
Ensemble, pour la relance!

RAPPORT DU COMITÉ D'APPUI À LA RELANCE ÉCONOMIQUE (CARÉ)

15 février 2021



POURQUOI UN PLAN DE RELANCE?

- Un événement majeur est souvent l'occasion de prendre un certain recul et de repenser la vision de développement d'un territoire. La pandémie que nous vivons peut certes être considérée comme « un événement majeur ». Elle a des effets importants sur la santé, bien sûr, mais aussi sur l'économie, la culture, l'éducation, l'agriculture, l'environnement, bref sur TOUS les aspects du vivre et prospérer ensemble.
- De plus, on s'aperçoit qu'elle aura des effets durables à moyen et même à long terme. De larges pans de l'économie se transformeront profondément, des emplois qu'on jugeait immuables disparaîtront, d'autres se créeront. On ne s'amusera plus, on ne se cultivera plus, on ne se nourrira plus de la même façon.
- Dans ces conditions, on ne peut pas regarder le tissu social et économique du Haut-Richelieu sans qu'on pense à **une adaptation**, à **une concertation renouvelée** si on veut conserver un milieu dynamique et une cohésion économique efficace et pérenne.
- Quels sont nos atouts, nos forces et nos faiblesses?
- Quels seront les secteurs d'avenir et comment pourrons-nous en profiter?
- Qui seront les laissés-pour-compte et comment les aiderons-nous?
- Y-a-t-il des initiatives que nous devons explorer, soutenir ou accélérer pour profiter au maximum des opportunités et surtout contrebalancer les menaces?
- ET SURTOUT, **quelles sont les priorités de nos secteurs d'activités, telles que proposées par les acteurs de ces milieux?**

CE QU'EST CE PLAN DE RELANCE

- Disons d'abord que ce plan de relance n'est pas un plan stratégique au sens où on l'entend généralement. Il n'a pas été préparé en tenant compte de tous les paradigmes de développement qu'on retrouve habituellement dans un plan de ce type.
- C'est donc une réaction « épidermique » à chaud, pourrait-on dire, des principaux acteurs de chaque secteur. C'est aussi une INTERPELLATION aux acteurs du développement tant privés que publics pour régler des préoccupations immédiates et urgentes de chaque secteur d'activités étudié.
- C'est une série de recommandations menant à des ACTIONS CONCRÈTES visant à revenir le plus rapidement possible à une situation économique saine – une remise à niveau – pour ensuite continuer à croître ensemble.
- Il faut donc voir ce plan de relance comme une série d'actions visant à soutenir et mobiliser les intervenants par rapport à une situation unique et, espérons-le, non récurrente. Il conviendra, une fois la crise passée, **d'ajuster** et **d'intégrer** les meilleures idées exprimées ici dans les plans stratégiques de chaque secteur dont on pourra éventuellement assurer la fusion.

Ainsi, le principal mérite de cet exercice aura justement été de jeter les bases de l'interrelation entre les secteurs et de favoriser une communion des actions.

LA STRUCTURE ET LES SECTEURS

MEMBRES DU CARÉ ET PORTE-PAROLLES DES SECTEURS

- Président - **Martin Massé**
- Secteur agriculture - **Audrey Bogemans**
- Secteur immobilier, services et télétravail - **Céline Burdet**
- Secteur commerces et restauration - **Mario Héroux**
- Secteur industrie - **Véronique Tougas**
- Secteur tourisme et événementiel - **Éric Boivin**
- Secteur infrastructures et milieux de vie - **Martin Massé**

MEMBRES DU COMITÉ RESTREINT

- Sylvie Brosseau
- Sophie Latour
- Louis Grenier - conseiller technique

COMMENT LIRE CE DOCUMENT

Chaque secteur fait l'objet d'un rapport qui se décortique comme suit :

- Une mise en contexte
- Un tableau des forces, faiblesses, opportunités, menaces (FFOM)
- Les opportunités créées et les menaces exacerbées par la COVID-19
- Un portrait du secteur
- Une initiative inspirante et une initiative locale à encourager ou monitorer
- Les priorités
- Les documents consultés

COMITÉ CARÉ

SECTEUR DE L'AGRICULTURE

PORTE-PAROLE: AUDREY BOGEMANS, AGRICULTRICE, FERME BOGEMANS



CONTEXTE

- Plusieurs problèmes de l'agriculture commandent des solutions qui dépassent le contexte régional du Haut-Richelieu, mais ont des effets très concrets sur son territoire.
- Plusieurs problèmes ont été exacerbés depuis la COVID-19. Sans entrer dans les spécificités techniques, soulignons que le programme du gouvernement fédéral annoncé en mai à la hauteur de 250 M\$ ne couvre qu'une partie des besoins identifiés par l'UPA à hauteur de 2,6 G\$:
 - **L'augmentation de la couverture du programme Agri-stabilité et Agri-Québec Plus;**
 - **La bonification des interventions des programmes Agri-investissement et Agri-Québec;**
 - **Un fonds spécifique qui répondrait aux besoins des producteurs et des transformateurs, en ce qui a trait aux pertes de marges sur les marchés;**
 - **Une aide spécifique aux petites entreprises dont le marché principal est le réseau de l'hôtellerie, de la restauration et des marchés institutionnels (HRI)**
 - **Une aide au soutien des inventaires et à la congélation;**
 - **Un fonds dédié à la promotion des aliments québécois;**
 - **Une aide au secteur de la transformation pour couvrir les coûts supplémentaires en équipements de protection et en adaptation des chaînes de production.**
- Plusieurs problèmes étaient latents avant la COVID-19 dont en particulier la gestion de la pénurie de main-d'œuvre.

CONTEXTE (SUITE)

Les demandes de l'UPA locale touchent les points suivants :

Travailleurs étrangers temporaires (TET)

- Supporter l'ensemble des coûts pour leur venue;
- Dédommager les quarantaines (mesures COVID).

Travailleurs québécois

- Assurer la gestion de la prime;
- Augmenter le salaire minimum (jusqu'à 16 \$/h);
- Assurer la continuité du programmes d'études de formation en agroalimentaire collés aux besoins locaux.

Programme de soutien

- Rendre les programmes plus clairs et plus pointus.

CONTEXTE (SUITE)

Les demandes de l'UPA locale touchent les points suivants:

Programme agricole

- Accélérer la réponse des projets;
- Faire la mise à jour du PDZA;
- Dédommager les initiatives vertes des agriculteurs.

Mise en marché de proximité

- Favoriser l'autocueillette;
- Améliorer la sécurité du réseau des routes de campagne et la cohabitation de l'agriculture et du tourisme (machinerie, voitures et vélos);

Services essentiels

- Considérer la profession d'agriculteur comme priorité pour l'accès aux services de garde

FFOM

Forces

1. Qualité des sols - 80% sont de classe 2 ou 3;
2. Position géographique avantageuse pour les céréales;
3. Relief plat et saison de croissance parmi les plus longues au Québec.

Opportunités (avant pandémie)

1. Accroissement de l'exportation (céréales, porc, lait);
2. Mécanisation et informatisation;
3. Développement des circuits courts et de la transformation locale.

Faiblesses

1. Nombre d'exploitation agricoles en baisse constante 1998: 757 /2012: 643;
2. Difficulté majeure pour recruter de la main-d'œuvre.

Menaces (avant pandémie)

1. Consolidation et industrialisation des exploitations;
2. Le manque de main-d'œuvre ralentit les projets structurants;
3. Augmentation des frais d'exploitation due aux normes réglementaires provinciales et aux contraintes liées à l'importation;
4. Difficulté d'opérer en circuit court (gestion de l'offre);
5. Manque d'abattoirs et de boucheries pour soutenir une croissance et une diversification des élevages;
6. Fluctuation des marchés boursiers (grain, pétrole, gaz naturel, taux de change);
7. Changement climatique.

DEPUIS LA COVID-19...

Opportunités créées

- Augmentation de l'intérêt pour les circuits courts et pour l'agrotourisme;
- Augmentation de la sensibilisation à la certification bio ou, pour les entreprises de grande culture, emphase sur la production locale responsable;
- Augmentation de la transformation locale.

Menaces exacerbées

- Menace à la commercialisation nationale ou internationale;
- Tous les points des menaces antérieures ont été exacerbés par la pandémie;
- La coupure de 6 % des grandes chaînes demandée à leurs fournisseurs.

PORTRAIT STATISTIQUE DU SECTEUR

Élément	Donnée	Croissance (+) ou Décroissance (-)	Source
Hectares en culture	61 999 hectares (85 % de la zone agricole – un des pourcentages les plus élevés de la Montérégie)	=	PDZA (2017)
Nombre d'établissements	643	-	PDZA (2011)
Nombre d'employés	1 345	=	Portrait de la main-d'œuvre (2018)
Valeur des livraisons	322 millions \$	+	PDZA (mise à jour 2016) 220 M\$ végétal et 102 M\$ (animal)
Valeur foncière	2 408 544 371 \$	+	(2019) 15,06% de la valeur foncière totale de la MRC – MAMH
Valeur des terres en culture (Montérégie)	36 072 \$/Ha	+	Une des plus élevée au Québec – Transac-Terres (2019)
Valeur des terres agricoles (Montérégie)	30 097 \$/Ha	+	Une des plus élevée au Québec – Transac-Terres (2019)

UNE INITIATIVE LOCALE À ENCOURAGER OU MONITORER

Fruigumes

- Fruigumes est un projet de distribution de fruits et de légumes là où se trouvent des déserts alimentaires. Il s'agit d'un projet du Centre d'entraide régional d'Henryville en partenariat avec les municipalités et la communauté.
- La mission première est de contrer la problématique d'approvisionnement en fruits et légumes frais dans certaines municipalités de la région du Haut-Richelieu dont Henryville. C'est sous la forme d'un kiosque ambulant que Fruigumes assure ses présences dans les municipalités participantes au projet. Sa mission est d'offrir à la population de municipalités éloignées des points de distribution de produits frais, venant de producteurs locaux, et ce, à prix abordables.
- Le projet est également un lieu d'échange et de partage favorisant le développement d'un sentiment d'appartenance dans la communauté.
- Enfin, tous les surplus de nourriture du kiosque sont envoyés aux ateliers alimentaires du CERH qui distribuent des repas préparés.
- <https://www.coupdoeil.info/2019/06/25/le-kiosque-fruigumes-sarrete-a-clarenceville/>

UNE INITIATIVE LOCALE À ENCOURAGER OU À MONITORER (BIS)

Alternative Aliment-Terre <https://www.chamblyexpress.ca/actualites/societe/407707/projet-alternative-aliment-terre-recuperer-les-surplus-agricoles-pour-manger-sain>

L'objectif du projet est de réduire le gaspillage alimentaire, de redistribuer à la population (tarification sociale, cuisine collective) par l'intermédiaire de points de chute dans les déserts alimentaires et autres points de chute. Le projet désire également créer des maillages entre les milieux ruraux et les milieux urbains.

Concrètement, il propose aux agriculteurs d'aller chercher les fruits et les légumes invendus et laissés au champ avec une équipe de bénévoles, afin de les transformer pour les revendre. La répartition des récoltes se fait selon la méthode du tiers (1/3 remis aux producteurs, 1/3 destiné au projet *Alternative Aliment-Terre*, 1/3 remis aux bénévoles-cueilleurs).

Parmi les nombreux objectifs que vise le projet *Alternative Aliment-Terre*, les liens que les agriculteurs et le projet tisseront permettront de :

- Développer une solidarité autour de la sécurité alimentaire;
- Valoriser l'engagement communautaire;
- Réduire les pertes alimentaires par la récupération et la valorisation des surplus;
- Dégager potentiellement une charge de travail pour l'équipe agricole.

PRIORITÉS DU SECTEUR

1. Assurer un soutien dédié à la main-d'œuvre (filet de protection sociale des employés québécois, TET, employés spécialisés, etc.). Localement, on peut assurer une direction locale pour faire le pont entre les producteurs et les divers bassins de main-d'œuvre;
2. Mettre à jour du PDZA et suivi du plan plus rigoureux;
3. Relancer les investissements, en particulier pour les projets technologiques (mécanisation et informatisation) – à condition d'avoir un programme d'accès dédié à la main-d'œuvre spécialisée et à l'Internet haute vitesse; localement, la même direction peut assurer un service de veille sur les investissements disponibles;
4. Faire un répertoire Web simple et publicisé pour favoriser les escapades gastronomiques;
5. Assurer une place de choix pour les artisans locaux dans les grands événements locaux (Montgolfières, la boom de l'été, le gala de la CCIHR, etc.);
6. Assurer l'accès aux marchés et programmes d'aide adaptés au secteur, dotés d'un budget comparable au soutien versé par les pays concurrents. Localement, on peut consolider l'aide à Fruigumes et Alternative Aliment-Terre;
7. Favoriser l'intensification des échanges entre les agriculteurs et la population de la MRC, entre autres par les circuits courts.
8. Soutenir des érablières et des cabanes à sucre.

Le « bureau de veille et d'échanges » local pourrait être sous l'autorité de la MRC.

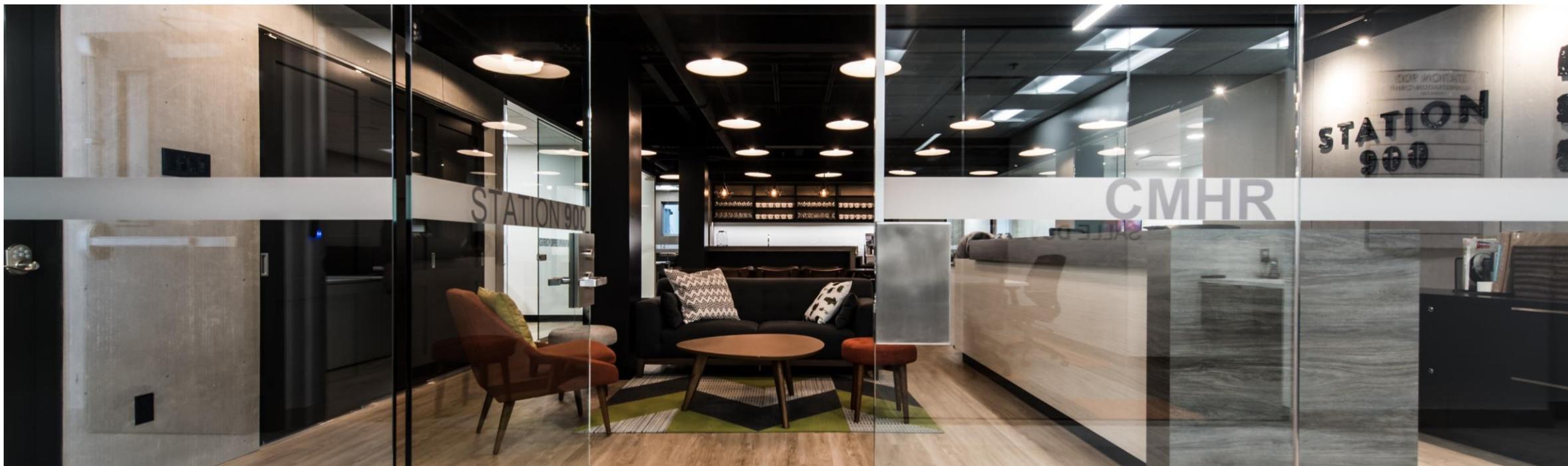
DOCUMENTS CONSULTÉS

- Plan de développement de la zone agricole (PDZA) (2017) – MRC du Haut-Richelieu;
- UPA – Nos demandes envers les gouvernements (17 juin 2020) – par courriel;
- Portrait de la main-d'œuvre du Haut-Richelieu (2018);
- Bulletin Transac-Terres 2019;
- Divers documents et articles du MAPAQ (pour le marché du grain notamment);
- NexDev;
- Site Web du Ministère des Affaires municipales et de l'Habitation (MAMH) – profil financier des municipalités.

COMITÉ CARÉ

SECTEUR DE L'IMMOBILIER | SERVICES | TÉLÉTRAVAIL

PORTE-PAROLE: CÉLINE BURDET, DIRECTRICE GÉNÉRALE , GROUPE DE SOCIÉTÉS WESTCLIFF



CONTEXTE

- L'immobilier est un facteur de croissance et de consolidation économique autant pour les secteurs industriels, commerciaux, touristiques et culturels. Il doit offrir l'hébergement adéquat aux activités humaines.
- La qualité, parfois mieux que la quantité, est le facteur déterminant du niveau de vie et de prospérité de la population qu'il abrite.
- La diversité immobilière tant résidentielle que non résidentielle est un indicateur de la vitalité du milieu;
- Avec la pandémie, les paramètres de cet hébergement risquent de changer durablement; c'est pourquoi, pour ce comité, on a choisi d'inclure les dimensions des services et surtout, du télétravail, parce que ce dernier, croyons-nous, aura un effet majeur sur l'immobilier, son déploiement et son utilisation.
- Les villes qui sauront choisir des actions concrètes et concertées pour repenser l'hébergement des activités de leurs citoyens seront les gagnants de l'avenir.

FFOM

Forces

1. Situation géographique avantageuse: proximité de la frontière américaine et belle région touristique avec plusieurs services accessibles et diversifiés;
2. Loyers raisonnables (par rapport à Montréal);
3. Présence de l'aéroport: un atout pour le développement commercial et un attrait pour le développement industriel;
4. Secteur manufacturier présent, en progression;
5. Nouveau pont Gouin;
6. Bonne densité de population.

Faiblesses

1. Manque de cohésion politique à l'égard des enjeux de développement économique, climat d'instabilité et rayonnement négatif;
2. Manque de support aux entreprises, malgré un développement économique fort, difficulté à implanter une entreprise;
3. Absence de concertation des efforts en ce qui a trait au développement industriel;
4. Processus réglementaire lourd limitant l'innovation;
5. Moyenne salariale assez basse.

Opportunités (avant pandémie)

1. Revitalisation du centre-ville de Saint-Jean-sur-Richelieu;
2. Nouveau pont Gouin;
3. Volonté de développer et d'encourager des commerces locaux;
4. Excellente équipe municipale de développement économique;
5. Effervescence du secteur industriel;
6. REM : pourra permettre d'attirer de la main-d'œuvre plus facilement.

Menaces (avant pandémie)

1. REM: peut aussi être vu comme offrant une facilité accrue de sortir la main-d'œuvre;
2. Manque de cohésion politique;
3. Règlementation municipale peu flexible;
4. Exode vers la CMM des entreprises industrielles les plus actives.

DEPUIS LA COVID-19...

Opportunités créées

- Sentiment de sécurité des citoyens par rapport au risque de contagion du virus;
- Télétravail : peut permettre la création d'espaces de coworking;
- Achat local;
- Vente en ligne locale et possibilité de livraison locale;
- Stationnement gratuit au centre-ville.

Menaces exacerbées

- Les grandes surfaces (Costco, Walmart, etc.) ont été favorisées pendant les fermetures temporaires massives des commerces locaux;
- Amazon (achats en ligne occupant l'espace laissé libre par la fermeture des commerces locaux);
- Transition écologique mise en veilleuse;
- Manque de main-d'œuvre (exacerbée par les programmes gouvernementaux pour les emplois non spécialisés en particulier);
- Difficulté d'approvisionnement, coûts d'opération (particulièrement les coûts fixes) ingérables;
- Fermeture des frontières américaines.

PORTRAIT STATISTIQUE DU SECTEUR (BUREAUX SEULEMENT – AVANT COVID)

Élément	Donnée	Croissance (+) ou Décroissance (-)	Source
Loyer net moyen (bureaux - Rive-Sud)	15,60 \$	+	Colliers T3 2019
Taux d'inoccupation (bureaux - Rive-Sud)	11,2 %	-	Colliers T3 2019
Taux d'inoccupation (bureaux - Saint-Jean-sur-Richelieu)	25,0 %	=	Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu
Salaire moyen – tous secteurs (Haut-Richelieu/Montérégie)	51 263 \$/58 578 \$	+	Profil du marché du travail (2018) – Statistique de 2016
Nombre d'édifices à bureaux	245	=	Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu (2020)
Valeur foncière totale des édifices à bureaux	539 794 500 \$	+	Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu (2020)
Valeur moyenne des édifices à bureaux	2 203 243 \$	+	Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu (2020)
Valeur médiane des édifices à bureaux	487 600 \$	+	Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu (2020)

UNE INITIATIVE INSPIRANTE

La Ville de Sainte-Julie a décidé de proposer un nouvel édifice de télétravail pour contrer la congestion.

<https://www.lapresse.ca/affaires/2020-08-26/sainte-julie-offrira-des-bureaux-de-teletravail-pour-contrer-la-congestion.php>

C'est une initiative qui permet d'offrir plusieurs façons de garder les citoyens au travail plus près de leur domicile.



PRIORITÉS DU SECTEUR

1. Encourager le développement industriel et commercial par une stratégie plus claire et une mobilisation de l'appareil municipal. Mettre sur pied une communication régulière à la population pour promouvoir l'économie et susciter la mobilisation derrière des cibles claires de développement économique;
2. Encourager la venue d'espaces de coworking (adaptation de la réglementation, recherche de partenaires, incitations auprès des résidents et entreprises pour l'utilisation de l'espace);
3. Développer des programmes d'aide pour chacun des créneaux:
 - a) Raccourcir les délais de traitement des dossiers;
 - b) Susciter des rencontres périodiques entre le conseil municipal et des groupes d'affaires (formule et cadre à définir);
 - c) Revoir la capacité du réseau d'aqueduc et d'égout pour faciliter son utilisation comme outil de développement économique.

DOCUMENTS CONSULTÉS

- Certains documents de la Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu
- Bulletin trimestriel de Colliers
- Portrait de la main-d'œuvre du Haut-Richelieu (2018)

COMITÉ CARÉ

SECTEUR COMMERCES ET RESTAURATION

PORTE-PAROLE: MARIO HÉROUX, PROPRIÉTAIRE, SPORTS EXPERTS



CONTEXTE

- Le secteur commerce et restauration a connu depuis le début de la pandémie des hauts et des bas. Le secteur partage aussi les conclusions des secteurs touristiques (pour l'hébergement et la restauration surtout) et de l'immobilier (centres commerciaux et centre-ville);
- Par exemple, tantôt favorisés par la fermeture d'autres régions, les restaurants ont subi à leur tour des fermetures plus ou moins prolongées qui ont fragilisé la structure de service;
- Alors que les grands commerces nationaux ont bénéficié de certaines largesses en matière d'heures d'ouverture, les plus petits commerces, qui forment la trame de la diversité de l'offre commerciale, ont eu à subir des fermetures complètes pendant de longues périodes.
- Cela dit, la pandémie a suscité un vaste mouvement de solidarité régionale qui pourra se traduire durablement dans le recours plus régulier à l'achat en ligne local, mis en ligne dès le début de la pandémie.
<https://www.iheartradio.ca/boom/boom-1041/nouvelles/une-nouvelle-plateforme-de-vente-en-ligne-pour-le-haut-richelieu-1.11922979>
- Finalement, si la *fuite commerciale* du Haut-Richelieu demeure importante, le confinement aura eu pour effet d'augmenter les achats locaux des travailleurs désormais plus souvent à la maison!

FFOM

Forces

1. Situation géographique avantageuse: proximité de la frontière américaine et belle région touristique avec plusieurs services accessibles et diversifiés;
2. Loyers raisonnables et terrains moins chers (par rapport à Montréal);
3. Présence de l'aéroport : un atout pour le développement commercial;
4. Stratégie d'achat local implantée: campagne *Soyez local*
5. Revitalisation Vieux-Saint-Jean et nouveau pont Gouin;
6. Bonne densité de population.

Faiblesses

1. Manque de cohésion politique à l'égard des enjeux de développement économique et climat d'instabilité;
2. Pôles commerciaux en déplacement;
3. Manque de support aux entreprises, malgré un développement économique fort;
4. Lenteur du processus réglementaire;
5. Moyenne salariale assez basse.

Opportunités (avant pandémie)

1. Revitalisation du centre-ville de Saint-Jean-sur-Richelieu;
2. Nouveau pont Gouin;
3. Volonté de développer et d'encourager des commerces locaux;
4. Excellente équipe municipale de développement économique;
5. Effervescence du secteur industriel;
6. REM : pourra permettre d'attirer de la main-d'œuvre plus facilement.

Menaces (avant pandémie)

1. Croissance des ventes en ligne;
2. REM : peut aussi être vu comme offrant une facilité accrue de sortir la main-d'œuvre;
3. Manque de cohésion politique;
4. Règlementation municipale peu flexible;
5. Exode vers la CMM des entreprises industrielles les plus actives.

DEPUIS LA COVID-19...

Opportunités créées

- Aménagements urbains attractifs (Oasis Vieux-Saint-Jean) permettant de créer des zones d'ambiance bonifiant l'expérience commerciale (terrasse);
- Clientèle vélo et piétonnière Vieux-Saint-Jean;
- Télétravail : accentue l'achat local;
- Vente en ligne locale et possibilité de livraison locale;
- Stationnement gratuit au centre-ville.

Menaces exacerbées

- Les grandes surfaces (Costco, Walmart, etc.) ont été favorisées pendant les fermetures temporaires
- Amazon (achats en ligne occupant l'espace laissé libre par la fermeture des commerces locaux); doit être compensé par le développement rapide, déjà amorcé, de l'achat en ligne local;
- Transition écologique mise en veilleuse;
- Manque de main-d'œuvre (exacerbée par les programmes gouvernementaux pour les emplois non spécialisés en particulier);
- Ruptures de stock et difficulté d'approvisionnement, coûts d'opération (particulièrement les coûts fixes) ingérables;
- Fermeture des frontières américaines;
- Vacances commerciales et impact sur l'attractivité des secteurs commerciaux et sur la diversité de l'offre locale;
- Sentiment d'appartenance en diminution.

PORTRAIT STATISTIQUE DU SECTEUR

Élément	Donnée	Croissance (+) ou Décroissance (-)	Source
Fuite commerciale des cyberachats	34,4M \$	+	https://sjsr.ca/wp-content/uploads/2019/08/sondage-habitudes-consommation.pdf Sondage sur les habitudes de consommation, JUIN 2017, Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu
Dépense moyenne per capita en cyberachat	948 \$	+	https://sjsr.ca/wp-content/uploads/2019/08/sondage-habitudes-consommation.pdf Sondage sur les habitudes de consommation, JUIN 2017, Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu
Taux de satisfaction des commerçants sur:			
- Volume des ventes	81 %	-	https://sjsr.ca/wp-content/uploads/2019/08/portrait-commerce-detail.pdf (2018) – Enquête auprès de 154 répondants
- Rentabilité	80 %	-	
Salaire moyen – tous secteurs (Haut-Richelieu/Montérégie)	51 263 \$/58 578 \$	+	Profil du marché du travail (2018) – Statistique de 2016
Nombre de membres à la CCIHR	735	+	Rapport annuel de la chambre de commerce et d'industrie du Haut-Richelieu (2019)

PORTRAIT STATISTIQUE DU SECTEUR

5 grands secteurs commerciaux pour lesquels les consommateurs expriment leurs raisons premières de magasinage

LES ACHATS PAR SECTEURS COMMERCIAUX

	1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	4 ^e	5 ^e
BOULEVARD PIERRE-CAISSE – RUE DOUGLAS					
BOULEVARD DU SÉMINAIRE NORD					
BOULEVARD OMER-MARCIL					
CENTRE-VILLE (VIEUX-SAINT-JEAN)					

LÉGENDE



ALIMENTATION



RESTAURATION



VÊTEMENTS, CHAUSSURES,
ACCESSOIRES MODE



PHARMACIE



ESSENCE



CINÉMA,
SALLE DE SPECTACLE

PORTRAIT STATISTIQUE DU SECTEUR

Ce que souhaitent les
consommateurs avant la pandémie

Les Johannais recherchent les destinations mode et les nouvelles expériences culinaires

Lors du sondage téléphonique, les répondants ont clairement indiqué leur préférence quant aux types de commerces qu'ils souhaiteraient voir s'établir par secteurs commerciaux. Il s'agit de la catégorie des biens mode et des restaurants et cafés.

LES TYPES DE COMMERCE SOUHAITÉS PAR SECTEURS COMMERCIAUX

TYPE DE COMMERCE	SECTEURS			
	Boul. Pierre-Caisse Rue Douglas	Boul. du Séminaire N.	Boul. Omer-Marcil	Centre-ville (Vieux-Saint-Jean)
Biens mode (Vêtements hommes, femmes, enfants, chaussures...)	33 %	33 %	42 %	36 %
Restaurants et cafés	21 %	22 %	23 %	24 %

En 2015, la Division développement économique a réalisé un bilan de l'offre commerciale qui a permis d'identifier les fuites commerciales qui étaient principalement **les biens mode, la restauration, les fournitures pour la maison et l'électronique.**

PORTRAIT STATISTIQUE DU SECTEUR

Ce que souhaitent les
consommateurs avant la pandémie

Achats effectués à l'extérieur



des répondants visitent **d'autres** secteurs commerciaux.



des répondants effectuent exclusivement des achats à Saint-Jean-sur-Richelieu ce qui représente un peu plus de **18 000 Johannais** de plus de 16 ans.



1^{ère} mention

54 %

En 2008, la Chambre de commerce et de l'industrie du Haut-Richelieu avait mentionné dans une étude que le **DIX 30** avait un pouvoir d'attraction auprès de **7 %** des répondants.

CF Promenades St-Bruno
Là où tout se rencontre

2^e mention

39 %



PRIORITÉS DU SECTEUR

1. Encourager le développement commercial par une stratégie plus claire, mettre sur pied une communication régulière à la population pour promouvoir l'économie et susciter la mobilisation derrière des cibles claires de développement économique;
2. Développer l'attractivité des zones commerciales (zone d'ambiance distinctive, image commune à l'échelle de la Ville, etc.);
3. Développer l'achat local (encourager la pérennité du site transactionnel local);
4. Accélérer le calendrier de revitalisation du Vieux Saint-Jean (rue Richelieu/place publique – promenade riveraine:
 - a) Raccourcir les délais de traitement des dossiers et revoir les règlements;
 - b) Susciter des rencontres périodiques entre le conseil municipal et des groupes de propriétaires et gestionnaires de commerces (formule et cadre à définir);
 - c) Développer une mise en marché commune pour favoriser la relance des restos (boîte à lunch, activités); proposer une carte interactive des restaurants;
 - d) Proposer des programmes de certificats-cadeaux, de passeports, de concours en lien avec la campagne d'achat local.

DOCUMENTS CONSULTÉS

- Plusieurs études déposées sur le site web de la Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu
- Portrait de la main-d'œuvre du Haut-Richelieu (2018)

COMITÉ CARÉ

SECTEUR DE L'INDUSTRIE

PORTE-PAROLE: VÉRONIQUE TOUGAS, PRÉSIDENTE, GROUPE CAMBLI



CONTEXTE

- Le secteur industriel du Haut-Richelieu vit les mêmes problèmes que ceux observés ailleurs au Québec: pénurie de main-d'œuvre, augmentation des contraintes réglementaires et environnementales, gestion des liquidités, etc. Les solutions dépassent donc le cadre géographique de la MRC;
- Comme ailleurs au Québec, certaines entreprises industrielles du milieu ont bénéficié de la pénurie, d'autres en ont beaucoup souffert et d'autres enfin ont réussi à modifier temporairement ou durablement leur production ou leurs services pour s'adapter au nouveau contexte;
- Un projet majeur de **zone d'innovation** est actuellement en étude qui pourra éventuellement propulser le secteur vers de nouveaux sommets dans un contexte de relations plus étroites entre le milieu de la recherche, de la fabrication et de l'organisation administrative et politique de la MRC.

FFOM

Forces

1. Grappe manufacturière solide;
2. Proximité de grands axes routiers connectés aux États-Unis et proximité de Montréal;
3. Bonne concentration d'entreprises de construction;
4. Les actifs du potentiel économique: Base militaire, Collège Militaire, aéroport, rivière, Cégep de Saint-Jean, InnoSécur, pôle logistique associé au programme de zone franche potentielle, secteur agricole actif...).

Faiblesses

1. Pénurie de main-d'œuvre et surtout de talents spécifiques, en particulier la main-d'œuvre technique (cols-bleus spécialisés);
2. Difficultés d'ordre politique au niveau municipal, ce qui entraîne un manque de dynamisme et de mobilisation du milieu;
3. Système de transport en commun inadéquat pour les parcs industriels;
4. Pénurie de terrains pour le manufacturier;
5. Manque d'entreprises en support technologique.

Opportunités (avant pandémie)

1. Facilité des déplacements, personnes et marchandises;
2. Désignation de la zone d'innovation et développement d'InnoSécur;
3. Capacité de travailler en synergie avec d'autres entreprises pour l'entreposage d'énergie;
4. Rapatriement d'équipements des États-Unis vers le Québec.

Menaces (avant pandémie)

1. Faiblesse du dollar canadien;
2. Manque de protectionnisme du gouvernement canadien envers les entreprises nationales;
3. Difficultés pour le repreneuriat (problème québécois);
4. Gouvernance des équipements structurels régionaux;
5. L'Image négative du secteur de la sécurité-défense.

DEPUIS LA COVID-19...

Opportunités créées

- Développement signalé par les répondants de nouveaux produits ou augmentation importante des ventes; certains parlent de records de ventes (+20%);
- Développement accéléré des expertises internes et révision des processus de fabrication;
- Solidification de la base des clients actuels;
- Nouvelle série de programmes de subventions et de prêts des gouvernements;
- Réingénierie des réseaux d'approvisionnement (rapprochement géographique).

Menaces exacerbées

- Réorganisation structurelle des entreprises;
- Pénurie de main-d'œuvre (PCU et arrêt de l'entrée de la main-d'œuvre immigrante);
- Déplacements annulés des spécialistes étrangers de soutien à la production;
- Les enjeux environnementaux;
- Dépendance économique aux clients;
- Baisse des investissements privés, report de certains projets, particulièrement pour la construction de nouvelles unités de production;

PORTRAIT STATISTIQUE DU SECTEUR

Élément	Donnée	Croissance (+) ou Décroissance (-)	Source
Nombre d'établissements manufacturiers	215	=	NexDev
Nombre d'employés manufacturiers	8 098	=	NexDev - Portrait de la main-d'œuvre (2018)
Nombre d'établissements - industrie	422	+	NexDev
Nombre d'employés - industrie	11 718	+	NexDev -Portrait de la main-d'œuvre (2018)
Valeur des livraisons manufacturières	2 254 245 000 \$	+	ISQ (2013) mise à jour 2019
Moyenne des livraisons par entreprise manufacturière	10 484 860 \$	+	ISQ (2013) mise à jour2019
Moyenne des livraisons par employé manufacturier	278 370 \$	+	ISQ (2013) mise à jour 2019
Valeur foncière industrielle et commerciale	1 850 713 563 \$	+	(2019) 11,48% de la valeur foncière totale de la MRC - MAMH

DES INITIATIVES LOCALES À ENCOURAGER OU À MONITORER

- La zone d'innovation (particulièrement comme bougie d'allumage de la reprise après-COVID);
- Une foire périodique de l'emploi.

PRIORITÉS DU SECTEUR

1. Produire un inventaire des produits locaux qui pourraient remplacer les produits achetés ailleurs qui favorise un écosystème régional;
2. Assurer une commercialisation des innovations locales et une préservation des expertises professionnelles locales en subventionnant les salaires plutôt que les individus;
3. Articuler une initiative de communication pour vanter les bienfaits de l'investissement dans l'industriel auprès de la population – en particulier pour le secteur sécurité défense;
4. Assurer des échanges réguliers pour le monitoring du projet de loi 66 pour les entreprises du Haut-Richelieu, en travaillant avec les autres régions, qui en même temps, assurerait le plaidoyer du milieu du Haut-Richelieu concernant l'enjeu des chaînes d'approvisionnement devant suivre l'achat local (augmenter le contenu québécois, surtout pour les contrats publics – revoir le processus d'octroi de ces contrats – aligner le protectionnisme sur celui des États-Unis, etc.).

DOCUMENTS CONSULTÉS

- Documents internes de NexDev;
- Portrait de la main-d'œuvre du Haut-Richelieu (2018);
- Site web du Ministère des Affaires municipales et de l'Habitation (MAMH) – profil financier des municipalités.

COMITÉ CARÉ

SECTEUR DU TOURISME ET DE L'ÉVÉNEMENTIEL

PORTE-PAROLE: ÉRIC BOVIN, DIRECTEUR EXÉCUTIF, INTERNATIONAL DE MONTGOLFIÈRES SAINT-JEAN-SUR-RICHELIEU



CONTEXTE

- Le domaine du tourisme et des événements couvre un large spectre d'entreprises et, de ce fait, les effets de la pandémie ont été très variables. Ainsi, le milieu culturel et événementiel a vu plusieurs manifestations être annulées ou reportées alors que d'autres secteurs du tourisme ont su tirer leur épingle du jeu, d'autres ont même connu une année exceptionnelle;
- Plusieurs statistiques de l'été 2020 montrent justement cette disparité. Parmi les gagnants:
 - Attrait plein-air: record cette année: +20 %;
 - Agrotourisme: +30 % - 40 % (sauf les érablières);
 - Hébergement en camping +20 %;
 - Circuits touristiques (par application mobile) : +30 %;
 - Nautisme: augmentation importante de l'achalandage.

CONTEXTE

Parmi les impacts les plus graves:

- Culture et patrimoine: impact important au chapitre des spectacles et dans le volet culturel;
- Événements: impact lourd;
- Hébergement: chute d'achalandage en milieu urbain;
- Croisières: impact majeur.

LES PRINCIPAUX PÔLES RÉCRÉOTOURISTIQUES

- Saint-Jean-sur-Richelieu: pôle urbain historique et nautique;
- Saint-Paul-de-l'Île-aux-Noix: nautisme (capitale nautique du Québec);
- Saint-Grégoire: agrotourisme et plein air;
- Venise-en-Québec: villégiature (lac Champlain).

FFOM

Forces

1. Plusieurs pôles touristiques de qualité;
2. Proximité des marchés à fort potentiel;
3. Notoriété des montgolfières et effervescence événementielle;
4. 400 ans d'histoire et richesse du patrimoine bâti.

Opportunités (avant pandémie)

1. Flotel (un projet d'hôtel flottant typique de l'hébergement « expérience » - <https://flotel.ca/>);
2. Déjà 4 pôles qui offrent espaces verts, plein air, cyclotourisme et agrotourisme, des segments excursionnistes en plein développement;
3. L'existence et le développement de réseaux dédiés aux excursionnistes:
 - ✓ Alo Richelieu - circuits avec bateaux électriques et vélos à assistance électrique (VAE) et une dizaine d'escales <https://tourismehautrichelieu.com/entreprise/alo-richelieu/>;
 - ✓ Circuit agrotouristique international Canamex (Montérégie, Cantons-de-l'Est, Vermont, New York);
 - ✓ La « Route du Richelieu » l'histoire du Richelieu, actuellement en auto mais bientôt pour vélo et bateau;
 - ✓ 14 circuits sur Ondago (gourmand, vélo et culturel);
 - ✓ Circuit Montréal-Sherbrooke.

FFOM

Faiblesses	Menaces (avant pandémie)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Manque de produits d'appel 4 saisons pour permettre la performance d'attraction et de rétention des clientèles excursionnistes et touristiques; 2. Manque de coordination entre les intervenants, vision disparate de la stratégie; 3. Difficultés à travailler sur le même plan de développement; manque de confiance et de mobilisation; 4. Faible mise en valeur de la rivière Richelieu et de l'histoire régionale; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Difficulté à établir et stabiliser un plan global, une vision commune et pérenne; 2. Orientations et mandats peu définis entre les partenaires; 3. Certains attraits ont besoin de développement (Vieux-Saint-Jean, Saint-Paul-de-l'Île-aux-Noix) et d'autres ont besoin de promotion (Venise-en-Québec et Mont-Saint-Grégoire); 4. Qualité et niveau de l'eau problématiques tant au lac Champlain que pour la rivière Richelieu.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Manque d'hébergement « expérience ». 	

DEPUIS LA COVID-19...

Opportunités créées

- La crise favorise un resserrement de la communication entre les différents partenaires;
- Attrait accru pour les activités de type excursionnistes et donc pour la région (vélo, plein air, agrotourisme et nautisme);
- Attrait accru pour l'encouragement local;
- Création plus rapide de forfaits, micro-aventures, circuits et billetterie en ligne.

Menaces exacerbées

- Cohésion politique sur les enjeux;
- Tous les points des menaces antérieures ont été exacerbés par la pandémie;
- Diminution du taux de visiteurs (touristes) nationaux et internationaux (surtout de France et des États-Unis);
- Précarité de certaines entreprises touristiques grandement augmentée (surtout les hôtels de Saint-Jean-sur-Richelieu, les restaurants et la pause des événements culturels et touristiques).

PORTRAIT STATISTIQUE DU SECTEUR

Élément	Donnée	Croissance (+) ou Décroissance (-)	Source
Chiffre d'affaires global	100 000 000 \$	+	THR 2020
Nombre d'employés (avant COVID)	6 000	+	THR (2019)
Nombre d'établissements (incluant les restaurants)	+300	+	THR (2019)
Nombre de visiteurs annuels (avant COVID)	1,3 M à 1,5 M	=	THR (2019)
Excursionnistes/Total (avant COVID)	80 %	=	THR (2019)
Proportion des entreprises du milieu touristique de la Montérégie	1/7	=	THR (2019)

INITIATIVE LOCALE À ENCOURAGER OU À MONITORER

Avant la COVID-19

- L'International de montgolfières de Saint-Jean-sur-Richelieu (retombées économiques importantes);
- Alo Richelieu, ouverture 2021 (30 km d'expérience sur la rivière Richelieu - bateaux électriques, vélos VAE, escales - planche à pagaie, kayak, piscine flottante, terrasse-resto, hébergement flottant, centre nautique, plage estacade, etc.). Rassemble une quinzaine d'entreprises sur les rives et plus d'une centaine accessibles grâce aux circuits à faire en vélo électriques (VAE). Attraction de nouvelles entreprises. Produit d'appel estival. Créé par THR;
- Venise-en-Québec (Venise-sur-le-lac - croisières, auberge + hôtel La Cache, spa, golf, Greg, etc.).

Après la COVID-19

- Maison de la Montgolfière et du tourisme! À la fois un attrait à portée nationale et un tremplin à la performance de l'information touristique.

PRIORITÉS DU SECTEUR

1. Définir l'image de marque et améliorer le positionnement touristique du Haut-Richelieu (Destination Saint-Jean) en concertation avec les organismes

Développer l'identité de la région autour de la rivière, de l'histoire (la culture), et des montgolfières. Nécessite des investissements en idéation, promotion et compétences de mise en marché. *(PVI : THR a demandé 35 000\$ au budget 2021 pour définir l'image régionale en concertation avec le milieu et refait son plan stratégique en 2021 également.)*

2. Proposer de nouveaux concepts de produits d'appel (4 saisons) de calibre national et attirer de nouveaux investissements

PRIORITÉS DU SECTEUR (SUITE)

EXEMPLES:

- a. Utiliser ALO Richelieu comme locomotive de développement pour structurer l'offre et attirer de nouveaux promoteurs. (Implique 2 pôles sur 4, et touche les 4 créneaux : nautisme, vélo & plein air vélo, agrotourisme, culture + hébergement insolite);
- b. Développer le Pôle St-Jean : valoriser le côté urbain et le centre-ville;
- c. Développer la présence de la montgolfière à l'année, entre autres en assumant le rôle de capitale nationale (projet sous étude de la Maison de la montgolfière et du tourisme);
- d. Développer et bonifier nos réseaux cyclables (en ajoutant des circuits multifonctionnels) et en connectant aux rives (Alo Richelieu);
- e. Développer le pôle Saint-Paul-de-l'île-aux-Noix (capitale nautique du Québec);
- f. Poursuivre le démarchage de nouveaux promoteurs.

PRIORITÉS DU SECTEUR (SUITE)

3. Enrichir l'offre touristique existante en stimulant le développement, le maillage, la commercialisation le développement de circuits et de forfaits de façon à prolonger les séjours;

Exemples:

- a. Développer et structurer les 5 créneaux (agréments et affaires);
- b. Poursuivre le développement de micro-aventures et de forfaits-aventures (billetterie en ligne THR);
- c. Bonifier les circuits existants et en créer de nouveaux (14 circuits existants) : Focus cyclable et multifonctionnel;
- d. Offrir un soutien d'orientation et d'accompagnement aux organismes et entreprises récréotouristiques afin de les aider à se réinventer au besoin et à tirer avantage des différents programmes de soutien pouvant leur permettre de traverser la crise.

PRIORITÉS DU SECTEUR (SUITE)

4. Promouvoir l'offre tant aux citoyens qu'aux visiteurs et s'assurer que les citoyens connaissent leur région et deviennent des ambassadeurs;

DOCUMENTS CONSULTÉS

Titre et auteur	Site web	Document papier aux mains de (le cas échéant) :
Plan stratégique 2016-20 : Saint-Jean et Régions	Tourisme Haut Richelieu et Conseil Économique	Isabelle Charlebois
Profil des visiteurs 2018 : Région touristique de la Montérégie	PragMa Tourisme conseil	Isabelle Charlebois
Profil des visiteurs 2018 : MRC du Haut Richelieu	PragMa Tourisme conseil	Isabelle Charlebois
Projet de relance Économique pour la région de la Montérégie	Montérégie Économique https://monteregieeconomique.com/wp-content/uploads/2020/09/Projets-de-relance-%C3%A9conomique-de-la-Mont%C3%A9rie.pdf	Isabelle Charlebois
Plan d'action THR 2021	https://www.canva.com/design/DAEFQX5ys5w/pMMcOHvdEXUbSZiFO4MAuQ/view?utm_content=DAEFQX5ys5w&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink	Isabelle Charlebois
Bilan 2019 THR	https://tourismehautrichelieu.com/wp-content/uploads/2020/09/Communique-de-presse-THR-AGA-Bilan-2019.pdf	Isabelle Charlebois
Rapport annuel de Tourisme Montérégie (2019)	https://www.tourisme-monteregie.qc.ca/wp-content/uploads/2020/05/rapportannuel_2019-1.pdf	Isabelle Charlebois
Rapport annuel 2019	https://www.canva.com/design/DAD6rSRwclM/tvq6Xlx6Bjm_za4cF10PUw/view?utm_content=DAD6rSRwclM&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=publishsharelink	Isabelle Charlebois

COMITÉ CARÉ

SECTEUR DES INFRASTRUCTURES ET MILIEUX DE VIE

PORTE-PAROLE: MARTIN MASSÉ, PRÉSIDENT COMITÉ CARÉ



CONTEXTE

- Le secteur des infrastructures et milieux de vie est celui qui est souvent interpellé par les autres intervenants dans la mesure où il est clair qu'une infrastructure de qualité conditionne la vitalité et le succès de plusieurs entreprises. On dit donc que de bonnes infrastructures répondent à des *besoins transversaux*.
- La prémisse est que la pandémie représente une occasion unique d'unir les forces de tout le milieu (privé et public) pour saisir des opportunités et innover.

AXE

« Positionner Saint-Jean-sur-Richelieu comme la VILLE d'expérience en Montérégie pour y vivre et y consommer (culture, événements, patrimoine et montgolfières) »

DEPUIS LA COVID-19...

Opportunités créées

- Mise en valeur du milieu de vie et infrastructures de loisir (vélo, sites culturels, etc.);
- Augmentation de l'achalandage dans les espaces publics (intérêt marqué pour le Vieux-Saint-Jean);
- Mise en place de projets-pilotes en milieu commercial;
- Développement du sentiment d'appartenance et image de la Ville;
- Soutien à l'investissement privé.

Menaces exacerbées

- Ralentissement de l'investissement commercial et industriel;
- Délais d'attente pour soutenir la relance (zonage, permis, etc.);
- Le contexte politique ralentit les prises de décisions;
- Perte d'attractivité des zones commerciales;
- Durée des travaux dans le Vieux-Saint-Jean.

PRIORITÉS DU SECTEUR

1. Promouvoir et faire rayonner Saint-Jean-sur-Richelieu et le Haut-Richelieu

ACTIONS

- Lancer *Destination St-Jean* incluant un plan global (événementiel, communication, etc.) intégré avec les organismes du milieu incluant les services de la Ville;
- Mettre en place une nouvelle gouvernance;
- Unifier l'image de marque et la stratégie marketing/promotion.

PRIORITÉS DU SECTEUR (SUITE)

2. Favoriser l'art de vivre sa ville; favoriser le développement des infrastructures, attraits et services touristiques (rivière, piste cyclable, etc.)

ACTIONS

- Devancer le calendrier de revitalisation du Vieux Saint-Jean (rue Richelieu /place publique – promenade riveraine);
- Repositionner le projet de revitalisation du Vieux Saint-Jean au cœur des priorités de la Ville;
- Réaliser des aménagements urbains éphémères et d'ambiance toutes les saisons dans le Vieux Saint-Jean et sur les principales artères commerciales de la Ville;
- Développer et améliorer l'offre en activités (gratuites et payantes) dans les lieux phares (Vieux-Saint-Jean, Centre-de-Plein-Air-Ronald-Beauregard, Trinity, L'Acadie) - Activités COVID proof (été-hiver);
- Mettre en valeur la restauration et l'expérience distinctive et unique à Saint-Jean-sur-Richelieu (restos/commerces).

PRIORITÉS DU SECTEUR (SUITE)

3. Valoriser la découverte du patrimoine naturel et culturel

ACTIONS

- Mettre en valeur la rivière Richelieu en accélérant le projet « Alo Richelieu »;
- Soutenir le développement d'hébergement expérientiel;
- Bonifier des réseaux cyclables et création de la véloroute du lac Champlain en incluant la signalisation
- Repositionner le projet de Route du Richelieu.

PRIORITÉS DU SECTEUR (SUITE)

4. Soutenir la vitalité des principales artères commerciales et des pôles de développement tertiaire de la ville

ACTIONS

- Repositionner le projet de revitalisation du Vieux Saint-Jean au cœur des priorités de la Ville;
- Relocaliser les bureaux municipaux dans le Vieux Saint-Jean (services de l'urbanisme et des infrastructures);
- Adopter un plan *commerce* incluant la transformation numérique.

5. Arrimer les projets de construction /rénovation et les priorités de développement et maintien des infrastructures

ACTION

- Mettre en place un bureau de coordination de projets résidentiels, commerciaux et industriels.

PRIORITÉS DU SECTEUR (SUITE)

6. Développer l'aéroport

ACTION

- Déterminer des orientations de développement urbanistique pour soutenir l'investissement et la création de richesse.

7. Déterminer les zones à requalifier en immobilier résidentiel, commercial et industriel

ACTIONS

- Adopter la stratégie de développement des activités aéroportuaires;
- Arrimer le développement de l'aéroport avec la stratégie de la zone d'innovation.

COMITÉ CARÉ

LES HUIT ACTIONS TRANSVERSALES



CONTEXTE

- Nous avons regroupé les priorités de chaque secteur en huit actions concrètes, durables et applicables **sur un plan triennal**;
- Ces huit actions répondent aux attentes du milieu en matière de relance pour assurer le maintien d'une structure économique solide et diversifiée permettant une reprise de la croissance économique du Haut-Richelieu dans le respect de la cohésion sociale et de l'environnement.
- Ces huit actions sont assorties de **moyens** déployés sur la période de trois ans, sous la responsabilité des principaux organismes de développement économique du milieu, partenaires de l'exercice, assurant ainsi leur mise en œuvre.

LES HUIT ACTIONS TRANSVERSALES

1. Lancer et promouvoir la **zone d'innovation** et maximiser les sites déjà existants;
2. Assurer le **développement pérenne de l'aéroport** comme actif stratégique et en relation notamment avec la zone d'innovation;
3. Bâtir une présence sur le Web mieux coordonnée, plus soutenue et au bénéfice des résidents, des commerçants, des agriculteurs, des industriels, des touristes et des investisseurs, **en particulier la promotion de l'offre touristique et l'achat local**;
4. Accélérer le **développement de zones d'ambiance** et les aménagements présentant les pôles commerciaux, touristiques, résidentiels et industriels;
5. Mettre à jour le **plan de développement de la zone agricole (PDZA)**;
6. Prioriser **les investissements en infrastructure** permettant l'accélération du développement économique et l'amélioration de la qualité de vie dans une perspective de développement durable;
7. Dans un esprit de collaboration et de facilitation, **miser sur la mise en place d'une approche municipale coordonnée et agile** auprès des entrepreneurs permettant de simplifier et d'accélérer le traitement de dossier en soutien à l'activité économique;
8. Coordonner avec les différents intervenants du milieu les priorités afin d'établir un canal de communication avec autorités provinciales et fédérales **pour un accès optimal aux marchés et aux programmes de soutien gouvernementaux**;

Pour assurer le respect des engagements des organisations,
la formation d'un comité de suivi est recommandée

COMITÉ CARÉ

Le comité d'appui à la relance économique de Saint-Jean-sur-Richelieu et du Haut-Richelieu (CARÉ) remercie chaleureusement les représentants et participants des différents secteurs d'activités pour leur implication qui a mené à l'élaboration d'un plan d'action dynamique.

Propulsé par :



Développement économique
Haut-Richelieu

En collaboration avec :

