

---

## UNE RESSOURCE DÉDIÉE AUX DÉVELOPPEMENTS RÉSIDENTIELS

---



ENJEU : Miser sur l'attrait de nouveaux résidents

### ITINÉRAIRE 5A

Date : mardi 10 septembre 2013

Lieu : centre communautaire de Lingwick

---

## PROMOTEUR

---

Marie-Ève Gagnon, CLD du Haut-Saint-François | courriel : meg.conseil@gmail.com

### Présentation de la problématique :

Les petites municipalités rurales éloignées doivent développer leur milieu de façon à être aussi attractives que les noyaux plus près des grandes villes. De plus, elles doivent le faire de manière à offrir un milieu de vie de qualité à ses résidents et futurs résidents tout en composant avec des ressources disponibles limitées (employés, finances, espaces disponibles, etc.), l'innovation devient une piste de solution.

### Présentation du projet :

En lien avec la politique de rurbanisation, le CLD embauche en 2011 une ressource pour structurer le développement résidentiel dans certaines municipalités du Haut-Saint-François. Sept municipalités acceptent d'investir dans cette ressource.

Chaque municipalité représente des défis différents. Entre la petite municipalité de 310 habitants à plus de 45 minutes du grand centre urbain et celle de plus de 3 000 habitants à 20 minutes de la ville, les potentiels sont différents et l'offre pour attirer doit, elle aussi, être différente. L'accompagnement doit donc être adapté à chacun des milieux. Pour ce faire, la participation du plus grand nombre d'intervenants (citoyens, conseil municipal, employés, promoteurs, organismes régionaux, etc.) est essentielle à la réussite des différentes interventions qui seront entreprises. Plusieurs étapes doivent être menées afin d'arriver à identifier les actions à venir. La vision est sans aucun doute l'élément clé d'une démarche de réflexion en matière d'attraction de nouveaux résidents. Afin de démontrer les enjeux et le cheminement envisageables d'une telle démarche, l'exemple de la municipalité de Chartierville est présenté.

### Les clés à retenir selon le promoteur :

- leadership;
- communication;
- planification;

- connaissances;
- constance;
- participation.

## PÉRIODE DE QUESTIONS

Q. : À propos de Chartierville, quel type de clientèle avez-vous ciblée?

R. (Marie-Ève Gagnon) : Les amateurs de la nature.

Q. : Quand a commencé la démarche?

R. (Marie-Ève Gagnon) : En juin 2011.

Q. : Comment vous démarquez-vous pour attirer la clientèle par rapport à d'autres régions du Québec?

R. (Marie-Ève Gagnon) : Il faut cibler au maximum. Par exemple, les jeunes familles sont une cible trop large.

R. (Robert Roy) : Les municipalités ne sont pas en concurrence entre elles, elles s'entraident et elles sont complémentaires.

Q. : Les agents d'immeubles vous ont-ils aidés?

R. (Marie-Ève Gagnon) : Non, c'est un défi de collaborer avec eux.

Q. : Il n'a pas été question d'agriculture?

R. (Marie-Ève Gagnon) : On a focalisé sur le périmètre urbain et les zones blanches. Il va falloir innover pour les terres agricoles, mieux les exploiter.

## DOCUMENTATION SUPPLÉMENTAIRE

PowerPoint de la journée : les diapositives associées à cette initiative débutent à la page 6