

A photograph of a person skiing on a snowy mountain peak. The sun is low in the sky, creating a bright, hazy glow. The skier is silhouetted against the light. The snow is textured and uneven. A large rock is visible on the right side of the peak.

**PLAN D'ACTION LOCAL POUR L'ÉCONOMIE ET L'EMPLOI  
2014-2019**

<b>LISTE DES ACRONYMES.....</b>	<b>3</b>
<b>PRÉSENTATION DU PLAN .....</b>	<b>4</b>
<b>DESCRIPTION DE L'ORGANISATION .....</b>	<b>5</b>
Historique .....	5
Énoncé de vision .....	5
Mission .....	5
Mandats.....	5
Financement .....	6
Valeurs .....	6
Son territoire d'action .....	8
Structure organisationnelle.....	8
<b>PROFIL SOCIÉCONOMIQUE DE LA MRC DE CANIAPISCAU .....</b>	<b>9</b>
Territoire.....	9
Démographie .....	9
Constats résidentiels.....	10
Activité économique .....	10
Constats socioculturels.....	12
<b>DIAGNOSTIQUE INTERNE (LOCAL ET COMMUNAUTAIRE).....</b>	<b>13</b>
<b>DIAGNOSTIQUE EXTERNE (PESTEL).....</b>	<b>14</b>
<b>AXES STRATÉGIQUES .....</b>	<b>15</b>
<b>PLAN D'ACTION.....</b>	<b>16</b>
Cibles MFE .....	22

## LISTE DES ACRONYMES

<b>ACLDQ</b>	ASSOCIATION DES CENTRES LOCAUX DE DÉVELOPPEMENT DU QUÉBEC
<b>AGA</b>	ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE
<b>AMEM</b>	ARCELORMITTAL EXPLORATION MINIÈRE
<b>APDEQ</b>	ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU QUÉBEC
<b>AQIT</b>	ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE
<b>ATF</b>	ASSOCIATION TOURISTIQUE DE FERMONT
<b>ATRD</b>	ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE DUPLESSIS
<b>ATRM</b>	ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE CÔTE-NORD/MANICOUAGAN
<b>BIT</b>	BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE
<b>CA</b>	CONSEIL D'ADMINISTRATION
<b>CAE</b>	CENTRE D'AIDE AUX ENTREPRISES
<b>CATE</b>	CENTRE D'AIDE TECHNOLOGIQUE AUX ENTREPRISES
<b>CDR</b>	COOPÉRATIVE DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL
<b>CJE</b>	CARREFOUR JEUNESSE EMPLOI
<b>CLD</b>	CENTRE LOCAL DE DÉVELOPPEMENT
<b>CLE</b>	CENTRE LOCAL D'EMPLOI
<b>CRÉ-CN</b>	CONFÉRENCE RÉGIONALE DES ÉLUS DE LA CÔTE-NORD
<b>DEC</b>	DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE CANADA
<b>EPRT</b>	ENTENTE DE PARTENARIAT RÉGIONAL EN TOURISME
<b>FDEÉS</b>	FONDS DE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES D'ÉCONOMIE SOCIALE
<b>FLI</b>	FONDS LOCAL D'INVESTISSEMENT
<b>FLS</b>	FONDS LOCAL DE SOLIDARITÉ
<b>JP</b>	FONDS JEUNE PROMOTEUR
<b>MAMOT</b>	MINISTÈRE DES AFFAIRES MUNICIPALES ET DE L'OCCUPATION DU TERRITOIRE
<b>MEIE</b>	MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE, INNOVATION ET DE L'EXPORTATION
<b>MPA</b>	LES MEILLEURES PRATIQUES D'AFFAIRES
<b>MRC</b>	MUNICIPALITÉ RÉGIONALE DE COMTÉ
<b>MTQ</b>	MINISTÈRE DU TRANSPORT DU QUÉBEC
<b>PALÉE</b>	PLAN D'ACTION LOCAL POUR L'ÉCONOMIE ET L'EMPLOI
<b>RDEE TNL</b>	RÉSEAU DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET D'EMPLOYABILITÉ DE TERRE NEUVE ET LABRADOR
<b>SADC</b>	SOCIÉTÉ D'AIDE AUX DÉVELOPPEMENT DES COLLECTIVITÉS
<b>STA</b>	SOUTIEN AU TRAVAILLEUR AUTONOME

## PRÉSENTATION DU PLAN

*Le Plan d'Action Local pour l'Économie et l'Emploi (PALÉE) que vous tenez entre les mains est non seulement une exigence du Ministère (MEIE), mais une nécessité à l'avancement et au sain développement de notre région. Il s'agit de notre plan directeur.*

*Complètement reformulé en début d'année 2014, dans une perspective de développement durable, ce plan agit en tant qu'outil de mesure du progrès économique de la MRC de Caniapiscau. De plus, il permet une compréhension non seulement de l'organisation, mais aussi du portrait socio-économique de la région. En page 15, vous constaterez les quatre priorités de développement qui servent de base à notre plan d'action, soit :*

- *Entrepreneuriat;*
- *Développement du territoire;*
- *Renforcement stratégique opérationnel;*
- *Accroissement de la visibilité et de la notoriété du territoire.*

***Le CLD de Caniapiscau...partenaire de vos ambitions!***



Ville de Fermont

## DESCRIPTION DE L'ORGANISATION

### CENTRE LOCAL DE DÉVELOPPEMENT (CLD) DE CANIAPISCAU

#### HISTORIQUE

Le CLD est un organisme à but non lucratif (OBNL) depuis 1989, d'abord sous le nom de la Corporation de développement économique de la Région de Caniapiscou Inc. Et depuis 1998 au nom du Centre local de développement de Caniapiscou. Situé à Fermont, le CLD est dirigé par des administrateurs volontaires qui ont à cœur le développement local. Le CLD de Caniapiscou fait partie d'un grand réseau de 120 CLD à travers le Québec, soutenus par l'Association des CLD du Québec (ACLDQ).

#### ÉNONCÉ DE VISION

Un milieu dynamique engagé dans son plein développement au cœur d'un territoire riche en potentiel.

#### MISSION

La mission du CLD de la MRC de Caniapiscou est de favoriser le développement économique, social et touristique sur le territoire de la MRC de Caniapiscou.

De par son action structurante, le CLD contribue à renforcer le partenariat du monde municipal, de la communauté d'affaires, ainsi que des milieux coopératifs, syndicaux et de l'économie sociale dans un nouvel essor du développement local. Le CLD favorise la prise en charge du développement par les forces vives du milieu et concrétise un nouveau modèle de partage du pouvoir décisionnel entre l'État et la collectivité.

Bref, le CLD contribue à accélérer et à simplifier la réalisation des projets créateurs d'emplois. Le CLD, offre tout le soutien nécessaire à la réalisation de projets par le biais d'un guichet multiservice, dont la fonction est d'améliorer, de rationaliser et de simplifier les services destinés aux promoteurs de projets.

#### MANDATS

Le mandat de base d'un CLD, tel que spécifié dans la Loi sur le Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (Loi 34) en 2003, reprends essentiellement le contenu de la Loi sur le Ministère des Régions (Loi 171) de 1997. Il s'agit d'un mandat d'abord et avant tout économique, qui vise le développement local et le soutien à l'entrepreneuriat, ce mandat se présente ainsi :

- Offrir l'ensemble des services de première ligne aux entreprises;
- L'élaboration d'un plan d'action local pour l'économie et l'emploi (PALÉE), ce qui comprend :
  - Poser un diagnostic sur la réalité socio-économique du milieu;
  - Évaluer les forces et les ressources du milieu;
  - Évaluer les stratégies locales et les priorités d'intervention en matière de développement économique et de développement de l'emploi;
  - Définir les moyens d'actions possibles visant le développement de l'entrepreneuriat sur notre territoire;
- Élaborer une stratégie en matière de développement de l'entrepreneuriat, y compris l'entrepreneuriat de l'économie sociale, ainsi qu'au développement touristique;
- Agir en tant qu'organisme consultatif auprès du centre local d'emploi (CLE);
- Gérer le Fonds Local de Solidarité (FLS);
- Assurer l'accueil et la gestion du développement touristique.

De plus, depuis 2013, le CLD de Caniapiscou agit en tant que mandataire des services d'aide à l'emploi (SAE) du Centre Local d'Emploi (CLE). Il s'agit des services de base d'accueil-référence. Ce mandat provient d'une entente survenue entre le CLD et le CLE de Sept-Îles.

## FINANCEMENT

Le financement de base du CLD provient en majeure partie du Ministère de l'Économie, l'Innovation et de l'Exportation (MEIE) (2/3) et de la MRC de Caniapiscau (1/3), tel que stipulé dans l'entente entre la MRC de Caniapiscau et le CLD. D'autres sources de financement incluent la Ville de Fermont (tourisme) et Emploi-Québec.

## VALEURS

En lien avec le réseau des CLD et l'engagement vers un processus d'amélioration continu, le CLD de Caniapiscau définit ses cinq (5) valeurs à savoir :

### 1. Engagement

Au sein du CLD, l'administrateur / l'employé :

- Agit de façon proactive
- Va au-delà des attentes et prend des initiatives
- Fait les efforts qu'il faut pour se développer afin de devenir meilleur
- Est un bon modèle / porte-parole pour le CLD en tout temps

Au sein de sa MRC, de sa région et du réseau, le CLD :

- Agit de façon proactive
- Va au-delà des attentes et prend des initiatives
- Fait les efforts qu'il faut pour développer l'expertise et l'attitude de ses administrateurs et de ses employés afin de les rendre meilleurs
- Est un bon modèle / porte-parole pour sa MRC, sa région et le réseau en tout temps

### 2. Cohérence

Au sein du CLD, l'administrateur / l'employé :

- Respecte ses engagements
- S'assure de connaître la vision, la mission, les valeurs et le modèle d'affaires du CLD et fait l'effort de se les approprier
- Utilise les outils disponibles en alignant ainsi ses pratiques sur la réputation souhaitée du CLD et du réseau

Au sein de sa MRC, de sa région et du réseau, le CLD :

- Respecte ses engagements
- S'assure de connaître la vision, la mission, les valeurs du réseau et fait l'effort de développer l'expertise et l'attitude de ses administrateurs et employés afin qu'ils se les approprient
- Encourage ses administrateurs et employés à utiliser les outils mis à leur disposition, afin d'aligner leurs pratiques sur la réputation souhaitée du réseau

### 3. Équité

Au sein du CLD, l'administrateur / l'employé :

- Reste objectif en tout temps et traite dossiers et collègues de façon apolitique
- Est intègre et fait preuve d'éthique dans l'exercice de ses fonctions et dans ses relations avec ses collègues
- Utilise le même niveau d'énergie pour aider chacun de ses clients selon leurs besoins
- S'assure que les clients ont un service comparable à celui offert par ses collègues

Au sein de sa MRC, de sa région et du réseau, le CLD :

- Reste objectif en tout temps et traite dossiers et partenaires de façon apolitique

- Est intègre et fait preuve d'éthique dans l'exercice de ses mandats et dans ses relations avec ses partenaires et le milieu
- Utilise le même niveau d'énergie pour aider chacun de ses clients selon leurs besoins
- S'assure que ses clients ont accès à un panier minimal de services équivalent à celui offert par les autres CLD du réseau

#### **4. Créativité**

##### Au sein du CLD, l'administrateur / l'employé :

- S'adapte aux clients, les accompagne où ils sont rendus et les fait progresser
- Innove et n'hésite pas à sortir de sa zone de confort pour trouver activement des solutions pour aider ses clients
- Reste à l'affût des pratiques innovantes du milieu, des nouveautés et utilise des stratégies « à la fine pointe » pour soutenir ses clients

##### Au sein de sa MRC, de sa région et du réseau, le CLD :

- Travaille dans une démarche d'innovation continue
- N'hésite pas à sortir de sa zone de confort pour trouver activement des solutions pour faire face aux enjeux rencontrés
- Reste à l'affût des pratiques innovantes du milieu, des nouveautés et utilise des stratégies « à la fine pointe » pour soutenir son développement et celui de son milieu

#### **5. Efficacité**

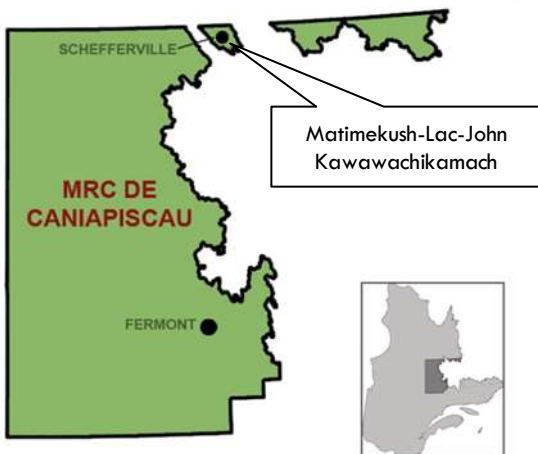
##### Au sein du CLD, l'administrateur / l'employé :

- A le souci de servir ses clients au-delà de leurs attentes
- Accepte de se mesurer pour s'améliorer et se fixe des objectifs de plus en plus élevés
- Utilise les bons outils au bon moment
- Accepte de partager les bons coups, comme les mauvais, avec ses collègues
- Accepte de se remettre en question, de se faire remettre en question et de remettre les autres en question pour devenir plus efficace

##### Au sein de sa MRC, de sa région et du réseau, le CLD :

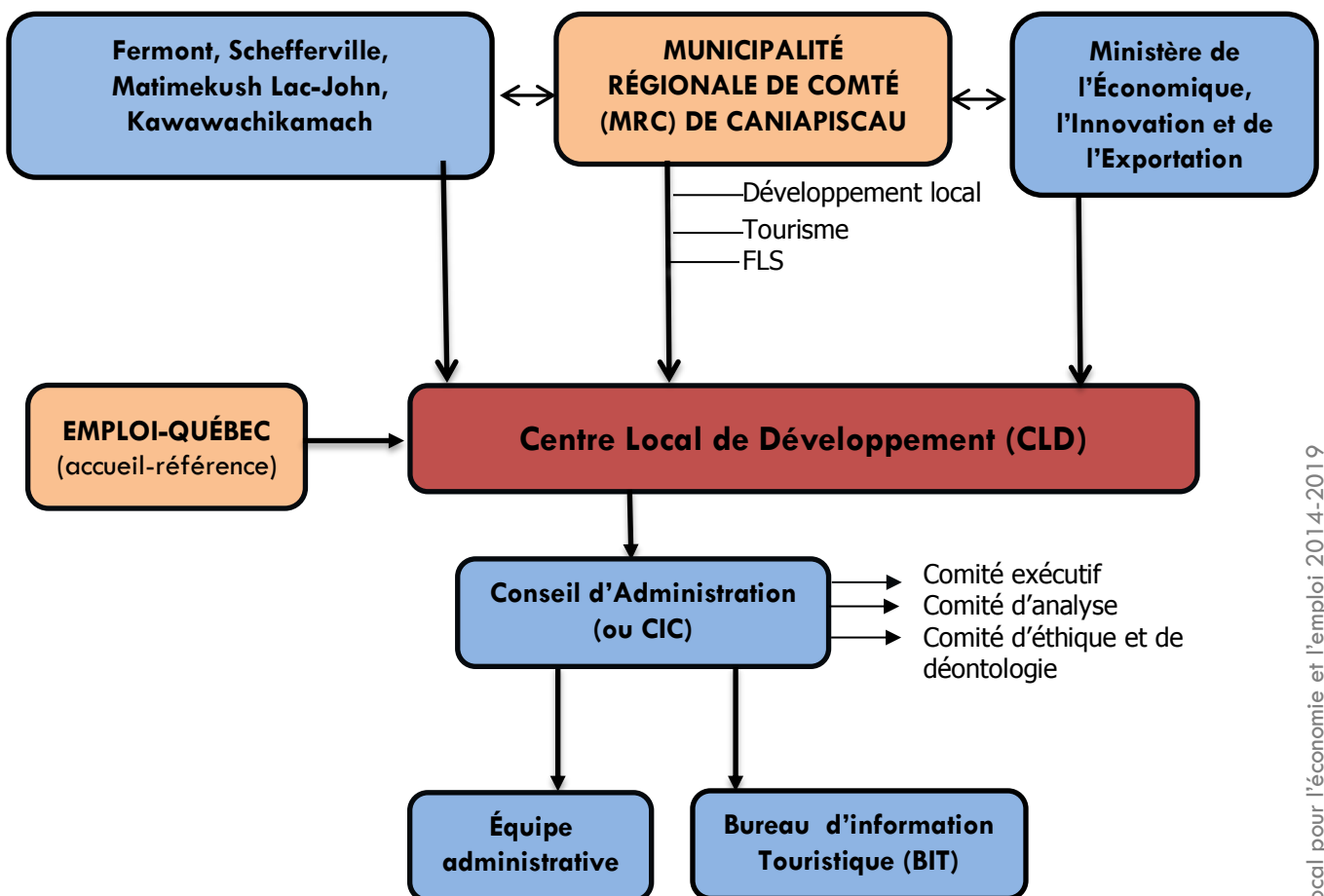
- A le souci de servir ses clients au-delà de leurs attentes
- Accepte de se mesurer pour s'améliorer et se fixe des objectifs de plus en plus élevés
- Développe l'expertise et l'attitude de ses administrateurs et de ses employés pour qu'ils utilisent les bons outils au bon moment
- Accepte de partager ses bons coups comme les mauvais avec les autres CLD
- Accepte de se remettre en question, de se faire remettre en question et de remettre les autres CLD en question pour devenir plus efficace

## SON TERRITOIRE D'ACTION



Le territoire de la MRC de Caniapiscau est très vaste et englobe les villes de Fermont et Schefferville ainsi que les deux communautés autochtones de la Nation Innue de Matimekush-Lac John et la Nation Naskapi de Kawawachikamach.

## STRUCTURE ORGANISATIONNELLE



# PROFIL SOCIÉCONOMIQUE DE LA MRC DE CANIAPISCAU

## TERRITOIRE

Initialement formée de trois municipalités, la Municipalité régionale de comté (MRC) de Caniapiscau n'en compte désormais plus que deux, soit Fermont et Schefferville, et ce, depuis la fermeture de Gagnon en 1985. Elle compte également deux communautés autochtones soit; la nation Naskapie de Kawawachikamach et la nation Innue de Matimekush-Lac-John.

Le territoire couvre une superficie de plus de 64 898.6 km<sup>2</sup>, ce qui en fait la deuxième plus grande MRC du Québec. Les territoires urbanisés occupent en fait moins de 5 % de la superficie du territoire et le reste est composé de territoires non organisés.

## DÉMOGRAPHIE

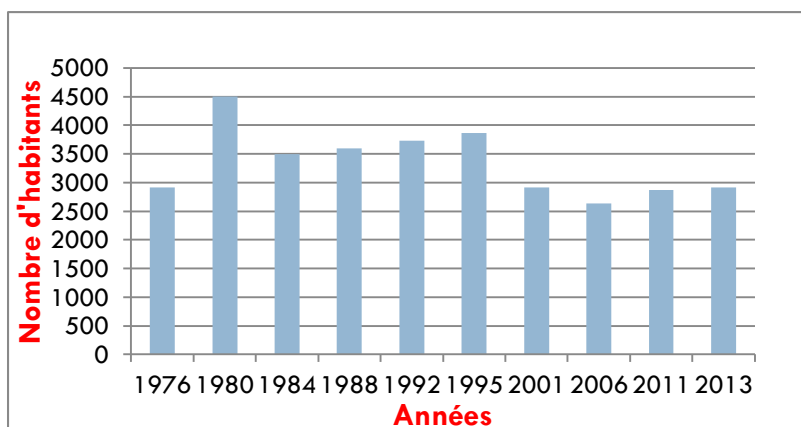
La MRC de Caniapiscau abrite, selon l'Institut de la statistique du Québec (2013), 4 363 habitants répartis dans deux villes et deux réserves (Innus et Naskapis). Plus des deux tiers de la population du territoire vivent dans la ville de Fermont soit 2 910 habitants (2014). En contraste, seulement 4% des gens habitent la municipalité voisine, Schefferville. La réserve innue Matimekush-Lac-John compte 540 habitants (2011) et la communauté naskapie de Kawawachikamach dénombre 586 en population (2011).

D'une part, la majorité des habitants de la communauté fermontoise proviennent de diverses régions du Québec. Ils sont principalement originaires de la Côte-Nord, de la Gaspésie, du Saguenay, de la Mauricie, de la région de Québec et celle de Montréal. D'un autre côté, depuis quelques années, une partie de la population est représentée par des gens natifs de Fermont qui sont revenus s'y établir après leurs études. L'âge moyen, de la population, se situe entre 25 et 60 ans et cette tranche démographique représente 88,3% des travailleurs.

Quant à la population autochtone, elle n'est pas grandement représentée dans la communauté fermontoise, contrairement à plusieurs autres municipalités de la Côte-Nord. En effet, les autochtones représentent moins de 2 % de toute la population locale. Selon les données de Statistiques Canada de 2011, une minorité de la population possède un statut d'immigrant, il en est ainsi pour encore moins de 1 % de la population.

### Caractéristiques d'intérêts :

- Population jeune, voire rajeunissante et en renouvellement;
- Augmentation importante des naissances;
- Départ massif à la retraite (dans les dernières années, de 300 à 400 personnes ont quitté la compagnie minière ArcelorMittal, un phénomène qui est appelé à se poursuivre) ;
- Phénomène nouveau : il y a, dans la population active, des natifs de Fermont;
- Évolution de la population fermontoise :



## CONSTATS RÉSIDENTIELS

Bien qu'il y ait eu de nouvelles constructions immobilières, dans le secteur de la ville de Fermont, la majorité des habitations appartiennent toujours au plus grand employeur de la région, soit ArcelorMittal. Au cours des dernières années, les minières ont érigé des complexes résidentiels dans Caniapiscau pour accommoder plusieurs centaines de travailleurs non-résidents.

		<u>2010</u>	<u>2011</u>	<u>2012</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>
<b>Caniapiscau</b>						
Résidence unifamiliale	n	850	862	867	883	898
	\$	105 229	104 853	120 879	137 320	176 179
Copropriété	n	—	—	—	—	—
	\$	—	—	—	—	—
Immeuble de 2 à 5 logements	n	29	29	29	34	38
	\$	68 323	67 325	78 076	192 053	360 586
Immeuble de 6 logements et plus	n	6	6	6	6	7
	\$	4 762 261	4 667 500	5 335 773	5 640 784	5 741 822
Chalet et maison de villégiature	n	70	70	70	73	73
	\$	10 924	10 728	12 909	14 355	25 902
Habitation en commun	n	—	1	—	6	8
	\$	—	16 072	—	8 936 833	9 280 667
Maison mobile et roulotte	n	2	3	1	217	259
	\$	18 800	36 097	14 560	146 335	141 307
Autres immeubles résidentiels	n	222	221	225	19	18
	\$	85 367	84 765	100 013	156 600	191 992

Source : site web Institut de la statistique Québec,

[http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/profils/profil09/struct\\_econo/construct/unit\\_eval09\\_mrc.htm](http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/profils/profil09/struct_econo/construct/unit_eval09_mrc.htm)

## ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE

De façon générale, l'activité économique dans Caniapiscau se dessine ainsi :

- Mono-industrielle minière (4 mines) et des sous-traitants : équipements industriels, soudure, construction, mécanique, etc.);
- Des entreprises de services pour la population (commerces, coiffure, restauration);
- Les principaux employeurs: ArcelorMittal Exploitation minière Canada (environ **1500** au Mt-Wright), CLIFFS Natural Resources (environ **400** au Lac Bloom), Ville de Fermont (environ **53**); Tata Steel Minerals Canada Limitée et New Millennium Iron Corp. pour le projet DSO (environ **700** pour la construction **250** pour les opérations) ;
- Aucune entreprise dans les créneaux de recherche technologique ou manufacturière ;
- Aucune seconde transformation n'est faite sur le territoire;
- Situation de quasi plein emploi.

### Secteur INDUSTRIEL MINIER:

#### Fermont

- ArcelorMittal Mines Canada exploite le site minier du Mont-Wright et de Fire Lake;
- CLIFFS NATURAL RESOURCES SEC Mine de Fer du Lac Bloom, gérée par Cliffs Québec Mine de Fer Limitée, exploite le gisement du Lac Bloom;
- Blackburn Quartz.

#### Autres explorations et prospections minières à proximité:

- FOCUS Graphite, avec le projet du Lac Knife, fait de la prospection afin d'exploiter ce site, 27 Km au sud de Fermont;
- Champion Iron Limited priorise le développement de la partie sud de la fosse du Labrador, soit le Consolidated Fire Lake North (CFLN), adjacent aux terrains détenus par Cliffs Natural Resources, et par ArcelorMittal.

#### Schefferville

- Projet commun de deux minières relance l'exploitation minière avec le projet DSO, en opération depuis septembre 2012 :
  - Tata Steel Minerals Canada Limitée et
  - New Millennium Iron Corp.
- Les mêmes compagnies projettent une nouvelle exploitation minière, soit le projet Taconite.

#### À proximité de Labrador City et Wabush (Terre-Neuve – Labrador)

- Iron Ore Company (IOC);
- Alderon exploitera le site Kami, situé à proximité des trois villes avoisinantes, dans la prochaine année;
- Fermeture récente (2013) de la mine Scully, appartenant à Cliffs Natural Ressources.

#### **Secteur COMMERCIAL :**

- Le secteur commercial fermontois est constitué de PME commerciales, artisanales et semi-industrielles. Le nombre d'entreprises à Fermont est d'environ 130;
- Les commerces visent principalement à répondre aux besoins essentiels;
- Une liste exhaustive des différentes entreprises fermontoises est disponible sur [www.caniapiscou.net](http://www.caniapiscou.net);
- Bien qu'internet puisse être pratique, la commande en ligne devient une nuisance à la survie de petits commerces de détail;
- Une forte compétition en approvisionnement vient de la province voisine, surtout avec l'arrivée des dernières années de magasins grandes surfaces telles que Wal-Mart et Canadian Tire.

#### **Secteur de L'ÉCONOMIE SOCIALE :**

- On dénombre six entreprises d'économie sociale à Fermont dont cinq sont des OBNL :
  - Coopérative des consommateurs de Fermont;
  - Journal le Trait d'Union du Nord;
  - Le camping Association Loisir Plein Air Fermont;
  - Habitat Fermont;
  - Diffusion Fermont.
- Et une coopérative financière; la Caisse d'économie Desjardins des travailleuses et travailleurs unis.

#### **Secteur du TOURISME :**

Le développement touristique se veut une avenue intéressante pour la diversification de l'économie locale. Le caractère unique et exotique de Caniapiscou le différencie des autres régions du Québec. Ce qui représente un enjeu stratégique à exploiter. L'intérêt pour cette région se fait de plus en plus ressentir, et cela au-delà de nos frontières pancanadiennes. Quelques caractéristiques :

- Offre touristique en augmentation;
- Grands potentiels de tourisme hivernal, ainsi qu'en tourisme estival;
- Offre prolongée pour la pratique de sports d'hiver;
- Attrait de chasse et pêche - un atout important;
- Carnaval d'hiver à grand potentiel touristique;

- Concertation des différents intervenants touristiques;
- Infrastructures d'hébergement toujours insuffisantes;
- Nécessité d'augmenter la promotion extrarégionale.

## CONSTATS SOCIOCULTURELS

### Fermont :

- Existence de nombreux groupes, clubs sociaux, associations de différentes appartenances et d'intérêts;
- Dynamisme du Comité de spectacles de Fermont et du ciné-club qui organisent de nombreux événements;
- Effritement des groupes et de la participation bénévole, ressenti les dernières années, dû aux départs massifs de retraités et dû au changement d'horaires des travailleurs;
- Nouveaux organismes en démarrage, nouvelle vague d'implication de la part des nouveaux arrivants;
- Inégalités sociales (habitation, disparité des revenus);
- Proximité physique entre les gens;
- Situation de plein emploi ou presque;
- Manque accru de ressources humaines et essoufflements des ressources existantes.

### Schefferville et environs :

L'éloignement et l'isolement de la région dévitalisée de Schefferville contribuent néanmoins à développer des réseaux d'échange et de voisinage entre les trois communautés, qui s'actualisent selon le cas en des ententes intercommunautaires de service.

Les équipements socioculturels sont quasi-inexistants dans la ville de Schefferville. Les infrastructures existantes sont dépassées et désuètes, elles ont besoin d'être revalorisées. La clientèle scolaire fréquente l'école de la communauté innue, tout comme pour l'utilisation de l'aréna et le centre communautaire. La communauté naskapie est organisée d'un centre des loisirs qui abrite; une piscine, des tables de jeu, une salle d'exercice avec équipements.

Malgré que ce soit un milieu riche en histoire et culture autochtone, d'un point de vue externe, la mise en valeur et la promotion de ces richesses tardent à se faire. Pour ces communautés, leurs traditions culturelles se vivent au quotidien.

## DIAGNOSTIQUE INTERNE (LOCAL ET COMMUNAUTAIRE)

FORCES	FAIBLESSES
<p><b><u>SÉCURITÉ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Milieu de vie sécuritaire</li> </ul> <p><b><u>EMPLOI</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Situation de plein-emploi ou presque</li> <li>Revenu personnel moyen élevé</li> <li>Main-d'œuvre compétente</li> <li>Possibilité d'avancement</li> </ul> <p><b><u>DYNAMISME</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Présence d'une industrie minière en pleine croissance;</li> <li>Dynamisme du milieu (social, loisirs, culturel, sportif, etc.)</li> </ul> <p><b><u>SENTIMENTS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fort sentiment d'appartenance des résidents natifs du territoire</li> <li>La proximité des résidents à Fermont (entraide)</li> <li>Générosité</li> <li>Soutien et mobilisation facile</li> </ul> <p><b><u>DÉMOGRAPHIE</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Renouvellement et rajeunissement de la population</li> <li>Présence de communautés autochtones</li> <li>Augmentation des naissances</li> </ul> <p><b><u>COMMUNICATIONS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Présence des moyens de communication et médias locaux (radio communautaire, internet, journal communautaire, cellulaire)</li> </ul> <p><b><u>QUALITÉ DE VIE</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Accessibilité aux installations récréatives</li> <li>Qualité du milieu de vie pour les activités extérieures</li> <li>Milieu naturel sain</li> <li>Ressource monétaire disponible</li> <li>Beaucoup de capital à distribuer</li> </ul> <p><b><u>SANTÉ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Rapidité et accès à des services et présence d'un centre de santé</li> </ul> <p><b><u>ENVIRONNEMENT</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Climat hivernal favorable</li> <li>Air pure</li> <li>Favorable aux activités de plein air</li> </ul>	<p><b><u>ACCUEIL</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Manque d'infrastructures d'accueil</li> </ul> <p><b><u>EMPLOI</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dépendance aux minières</li> <li>Manque de main-d'œuvre</li> <li>Manque de main-d'œuvre « étudiante »</li> <li>Bassin d'employés restreint</li> <li>Problème de rétention de la main d'œuvre et de la population</li> <li>Faible scolarité et nonaccès à la formation postsecondaire</li> <li>Horaire de travail atypique</li> <li>Présence de travailleurs permanents non-résidents ou Fly-in/Fly-out (FIFO)</li> </ul> <p><b><u>DYNAMISME</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Manque de dynamisme entrepreneurial, commercial et industriel</li> <li>Baisse de l'implication « Bénévole »</li> </ul> <p><b><u>SENTIMENTS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Faible sentiment d'appartenance des nouveaux arrivants et non-résidents</li> <li>La proximité des résidents à Fermont (cercle fermé)</li> <li>Divergence entre employés permanents et FIFO</li> </ul> <p><b><u>DÉMOGRAPHIE</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Exode des jeunes et des retraités vers le « sud »</li> </ul> <p><b><u>COMMUNICATION</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Manque de service Internet haute-vitesse</li> </ul> <p><b><u>HÉBERGEMENT</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Disponibilité de logements déficiente</li> <li>Manque de places et de service de garde</li> <li>Arrivée des campements miniers</li> </ul> <p><b><u>SOCIAL</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Acuité des problèmes psycho-sociaux</li> <li>Effritement des groupes et diminution de l'implication bénévole</li> </ul> <p><b><u>SANTÉ</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Financement inadéquat du CSSS dû aux résidents non-permanents.</li> </ul> <p><b><u>ENVIRONNEMENT</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Absence d'un plan de gestion des matières résiduelles</li> </ul>

## DIAGNOSTIQUE EXTERNE (PESTEL)

POSSIBILITÉS	MENACES
<p><b><u>POLITIQUE</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Annonce de 200 millions \$ pour le Plan Nord</li> <li>▪ CRÉ Côte-Nord active et assumant un leadership rassembleur sur la Côte-Nord;</li> <li>▪ Mobilisation des intervenants locaux, régionaux et provinciaux;</li> <li>▪ Facilité d'accès aux élus locaux.</li> </ul> <p><b><u>ÉCONOMIE</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Présence d'un organisme de développement économique et touristique;</li> <li>▪ Projets d'expansion des minières;</li> <li>▪ Accroissement des besoins commerciaux semi-industriels et fournitures de services;</li> <li>▪ Effervescence du marché mondial du fer;</li> <li>▪ Accès à de nouveaux fonds;</li> <li>▪ Accès ferroviaire vers Schefferville et les territoires autochtones pris en charge par les Innus et les Naskapis;</li> <li>▪ Potentiel de développement touristique (motoneige, hébergement, pourvoiries, etc.)</li> <li>▪ Potentiel hydroélectrique et éolien;</li> <li>▪ Porte d'entrée vers le Labrador;</li> <li>▪ Partenariat Labrador City – Fermont.</li> <li>▪ Avancement professionnel dans les milieux de travail.</li> </ul> <p><b><u>SOCIAL</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Évolution du sentiment d'appartenance.</li> </ul> <p><b><u>TECHNOLOGIE</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Venue de la fibre optique.</li> </ul> <p><b><u>ÉCOLOGIE - ENVIRONNEMENT</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entente avec la MRNF pour la gestion des terres de la couronne dans le périmètre de la ville de Fermont;</li> <li>▪ Annonce d'investissements sur la route 389 pour l'amélioration du transport;</li> <li>▪ Accès à la gestion des territoires protégés;</li> <li>▪ Richesse de notre sous-sol (platine, or, cuivre, silice, uranium,...)</li> <li>▪ Demande mondiale croissante de ressources minérales et d'énergies propres;</li> <li>▪ Vaste territoire non exploré;</li> <li>▪ Richesse de nos paysages, notre faune et notre flore.</li> </ul> <p><b><u>LÉGISLATION</u></b></p>	<p><b><u>POLITIQUE</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chambardement politique (provincial)</li> <li>▪ Danger de diminution ou de perte de gouvernance locale;</li> <li>▪ Lenteur des gouvernements à vouloir occuper le Nord du Québec;</li> <li>▪ Programmes inadaptés aux réalités du territoire;</li> <li>▪ Lourdeur ministérielle.</li> </ul> <p><b><u>ÉCONOMIE</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dépendance au marché mondial;</li> <li>▪ Utilisation grandissante des horaires « In and Out » par les entreprises;</li> <li>▪ Pénurie et rétention de main-d'œuvre;</li> <li>▪ Propension des investisseurs et entreprises à vouloir s'installer du côté du Labrador;</li> <li>▪ Accroissement de la concurrence commerciale avec le Labrador;</li> <li>▪ Manque de dynamisme entrepreneurial, commercial et industriel;</li> <li>▪ Marché captif;</li> <li>▪ Coût de la vie et de construction élevés;</li> <li>▪ Transport aérien des plus coûteux;</li> <li>▪ Fin de la ligne ferroviaire à Emeril, sans transport organisé vers Labrador City;</li> <li>▪ Croissance élevée des entrepreneurs de passage;</li> <li>▪ Fermeture de PME ou réduction des services;</li> <li>▪ Financement inadéquat du CSSS dû aux résidents non-permanents.</li> </ul> <p><b><u>SOCIAL</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pénurie de logements;</li> <li>▪ Perception toujours existante de Fermont comme ville de passage;</li> <li>▪ Insuffisance des infrastructures d'accueil (garderies, tourisme,);</li> <li>▪ Activités sportives et de loisirs changeants;</li> <li>▪ Achalandage accru aux soins de santé.</li> </ul> <p><b><u>TECHNOLOGIE</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liens Internet lents ou inexistants.</li> </ul> <p><b><u>ÉCOLOGIE - ENVIRONNEMENT</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Éloignement, voire l'isolement;</li> <li>▪ Route d'accès incomplète et déficiente;</li> <li>▪ Route d'accès principale non sécuritaire;</li> <li>▪ Difficultés d'accès territorial et frais de transport élevés;</li> <li>▪ Climat nordique;</li> <li>▪ Aires protégées et réserves non compatibles avec les projets miniers, touristiques et hydro-électriques.</li> </ul> <p><b><u>LÉGISLATION</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Manque de souplesse contextuelle (lois provinciaux).</li> </ul>

# AXES STRATÉGIQUES DANS UNE PERSPECTIVE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

## ▪ ENTREPRENEURIAT

- SERVICE AUX ENTREPRISES ET AUX PROMOTEURS
- SERVICE D'ANIMATION, D'IMPLICATION ET DE REPRÉSENTATION

## ▪ DÉVELOPPEMENT DU TERRITOIRE

- RESSOURCES NATURELLES
- SOCIAL
- LOGEMENT
- TOURISME
- FORMATION / EMPLOI
- TRANSPORT
- ENVIRONNEMENT

## ▪ RENFORCEMENT STRATÉGIQUE OPÉRATIONNEL

- ORGANISATION
- CLIENT
- PROCESSUS INTERNE
- APPRENTISSAGE

## ▪ ACCROISSEMENT DE LA VISIBILITÉ ET DE LA NOTORIÉTÉ DU TERRITOIRE

- QUALITÉ DE VIE



Camion en ville - Fermont

# PLAN D'ACTION

## ENTREPRENEURIAT

ORIENTATION SPÉCIFIQUE	ACTIONS	PARTENAIRES	MESURES D'ÉVALUATION
SERVICES AUX ENTREPRISES ET AUX PROMOTEURS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stimuler l'entrepreneuriat en créant des entreprises</li> </ul>	Promoteurs, CLD	Nbre d'entreprises créées
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accueillir et orienter les entreprises et les promoteurs</li> </ul>		Résultats du sondage annuel
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aider et conseiller les promoteurs de projets et les entreprises dans la réalisation de leur plan d'affaires, en considérant les notions du développement durable</li> </ul>		Nbre d'entreprises assistées
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Référer, au besoin, les entreprises à des services spécialisés et à des services gouvernementaux</li> </ul>	Promoteurs, CLD, autres sources de financement	Nbre de clients servis
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accompagner les nouveaux entrepreneurs de façon à leur transmettre davantage de connaissances au niveau de la gestion d'entreprise</li> </ul>	Promoteurs, CLD	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nbre de parrainages /année</li> <li>Nbre de formations offertes</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accompagner les groupes promoteurs et les entreprises d'économie sociale</li> </ul>		Nbre d'accompagnements
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promouvoir le service de mentorat d'affaires auprès des entrepreneurs</li> </ul>	Réseau M	Nbre de diades
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Effectuer auprès du gestionnaire, le suivi à différents niveaux afin de lui permettre de développer son entreprise et de créer des emplois durables</li> </ul>	Entrepreneurs, CLD	Nbre de suivis
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assurer une veille sur l'information pertinente destinée à l'industrie minière et la diffuser</li> </ul>	CLD	Nbre de communications
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibiliser et inciter les propriétaires d'entreprises concernées à entreprendre une démarche structurée visant à assurer la relève entrepreneuriale de leur entreprise</li> </ul>	CLD, entrepreneurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nbre de communications</li> <li>Nbre de relèves</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>À même son budget de fonctionnement, affecter des sommes d'argent permettant d'appuyer plusieurs initiatives du milieu (FADLIC, aides ponctuels aux entreprises)</li> </ul>	CLD	Nbre de projets assistés
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informar les entreprises au sujet des nouvelles technologies, des occasions d'affaires, du développement des marchés, du défi de gestion des ressources humaines, des programmes d'aide et de formation et du réseautage</li> </ul>		Nbre de communications (encarts dans le journal, bulletins d'information, etc.)
SERVICE D'ANIMATION ET D'IMPLICATION	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sensibiliser les donneurs d'ordre du milieu à l'importance d'inciter les sous-traitants à s'établir localement</li> </ul>	Minières, CLD	Nbre de lettres, bulletins d'information, rencontres
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mobiliser les partenaires du milieu dans un objectif de consultation du développement local</li> </ul>	Minières, CLD, entreprises, Ville	Rencontre annuelle
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promouvoir le Concours Québécois en entrepreneuriat</li> </ul>	CLD	Nbre de participants
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stimuler le développement et la mise en œuvre d'activités en entrepreneuriat jeunesse/étudiant (conférences, plan d'affaire, sensibilisation, démarrage)</li> </ul>	CLD, CJE/CLE, CS du Fer	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nbre d'élèves participants</li> <li>Nbre de projets</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organiser un rendez-vous socioéconomique annuel</li> </ul>	CLD, chambre de commerce	Nbre de participants
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Procéder, en continu, à la collecte d'informations sur la région et les marchés</li> </ul>	CLD	Bulletins d'information

## ENTREPRENEURIAT

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Effectuer toute recherche de données ou de documents à la demande de la clientèle du CLD et reliée au développement économique</li> </ul>	CLD	Nbre de dossiers traités
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faire l'inventaire annuel des entreprises sur le territoire</li> </ul>		Mise à jour du bottin des entreprises
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assister les municipalités à l'organisation de consultations dans leur collectivité</li> </ul>	CLD, Ville, MRC	Nbre de consultations
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assurer une bonne représentativité du CLD dans les activités socioéconomiques de l'ensemble du territoire (pacte rural, Fermont en Action, forum Cliffs, consultation AMEM, etc.)</li> </ul>	CLD, Ville, MRC, minières	Nbre de rencontres

## DÉVELOPPEMENT DU TERRITOIRE

ORIENTATION SPÉCIFIQUE	ACTIONS	PARTENAIRES	MESURES D'ÉVALUATION
RESSOURCES NATURELLES	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promouvoir les richesses de notre sous-sol (guide de cibles à distribuer)</li> </ul>	M. Bernard Gauthier (commissaire industriel Port-Cartier)  MRN (M. Luc Blanchette – ministre délégué aux mines)	Nbre de personnes ayant reçus le guide
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participation à Québec Exploration</li> </ul>	CLD	Participation annuelle
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encourager le développement des produits du terroir</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Effectuer des recherches et des études et partager l'information</li> </ul>		Nbre de recherches et d'études effectuées
SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Soutenir et stimuler l'économie sociale</li> </ul>	CLD, communautés autochtones, Villes, Pôle d'économie sociale	Nbre d'activités de réseautage et de sensibilisation
LOGEMENT	<ul style="list-style-type: none"> <li>Supporter le développement du logement</li> </ul>	CLD, Ville, gouvernement du Québec, minières, Habitat de Fermont	Nbre de logements créés
TOURISME	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développer et promouvoir l'offre touristique</li> </ul>	CLD	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nbre de participation à des salons</li> <li>Statistiques d'achalandage</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développer l'éducation touristique chez nos concitoyens</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Nbre de formations</li> <li>Nbre de communications médiatiques (encarts, radio)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettre en valeur et promouvoir les attraits touristiques locaux (mur-écran, camion en ville, Mont Daviault, etc.)</li> </ul>	CLD, ATRD, ATD, Tourisme Québec, AMF, Artisans	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nbre de touristes participants</li> <li>Nbre de demandes infos</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développer le créneau hivernal (hôtel de glace, etc.)</li> </ul>	CLD, ATF, Défi Taïga 200, Ville, MRC, Mines	Nbre de projets
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encourager la création d'entreprises récréotouristiques</li> </ul>	CLD, Ville, MRC	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nbre d'activités de sensibilisation</li> <li>Nbre d'entreprises créées</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aménager un nouveau bureau d'information touristique</li> </ul>	CLD, Ville	Réalisation du projet
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Favoriser les échanges culturels (autochtones, étudiants, jeunes...)</li> </ul>	CLD, Schefferville, Maison des jeunes, Écoles	Nbre d'échanges
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Développer une entente de financement avec la Ville pour le soutien au tourisme</li> </ul>	CLD, Ville	Signature de l'entente
FORMATION / EMPLOI	<ul style="list-style-type: none"> <li>Offrir des services du CJE / CLE</li> </ul>	CLD, Emploi-Québec, CJE/CLE, MRC, Ville	Ouverture d'un bureau
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acquérir des formations spécialisées localement (minière, enfance,...)</li> </ul>	CLD, CS du Fer, CÉGEP, Universités, RDÉE	Nbre de formations offertes Nbre de participants
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organiser des formations continues sur les meilleures pratiques d'affaires (MPA)</li> </ul>	CLD, Entreprises, CA, MFE, Emploi-Québec	Nbre de formations offertes
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Collaborer à l'organisation d'activités informatives pour les jeunes (type d'emploi, marché du travail, etc.)</li> </ul>	CLD, CJE/CLE, CS du Fer	Nbre de participants
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organiser une activité annuelle en ressources humaines (recrutement, promotion, foire)</li> </ul>	CLD	Nbre de participants
TRANSPORT	<ul style="list-style-type: none"> <li>Appuyer le dossier de la route 389 (distribuer le guide de la route 389)</li> </ul>	CLD, Ville	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nbre de guides distribués</li> <li>Nbre de formulaires de plaintes reçus au BIT</li> <li>Compte-rendu de l' élu municipal attiré au dossier</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promouvoir la sécurité routière sur la route 389</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Appuyer les projets de transport par train, avion ou route</li> </ul>		
ENVIRONNEMENT	<ul style="list-style-type: none"> <li>Appuyer la MRC dans les démarches de sensibilisation des aires protégées</li> </ul>	CLD, MRC, Ville	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nbre de rencontres de participation</li> <li>Nbre d'activités de sensibilisation</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Appuyer la MRC dans la mise en place du plan de gestion de matières résiduelles</li> </ul>	CLD, MRC, Ville	Participation dans la création du plan

## RENFORCEMENT STRATÉGIQUE OPÉRATIONNEL

ORIENTATION SPÉCIFIQUE	ACTIONS	PARTENAIRES	MESURES D'ÉVALUATION
<b>ORGANISATION</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Offrir des services professionnels</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Encourager et contribuer à l'accroissement de l'économie locale en tant que partenaire engagé</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Développer un guichet multiservices adaptés aux réalités de la région</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adopter une approche structurée et planifiée pour la solidification des bases du CLD</li> </ul>	CLD	<p>Résultats d'un sondage sur la qualité des services auprès de la clientèle</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nbre d'activités organisées pendant l'année</li> <li>▪ Montant des fonds investis dans des projets à caractère économique</li> <li>▪ Nbre d'entreprises créées ou consolidées pendant l'année</li> <li>▪ Nbre de projets structurants</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Relocalisation du CLD</li> <li>▪ Accessibilité à de nouveaux services (CJE)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MAJ annuelle du PALÉE</li> <li>▪ Mise en place d'un système de gestion informatisé</li> </ul>
<b>CLIENTS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Être disponible et professionnel</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Assurer un encadrement d'équipe à notre clientèle</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comprendre les besoins et les réalités du milieu</li> </ul>	CLD	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Statistiques quant aux services rendus (satisfaction de la clientèle)</li> <li>▪ Compétences des conseillers (éducation formelle acquise et en voie d'obtention)</li> <li>▪ Amélioration des connaissances et des expertises (formations continues)</li> </ul> <p>Sessions de groupe pour la coordination, la résolution, la complémentarité et la polyvalence</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Participation aux instances locales et régionales, activités de réseautage</li> <li>▪ Opportunités de rapprochement avec les entrepreneurs (5 à 7, vin et fromage, déjeuners d'affaires, conférenciers-invités, etc.)</li> </ul>
<b>PROCESSUS INTERNE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Améliorer, de façon continue, les outils permettant au CLD de bonifier son offre de service aux clients et aux promoteurs</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mettre à jour/améliorer les politiques de gestion (administratives, d'investissement, de gouvernance)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Assurer un assidu des projets d'entreprises</li> </ul>	CLD	<p>Nbre d'outils promotionnels Nbre de nouveautés</p> <p>Nombre de politiques mises à jour ou créées pendant l'année</p> <p>Nbre de visites/suivis des entreprises assistées</p>

APPRENTISSAGE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettre à jour/améliorer les procédures et modèles opérationnels</li> </ul>	CLD	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre de procédures opérationnelles mises à jour ou créées pendant l'année</li> <li>Importer et adapter des modèles opérationnels prouvés (programme de mentorat, etc.)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assurer un encadrement de la gouvernance et des compétences (employés, administrateurs)</li> <li>Assurer l'encadrement, le coaching, le mentorat, le parrainage des entrepreneurs</li> <li>Encadrer les comités directeurs</li> <li>Stimuler la force du travail d'équipe</li> </ul>	CLD	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre de formations (rôles et responsabilités, règlements internes, etc.)</li> <li>Nbre de participation aux opportunités mises à leur disposition</li> <li>Nbre de rencontre des divers comités ad hoc au soutien du fonctionnement de l'organisation</li> <li>Rencontre d'équipe régulière</li> <li>Lac-à-l'épaule pour les employés, les administrateurs</li> <li>Activités de renforcement de l'esprit d'équipe</li> </ul>

## ACCROISSEMENT DE LA VISIBILITÉ ET DE LA NOTORIÉTÉ DU TERRITOIRE

ORIENTATION SPÉCIFIQUE	ACTIONS	PARTENAIRES	MESURES D'ÉVALUATION
QUALITÉ DE VIE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diffuser le PALÉE et assurer son suivi, voir à son évolution et à développer un mécanisme de concertation</li> </ul>	CLD	Taux de progrès annuel
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réaliser le profil statistique et le portrait socioéconomique de la MRC (chaque communauté)</li> </ul>		Mise à jour du profil
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faire connaître le profil et le potentiel économique de la région et de son milieu de vie</li> </ul>	CLD, Ville, MRC	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bulletins informatifs</li> <li>Veille informationnelle sur les opportunités</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consolider l'image et la qualité de l'accueil par le milieu, tout secteur confondu</li> </ul>	CLD, Ville, MRC	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nbre de formations</li> <li>Nbre de participants</li> <li>Nbre d'évaluations complétées</li> <li>Développement du guide des bonnes pratiques du service à la clientèle</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promouvoir les services et les produits du CLD</li> </ul>		Nombre de communications
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participer à l'organisation de la semaine minière</li> </ul>	CLD, Minières	Tenue de l'évènement
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Appuyer les projets visant l'augmentation du nombre de places disponibles en services de garde sur le territoire et contribuer à leur concrétisation</li> </ul>	CLD, promoteurs	Nbre de projets réalisés
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participer à des actions concertées afin d'améliorer l'état de santé de la population de la MRC</li> </ul>	CLD, MRC, CSSS de l'Hématite, promoteurs	Nbre d'actions mises sur pied

## ACCROISSEMENT DE LA VISIBILITÉ ET DE LA NOTORIÉTÉ DU TERRITOIRE

- Publier le bulletin d'information mensuel du CLD, mettre en valeur le site internet et positionner le CLD sur les médias sociaux

CLD

- Bulletins d'information
- MAJ site internet
- Maintenance des pages Facebook (CLD, BIT)

- Intégrer un processus de démarchage selon les opportunités et occasions d'affaires identifiées

CLD,  
promoteurs  
potentiels

- Nbre de démarchages
- Nbre de participations à des missions économiques

- Soutenir l'accès aux services Internet haute vitesse (fibre optique) dans la région de Schefferville

CLD, nation  
Naskapie

Réalisation du projet

- Inciter les travailleurs PNR (permanents non-résidents) à s'établir localement

CLD

Efforts déployés ou activités de promotion organisées



Ville de Schefferville

## CIBLES DE PERFORMANCE TEL QU'EXIGÉES DU MEIE

### Cibles quantitatives

**Attente signifiée 1 du MFE :** Concentrer l'essentiel des activités de soutien technique et financier du CLD en matière de soutien à l'entrepreneuriat aux clientèles cibles suivantes :

1. Les entrepreneurs (propriétaires et économie sociale) de projets d'entreprises 0-5 ans avec au moins un employé : le CLD devra apporter un soutien technique et/ou financier au démarrage et à la survie de ces entreprises.

**Cible 1 :** Au plan national, 600 entreprises en démarrage (0-5 ans) par année, avec au moins un employé, financées dans le cadre du FLI. **Notre objectif : 2**

**Cible 2 :** Au plan national, 3 000 entreprises 0-5 ans, avec au moins un employé, soutenues techniquement ou financièrement par année. **Notre objectif : 9**

**Cible 3 :** Un **taux de survie de 75% après 5 ans** des entreprises soutenues dans le cadre du FLI.

**Cible 4 :** Un **taux de survie de 90% après un an** pour les entreprises de 5 employés et plus qui ont été soutenues financièrement par le CLD.

2. Les entrepreneurs de projets de relève entrepreneuriale : le CLD devra soutenir techniquement ou financièrement les repreneurs afin que leur projet d'acquisition d'entreprise, dans un contexte de relève entrepreneuriale, soit un succès.

**Cible 5 :** au plan national, 300 projets de transmission d'entreprises réussis/année. **Notre objectif : 1**

**Cible 6 :** le taux de survie des entreprises transférées qui ont été soutenues techniquement ou financièrement par les CLD atteint 75 % après 3 ans. En 2013, le taux de survie après un an est d'au moins 85%. **En 2014, le taux de survie après deux ans est d'au moins 80%.**

**Attente signifiée 2 du MFE :** Affecter, au financement et au soutien technique de projets d'entreprises ou à des projets de relève entrepreneuriale, une part significative des sommes qui sont mises à sa disposition par le gouvernement. Au terme de l'entente, soit en 2014, cette part significative est fixée à l'équivalent de 605 de la contribution gouvernementale versée au CLD par la MRC. Le CLD devra prioriser ses aides financières en fonction des retombées des projets financés sur le développement économique local : *entreprises créées, emplois créés ou maintenus, investissements générés.*

**Cible 7 :** L'aide technique de même que l'aide financière du CLD directement affectée à des projets d'entreprises représentent **au minimum 60% de la contribution gouvernementale versée au CLD pendant l'année de référence.**

**Attente signifiée 7 du MFE :** Avoir des pratiques visant l'amélioration de la performance financière et économique du FLI.

**Cible 14 :** Le taux de placement du portefeuille FLI atteint 65% en 2013 et **70% en 2014.**

**Cible 15 :** Le rendement cumulatif du FLI est **supérieur à -10%.**

## Cibles qualitatives

**Attente signifiée 3 du MFE :** Contribuer aux travaux et activités de la Table régionale d'action en entrepreneuriat afin de dynamiser la création, l'expansion et le transfert d'entreprises et d'assurer une continuité des services aux entrepreneurs en activité et en devenir.

**Cible 8 :** Le CLD contribue aux travaux de la Table régionale en entrepreneuriat.

**Attente signifiée 4 du MFE :** Contribuer au développement des entreprises de son territoire étant entendu que les activités de promotion à l'international se font obligatoirement en concertation avec les organismes mandatés par le gouvernement pour le faire.

**Cible 9 :** Les activités de promotion à l'international ont été concertées avec les organismes gouvernementaux et régionaux concernés.

**Attente signifiée 5 du MFE :** Contribuer avec la direction régionale du MEIE et IQ, à l'établissement de mécanismes d'échanges d'informations et collaboration sur les projets d'entreprises permettant une approche d'intervention complémentaire auprès de la clientèle entrepreneuriale.

**Cible 10 :** Des modalités de collaboration CLD - MEIE – IQ sont adoptées et mises en œuvre.

**Attente signifiée 6 du MFE :** Adopter et mettre en œuvre ou maintenir des pratiques de gestion exemplaires dans tous les aspects de l'activité du CLD

**Cible 11 :** Des modalités de gestion relatives à l'analyse du potentiel entrepreneurial, à l'analyse du risque, au suivi des dossiers financés et au recouvrement des prêts dans le cadre du FLI sont adoptées et mises en œuvre.

**Cible 12 :** Les administrateurs et le personnel du CLD sont informés annuellement par la direction générale du code d'éthique et des règles de saine gestion des fonds publics en vigueur au CLD. De plus, les administrateurs et les employés du CLD ont tous signé une déclaration de respect des règles d'éthique et de confidentialité.

**Cible 13 :** Des indicateurs pour mesurer le niveau de service du CLD ont été établis et suivis.

**Attente signifiée 7 du MFE :** Avoir des pratiques visant l'amélioration de la performance financière et économique du FLI.

**Cible 16 :** Les aides financières du FLI contribuent à soutenir des entreprises 0-5 ans, à créer ou à maintenir des emplois et à générer des investissements et des activités économiques sur le territoire du CLD.

**Attente signifiée 8 du MFE :** Faire état dans sa reddition de comptes annuelle des mandats de développement local confiés par la MRC à même l'enveloppe intégrée.

**Cible 17 :** La reddition de comptes annuelle fait état des autres mandats confiés au CLD à même l'enveloppe intégrée, les ressources humaines et financières qui y sont affectées et les retombées dans le milieu.

**Attente signifiée 9 du MFE :** Participer une fois l'an avec la direction régionale du MEIE et la MRC à une rencontre d'échanges pour faire état du bilan annuel du CLD.

**Cible 18 :** Les résultats atteints en fonction de chacune des attentes qui ont été signifiées au CLD et des cibles afférentes ont dûment été présentés à la MRC et à la direction régionale du MEIE.



*CLD de Caniapiscau*

*299, rue Le Carrefour, local 42,  
C.P. 2159 Fermont (Québec)  
G0G 1J0*

*Tél. : 418 287-3506*

*Sans frais: 888 211-2222*

*Télec. : 418 287-5215*

*[www.caniapiscau.net](http://www.caniapiscau.net)*