



Centre local de développement

# Plan directeur 2006-2007

# PLAN DIRECTEUR 2006-2007 – CLD D'AVIGNON

## MISSION

Notre mission est de favoriser le soutien à l'entrepreneuriat et de contribuer à la création et au développement d'entreprises rentables et compétitives dans la MRC d'Avignon et ce, dans un esprit de concertation et de développement durable, c'est-à-dire, en tenant compte de l'environnement, de l'économie et de l'aspect social.

## BUTS

- ⇒ Favoriser les projets d'implantation, de diversification et d'expansion d'entreprises;
- ⇒ Maintenir un service technique et de conseil de qualité;
- ⇒ Saisir toutes opportunités d'affaires;
- ⇒ Positionner le CLD comme leader du développement économique dans la MRC;
- ⇒ Contribuer à la prise en charge et à l'organisation du développement dans les milieux ruraux.

## Principes

- Demeurer informé : journaux, internet, colloques, etc...;
- Créer des réseaux;
- Visiter les entreprises;
- Être dynamique;
- Créer les occasions;
- Faire du maillage d'entreprises;
- Offrir un service à la clientèle de qualité;
- Maintenir des rapports avec les institutions d'enseignement;
- Reconnaître l'importance de l'économie sociale dans notre milieu;
- Valoriser le développement du milieu rural;
- Soutenir la formation continue du personnel.

## AXES DE DÉVELOPPEMENT

Quatre (4) axes de développement sont identifiés comme étant prioritaires dans la MRC et feront l'objet de notre analyse.

1. Les biotechnologies marines;
2. L'agroalimentaire;
3. Le tourisme;
4. La forêt.

D'autres interventions du CLD d'Avignon pourront être identifiées pour concerter les efforts de développement de d'autres partenaires telle que la Conférence régionale des élu(e)s Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine. Également, des interventions porteront sur l'élément social, plus spécifiquement sur la vie communautaire, les jeunes, la vie culturelle et l'animation économique.

# ANALYSE

## INDICATEURS DE L'ENVIRONNEMENT EXTERNE

DIFFÉRENTES COMPOSANTES DE NOTRE ENVIRONNEMENT PEUVENT INFLUENCER LA PROSPÉRITÉ ET LES DÉCISIONS DES ENTREPRISES ET ORGANISATIONS. VOICI LES PRINCIPAUX INDICATEURS DE NOTRE ENVIRONNEMENT ÉCONOMIQUE, JURIDIQUE, POLITIQUE, TECHNOLOGIQUE ET SOCIAL QUE NOUS AVONS RETENUS ET QUI SERVENT DE BASE D'ANALYSE. LES OPPORTUNITÉS ET LES MENACES PEUVENT PERMETTRE D'IDENTIFIER DES TENDANCES ET DE MIEUX PRÉVOIR.

### OPPORTUNITÉS

- Retour des valeurs axées sur la qualité de vie;
- Disponibilité de capitaux chez les baby-boomers et de leurs héritiers;
- Image positive de la Baie-des-Chaleurs;
- Visibilité de la Baie-des-Chaleurs par des dossiers comme Bennett, Le Club des Plus Belles Baies, le Guide Michelin, le National Geographic;
- Bonne croissance économique du Bas-Saint-Laurent;
- Facilité d'avancement pour les jeunes;
- Difficultés mondiales telles que la vache folle, la grippe aviaire, le terrorisme, etc..., qui favorisent les lieux plus tranquilles comme la Gaspésie;
- Pouvoir économique accru de l'environnement.

### MENACES

- Image négative de la Gaspésie sur le plan économique et social;
- Peu d'avantages concurrentiels surtout face au Bas-Saint-Laurent;
- Peu de capitaux de risque;
- Épuisement des ressources naturelles;
- Faible capacité de diversification;
- La démographie et l'exode;
- Faible scolarisation;
- Tissu social fragile;
- Disponibilité de main-d'œuvre qualifiée;
- Faible relève entrepreneuriale;
- Mesures insuffisantes pour contrer la pauvreté;
- Faible qualité de services;
- Menace de fermeture du transport ferroviaire.

## **INDICATEURS DE L'ENVIRONNEMENT INTERNE**

PAR AILLEURS, LES ÉLÉMENTS DE NOTRE ENVIRONNEMENT INTERNE, NOTRE SAVOIR-FAIRE, NOS HABILITÉS, NOS INFRASTRUCTURES, NOS SYSTÈMES, ETC..., NOUS PERMETTENT DE DÉGAGER NOS FORCES ET FAIBLESSES ET DE LES CONFRONTER AUX OPPORTUNITÉS ET MENACES.

### **FORCES GÉNÉRALES DE LA MRC**

- Attrait naturels : la Baie des Chaleurs, rivières, montagnes, paysages, plages;
- Culture : bonne concentration de produits, d'infrastructures et d'artistes;
- Qualité de vie supérieure à d'autres MRC en Gaspésie;
- Bon niveau d'enseignement;
- Douceur du microclimat;
- Grands espaces dû à la faible densité de population;
- Aspect naturel des Plateaux;
- Proximité du Nouveau-Brunswick;
- Diversité culturelle;
- Niveau d'activité économique plus élevé;
- Regroupement des municipalités de la zone Ouest;
- Coût de la main-d'œuvre abordable;
- Disponibilité et faible coût des infrastructures;
- Réseau d'Hydro-Québec pour Matapédia / Les Plateaux;
- Permanence du réseau ferroviaire à Matapédia.

### **FAIBLESSES GÉNÉRALES DE LA MRC**

- Faible activité socio-économique dans le secteur Ouest;
- Standards de qualité pas toujours élevés;
- Peu de croissance dans les entreprises;
- Peu d'entrepreneurs ou de culture d'entrepreneuriat;
- Faible densité de population;
- Vision trop locale du développement;
- Concurrence du Nouveau-Brunswick;
- Culture du travailleur saisonnier;
- Économie basée sur les secteurs traditionnels et primaires.

La même analyse des environnements, selon les axes de développement cette fois, se poursuit dans les pages suivantes. Pour chaque axe, nous avons identifié des interventions.

# QUATRE AXES DE DÉVELOPPEMENT PRIORITAIRES

## 1. LES BIOTECHNOLOGIES MARINES

### INDICATEURS DE L'ENVIRONNEMENT

#### OPPORTUNITÉS

- Biomasse marine existante;
- Forte demande pour les produits marins; Oméga 3, etc...;
- Croissance de la demande pour des résidus de produits marins;
- Centre de recherche de Rimouski;
- Possibilité de regroupement des petites entreprises;
- Qualité des eaux;
- Qualité remarquable des mollusques, surtout la moule;
- Investisseurs potentiels;
- Possibilité de développer une marque «Baie-des-Chaleurs».

#### MENACES

- Forte compétition;
- Disponibilité de terrains en bordure de mer;
- Pollution (Bennett);
- Zone d'érosion (bande de 90 mètres inaccessible à Carleton-Saint-Omer);
- Investissements majeurs requis au départ.

#### FORCES

- Expertise en mariculture et en aquaculture;
- Certaines infrastructures : puits d'eau salée à Saint-Omer et pisciculture à Nouvelle;
- Programme au CFP l'Envol;
- Centre de recherche (CTSS) à Nouvelle;
- Quantité de la mye;
- Quantité de l'éperlan;
- Infrastructures potentielles de transformation (l'usine de la Gare, Laiterie, etc...).

#### FAIBLESSES

- Concentration des acteurs du développement à Gaspé;
- Structure des entreprises à faible capacité;
- Secteur peu structuré;
- Aucune usine de transformation.

## INTERVENTIONS 2006-2007 – BIOTECHNOLOGIES MARINES

PROJETS	OBJECTIFS	MOYENS
Favoriser la transformation et la commercialisation des moules et autres produits cuisinés.	<p>La consolidation des entreprises maricoles.</p> <p>La vente et l'utilisation de l'usine de la Gare de Carleton.</p>	<p>⇒ Soutenir une association de mariculteurs;</p> <p>⇒ Favoriser l'intégration des fonctions dans une entreprise ou par des alliances stratégiques;</p> <p>⇒ Soutenir la réalisation d'un plan d'affaires;</p> <p>⇒ Participer à des salons et foires (Boston Sea Food Show, Chili, SAIL).</p>
Trouver des partenaires et d'autres utilisations des installations du CTSS.	Optimiser l'utilisation des équipements Saukeb et les puits de Saint-Omer.	<p>⇒ L'observation du développement des produits faisant appel à la biomasse;</p> <p>⇒ Travailler avec la SODIM.</p>
Soutenir des projets de diversification innovateurs.	Utilisation de la laiterie.	<p>⇒ Poursuivre la prospection;</p> <p>⇒ Soutenir la réalisation d'une étude de préfaisabilité.</p>
Commercialisation de l'éperlan.		

## **2. L'AGROALIMENTAIRE**

### **INDICATEURS DE L'ENVIRONNEMENT**

#### **OPPORTUNITÉS**

- Grande tendance pour les produits biologiques;
- Produits à valeur et à saveur ajoutées : saveur maritime;
- Demande pour les produits du terroir.

#### **MENACES**

- Normes et réglementations;
- Manque de relève sur les fermes;
- Investissements nécessaires élevés;
- Éloignement des marchés;
- Maladies (tremblante, grippe aviaire, etc..).

#### **FORCES**

- Qualité des terres;
- Réseautage gaspésien (Gaspésie Gourmande, Table de concertation);
- Potentiel important des érablières;
- Disponibilité des terres;
- Microclimat de la région;
- Potentiel d'infrastructures de transformation.

#### **FAIBLESSES**

- Commercialisation;
- Capacité de transformer;
- Faible disponibilité de la main-d'œuvre.

## INTERVENTIONS 2006-2007 – AGROALIMENTAIRE

PROJETS	OBJECTIFS	MOYENS
<p>La transformation de plats cuisinés.</p> <p>Soutenir le regroupement pour l'agneau nourri aux algues.</p> <p>Connaître le portrait de terres.</p>	<p>Favoriser le développement de produits à valeur ajoutée ou de produits différenciés par un positionnement fort.</p> <p>Favoriser la relève agricole.</p>	<p>⇒ Soutenir l'implantation possible d'un incubateur d'entreprises;</p> <p>⇒ Encourager la table de concertation agroalimentaire;</p> <p>⇒ Encourager le travail de l'agent de créneaux à l'UPA;</p> <p>⇒ Travailler avec l'UPA pour les Plateaux.</p>
<p>L'utilisation de la laiterie.</p>	<p>Favoriser le développement de produits à tendance biologique.</p>	<p>⇒ Poursuivre la prospection;</p> <p>⇒ Soutenir l'étude de préfaisabilité.</p>
<p>Améliorer la commercialisation des produits de l'érable.</p>	<p>Favoriser le développement de l'activité acéricole sur notre territoire.</p>	<p>⇒ Participer à des missions commerciales;</p> <p>⇒ Rencontrer l'UPA et le MAPAQ.</p>

## 3. LE TOURISME

### INDICATEURS DE L'ENVIRONNEMENT

#### OPPORTUNITÉS

- Force de l'Euro p\r au dollar canadien;
- Tendance VTT, motocyclette et motoneige;
- Tourisme d'aventure.

#### MENACES

- Force du dollar canadien p\r au dollar américain;
- Forte concurrence;
- Tendance aux nombreux voyages de courte durée.

#### FORCES

- Nombreuses mentions prestigieuses du produit;
- Produit Baie-des-Chaleurs : produit d'appel;
- Infrastructures et produits :
  - Routes pour les VTT et motos;
  - Deux musées importants : Parcs de Miguasha et de Pointe-à-la-Croix;
  - Futur Centre de congrès régional de la Gaspésie (CCRG);
  - Sentier des Appalaches à l'Ouest;
  - Rivières à saumons;
  - Golf;
  - Port de mer;
  - Plage;
  - Centres de ski;
  - Thalassothérapie.

#### FAIBLESSES

- Difficulté de la commercialisation d'un seul produit «Avignon»;
- Infrastructures d'hébergement et de restauration de faibles standards;
- Partage de la marque de commerce Baie-des-Chaleurs;
- Peu de promotion et de visibilité des zones Centre et Ouest.

## INTERVENTIONS 2006-2007 – TOURISME

PROJETS/ACTIONS	OBJECTIFS	MOYENS
<p><i>Stratégie de promotion par produit/marché :</i></p> <p>VTT, motos, marche, plage, patrimoine, santé, événements etc...</p>	<p>Favoriser le développement de produits de niches à valeur ajoutée.</p>	<p>⇒ Budget de promotion;</p> <p>⇒ Mieux cibler les clientèles avec les intervenants concernés.</p>
<p>Favoriser l'implantation du Centre de congrès régional de la Gaspésie.</p>	<p>Veiller au bon développement de la clientèle congrès et affaires.</p>	<p>⇒ Implication à la corporation du Centre de congrès.</p>
<p>Soutenir le Groupe Action Tourisme Baie-des-Chaleurs.</p>	<p>Soutenir l'industrie.</p>	<p>⇒ Implication financière.</p>
<p>Colloque touristique sur les Plateaux.</p>	<p>Permettre une organisation du secteur.</p>	<p>⇒ Former un comité;</p> <p>⇒ Dresser les objectifs;</p> <p>⇒ Viser l'automne 2006.</p>

## **4. LA FORÊT**

### **INDICATEURS DE L'ENVIRONNEMENT**

#### **OPPORTUNITÉS**

- Disponibilité de la ressource;
- Disponibilité de la main-d'œuvre;
- Fabrication de matériaux à partir de nouvelles fibres ou matières;
- Transformation de la biomasse et des résidus : Produits forestiers non ligneux (PFNL);
- 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> transformation.

#### **MENACES**

- Forte concurrence et offre mondiale élevée;
- Réglementation;
- Conflit canado-américain;
- Force du dollar canadien p/r au dollar américain
- Application rapide du Rapport Coulombe.

#### **FORCES**

- Expertise dans la récolte et la 1<sup>re</sup> transformation;
- Biomasse ligneuse encore importante;
- Biomasse non ligneuse;
- Potentiel pour la 2<sup>e</sup> et la 3<sup>e</sup> transformation;
- Expertise de groupements agro-forestier et de firmes de consultants;
- Proximité du Nouveau-Brunswick.

#### **FAIBLESSES**

- Main-d'œuvre à tendance saisonnière;
- Faible capacité pour les projets complexes;
- Faible expertise et coûts élevés dans la 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> transformation.

## INTERVENTIONS 2006-2007 – FORÊT

PROJETS/ACTIONS	OBJECTIFS	MOYENS
Soutenir les entreprises dans les projets de diversification.	Connaître les opportunités de 2 <sup>e</sup> et 3 <sup>e</sup> transformation des produits de concert avec les producteurs.	
PFNL et champignons forestiers.	Diversification.	⇒ Accompagnement et mise place d'un regroupement de cueilleurs.
Paysage humanisé.		⇒ Soutien des comités.