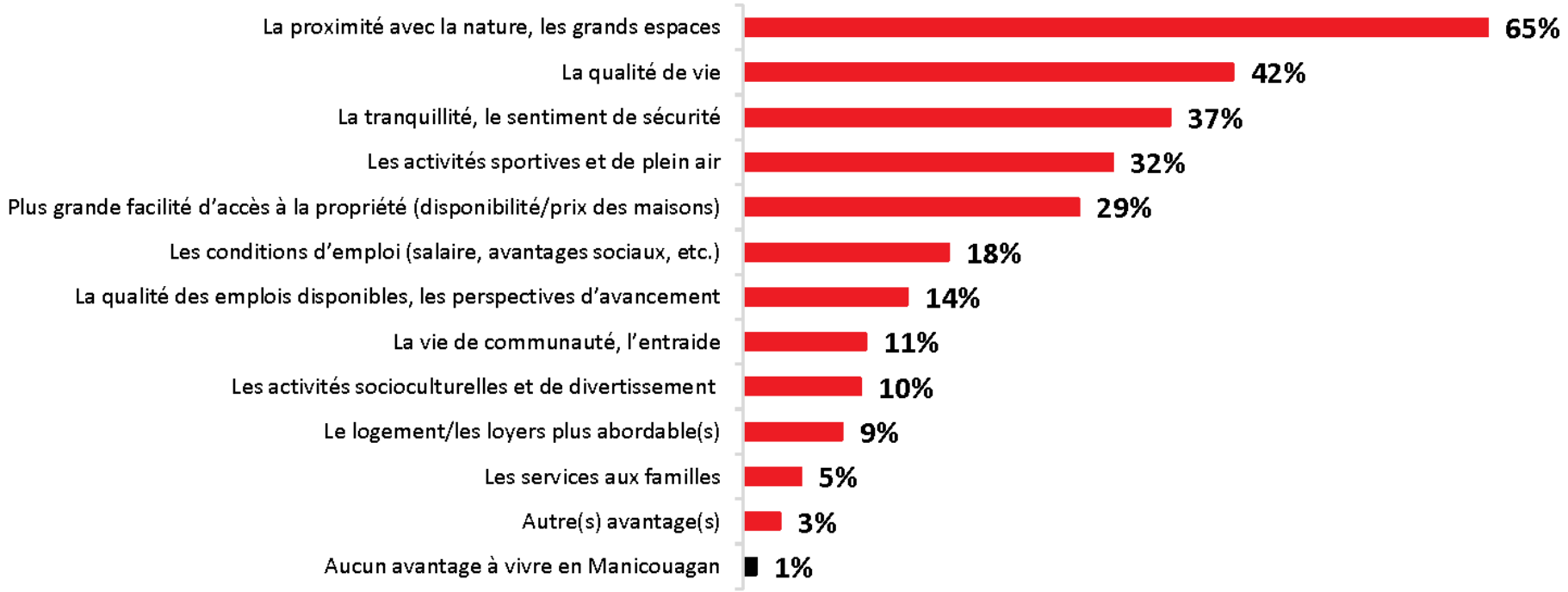
INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

MANICOUAGAN INTERCulturelle
SERVICE D'ACCUEIL POUR PERSONNES IMMIGRANTES

3. SONDAGE WEB
AMÉLIORATION ATTRACTION/RÉTENTION

2.
ÉTUDE
EXODE-
SONDAGE
LÉGER

PRINCIPALES FORCES ET + DE LA MANICOUAGAN À PROMOUVOIR



CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

MANICOUAGAN INTERCulturelle

ACTIONS À ENTREPRENDRE

2. ÉTUDE EXODE-SONDAGE LÉGER

- Travailler sur nos lacunes
- Diffuser/promouvoir nos atouts à travers la stratégie de marketing territorial
- Bonifier l'offre socioculturelle et surtout la faire connaitre
- Entreprendre un gros travail au niveau de l'embellissement du milieu (dans les différentes municipalités traversées par la 138), promotion et amélioration de la signalisation pour valoriser les atouts (services sportifs, Cégep, UQAE, plans d'eau, sentiers, etc.)

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN MANIC

MANICOUAGAN INTERCulturelle
SERVICE D'ACCUEIL POUR PERSONNES IMMIGRANTES

L'étude nous permet d'utiliser les constats positifs pour bonifier la stratégie de marketing territorial et de se mobiliser pour contribuer à l'amélioration des constats négatifs soulevés.

Facilité d'accueil

Chantale Chénard,
Coordonnatrice des services aux immigrants
Manicouagan Interculturelle

3. FACILITÉ D'ACCUEIL

INITIATIVES

COCKTAIL D'ACCUEIL DES NOUVEAUX ARRIVANTS

Août 2021

78 nouveaux et nouvelles arrivant.e.s présent.e.s au parc des Pionniers de Baie-Comeau

89 prix offerts par **33** entreprises

Septembre 2022

76 nouveaux et nouvelles arrivant.e.s présent.e.s au Carrefour maritime de Baie-Comeau

73 prix de présence offerts par 36 entreprises

Organisations présentes aux deux dernières éditions

Carrefour jeunesse-emploi Manicouagan
Centraide
Centre de justice de proximité
CFP de l'Estuaire
Émersion
Maison Alpha ABC Côte-Nord
Manicouagan Interculturelle
North Shore Community Association
Regroupement multiculturel Manicouagan
UQAR
Cégep de Baie-Comeau
Centre d'action bénévole
Centre local d'emploi de Baie-Comeau
Chambre de commerce et d'industrie Manicouagan
Jeune chambre de Manicouagan
Maison des familles de Baie-Comeau
MIFI
L'Ouvre-Boîte culturel
Tourisme Côte-Nord
Ville de Baie-Comeau

Manicouagan Interculturelle – Service d'accueil pour personnes immigrantes
Baie-Comeau
Chambre de commerce et d'industrie de Manicouagan

3. FACILITÉ D'ACCUEIL

COMITÉ DES NOUVEAUX ARRIVANTS

André Larocque
Annie Cloutier
Catherine Kohner
Chantale Chénard
Cédric Mpoyi Kanda
Cristina Pagola
Éric Gagnon
Eve Lecavalier
Gilbert Dupont
Hélène Martel
Isabelle Fournier et Karine Marchand
Jean-Émile Valois
Karianne Nepton-Philippe
Marjolaine Landry
Mathieu Pineault et Pier-Olivier Normand
Maxime Côté
Myreille Lalancette
Stéphanie Hovington
Stéphanie Saint-Gelais

CJE Manic/Place aux jeunes/Jeune chambre Manicouagan
ID Manicouagan
SADC Manicouagan
Émersion/Manicouagan Interculturelle
Regroupement multiculturel Manicouagan
Membre individuelle
Membre citoyen
Émersion/Manicouagan Interculturelle
Secteur de la Péninsule
CLSC Lionel-Charest
Cégep de Baie-Comeau
Secteur des Panoramas
Bureau de circonscription du député de René-Lévesque
Maison Alpha ABC Côte-Nord
Ville de Baie-Comeau
North Shore Community Association
Chambre de commerce de Manicouagan
Centre local d'emploi de Baie-Comeau
Maison des familles et Centre de périnatalité de Baie-Comeau

Manicouagan Interculturelle
Service d'accueil pour personnes immigrantes
Baie-Comeau
Chambre de commerce et d'industrie de Manicouagan

3. FACILITÉ D'ACCUEIL

INITIATIVES

2021-2022

Séances de sensibilisation à la communication interculturelle

- Techniques d'éducation spécialisée (mai 2021 et février 2022)
- Techniques policières (mars 2022)
- Gestionnaires du CISSS Côte–Nord (octobre 2022)

Avril 2021

- Démarches examens médicaux (demandeurs d'asile + résidents permanents)

Septembre 2021

- Aide à la mise sur pied du Regroupement Multiculturel Manicouagan
- Mise sur pied du réseau de jumelage interculturel

Octobre 2021

- Contacts avec épicerie pour disponibilité viande halal (octobre 2022 également)
- Test d'évaluation de français (TEF) offert par Alpha Lira à Baie-Comeau

Manicouagan Interculturelle
Service d'accueil pour personnes immigrantes

Baie-Comeau

Chambre de commerce et d'industrie de Manicouagan

3. FACILITÉ D'ACCUEIL

INITIATIVES

Novembre 2021

- Publicité pour AfriManic (produits ethniques)

Janvier 2022 (en continu)

- Répertoire des propriétaires de logements pour location

Février 2022

- Eve Lecavalier (Manicouagan Interculturelle) devient commissaire à l'assermentation pour faciliter certaines démarches des personnes immigrantes
- Rencontre de concertation pour bonification des services de francisation

Mars 2022

- Demande à la VBC de doter les arénas de supports pour adultes afin de faciliter l'apprentissage du patin à glace

Manicouagan Interculturelle
Service d'accueil pour personnes immigrantes

Baie-Comeau

Chambre de commerce et d'industrie de Manicouagan

3. FACILITÉ D'ACCUEIL

INITIATIVES

Juillet 2022

- Mise sur pied d'un comité ameublement pour le projet d'accueil des infirmier.e.s
- Arrivée d'une consultante en immigration à Baie-Comeau (entreprises et individus)

Septembre 2022

- Services spécifiques aux immigrants (Banque nationale et Desjardins
- Début du DESS en règlementation canadienne et québécoise de l'immigration (Eve et Lysandre de Manicouagan Interculturelle)

Octobre 2022

- Projet d'intervenant.e communautaire interculturel déposé au MIFI

Novembre 2022

- Journée d'accueil des infirmier.e.s (15 infirmier.e.s, 8 conjoint.e.s et 6 enfants)

530 membres

Page Facebook **Nouveaux Arrivants Manicouagan**

Relais d'informations sur les activités diverses dans la Manicouagan, recherche de bénévoles, etc.

Administrée par Chantale Chénard et le CNA

Manicouagan Interculturelle
Service d'accueil pour personnes immigrantes

Baie-Comeau

Chambre de commerce et d'industrie de Manicouagan

INITIATIVES

3. FACILITÉ D'ACCUEIL

Le groupe d'infirmier.ère.s et leur famille avec les personnes impliquées dans leur venue en Manicouagan, lors de la Journée d'accueil du 4 novembre dernier. Photo : Le Manic

Manicouagan Interculturelle
Service d'accueil pour personnes immigrantes

Baie-Comeau

Chambre de commerce et d'industrie de Manicouagan

3. FACILITÉ D'ACCUEIL

ENJEUX ET BESOINS

- Force est de constater que l'emploi du temps – très (trop!) – chargé des partenaires leaders des chantiers Facilité d'accueil et Boite à outils ne permettent pas de faire avancer rapidement les travaux par manque de disponibilité des personnes impliquées!

Manicouagan Interculturelle
Service d'accueil pour personnes immigrantes

Baie-Comeau

Chambre de commerce et d'industrie de Manicouagan

3. FACILITÉ D'ACCUEIL

ACTIONS À ENTREPRENDRE

- Ce chantier repose en totalité ou presque sur les épaules de nos OBNL qui sont débordés et souffrent aussi du manque de main d'œuvre ou de ressources humaines et financières limitées.

- Trouver un moyen de colliger des données afin de savoir si les actions mises en place sont efficaces au niveau de l'accueil et de la rétention

- Projets potentiels en lien avec la facilité d'accueil :
  - Plateforme offre de logements
  - Sondage de « satisfaction » auprès des nouveaux.elles arrivant.e.s pour ajuster/améliorer/adapter nos actions
  - Inventaires des initiatives manicoises pour l'accueil des nouveaux.elles arrivant.e.s (par exemple : arrimage Cégep/Manicoaugan Interculturelle)
  - Structurer davantage la démarche et les outils d'accueil

Manicouagan Interculturelle
Service d'accueil pour personnes immigrantes

Baie-Comeau

Chambre de commerce et d'industrie de Manicouagan

Accès aux logements

Marie-Josée Paradis,
Directrice,
Développement économique
Ville de Baie-Comeau

ÉTUDE SUR LES BESOINS DU MARCHÉ LOCATIF À BAIE-COMEAU

4. ACCÈS AUX LOGEMENTS

Altus Group

MANDAT

Relever les données pertinentes du marché multi résidentiel afin de comprendre les besoins du marché locatif de la population active (24 à 60 ans) sur le territoire de la Ville de Baie-Comeau.

OBJECTIFS

- Comprendre l'offre actuelle
- Évaluer les perspectives d'emplois de nos principaux employeurs
- Anticiper la demande et identifier le type d'hébergement actuellement recherché pour accroitre notre attractivité et notre capacité d'accueil des nouveaux arrivants.

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

4. ACCÈS AUX LOGEMENTS

PROFIL DES MÉNAGES

	BAIE-COMEAU	PROVINCE DE QUÉBEC
Taille des ménages	2,1 personnes	2,3 personnes
Personne seule	34,1 %	33,6 %
Couple sans enfant	38,5 %	34,9 %
Groupe d'âge dominant	35-54 ans (24%) 55-64 ans (18,5%)	35-54 ans (25,8%) 20-34 ans (18,5%)
Clientèle propriétaire	70 %	61,8 %
Clientèle locataire	30 %	38,2 %
Salaire moyen par ménage	96 775 $	94 731 $
+ de 100 000 $	38 %	33,4 %
Formation universitaire	16,6 %	26 %
Taux d'activité en emploi	62,2 %	65 %

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

4. ACCÈS AUX LOGEMENTS

PORTRAIT DU PARC IMMOBILIER

«Il est difficile d'attirer et de retenir des employés en raison du peu d'options pour les loger. »

CONSTATS

- Seuil d'équilibre actuellement entre l'offre et la demande = **3,7%**
- Resserrement du marché locatif depuis 2017
- Parc immobilier vieillissant, **74 %** des loyers ont été construits **avant 1980**
- Offre peu variée (majoritairement des immeubles de 6-19 logements, 2 chambres)
- Rareté des mises en chantier pour les immeubles locatifs (aucun depuis 2019)
- Loyer moyen est **608 $** par mois vs. **800 $** en moyenne au Québec

INVENTAIRE ACTUEL DES LOGEMENTS

Studio	5 %
1 chambre	32 %
2 chambres	45 %
3 chambres	17 %

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

4. ACCÈS AUX LOGEMENTS

PERSPECTIVES D'EMPLOI – 5 ANS

HYPOTHÈSES DE L'ÉTUDE

- Basées sur un sondage auprès des principaux employeurs
- Excluent : projets d'investissement potentiels, travailleurs temporaires, étudiants

Profil de travailleurs

Gestionnaires, professionnel.le.s et technicien.ne.s principalement âgés entre 20 et 64 ans

Scénarios	Réaliste	Optimiste
Perspective d'emplois Travailleur.euse.s provenant de l'extérieur	1 165 33 %	1 802 50%
Demande d'hébergement	281 à 600 unités	683- 1195 unités

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

4. ACCÈS AUX LOGEMENTS

ESTIMATION DE LA DEMANDE DE LOGEMENTS*

Estimation de la demande de logements (horizon de 5 ans)			
	Minimum	**Maximum**	**Moyenne**
Croissance de la population (nombre) [1]	1 165	1 802	1 484
Population totale [2]	20 732	20 732	20 732
Augmentation de la population (%) [3]	5,6%	8,7%	7,2%
Prévision de croissance des ménages (%)	-1,5%	-1,5%	-1,5%
Variation nette de la population (%)	4,1%	7,2%	5,7%
Croissance nette de la population (nombre)	854	1 491	1 173
Nouveaux locataires (50 %)	683	1 193	938
Scénario optimiste	**683**	**1 193**	**938**
Prévision de croissance des ménages (%)	-2,9%	-2,9%	-2,9%
Variation nette de la population (%)	2,7%	5,8%	4,2%
Croissance nette de la population (nombre)	562	1 199	881
Nouveaux locataires (33 %)	281	600	440
Scénario réaliste	**281**	**600**	**440**

[1] Lié à l'emploi.

[2] Selon les chiffres de 2021 estimés par Environics.

[3] Relation entre la croissance de la population (relié aux emplois) et la population totale.

*Selon l'étude du Groupe Altus 2022

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

4. ACCÈS AUX LOGEMENTS

INTENTIONS DE LOCATION*

LOCALISATION	• Sécurité du voisinage • Accès à des parcs et espaces verts • Proximité des services
CRITÈRES	• Espace de rangement réservé • Bon système d'aération • Espace de stationnement réservé • Droit d'avoir un animal de compagnie
INCLUSIONS RECHERCHÉES (63 % des répondant.e.s)	• Chauffage/climatisation • Électricité/Eau chaude • Internet et câble
FACTEUR COVID	• Qualité du système de ventilation • Puissance de la connexion Internet • Balcon, • Espaces de télétravail

*Selon l'étude de Léger 2021

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

4. ACCÈS AUX LOGEMENTS

TENDANCES DU MARCHÉS ET CONSIDÉRATIONS LOCALES

CONSIDÉRATIONS LOCALES

- L'immensité de notre territoire permet l'érection de projets qui s'étendent à l'**horizontale** plutôt qu'à la verticale.
- Le recrutement de main d'œuvre permanent exige souvent le déménagement de leur famille. Il faut prévoir une **alternative à la maison unifamiliale** :
  - Entrée de voiture privée
  - Possibilité d'un garage
  - Espace extérieur privé

Projets locatifs analysés

Quartier Anastasie - Phase 2	**Agora - Phase 2**	**Quartier Orée - Phase A**
Pont-Rouge	Québec/La Haute-Saint-Charles	Sainte-Marie-de-Beauce
Le Distinction III	**Le Alexis - Phase C**	**Place Nelson**
Victoriaville	Saint-Hyacinthe	Cowansville

! Aucun projet récent recensé dans les villes de Rimouski, Rivière-du-Loup, Gaspé, Sept-Îles et Port-Cartier.

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

CARACTÉRISTIQUE À PRIVILÉGIER POUR UN PROJET À BAIE-COMEAU

4. ACCÈS AUX LOGEMENTS

Inspiration immeuble de faible densité – secteurs décentralisés

Finition intérieure – inspiration de projets locatifs « standard ».

Inspiration maisons de ville

Espaces communs – inspiration de locatifs « standard ».

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

4.
ACCÈS AUX LOGEMENTS

ENJEUX ET SUITES

ENJEUX

- Compatibilité et délais de modification de zonage pour permettre le développement pour ce type de projet
- Coûts de construction supérieurs
- Disponibilité des entrepreneurs et des matériaux

SUITES

- Réaliser un inventaire de terrain susceptibles d'accueillir des projets résidentiels locatifs (débuté)
- Zonage!
- Poursuivre nos démarches avec des investisseurs potentiels
- Lancer une étude de faisabilité pour un projet de construction immobilier
- Proposer au conseil municipal et nos partenaires gouvernementaux des d'incitatifs à l'investissement et des leviers de développement

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

4. ACCÈS AUX LOGEMENTS

ACTIONS À ENTREPRENDRE

ENJEU CONSIDÉRÉ PAR TOUS.TES COMME PRIORITAIRE!

- Obtenir +++ données sur la main d'œuvre et les étudiant.e.s pour combler les besoins réels en matière de logements

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

Marketing territorial

Marie-Luce Pelletier Legros,
Coordonnatrice aux communications
MRC de Manicouagan

5.

MARKETING TERRITORIAL

DÉMARCHE

La phase de développement de l'image de marque territoriale de la MRC de Manicouagan, dirigée par l'agence **Hula Hoop**, a été menée de concert par la Chambre de commerce et d'industrie de Manicouagan et un comité de pilotage formé de partenaires du milieu :

• Louise Bolduc	Antenne de l'UQAR à Baie-Comeau
• Sylvie Ostigny	Centre Émersion
• Isabelle Savard	Cégep de Baie-Comeau
• Joelle Bernier et Myreille Lalancette	CCIM
• Éric Gagnon	Culture Côte-Nord
• Andrée Gendron	ID Manicouagan
• Chantale Chénard	Manicouagan Interculturelle
• Pierre Antoine Morin	Microbrasserie St-Pancrace
• Marcel Furlong et Marie-Luce P. Legros	MRC de Manicouagan
• Marie-Josée Paradis	Développement économique, Ville de Baie-Comeau
• Dave Prévéreault	Tourisme Côte-Nord

5. MARKETING TERRITORIAL

OBJECTIF ULTIME : L'ATTRACTION DURABLE

ATTIRER la main d'œuvre, la population étudiante et les jeunes familles

+

INTÉGRER les nouveaux et nouvelles arrivant.e.s

+

RETENIR ET RENDRE FIÈRE la population de la Manicouagan

LA MARQUE TERRITORIALE DE LA MANICOUAGAN SERA :

- Une marque forte, singulière
- Une identité affirmée, et qui devra être partagée par l'ensemble des acteurs de la MRC
- Une dynamique et une construction collective

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

TOURISME CÔTE NORD

ÉTAPES DU MARKETING TERRITORIAL

5. MARKETING TERRITORIAL

PHASE 1 –STRATÉGIE D'ATTRACTIVITÉ ET MARKETING TERRITORIAL (TERMINÉE)

- **IDENTIFICATION DES FORCES, VALEURS ET PRIORITÉS**

  Atelier #1 – Définir l'ADN de la Manicouagan

- **LA CRÉATION D'UN ÉNONCÉ DE POSITIONNEMENT UNIQUE POUR LA MANICOUAGAN**

  Atelier #2 – Définir la plateforme de marque : mission, vision, valeurs, nos attributs et bénéfices fonctionnels et culturels, personnalité de marque

- **CRÉATION DU GUIDE DE MARQUE**

  Atelier # 3 Propositions créatives pour le choix final de l'image de marque

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

TOURISME CÔTE NORD

DÉVOILEMENT DE L'IMAGE
DE MARQUE TERRITORIALE
Jeudi, 17 novembre
17 h à 19 h
Espace Alcoa
du Centre des arts
de Baie-Comeau

DÉROULEMENT DE LA SOIRÉE

17 h	Accueil Parcours thématique – Aperçu de la marque Échanges et réseautage
17 h 30	Mot de bienvenue Mot du préfet élu de la MRC de Manicouagan, Marcel Furlong
17 h 45	Présentation de la démarche de la création de l'image de marque territoriale Manicouagan par Marc-André Dionne, agence Hula Hoop
18 h	Suite de la soirée et réseautage

DÉROULEMENT DE LA SOIRÉE

17 h	Accueil Parcours thématique – introduction à la marque Échanges et réseautage
17 h 30	Mot de bienvenue Mot du préfet élu de la MRC de Manicouagan, Marcel Furlong
17 h 45	Présentation de la démarche de la création de l'image de marque territoriale Manicouagan par Marc-André Dionne, agence Hula Hoop
18 h	Suite de la soirée et réseautage

AVANT PROPOS

La Côte-Nord fait face à des défis que nous ne pouvons, en tant que forces vives de la Manicouagan, exclure. Les pertes migratoires observées nécessitent de repenser notre stratégie d'attractivité et de rétention.

Le territoire de la Manicouagan possède des atouts uniques. Une terre ancestrale grandiose que nous avons le devoir de préserver pour ses aspects sauvage, culturel et naturel. Ainsi, rassembler nos efforts sous une même bannière, sous une même marque territoriale, devenait primordial.

AVANT PROPOS

Ensemble, nous avons le pouvoir de faire rayonner nos communautés, nos innovations et notre savoir-faire afin de pallier les défis de la région : la pérennité économique, culturelle, citoyenne et environnementale.

Nous sommes uniques, vous êtes uniques et nous voulons le clamer haut et fort. Donner envie à d'autres de découvrir cette terre singulière, authentique, optimiste et visionnaire, c'est la mission que nous nous sommes donnée.

Prenez part à l'Histoire de la Manicouagan!

L'UNION FAIT LA FORCE

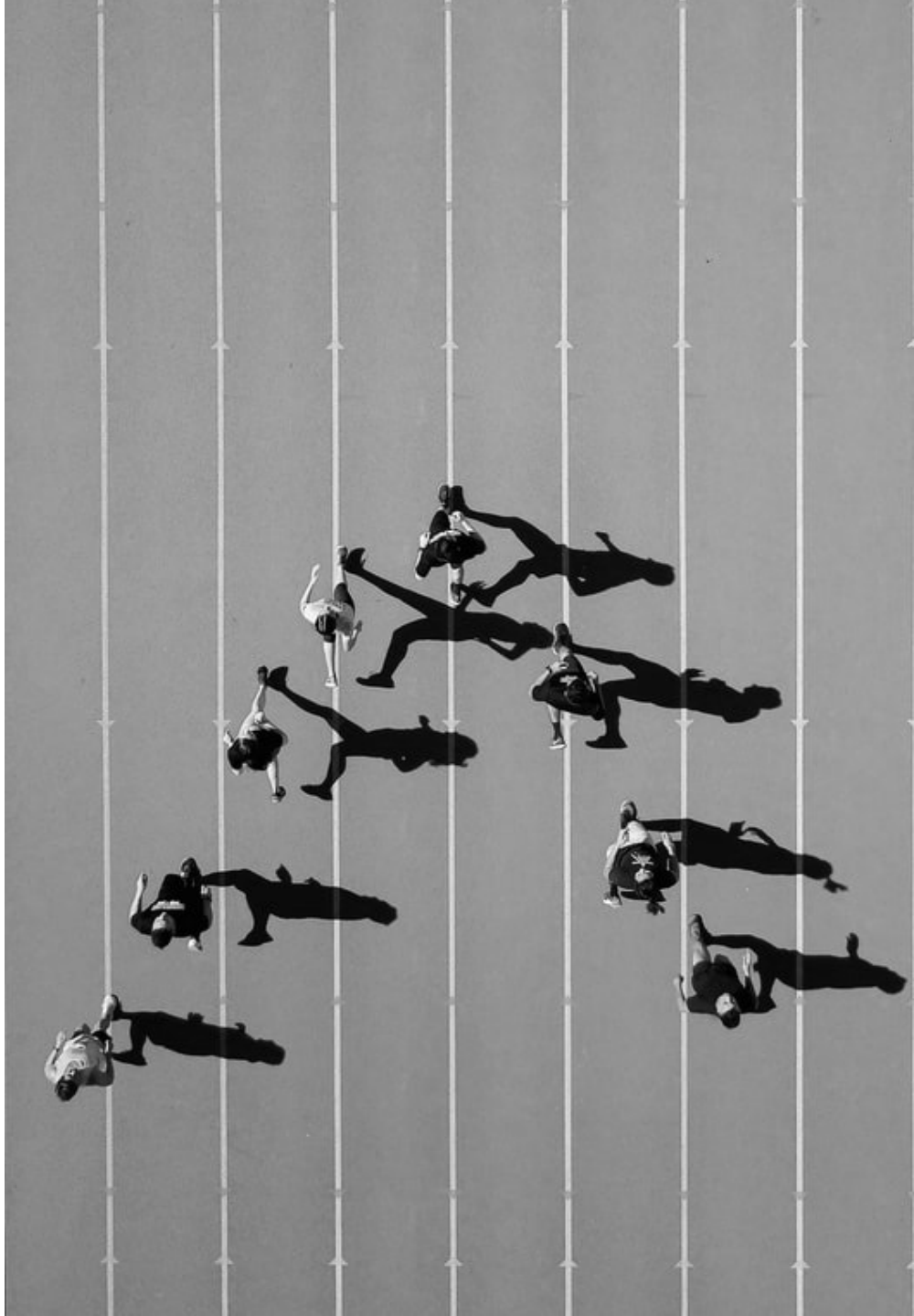
Parce que le marketing territorial est un **sport d'équipe**...

Parce que mettre ses ressources en commun a toujours été **une approche gagnante** pour les collectivités...

Nous allions donc nos forces, nos énergies et nos ressources afin de maximiser l'impact de nos campagnes **pour le territoire de la Manicouagan.**

PARCE QUE LE TERRITOIRE DE LA MANICOUAGAN BÉNÉFICIE DÉJÀ D'UNE DYNAMIQUE COLLECTIVE, IL FAUT AINSI CAPITALISER SUR VOTRE UNION AFIN D'AVOIR UN IMPACT MÉDIATIQUE PLUS FORT.

SEUL ON VA PLUS VITE... ENSEMBLE ON VA PLUS LOIN.



MARC-ANDRÉ DIONNE

Président Agence Hula Hoop Montréal

LA MANICOUAGAN ET LA DÉMESURE DE SON TERRITOIRE

30 000
HABITANTS

43 000 KM²
DE SUPERFICIE TOTALE

95%
DU TERRITOIRE REPRÉSENTE
LE TERRITOIRE NON ORGANISÉ
(cours d'eau, rivière des Outardes)

LA MANICOUAGAN CONNAIT UN EXODE IMPORTANT QUI TOUCHE 3 PUBLICS

LES JEUNES DIPLÔMÉS DU SECONDAIRE
QUI CHERCHENT À POURSUIVRE LEURS ÉTUDES.

LES PROFESSIONNELS EN MILIEU DE CARRIÈRE
À LA RECHERCHE DE MEILLEURES PERSPECTIVES D'EMPLOI.

LES JEUNES RETRAITÉS
QUI S'ENNUIENT DANS LA RÉGION ET SOUFFRENT DE L'ÉLOIGNEMENT AVEC LEURS PETITS ENFANTS.

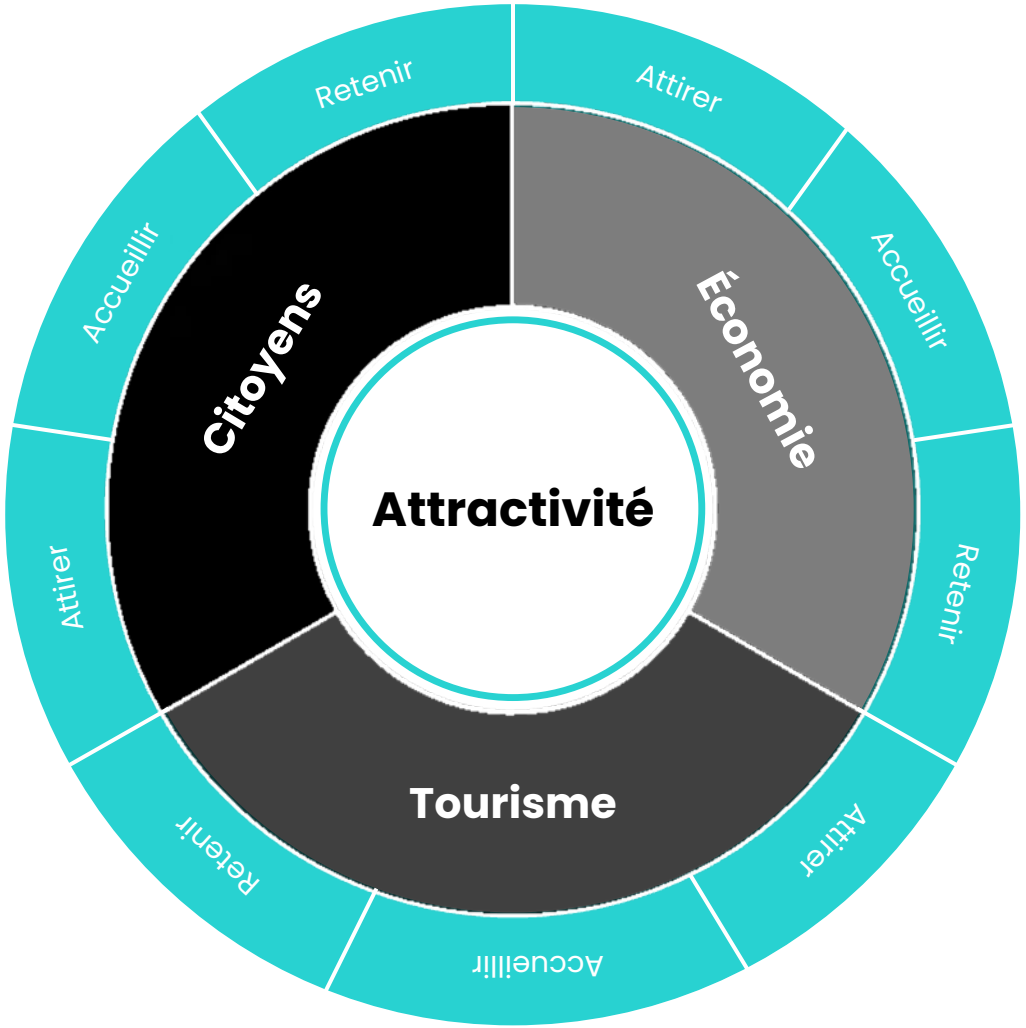
LA RÉPONSE À VOS DÉFIS.

UNE MARQUE TERRITORIALE QUI VOUS REPRÉSENTE.

La création de la marque territoriale se construit à travers tout une stratégie de marketing territorial afin de rendre votre territoire attractif.

ATTRACTIVITÉ...
MAIS DE QUOI ON PARLE ?

L'attractivité est l'ensemble des atouts, mécaniques et stratégies d'un territoire pour **développer la quantité et la qualité des entreprises, des habitants, des touristes, mais aussi des investisseurs et des talents.**



Représentation schématique des leviers d'attractivité

QUEL LIEN AVEC LE MARKETING TERRITORIAL ?

Le marketing territorial désigne l'utilisation des techniques, issues du secteur privé, de marketing, de publicité et de communication **au service de la promotion de l'attractivité d'un territoire.**

SE PLACER AU-DESSUS DE LA MÊLÉE

Ces dernières années ont vu la multiplication de marques de territoire de toutes tailles, dont le design, la proposition et les discours sont toujours plus proches.

Pour se démarquer, les territoires doivent étudier et faire émerger un positionnement qui traduise leurs atouts naturels et les forces et opportunités qu'offrent à la fois leurs acteurs et leur environnement.

Comment la MRC Manicouagan peut s'emparer du sujet ?

Une marque singulière, une identité différenciante et affirmée

INSCRIRE LA DURABILITÉ AU CŒUR DES STRATÉGIES

Les territoires ne doivent pas faire de la durabilité ou de la responsabilité un simple objectif à atteindre, mais toute action stratégique d'attractivité et de rétention devra être pensée de manière durable et en respect avec l'environnement.

Comment la MRC Manicouagan peut s'emparer du sujet ?

Un territoire rural, à dimension et culture humaine, qui s'inscrit parfaitement dans les nouveaux modèles de développement

ACCOMPAGNER LES MODES DE VIE.

Les territoires ont le défi permanent d'analyser, comprendre et répondre aux attentes de tous les publics afin d'identifier, réunir et fédérer une diversité d'acteurs (habitants, acteurs économiques, élus, représentants de filières...) qui, ensemble, pourront faire émerger les priorités du territoire et pourront agir pour apporter les réponses les plus adaptées.

Comment la MRC Manicouagan peut s'emparer du sujet ?

Une dynamique collective déjà lancée, sur laquelle capitaliser

BÂTIR DES MODÈLES RÉSILIENTS.

Face à l'incertitude liée à l'avenir de nos territoires, les organisations doivent réduire leur dépendance à une activité unique en ajustant leur discours et leur positionnement : en ouvrant les champs des possibles en finançant les acteurs économiques vers la transformation.

Pourquoi ne pas solliciter le secteur privé et leur puissance financière pour réduire les dépenses publiques ?

Comment la MRC Manicouagan peut s'emparer du sujet ?

Un partage et une co-construction des objectifs qui permet de s'assurer que la direction est supportable pour tous les acteurs du territoire

L'IDENTITÉ ET LES CULTURES, AU CŒUR DE LA TRANSFORMATION

- Révéler des histoires et raconter le territoire
- Faire de la culture du territoire et de sa population ses premiers atouts
- Se transformer pour bâtir des expériences, en considérant un écosystème complet
- Faire vivre à l'étranger (voyageur.euse, entreprise, étudiant.e...) une expérience qui le transforme

LA MANICOUAGAN POSSÈDE DES ATOUTS QU'IL FAUT COMMUNIQUER !

L'ATTRACTION

La Manicouagan est mise en valeur comme un territoire innovant offrant des opportunités intéressantes en entrepreneuriat, tout comme une qualité de vie incomparable et des emplois diversifiés

L'ACCUEIL

La Manicouagan démontre de façon concrète qu'elle est un territoire accueillant, inclusif et attentif à l'ensemble des besoins des nouveaux arrivants et nouvelles arrivantes.

L'INTÉGRATION

La Manicouagan offre une capacité d'accueil enviable, par un accès facilité aux services essentiels.

LA RÉTENTION ET L'APPARTENANCE

La population de la Manicouagan est fière de son milieu de vie et y est activement engagée.

MARKETING TERRITORIAL

OBJECTIFS

- **Mettre de l'avant la personnalité de la Manicouagan**, ses valeurs, ses caractéristiques, ses atouts, les forces vives du milieu de façon à propulser de manière forte et cohérente

- **Développer le sentiment d'appartenance** et de fierté chez les citoyens

- **Faire rayonner la MRC de la Manicouagan afin d'attirer des travailleurs et étudiants ayant une plus grande propension à s'établir**, les meilleures chances de rétention et d'y développer un sentiment d'appartenance pour les nouveaux arrivants

- **Développer des messages communicationnels** orientés vers les clientèles identifiées lors de la rencontre des partenaires de façon à rejoindre des gens dont les valeurs sont compatibles avec l'ADN de la Manicouagan

MAINTENANT À VOUS DE DEVENIR LES FIERS AMBASSADEURS ET FIÈRES AMBASSADRICES DE LA MANICOUAGAN !

Voici votre marque territoriale

5. MARKETING TERRITORIAL

ÉTAPES DU MARKETING TERRITORIAL

PHASE 2 – STRATÉGIE DE COMMUNICATION (EN COURS)

1. **ANALYSER**
   les cibles (citoyenne, touristique, économique), les objectifs, les messages
2. **IMAGINER**
   le positionnement de la campagne pour répondre à nos objectifs
3. **CRÉER**
   Designer la campagne, les mots, l'univers de marque les concepts sur les différents canaux et plateformes
4. **PERFORMER**
   Choisir les bons canaux de communications pour activer la marque et atteindre nos objectifs

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

TOURISME CÔTE NORD
ENTRE NATURE ET DÉMESURE!

ÉTAPES DU MARKETING TERRITORIAL

5. MARKETING TERRITORIAL

PHASE 2 – STRATÉGIE DE COMMUNICATION : VOLET CITOYEN

OBJECTIFS

1. Accroître le sentiment d'appartenance des citoyens en combattant le cynisme envers les régions
2. Optimiser la rétention des habitants
3. Attirer les étudiants du Québec et les étudiants étrangers

CIBLES

Les jeunes familles et jeunes actifs, population étudiante et population de la Manicouagan

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

TOURISME CÔTE NORD

ÉTAPES DU MARKETING TERRITORIAL

5. MARKETING TERRITORIAL

PHASE 2 – STRATÉGIE DE COMMUNICATION – VOLET TOURISTIQUE

OBJECTIFS

1. Attirer les touristes dans la région
2. Augmenter le tourisme d'affaires

CIBLES

Les touristes du Québec et les touristes d'affaires

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

TOURISME CÔTE NORD
ENTRE NATURE ET DÉMESURE!

ÉTAPES DU MARKETING TERRITORIAL

PHASE 2 – STRATÉGIE DE COMMUNICATION – VOLET ÉCONOMIQUE

5.
MARKETING
TERRITORIAL

OBJECTIFS

1. Attirer les entreprises, la main d'œuvre
2. Favoriser l'entreprenariat et le transfert d'entreprise
3. Générer des contacts économiques pour affiner les campagnes

CIBLES

Les entreprises et la main d'œuvre

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

TOURISME CÔTE NORD
ENTRE NATURE ET DÉMESURE!

5.

MARKETING TERRITORIAL

ÉCHÉANCIER

17 NOVEMBRE 2022

- Dévoilement de l'image de marque territoriale

NOVEMBRE-DÉCEMBRE 2022 ET JANVIER 2023

- Atelier de travail des comités par volet

HIVER 2023

- Développement stratégique par Hula Hoop
- Approbation finale de la stratégie

HIVER-PRINTEMPS-ÉTÉ 2023

- Production de contenu originaux
- Activation de la stratégie de communication! (date à venir)

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

municipalité régionale de comté de manicouagan

TOURISME CÔTE NORD

Beaucoup de données recueillies via les autres chantiers seront très utiles pour orienter les messages qui seront véhiculés dans le cadre de la stratégie de communication du marketing territorial.

Boite à outils

Marie-Luce Pelletier Legros,
Coordonnatrice aux communications
MRC de Manicouagan

PRÉCISIONS SUR CE CHANTIER

6.
BOITE À OUTILS

- Le chantier Boite à outils est tributaire de l'avancement des tous les autres chantiers, notamment le marketing territorial.

- Le but étant de préparer des outils, en lien avec la stratégie de marketing territorial, sous diverses formes afin d'accompagner les municipalités de la MRC et les entreprises pour l'accueil, l'intégration, la rétention et développement le sentiment d'appartenance à la région.

- Il sera sans doute pertinent de nommer une ressource dédiée spécifiquement à l'avancement de ce chantier.

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

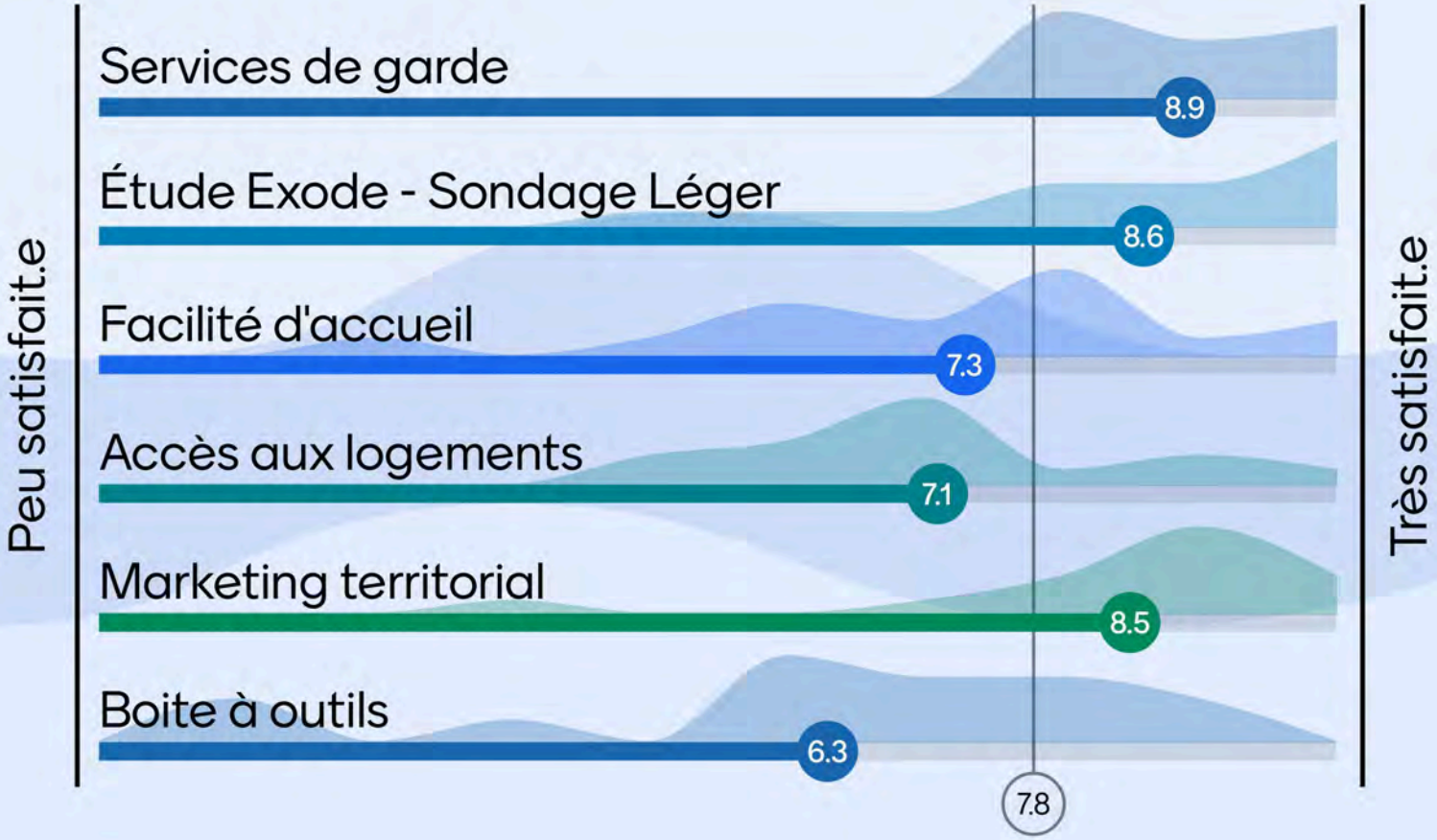
INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN

5. Échanges et commentaires

Marie-Josée Paradis
et Marie-Luce Pelletier Legros

Quelle est votre satisfaction en regard de l'avancement de chacun des chantiers?

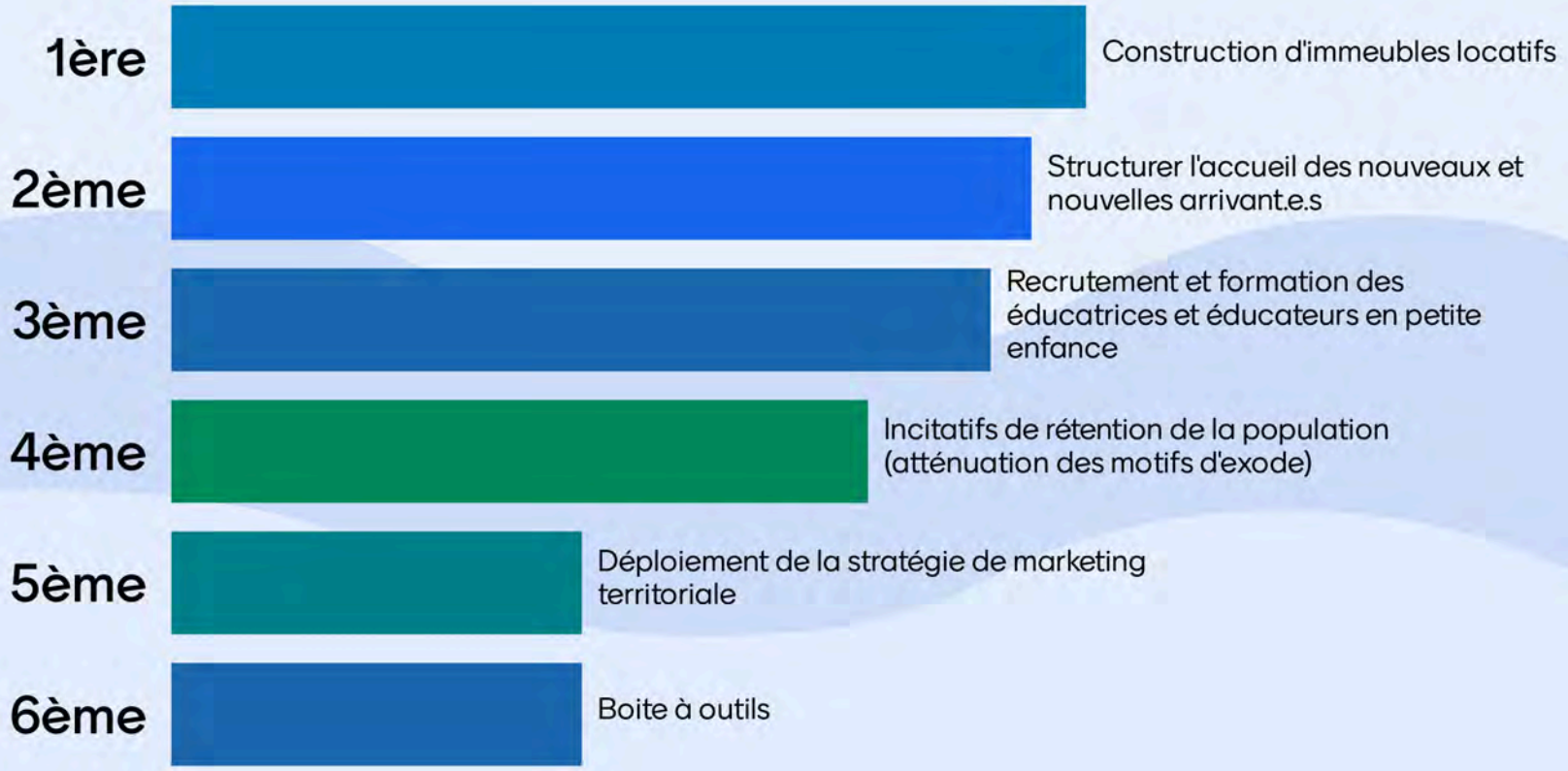
Mentimeter



16

En ordre de priorité de 1 à 6, sur quels chantiers devrions-nous nous concentrer dans les 18 prochains mois?

Mentimeter



16

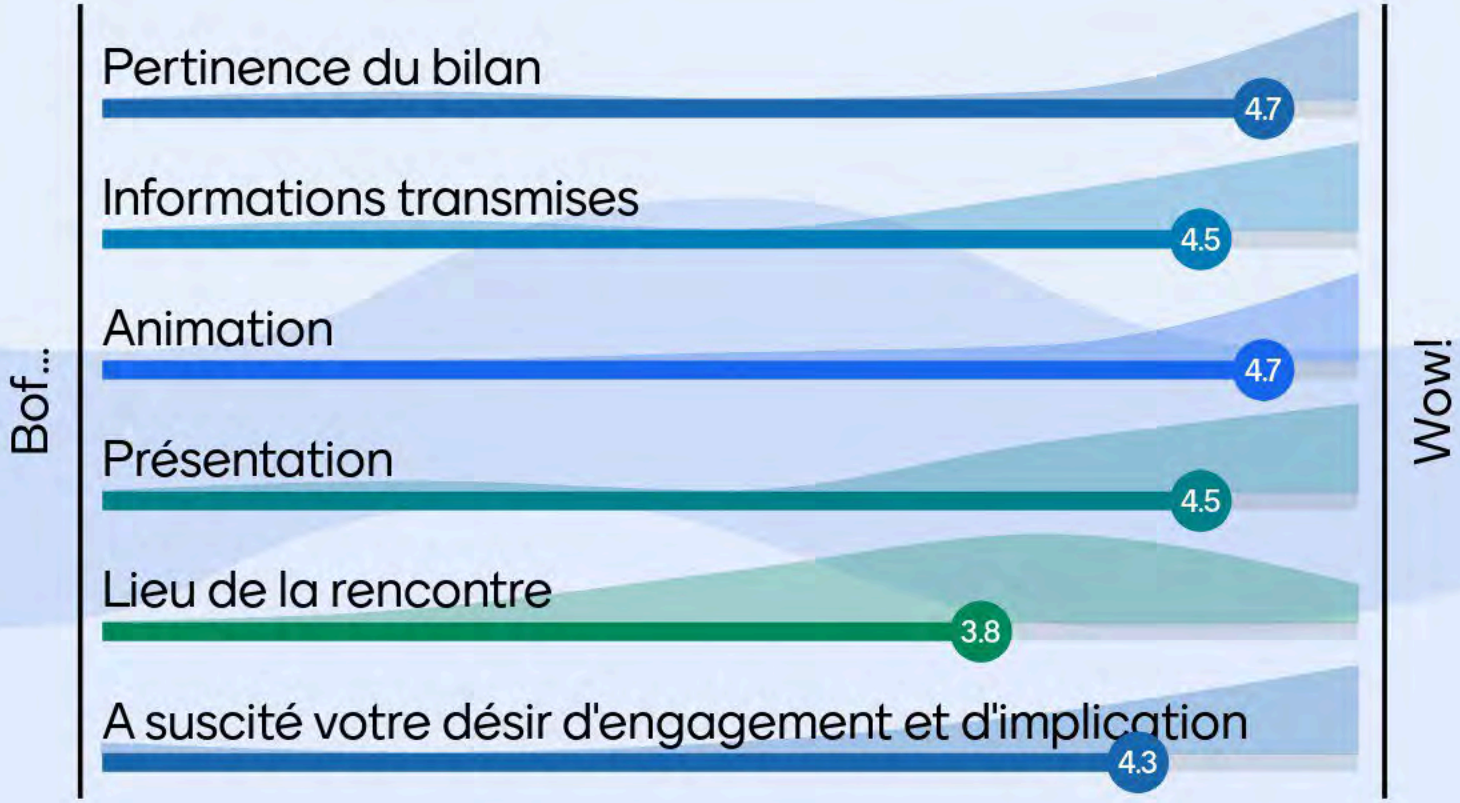
En pensant à l'attractivité et à l'emploi, quel serait un chantier possible à démarrer?

Mentimeter

11

Quelle est votre appréciation de la rencontre?

Mentimeter



16

6. Attentes et mobilisation

Marcel Furlong, préfet élu
MRC de Manicouagan

ATTENTES

- Restons mobilisé.e.s et continuons à travailler ensemble pour l'amélioration de collectivité.

- Signifiez votre intérêt à participer à la réflexion et aux projets structurants

- Soyez facilitateurs et facilitatrices :
    - Investissez du temps
    - Activez vos réseaux
    - Contribuez en biens, services ou en argent!

MOBILISATION

Utiliser nos forces vives pour adresser les enjeux!

La mobilisation du milieu manicois est pertinente et nécessaire

La démarche entreprise suscite l'engagement et la recherche de solution

Coordonnées des présentatrices

Service de garde
Odette Lavigne, directrice générale
Regroupement des CPE de la Côte-Nord
direction@rcpecn.com
418 295-3567, poste 103 | 514 983-3921

Facilité d'accueil
Chantale Chénard, coordonnatrice des services aux immigrants
Manicouagan Interculturelle
chantale.chenard@emersion.qc.ca
418 296-6388, poste 208 | 418 295-6421

Coordonnées des présentatrices

Accès aux logements
Marie-Josée Paradis, directrice
Service de développement économique, Ville de Baie-Comeau
mjparadis@ville.baie-comeau.qc.ca
418 296-8176 | 418 282-9635

Étude exode Léger, Marketing territorial et Boite à outils
Marie-Luce Pelletier Legros, coordonnatrice aux communications
MRC de Manicouagan
marie-luce.plegros@mrcmanicouagan.qc.ca
418 589-9495, poste 272

MERCI À TOUTES ET À TOUS POUR VOTRE PRÉSENCE ET VOTRE PARTICIPATION!

Bon réseautage!

Baie-Comeau

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE Manicouagan

CULTURE CÔTE-NORD

émersion

MANICOUAGAN INTERCulturelle
SERVICE D'ACCUEIL POUR PERSONNES IMMIGRANTES

INNOVATION ET DÉVELOPPEMENT MANICOUAGAN
IDMANIC

municipalité régionale de comté de manicouagan

Regroupement des centres de la petite enfance Côte-Nord

TOURISME CÔTE NORD
ENTRE NATURE ET DÉMESURE!