

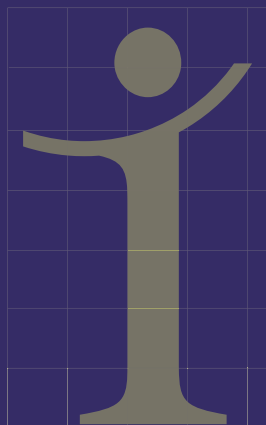


Évaluation de potentiel d'attraction de la **Côte-de-Beaupré**  
pouvant orienter son **développement économique**  
et l'**aménagement de son territoire**

«De la rivière Montmorency au cap Tourmente et s'étirant sur une trentaine de kilomètres entre le fleuve et la bordure méridionale des Laurentides, la Côte-de-Beaupré est fondamentalement un pays, c'est-à-dire une région fortement caractérisée sur le plan du paysage et du peuplement...»

(extrait du document «Noms et lieux du Québec» p.150)

Rapport final préliminaire, février 2007







Nous avons baptisé notre document Revoir pour diverses raisons...

Dans un premier temps, nous croyons que tous les acteurs socio-économiques oeuvrant sur la Côte-de-Beaupré devront revoir certaines façons de penser, certaines façons de faire les choses. Les individus et organismes devront également revoir certaines de leurs approches et de leurs perceptions et apprendre à travailler en équipe, en fonction d'objectifs communs partagés.

Il faudra revoir les stratégies de démarchage, revoir les entreprises ciblées que vous voulez attirer et voir s'installer sur le territoire, revoir les mesures incitatives offertes à ces entreprises, revoir certaines politiques et règlements municipaux, bref il faudra que l'ensemble des intervenants acceptent de se remettre en question et de revoir leur approche face au développement économique de la Côte...

Revoir aussi dans le sens de regarder avec des yeux neufs, accepter de redécouvrir l'ensemble du territoire, ses atouts, ses forces et ses faiblesses... Les acteurs socio-économiques devront faire preuve d'une certaine humilité et accepter d'envisager une nouvelle vision économique basée sur les tendances sociétales lourdes qui façonneront les économies locale, régionale, provinciale, nationale et internationale.

Revoir, finalement, parce que toute stratégie de développement économique, si novatrice et pertinente soit-elle, doit constamment être revue, adaptée, bonifiée au fil des ans et des développements, de façon à ne pas devenir obsolète et dénuée de tout intérêt...

Nous vous invitons donc à lire le rapport Revoir en vous rappelant des mots clefs suivants :

- **R**ésultats attendus : compréhension du mandat
- **E**tat de situation : analyse des études précédentes
- **V**ision : positionnement d'avenir mobilisateur
- **O**ptimisation : renforcement des leaders économiques actuels
- **I**ntégration : développement d'une économie horizontale
- **R**éalisation : aménagement cohérent du territoire

Bonne lecture !

Philippe Gabelier

Daniel Brisson

Donald Veilleux



## Table des matières

<b>R</b>	<b>Résultat attendus : compréhension du mandat</b>	5
<b>E</b>	<b>État de la situation : analyse des études précédentes</b>	7
	<i>Rapport synthèse, mai 2003</i>	7
	<i>Plan d'action 2004-2006, juin 2004</i>	8
	<i>Diagnostic et planification de développement industriel de la MRC de la Côte-de-Beaupré, décembre 2004, Roche</i>	8
	<i>Plan d'action local pour l'économie et l'emploi (PALÉE)</i>	11
<b>V</b>	<b>Vision</b> : positionnement d'avenir mobilisateur	13
<b>O</b>	<b>Optimisation</b> : renforcement des leaders économiques actuels	21
<b>I</b>	<b>Intégration</b> : développement d'une économie horizontale	37
<b>R</b>	<b>Réalisation</b> : aménagement cohérent du territoire	43





## Résultats attendus : compréhension du mandat

**La MRC de La Côte-de-Beaupré a mandaté Pôle Québec Chaudière-Appalaches pour réaliser une étude sur l'évaluation du potentiel de son territoire pour y attirer de nouvelles entreprises et y favoriser leur implantation. Les conclusions de cette étude permettront notamment d'orienter l'aménagement du territoire au plan industriel.**

**L'étude comporte deux grandes phases : l'énoncé de l'état de la situation (à travers les études réalisées au cours des cinq dernières années, entrevues, rencontres de travail, études sur le terrain, recherches, etc.) et réalisation de la démarche VOIR :**

***Vision - Optimisation - Intégration - Réalisation...***

**Les recommandations éclaireront la MRC dans l'établissement de ses priorités et l'allocation de ses ressources en terme de stratégies de développement économique.**

**Les objectifs spécifiques de ce mandat sont de :**

- Déterminer un positionnement distinctif de la MRC en harmonie avec celui de la Zone économique de référence de Québec Chaudière-Appalaches : **Vision**
- Caractériser l'offre de la MRC autour de secteurs ou de filières offrant un potentiel de développement : **Optimisation**
- Élaborer une proposition de développement de l'économie régionale : **Intégration**
- Proposer un aménagement cohérent du territoire : **Réalisation**

La présente analyse contribuera à la diversification de l'économie par l'identification de nouvelles avenues suscitant d'intéressantes opportunités.

Elle permettra également de renforcer les filières existantes à fort potentiel et elle contribuera à la réhabilitation du territoire par la proposition de zones d'ancrage en terme d'aménagement et de développement.

De façon plus spécifique, il s'agit d'identifier les entreprises leaders ayant la capacité de générer de la croissance, de contribuer à l'enrichissement collectif sur le territoire et de pointer celles qui ont un impact en terme de dépenses directes en bien de consommation ou au plan des immobilisations.

Cette analyse se fait à travers le prisme de la concurrence des régions ou des villes régions; elle force ainsi à se définir un positionnement à partir d'éléments distinctifs, voire uniques; cette lecture économique s'appuie sur la capacité de l'économie locale à générer la croissance et sur son pouvoir d'attraction d'investissements étrangers comme sources de diversification.

Cette approche est différente d'une lecture découlant de la planification de l'aménagement du territoire ou encore d'une analyse du développement de la communauté intégrant des variables comme les dimensions sociale, environnementale et culturelle...







## Etat de la situation : analyse des études précédentes

**Quatre études importantes ont été réalisées au cours des cinq dernières années afin d'identifier les forces et faiblesses de la Côte-de-Beaupré, poser un diagnostic et proposer des plans d'actions :**

- **Rapport synthèse, mai 2003, IDÉ Groupe Conseil**
- **Plan d'action 2004-2006, juin 2004, IDÉ Groupe Conseil**
- **Diagnostic et planification de développement industriel de la MRC de la Côte-de-Beaupré, décembre 2004, Roche**
- **Plan d'Action local pour l'Économie et l'Emploi (PALÉE 2005-2007), février 2005, Janet Drury et Marc Chalout**

**Ces études ont contribué à préciser les éléments de la problématique, à identifier des pistes de solution et à proposer l'aménagement d'un parc industriel. Pour diverses raisons (notamment des coûts astronomiques de réalisation), le projet de parc industriel n'a pas abouti.**

**Cependant, beaucoup de constats et de recommandations fort pertinentes (à notre avis...) se retrouvent dans ces études, certains se recoupant même à plusieurs reprises.**

**Voici les principaux éléments se dégageant de ces études...**

### **Rapport synthèse,**

mai 2003, IDÉ Groupe Conseil

Dans la préparation de son Rapport synthèse de mai 2003, le consultant a rencontré 16 groupes et organismes du milieu. Suite à cette consultation, un comité aviseur a dégagé les éléments essentiels faisant consensus et a proposé une vision et des orientations afin d'assurer le développement stratégique de la Côte-de-Beaupré.

#### **En voici les principaux points :**

Plus grande **force** :

potentiel diversifié quant au patrimoine religieux, culturel et naturel (mais cette force demeure un « potentiel »)

Plus grande **faiblesse** :

la division (absence de vision régionale et de projets communs)

Plus grande **menace** :

les gens de la Côte ! L'absence de vision et d'un leadership régional empêche de faire bouger les choses pour le développement

Plus grande **opportunité** :

faire en sorte de travailler ensemble

Plus grands **enjeux** :

- d'abord et avant tout s'unir. S'entendre. Se parler. Cesser la division...
- croître à partir de ce que nous sommes
- réaliser l'aménagement du territoire sur la base d'une vision régionale commune et de l'exploitation du potentiel religieux / culturel / naturel

### ***Vision qui en est découlée :***

La Côte-de-Beaupré, une MRC attrayante et harmonieuse, aménagée dans le respect de la volonté régionale en fonction du développement durable et intégré, tant familial, récréotouristique, commercial et agricole qu'industriel...

### ***Orientations proposées :***

- Produire et réaliser un plan intégré d'aménagement
- Mobiliser les gens de la Côte...

### ***Plan d'action 2004-2006,***

juin 2004, IDÉ Groupe Conseil

#### ***Planification***

- Définir la nouvelle image de la Côte
- Revoir l'aménagement du boul. Sainte-Anne et l'Avenue Royale
- Harmoniser les règlements municipaux afin de refléter notre vision de la Côte selon des critères régionaux
- Développer un plan d'accueil touristique
- Sensibiliser les élus à l'élaboration d'une politique familiale et se positionner face à des clientèles cibles

#### ***Marketing***

- Faire l'inventaire des attraits et du potentiel de la Côte et les mettre en valeur
- Favoriser le développement agricole et agroalimentaire
- Développer un feuillet d'information et un site Web afin de mettre la Côte en valeur

### ***Transport***

- Consolider le transport collectif actuel
- Initier le projet de train de banlieue

### ***Projet d'envergure à long terme***

- Aménager un « plan d'eau » sur le Saint-Laurent

*Ce document, [Plan d'action 2004-2006](#), a fait l'objet d'une résolution de réception et d'acceptation lors de l'assemblée du 2 juin 2004 de la MRC...*

### ***Diagnostic et planification de développement industriel de la MRC de La Côte-de-Beaupré,***

décembre 2004, Roche

#### ***Mandat***

- Dresser le portrait de l'importance du secteur manufacturier sur la Côte-de-Beaupré :
- poser un diagnostic
- identifier les avantages concurrentiels
- évaluer le potentiel industriel de la région
- identifier les secteurs et créneaux d'activités à valoriser
- identifier une stratégie de partenariat
- élaborer un plan de mise en œuvre du développement industriel
- établir une stratégie de communication pour attirer et retenir les entreprises...

### **Diagnostic**

Les auteurs ont dressé la liste des forces et faiblesses de la Côte-de-Beaupré sur les aspects suivants :

- localisation géographique
- socioéconomie et main d'œuvre
- structure économique
- aménagement de territoire
- infrastructures
- concertation régionale

*Ainsi, pas moins de 31 faiblesses majeures sont répertoriées, contre seulement 20 forces...*

### **Avantages concurrentiels**

Les principaux facteurs d'attraction et de rétention des entreprises sont, selon l'enquête Roche :

#### **Localisation géographique**

- carrefour entre la Côte-Nord et la Ville de Québec
- réseau routier (route 138) permettant de rejoindre les autres régions du Québec
- proximité de Québec
- 3 heures de Montréal
- accessible par chemin de fer
- accès au bois de la Côte-Nord

#### **Qualité de vie**

- centre historique
- attraits touristiques :  
Mont Sainte-Anne et Basilique
- nombreuses aires de jeux et activités de plein air

### **Secteurs et créneaux à valoriser**

#### **Agroforesterie**

#### **Agroalimentaire et agrobiotechnologie**

- Aliments transformés-végétaux
- Aliments transformés-animaux
- Nutraceutiques et aliments fonctionnels
- Produits biologiques et d'ingrédients actifs

#### **Produits forestiers**

- Transformation secondaire du bois
- Produits de commodité (panneaux et placages)
- Produits spécialisés (portes et fenêtres, parquets, meubles d'extérieur, etc.)

#### **Production végétale**

- Arboriculture en pépinière
- Fruits et légumes
- Serriculture
- Acériculture
- Fruits sauvages
- Champignons, Ginseng

#### **Production animale**

- Ovine
- Apiculture
- Avicole
- Bovine
- Laitière
- Fermière traditionnelle

### *Autres industries*

#### **Plastique et matériaux composites**

- Revêtements, cloisons, plinthes, contenants

#### **Produits métalliques**

- Métaux forgés, moulés et extrudés
- Produits longs ou plats, câbles, tuyaux...

#### **Textiles**

#### **Environnement**

- Traitement des déchets et recyclage

### *Plan de mise en œuvre*

#### **Redéfinir le schéma d'aménagement**

- Revaloriser le développement industriel à l'intérieur du schéma
- Développer des zones industrielles régionales

#### **Développer une concertation régionale à tous les niveaux**

- Créer ou favoriser le regroupement de gens d'affaires
- Créer ou favoriser les regroupements municipaux
- Travailler au maillage d'entreprises
- Organiser un sommet économique (promoteurs, élus, organismes)

#### **Développer des infrastructures municipales afin de pouvoir répondre aux nouveaux besoins (nouvelles entreprises et expansion d'entreprises existantes)**

- Développer des zones industrielles locales et régionales
- Établir les devoirs des municipalités en terme d'infrastructures d'accueil

#### **Développer des structures d'accueil facilitant l'arrivée de nouveaux investisseurs et le cheminement des dossiers sur tout le territoire de la MRC**

- Consolider un guichet unique

#### **Établir une stratégie marketing**

- Identifier les personnes clés pour les présentations
- Mandater des représentants aux sommets économiques et autres liens d'affaires
- Dégager un consensus sur le positionnement existant
- Organiser des visites du territoire

### *Plan de communication*

- Définir un positionnement et une image
- Projeter une image dynamique à l'échelle locale, régionale et nationale
- Définir un slogan et un visuel
- Inciter les partenaires et entreprises du milieu et véhiculer le slogan et le visuel
- Revoir le site internet du territoire
- Développer un dépliant promotionnel du territoire
- Produire et diffuser un bulletin d'information périodique auprès des intervenants
- Produire une campagne annuelle avec thématique
- Diffusion des outils de communication et démarchage auprès des associations sectorielles

## ***Plan d'action local pour l'économie et l'emploi***

(PALÉE 2005-2007)

Dans un document très étoffé d'une quarantaine de pages, le CLD de la Côte-de-Beaupré, après l'analyse des forces et faiblesses, élabore un plan d'action couvrant les secteurs culture et patrimoine, tourisme, agricole, manufacturier, commerces et services ainsi que communautaire. Pas moins de 37 priorités sont alors identifiées, dont voici les principales :

### ***Culture et patrimoine***

- structurer le développement culturel du territoire
- poursuivre la mise en valeur du patrimoine
- créer un maillage agricole / patrimoine / tourisme
- accroître la notoriété de la Route de la Nouvelle-France

### ***Tourisme***

- doter la région d'un réseau d'accueil permanent
- positionner la Côte-de-Beaupré comme une destination de séjour
- développer une personnalité distinctive au plan touristique

### ***Agricole***

- assurer la visibilité des entreprises agricoles
- assurer la pérennité et le développement de l'agriculture
- favoriser l'occupation du territoire et l'entretien des terres
- assurer le support financier pour la promotion de l'agriculture

### ***Manufacturier***

- développer une stratégie industrielle
- stimuler la croissance des PME
- stimuler l'entrepreneuriat

### ***Commerces et services***

- soutenir le partenariat en affaires
- renforcer et développer l'image commerciale

*Pour appuyer ces priorités, tout près d'une centaine de moyens d'action avaient été inventoriés...*

## Ce qu'il faut retenir...

*Toutes ces études touchent un ou plusieurs aspects qui demeurent d'actualité :*

- **la nécessité d'une approche concertée**
- **l'urgence d'agir autour des forces**
- **l'importance d'améliorer l'image**
- **l'identification de créneaux porteurs**
  - **agroalimentaire**
  - **agroforestier**
  - **etc...**
- **le besoin de définir un positionnement, d'établir des priorités, d'identifier des opportunités, de prioriser des actions et d'agir !**

*La démarche VOIR s'attaque résolument aux mêmes défis, en présentant une perspective originale et une vision prometteuse.*



## Vision : positionnement d'avenir mobilisateur

***Cette démarche s'appuie sur un ensemble de facteurs : diagnostics faits à ce jour, recherches exhaustives, rencontres avec les directions de la MRC et du CLD ainsi que notre expérience sur le terrain et l'expertise des professionnels travaillant au dossier.***

***Alors que la planification municipale voit à favoriser et à supporter la croissance de l'économie locale par différentes mesures (zonage, congé de taxes, etc.), le développement communautaire, lui, agit sur la dynamique locale dans une perspective plus globale touchant divers aspects de la société (loisirs, environnement, culture etc.) afin de faire de la communauté un lieu agréable pour y vivre et y travailler. Quant à l'analyse économique, elle vise directement à appuyer les entreprises existantes dans leur croissance et à attirer de nouveaux investissements afin de créer des emplois et ajouter à la valeur foncière et à la richesse collective.***

***Notre analyse à ce stade-ci se différencie de celles produites traditionnellement sous l'angle de la planification municipale ou encore du développement communautaire et / économique, puisqu'elle vise essentiellement à donner une identité (personnalité) au territoire et à identifier les facteurs d'attraction et de rétention d'entreprises (donc de création d'emplois permanents).***

D'une part, il faut identifier les caractéristiques du territoire qui définissent notre personnalité, ces caractéristiques uniques que nous possédons et que personne ne pourra copier ou même tenter d'imiter. Ce « positionnement marketing », car c'est bien de cela qu'il s'agit, nous permettra de concentrer nos budgets et nos efforts d'attraction et de démarchage auprès d'investisseurs potentiels dans des créneaux qui nous sont propres... inimitables et inégalables...

D'autre part, il faut composer avec les faiblesses précédemment identifiées. Parmi celles-ci, certaines ne pourront jamais, à toutes fins utiles, être corrigées, alors que d'autres peuvent certainement être améliorées (laideur du boul. Sainte-Anne, manque de concertation, etc.), et qu'un certain

nombre peuvent carrément être éliminées ou transformées en force, comme la limite des hautes eaux, alors que la gestion active des milieux humides et l'optimisation de l'utilisation des berges du fleuve à des fins récréatives s'inscriraient parfaitement dans un positionnement Santé...

Cependant, de façon positive, il faut axer le développement du territoire sur les attributs qui nous rendent uniques par rapport à notre concurrence immédiate. Quelles sont ces caractéristiques? Nous en avons répertorié une douzaine qui nous semblent particulièrement prometteuses et porteuses...

### **Atouts distinctifs**

- Centre de ski de calibre international
- Unique voie d'accès et proximité d'un projet moteur et structurant, le Massif
- Concentration majeure d'attraits touristiques uniques
- Tradition agro-alimentaire
- Terres agricoles disponibles
- Berceau de la Nouvelle-France (patrimoine / culture)
- Fleuve au potentiel inexploité
- Centre d'interprétation des sols humides
- Très grande proximité du marché de Québec (750 000 habitants)
- Accès rapide à ce marché grâce à l'axe routier Dufferin-Montmorency
- Cinq voies parallèles (fleuve, 138, voie ferrée, route patrimoniale et plateau)
- Deux îlots de richesse foncière (est et ouest)
- Volonté politique de se prendre en main et de faire bouger les choses...

En plus de ces atouts uniques à la Côte-de-Beaupré, nous avons analysé les différents secteurs d'activité déjà bien implantés sur la Côte, et, surtout, ceux particulièrement porteur d'avenir afin de définir un créneau, un positionnement, qui s'appuie sur du concret et qui possède un fort potentiel d'avenir...

### **Plein air**

Évidemment ! Par les caractéristiques du territoire et les services et produits déjà en place, le domaine du plein air (et du tourisme !) est un incontournable et il peut – et doit – faire partie du développement économique de la Côte-de-Beaupré

### **Agroalimentaire**

La Côte-de-Beaupré, ainsi baptisée pour la beauté et la richesse de ses prés, offre tout le potentiel agroalimentaire de l'Île d'Orléans (et même plus, si on considère l'étendue du territoire), mais sans avoir l'inconvénient du pont... Produits du terroir, produits biologiques, fermes d'expérimentation, etc., le noyau est là pour un développement extraordinaire...

### **Santé et nutraceutique**

Toute une industrie de la santé et des nutraceutiques sommeille actuellement et peut se développer sur le territoire de la Côte, à partir des embryons qui y sont déjà implantés et des recherches qui s'y effectuent... Centre de recherche des boues, thalassothérapie, culture des argousiers, etc., il ne manque pas grand-chose afin que la Côte se donne une véritable personnalité dans ce monde de Recherche et Développement...

### **Patrimoine**

Le Berceau de la Nouvelle-France offre une panoplie de possibilités d'intégration d'entreprises : artisanat (fabrication de meubles et autres objets antiques et artisanaux), Chemin du Roy, quincaillerie artisanale pour les portes et fenêtres, restauration, produits du terroir etc. De plus, les Fêtes du 400<sup>e</sup> pourraient offrir une vitrine intéressante et importante pour promouvoir l'aspect patrimonial de la Côte...

### **Eco-environnement**

Toute la nature de la Côte-de-Beaupré favorise l'éco-environnement et l'implantation d'entreprises reliées à ce domaine, tant au niveau du recyclage que de la foresterie et de l'agro-alimentaire : un domaine en pleine expansion, partout sur la planète...

Chacun de ces secteurs génèrent des activités de service (tertiaire) ou encore de production ou de fabrication pour répondre, par exemple, à des besoins d'équipement ou de matériel, comme il sera illustré dans le présent rapport.



## Un positionnement porteur et englobant

Ce qu'il est intéressant de constater, c'est que ces cinq domaines de développement économique sont intimement liés entre eux et profondément complémentaires.

Par exemple, un centre de santé (thalassothérapie) situé en bordure du fleuve illustrerait bien la vocation Santé du territoire, tout en permettant la promotion de ses services. Il pourrait servir des aliments santé du terroir, organiser des activités de plein air, planifier des visites patrimoniales, visiter les fermes expérimentales, etc., etc.

Nous proposons donc que la prospection d'entreprises soit dirigée vers des entreprises innovantes et créatrices oeuvrant dans ces domaines d'avenir. Ainsi, chacun de ces cinq créneaux en viendrait à posséder une masse critique susceptible d'attirer d'autres entreprises intéressantes, sans compter la complémentarité et l'inter-relations entre les créneaux eux-mêmes.

À l'heure du retour aux valeurs traditionnelles, du protocole de Kyoto, du réchauffement de la planète, d'une sensibilisation profonde et universelle à la protection de l'environnement et à l'importance de manger santé et de faire de l'exercice dans un environnement sain et non pollué, la Côte-de-Beaupré se positionnera, sur les plans local, national et international, comme une destination avant-gardiste ayant su se bâtir une économie prospère et diversifiée en misant d'abord et avant tout sur ses attributs naturels, la qualité de vie de ses citoyens et le respect de préoccupations universelles...

Pour tous et chacun, la Côte-de-Beaupré sera désormais...

# Une région en Santé !

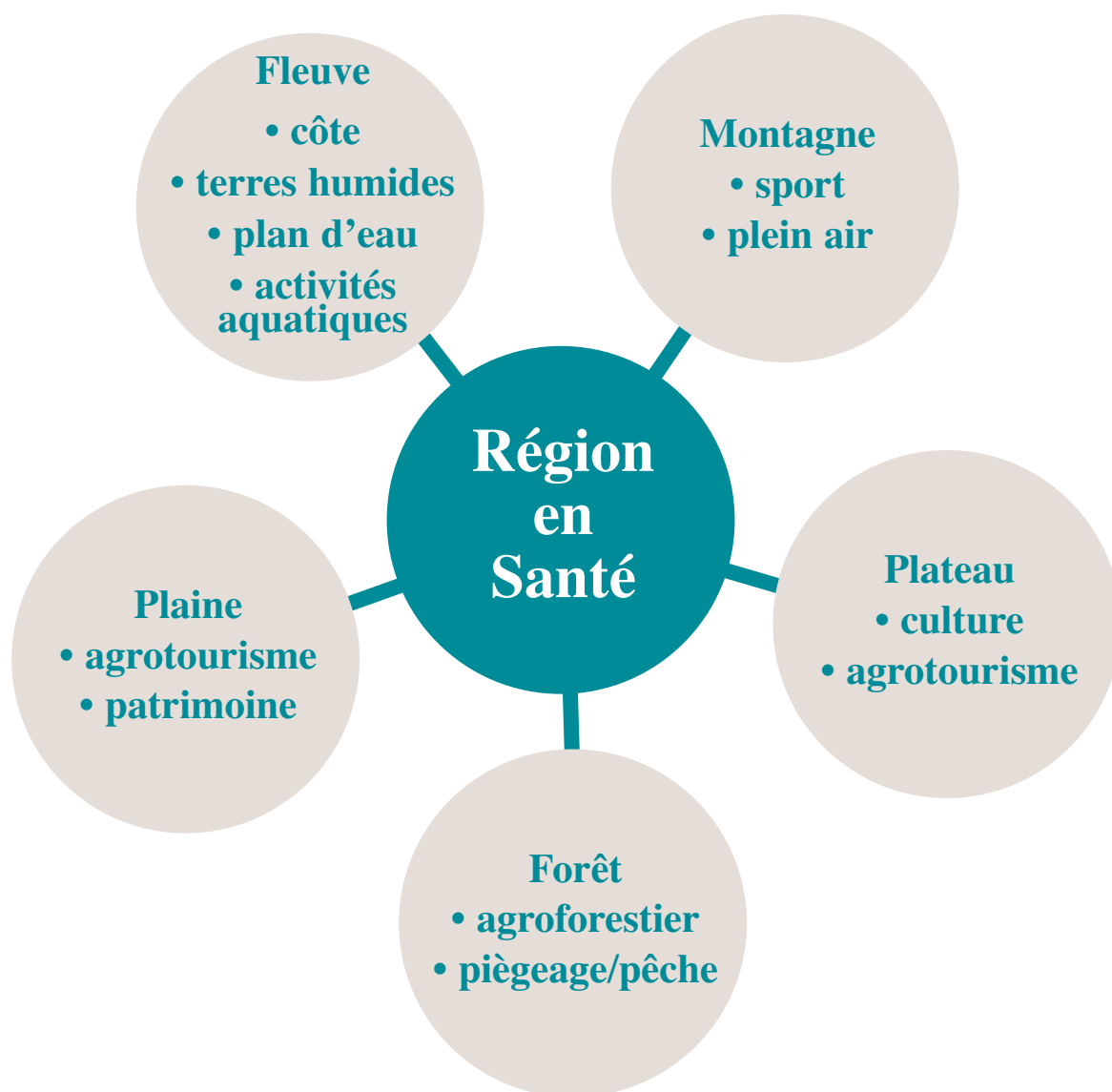
## Avoir une vision, c'est...

- *Le propre des leaders, se projeter vers l'avant et décider d'agir aujourd'hui pour un meilleur avenir collectif*
- *S'avoir identifier ses forces et ses atouts et les transformer en véritables avantages concurrentiels et en valeur ajoutée*
- *Éliminer totalement certaines contraintes et en atténuer d'autres, refuser le statu quo et passer à l'action dès aujourd'hui*
- *Regrouper les forces vives autour de projets mobilisateurs, rallier les troupes et leur montrer les voies à suivre...*

## Ce qu'il faut retenir...

- *La santé, l'environnement, le bien-être, le plein air et la qualité de vie sont aujourd'hui les priorités des Québécois et des Canadiens et une tendance internationale qui ne peut qu'aller en s'accroissant au cours des prochaines décennies...*
- *Se positionner dès à présent comme une région voulant développer son économie et la qualité de vie de ses citoyens en misant sur la santé, le plein air et l'environnement fait de la Côte-de-Beaupré un leader novateur qui léguera... une région en santé aux générations futures !*
- *Axer le développement de l'économie sur la santé, le plein air et l'environnement est un positionnement intégrateur et mobilisateur permettant à chacune des régions et des municipalités de la Côte d'y trouver son compte et d'exploiter au maximum ce territoire tout en longueur, serti et lové entre fleuve et montagnes...*
- *Bien qu'il n'englobe pas 100 % des composantes actuelles de l'économie de la Côte-de-Beaupré (aucun positionnement n'y arriverait), un développement économique basé sur la santé, l'environnement et la qualité de vie rejoint une majorité d'entre elles : bois, agriculture, terroir, tourisme, plein air, etc. En fait, seule la fabrication métallique s'intègre difficilement dans un tel positionnement...*
- *Ce positionnement nous amènera désormais à cibler des entreprises œuvrant dans les domaines de la santé, de l'environnement, du plein air et de la qualité de vie, des entreprises ayant en commun d'être basées sur la recherche, l'innovation et la haute technologie, de ne pas obligatoirement nécessiter de lourdes infrastructures industrielles et de créer des emplois stimulants et valorisants*

# Intégration territoriale



# Marketing et Tendances

Santé :

- service
- produit
- fabrication

Mobilisation  
et adhésion  
du milieu

Réalisation  
à moyen et à  
long terme

Facteur  
d'intégration

Regroupe  
plusieurs activités

Effet  
structurant

# (intégration horizontale)

Positionnement  
distinctif et  
tendances

Image claire  
et forte

Impact sur  
toute la Côte

Ne nécessite  
aucune  
masse critique

## Actions réalistes

- marketing
- organisation de l'offre
- émergence d'opportunités

# Activités économiques de la Côte

## Facteurs clés de succès

- Positionnement clair
- Mobilisation - adhésion - animation (approche intégrative)
- Amélioration du paysage urbain / rural par des politiques et pratiques mobilisantes
- Concentration et optimisation de zones économiques
- Efforts d'organisation, d'animation, de packaging et de commercialisation de la filière Santé
- Optimisation de filières existantes (*leaders*)
- Émergence de l'entrepreneuriat local
- Plan de positionnement et de démarchage

## Services

Santé patrimoniale  
Santé physique  
Santé nutritionnelle  
Santé bien-être  
Santé économique



Approche  
intégrale



- Image
- Messages clés
- Actions structurantes et cohérentes

## Produits

OFFRE  
Identification  
Élargissement  
Commercialisation (branding)  
Intégration (packaging)  
Installation (end user)



Distribution  
Implantation



- Réseau local
- institutionnel
  - commercial
  - industriel
- Réseau de proximité
- marché de Québec

## Fabrication

- Renforcer, animer
- Gestion des opportunités
- Manufacturing



- Leaders locaux
- Émergents
- Investisseurs étrangers



- Produits patrimoniaux
- Produits agroalimentaires / agroforestiers
  - existants
  - à développer
- Produits d'alimentation santé
- Produits hygiène-santé
  - savon, crème (boue, algues)
- Équipement sportif / plein air
- Infrastructure
- Produits dérivés
- Produits / services touristiques / éco-touristiques



## Optimisation : renforcement des leaders économiques actuels

***S'il est primordial d'axer le développement de la région autour des créneaux prometteurs, il est tout aussi essentiel d'optimiser les ressources actuelles de la Côte, même si celles-ci ne cadrent pas totalement avec le nouveau positionnement... En fait, il faut que les entreprises génératrices d'emplois et de richesses sur la Côte deviennent des entreprises en santé...financière afin de poursuivre leur développement et de générer davantage d'impacts économiques positifs pour l'ensemble de la Côte...***

### Le panorama économique et les perspectives de développement

#### **Secteur primaire : 7%, 87 entreprises, 360 emplois**

- Agricole : 70 employeurs, 151 employés
- Forestier : 9 employeurs, 169 employés
  - Centre de production des plants forestiers du Québec, 72 employés
  - Bois Gelmar, 45 employés
- Carrière : 3 employeurs, 32 employés

#### **Secteur secondaire : 26%, 60 entreprises, 1 440 emplois**

- Bois : 27 employeurs, 735 employés (près de 50%)
- Papier : 1 employeur, 410 employés (quelque 28%)
  - Abitibi-Bowater, 130 emplois (transformation); 415 (papier)
- Portes et fenêtres
  - Solaris, portes et fenêtres, croissance, exportation
  - Caron et Guay, 125 employés, croissance
  - Giguère Portes et fenêtres
- Métal : 15 employeurs, 275 employés
  - Gamma Industries, leader québécois en architecture métallique, 150 emplois
  - Trois autres entreprises de taille intermédiaire

#### **Secteur tertiaire : 67%**

Ce dernier secteur, même s'il constitue une pièce maîtresse de l'économie locale, n'est cependant pas couvert par la présente étude, même s'il pourrait certes bénéficier de pistes d'amélioration.

Nous pouvons noter par ailleurs que le secteur secondaire, celui de la transformation, occupe lui aussi une place de premier plan dans l'économie locale; il demeure cependant le plus vulnérable, tant en raison de sa concentration sectorielle que du nombre peu élevé d'entreprises dominantes (5 ou 6 entreprises) et de son exposition à la concurrence locale et étrangère. La productivité et les marchés d'exportation sont deux éléments essentiels au développement des entreprises manufacturières.

**Le système de classement industriel en Amérique du Nord (SCIAN) permet une analyse en profondeur des potentialités d'une économie à partir du profil industriel existant sur le territoire et celui pouvant émerger.**

**La grille de départ regroupe 20 catégories qui se subdivisent en 103 sous-secteurs, eux-mêmes se subdivisant à plusieurs reprises.**

11	<b>Agriculture, foresterie, pêche et chasse</b>	53	Services immobiliers et services de location et de location à bail
21	Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	<b>54</b>	<b>Services professionnels, scientifiques et techniques</b>
22	Services publics	55	Gestion de sociétés et d'entreprises
23	Construction	56	Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement
<b>31-33</b>	<b>Fabrication</b>	61	Services d'enseignement
41	Commerce de gros	62	Soins de santé et assistance sociale
44-45	Commerce de détail	71	Arts, spectacles et loisirs
48-49	Transport et entreposage	72	Hébergement et services de restauration
51	Industrie de l'information et industrie culturelle	81	Autres services, sauf les administrations publiques
52	Finance et assurances	91	Administrations publiques

*Classification industrielle (SCIAN 2002)*



Pour les fins de la présente analyse, dans la perspective de renforcer et d'optimiser les filières existantes, les classes priorisées sont :

<b>11</b>	<b>Agriculture, foresterie, pêche et chasse</b>
<b>31-33</b>	<b>Fabrication</b>
<b>54</b>	<b>Services professionnels, scientifiques et techniques</b>

## Les filières existantes...

<b>11</b>	<b>Agriculture, foresterie, pêche et chasse</b>
-----------	---

### En lien direct avec la santé !

Les domaines agricoles et l'agro-alimentaire sont deux secteurs devant être regardés comme faisant partie de la même grappe et d'une logique semblable. Si, sur la Côte-de-Beaupré, l'agroalimentaire occupe une place somme toute marginale (7-8 entreprises, 35-40 emplois), il présente des perspectives de développement de premier plan, selon que l'on donne un sens ou non à un positionnement comme celui de Région en Santé, tant sous l'angle d'une cuisine santé que d'une cuisine du terroir.

Le secteur agricole compte quelque 70 établissements, dont la très grande majorité sont de très petites exploitations. Il n'y a pas réellement de production intensive; la majorité de l'activité est de nature agro-touristique, notamment composé de cultures mixtes de fruits et de légumes. Ce volet a un potentiel de renforcement en développant des produits de niche qui visent à caractériser et à augmenter l'offre en appui à la personnalité et au positionnement de la région.

Plusieurs exploitants y pratiquent également une production animale : fermes laitières, élevage de bovins, chèvres et volailles (poules, oies, canard).

Quelques établissements spécialisés en apiculture et en exploitation vinicole contribuent à la diversité de l'offre.

La réfection d'un moulin, celui du P'tit Pré, dans le cadre d'un concept de tourisme industriel, pourrait également, si l'on pousse la logique au bout, susciter la production de graminées (blé, seigle, sarrasin, etc.) à des fins de production de farine et de produits de boulangerie.

La production artisanale, dite du terroir, ne bénéficie actuellement d'aucune marque de commerce ou de dénomination particulière. Les initiatives de commercialisation sont laissées à chacun. Le produit du terroir, même s'il bénéficie en ce moment d'un certain engouement et est recherché par le consommateur, peut connaître encore plus de succès. Dans une perspective de positionnement de Région en Santé, tous les produits associés à la Santé en terme d'alimentation (Cuisine Santé) et d'hygiène (produits naturels, savonnettes, huiles, crèmes, algues, boues, argile, etc.) pourraient être une source d'initiatives entrepreneuriales et d'opportunités non négligeables.

L'offre, si elle était plus structurée et mieux articulée, aurait un impact sur la demande et serait un formidable incitatif à :

- Recentrer l'offre actuelle (agro touristique, horticole, séricicole, etc.) et à en optimiser la production;
- Intégrer des éléments de la production actuelle à une offre plus structurée (Argousier, production horticole, apiculture, viticulture, fromagerie)
- Ajouter à l'offre par des produits associés ou dérivés;
- Se doter d'un branding (label) et de stratégies de commercialisation collective (Office de commercialisation)
- Mettre en valeur des portions de terre à des fins de production ou de valorisation du territoire (Élément traité dans la section Aménagement du territoire).

### 111 Cultures agricoles

Ce sous-secteur comprend les établissements, tels les fermes, vergers, plantations, serres et pépinières, dont l'activité principale est la culture agricole, la culture de plantes, de plantes grimpantes, d'arbres et de leurs semences (à l'exception des établissements qui se consacrent à la foresterie). Les facteurs d'intrant, notamment la qualité des terres, les conditions climatiques, le type de matériel, la quantité et le type de main-d'œuvre requis, ont été pris en considération dans la définition des classes. En règle générale, le processus de production arrive à terme lorsque le produit brut ou le produit cultivé est prêt à être mis sur le marché, c'est-à-dire lorsqu'il atteint le point de première vente ou de fixation des prix.

### 11120 Culture de plantes oléagineuses

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale est la culture de plantes fibreuses qui produisent des graines oléagineuses. Ce type de culture peut contribuer à embellir des zones agricoles en friche et pourraient en certains cas contribuer à élargir la gamme de produits du terroir (huile artisanale, graines séchées, etc.)

### 11190 Autres cultures céréalières

Exemples de cultures :

- Millet
- Sarrasin
- Seigle

### 111219 Autres cultures de légumes et de melons

Cette classe comprend les établissements qui ne figurent dans aucune autre classe canadienne et dont l'activité principale est la culture de légumes et de melons. Sont également compris dans cette classe canadienne les établissements dont l'activité principale est la production de semences potagères et de semences de melons, sauf les pommes de terre de semence, ainsi que de légumes et de melons à repiquer.

Exemples de cultures :

- Asperges
- Cantaloup
- Jardin maraîcher
- Légumes (sauf les grandes cultures)
- Plants de légumes de serre

### 111330 Culture de noix et de fruits

(sauf les agrumes)

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale est la culture des noix et des fruits, sauf les agrumes.

Ces cultures, si elles étaient mieux organisées, s'inscriraient bien dans un positionnement région en Santé.

### 111419 Autres cultures vivrières en serre

Cette classe comprend les établissements qui ne figurent dans aucune autre classe canadienne et dont l'activité principale est la culture vivrière en serre ou sous abri.

Dans la perspective ou des moyens sont pris pour reprendre contact avec le fleuve, notamment à des fins de santé du corps, la culture de certaines plantes, comme les algues, à titre d'exemple, contribuerait, à donner un cachet original à une entreprise de thalassothérapie.

Exemples de cultures :

- Herbacées, sous abri
- Hautes algues marines, sous abri
- Légumes de serre
- Récolte vivrière hydroponique, sous abri

### 11142 Culture en pépinière et floriculture

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale est la culture, sous abri ou en plein champ, de produits de pépinière et de floriculture comme le matériel de pépinière, les arbustes, les fleurs coupées, les graines de fleurs, les fleurs et les plantes vertes en pots, les plantes à fleurs à repiquer, les plantes d'ornement, ou une combinaison de ces cultures, et la production de matériel de propagation, par exemple, les mottes de plantation, les boutures et les cultures de tissus. Est également comprise dans cette classe la culture de

plantes ligneuses à courte rotation, comme les arbres de Noël coupés et les peupliers deltoïdes destinés à la production de pâte à papier qui, normalement, ont un cycle de croissance de dix ans ou moins.

Dans une démarche de positionnement, tous les gestes pouvant contribuer à améliorer l'image et à distinguer l'offre sont importants. Dans le cadre d'une RÉGION EN SANTÉ, les fleurs ornementales s'inscrivent dans cette logique.

### 111421 Culture en pépinière et arboriculture

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale est la culture, sous abri ou en plein champ, de produits de pépinière et d'arbres, et les plantes ligneuses à courte rotation destinées à la production de pâte et d'arbres à replanter qui, normalement, ont un cycle de croissance de dix ans ou moins.

La région se distingue actuellement par ses fermes destinées au reboisement des forêts. Cet aspect doit être connu et mis en valeur dans la perspective d'une région en Santé qui prend soin de l'environnement. La région doit renforcer son image Santé et de grenier de la Nouvelle France en produisant et commercialisant des arbres fruitiers ayant des valeurs nutritives et médicinales comme l'argousier, les pommiers, etc.

Exemples de cultures :

- Arbres fruitiers de pépinière

### **111993 Culture mixte de fruits et de légumes**

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale est la culture mixte de fruits et de légumes.

Exemples de cultures :

- Fruits de verger et légumes
- Fruits et légumes
- Petits fruits et légumes

### **112399 Élevage de toutes autres volailles**

Cette classe comprend les établissements qui ne figurent dans aucune autre classe et dont l'activité principale est l'élevage d'autres volailles, comme les canards, les oies, les faisans, les cailles, les autruches et les émeus.

Comme pour d'autres, ces produits bénéficient maintenant de l'engouement des consommateurs et des restaurateurs. Encore une fois, comment distinguer cette offre en l'associant à une thématique santé, par le type de nourriture donné, les méthodes d'élevage, par la mise en marché. Toute démarche mieux organisée et structurée pourrait contribuer à une croissance de ces activités.

Exemples d'élevages :

- Cailles, canards, faisans, oies, pintades

### **112420 Élevage de chèvres**

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale est l'élevage de chèvres.

Permet d'élargir l'offre de produits du terroir ainsi que l'offre de produits Santé pour l'hygiène du corps (savons, etc.).

Exemples d'activités

- Ferme d'élevage de chèvres
- Lait de chèvre, cru, production

- Production de produits dérivés (savon, crème, etc.)
- Production de lait de chèvres
- Production de mohair

### **112510 Aquaculture animale**

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale est la pisciculture et la culture de mollusques et de crustacés ou de toute autre sorte d'animaux aquatiques. Ces établissements font appel à diverses formes d'intervention dans le processus d'élevage pour accroître la production, notamment la garde en captivité des animaux, l'empoissonnement régulier et l'alimentation des animaux, et la protection des animaux contre les prédateurs.

La région est au cœur de vastes domaines de pêche sportive et récréative. Est-il possible de répondre à cette mission en organisant sur place des produits mieux définis et des services mieux structurés ?

Exemples d'activités

- Aleviniers de poissons
- Aquaculture, animal, eau douce
- Fermes piscicoles
- Pisciculture
- Production de grenouilles, ferme d'élevage

### 112910 Apiculture

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale est l'élevage d'abeilles, la récolte du miel et d'autres travaux d'apiculture.

Au cœur des activités prospères et en croissance, les produits de l'abeille peuvent contribuer à tous les volets d'une région en Santé. En associant cette industrie à un environnement embelli par les fleurs ornementales, les arbres fruitiers, etc. continuer à faire preuve de créativité et à ajouter aux produits du miel une touche nouvelle à saveur de la Côte.

Exemples d'activités

- Apiculture
- Exploitation apicole
- Miel et production de cire d'abeilles
- Produits dérivés

### 113 Foresterie et exploitation forestière

Ce sous-secteur comprend les établissements dont l'activité principale est la production et la récolte du bois caractérisé par un long cycle de croissance (dix ans ou plus). La culture d'essences à long cycle de croissance se distingue, sur le plan des procédés de production, des cultures à court cycle de croissance. Ces dernières nécessitent une intervention horticole plus importante avant la récolte et s'appuient sur des procédés qui s'apparentent davantage à ceux que l'on retrouve dans le sous-secteur Cultures agricoles. Par conséquent, la culture d'arbres de Noël et d'autres espèces caractérisées par un cycle de production d'une durée inférieure à dix ans, est rangée dans le sous-secteur Cultures agricoles.

Les établissements des diverses classes de ce sous-secteur se spécialisent dans différentes étapes du cycle de production. La reforestation nécessite la production de semis dans des pépinières spécialisées. La production du bois nécessite des forêts naturelles ou des terres convenables disponibles pendant une longue période. La durée de la maturation du bois dépend des essences forestières, des conditions climatiques régionales et de l'utilisation à laquelle est destiné le bois. La récolte du bois, sauf lorsqu'elle est effectuée à très petite échelle, nécessite un matériel spécialisé propre à cette branche d'activité. La récolte de produits forestiers, comme la gomme, l'écorce, les aiguilles de sapin et la mousse espagnole, est également comprise dans ce sous-secteur.

Dans une réflexion de région en Santé, plusieurs produits pourraient être traités de façon artisanale et contribuer à l'offre de produits originaux.

### 113110 Exploitation de terres à bois

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale est l'exploitation de terres à bois en vue de la vente de bois debout.

Exemples d'activités :

- Exploitation de récoltes de grands bois
- Exploitation de terrains boisés
- Fermes forestières

### **113210 Pépinières forestières et récolte de produits forestiers**

Cette classe comprend les établissements faisant appel à deux procédés de production distincts, ceux dont l'activité principale est la culture des arbres pour des fins de reforestation et ceux dont l'activité principale est la récolte de produits forestiers.

La région étant déjà producteur d'arbres pour la plantation et la reforestation, en plus d'héberger une forêt expérimentale (Université Laval), elle aurait intérêt à accentuer (et à faire connaître) ce rôle de régénérateur des forêts québécoises et canadiennes. Le développement durable s'inscrit tout à fait dans une thématique de région en Santé.

Exemples d'activités :

- Cueillette (récolte) de produits forestiers (p.ex., gommés, écorces, semences, mousse, aiguilles de pins, cônes)
- Cueillette (récolte) de produits poussants en forêt (champignons sauvages, truffes, baies, ginseng sauvage)
- Pépinières, foresterie

### **1142 Chasse et piégeage**

Ce groupe comprend les établissements dont l'activité principale est la chasse et le piégeage à des fins commerciales de même que l'exploitation et la gestion de parcs commerciaux à gibier.

### **115110 Activités de soutien aux cultures agricoles**

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à offrir des services de soutien aux cultures agricoles.

Ces activités sont directement en lien avec des initiatives mettant en valeur les produits SANTÉ et l'image de la région..

Exemples de services :

- Emballage de produits agricole
- Cueillette à la main des fruits des vergers
- Culture de vignes
- Nettoyage, céréales
- Taille d'arbres fruitiers et de vignes

### **115310 Activités de soutien à la foresterie**

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à offrir des services de soutien particuliers relatifs à la récolte du bois.

Exemples de services :

- Lutte antiparasitaire en forêt
- Plantage d'arbres forestiers

31-33

fabrication

**Produits en bois**

Toute proportion gardée, la Côte-de-Beaupré compte sur une concentration de ses activités dans le domaine de la fabrication plus importante que la moyenne québécoise. Cinquante pour cent de ces activités sont attachées au secteur du bois avec des entreprises comme Abitibi-Bowater, Bois Genmar, le Groupement forestier Québec Montmorency et le Centre de production des plants forestiers du Québec.

Sous plusieurs aspects, cette catégorie représente un talon d'Achille; on y dénombre un grand nombre d'emplois dans un nombre relativement faible d'entreprises, dont une multinationale où les décisions sont assujetties à d'autres impératifs que la seule viabilité du centre de production local. Par contre, cette spécialisation peut être une source d'opportunités dans la perspective où l'on réussit à élargir les marchés ou encore la gamme de produits offerts, soit par des produits à valeur ajoutée ou encore par une gamme de produits destinés à des besoins précis sur le territoire.

Par exemple, une politique d'architecture paysagère et domiciliaire, avec des règles, usages de matériaux, etc. favorisant l'implantation de maisons pièces sur pièces en bois ou des maisons à ossature de bois sur le territoire, avec des choix architecturaux et de matériaux à l'intérieur d'un certain registre, accentuerait la demande tant pour les produits du bois ou encore d'architecture ornementale en métal selon le cas. Tout devient alors une question de volonté. Un recensement des besoins et des opportunités pourrait être réalisé.

Les informations suivantes, tirées du répertoire de classification des entreprises canadiennes, sont révélatrices des possibilités générées par un tel engagement à cet égard.

**321111 Scieries (sauf les usines de bardeaux)**

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fabriquer des planches, du bois d'échantillon, du bois d'oeuvre, des poteaux et des traverses ainsi que des bardages à partir de billes et de billons. Ces établissements produisent du bois de charpente qui peut être brut, ou que l'on a raboté à la dégauchisseuse pour en adoucir la surface et pour obtenir des dimensions uniformes, mais ces produits (exception faite des bardages) ne subissent habituellement aucune autre opération de transformation ni de façonnage.

Exemples de produits :

- Bois de construction (c.-à-d., brut, raboté), fabriqué de billes ou billots
- Bois de feuillus (dur) dimensionné (p.ex., 2x4), à partir de billots ou billes
- Bois de résineux (mou) dimensionné (p.ex., 2x4), à partir de billots ou billes
- Bois de sciage fabriqué à partir de billes et billots
- Bois d'échantillon (p.ex., 2x4), à partir de billots ou billes
- Copeaux de bois, produits dans une scierie
- Déchiquetage de billots (pas en forêt)
- Lattes de paraneige, fabriquées à partir de billes ou billots
- Lattes fabriquées à partir de billes ou billots
- Parements, bois raboté, fabrication
- Scieries
- Sciures et copeaux de bois, fabriqués à partir de billes ou billots (c.-à-d., dans une scierie)
- Traverses de chemin de fer, fabriquées à partir de billes ou billots

### 321114 Préservation du bois

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à traiter le bois de charpente, le contreplaqué, les poteaux et autres produits semblables fabriqués ailleurs, à l'aide de substances qui les protègent contre la pourriture, le feu et les insectes. Sont inclus les établissements dont l'activité principale consiste à couper aux dimensions et à traiter poteaux, pieux, piquets et produits semblables en bois rond. Le traitement sous pression est la méthode la plus couramment employée. Parmi les produits de préservation les plus communs, notons les composés inorganiques aqueux, comme l'arséniate de cuivre et de chrome et le créosote.

Exemples de produits :

- Bois de construction traité avec du créosote ou autre préservatifs
- Bois imprégné sous pression, fabriqué à partir de contreplaqué acheté
- Contreplaqué, traitement avec créosote ou autres préservatifs
- Créosotage du bois
- Pilots pour fondation et construction marine
- Produits de bois, traités au créosote ou autres préservatifs
- Traverses de chemin de fer (c.-à-d., pont, traverse, traverse d'aiguille), et bois traité

### 321215 Fabrication de produits de charpente en bois

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fabriquer des éléments de charpente en bois, autres qu'en bois massif. Sont exclus, les établissements dont l'activité principale consiste à :

- fabriquer des éléments de charpente en bois sur le chantier
- fabriquer des éléments de charpente en bois massif, comme du bois d'échantillon et du bois d'oeuvre

Exemples d'activités de fabrication :

- Arcs en bois, lamellés-collés ou conçus à l'avance
- Armature de poutre en bois, toiture ou plancher
- Bois composé de longs copeaux
- Bois composé de placage laminé
- Bois d'oeuvre de charpentes, lamellés-collés ou conçus à l'avance
- Bois d'oeuvre lamellé-collé
- Bois entrecroisé
- Charpentes de toit en bois
- Copeaux longs de bois
- Pièces de charpente en bois, préfabriqués (p.ex., arcs, armatures de poutres, solives en I, plafond à membrures parallèles)
- Poutres en bois cloué-laminé
- Poutres en bois préfabriquées
- Poutres en bois, lamellées-collées ou conçues à l'avance
- Poutres en I



**321217 Usines de panneaux de copeaux**

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fabriquer des panneaux de copeaux et des panneaux de particules orientées. Ces produits sont faits de copeaux ou de brins de bois comme le tremble, le peuplier ou le pin des marais, ajoutés à un liant imperméable et maintenus ensemble à chaud et par pression.

Exemples d'activités de fabrication :

- Orientés, panneaux à copeaux
- Panneaux à copeaux orientés
- Panneaux gaufrés
- PPO (panneau de particules orientés)

**32191 Menuiseries préfabriquées**

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à produire de la menuiserie préfabriquée. De façon générale, ces établissements utilisent des machines, telles que dresseuses, dégauchisseuses, tours et toupies pour travailler le bois. Sont inclus les établissements dont l'activité principale consiste à sécher et dégauchir du bois acheté ailleurs. La menuiserie préfabriquée peut être revêtue d'un autre matériau, par exemple de plastique.

**321911 Fabrication de fenêtres et de portes en bois**

Cette classe canadienne comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fabriquer des portes, cadres de porte, fenêtres et cadres de fenêtre en bois, qui peuvent ensuite être recouverts de métal ou de plastique.

Exemples d'activités de fabrication :

- Cadres de bois, de porte et de fenêtre
- Cadres de fenêtres et châssis
- Cadres de portes et châssis

- Cadres et châssis de portes en bois et recouverts de bois
- Cadres et moulures de fenêtres, en bois et couverts de bois
- Fenêtres à éléments, en bois et couvertes de bois
- Persiennes de portes et de fenêtres, en bois et recouvertes de bois
- Portes de garage en bois
- Portes en bois et recouvertes de bois
- Portes suspendues, en bois et couvertes de bois

**321919 Fabrication d'autres menuiseries préfabriquées**

Cette classe comprend les établissements qui ne figurent dans aucune classe canadienne et dont l'activité principale consiste à fabriquer des ouvrages de menuiserie. De façon générale, ces établissements utilisent des machines, telles que dresseuses, dégauchisseuses, tours et toupies, pour travailler le bois. Sont inclus les établissements dont l'activité principale consiste à sécher et dégauchir du bois acheté ailleurs. La menuiserie préfabriquée peut être revêtue d'un autre matériau, par exemple de plastique.

Exemples d'activités de fabrication :

- Barreaux ou ronds d'échelle, bois dur
- Bois de dimension pour les meubles, bois brut
- Bois d'échantillon, fabriqué par resciage de bois acheté
- Bois embouveté
- Boiseries ornementales (ex., corniches, chambranles)
- Carreaux de bois, ébauches brutes

(suite page suivante)

- Construction d'escaliers (p.ex., poteaux d'escaliers, rampes, cages d'escaliers, escaliers), de bois
- Escaliers préfabriqués, en bois
- Moulures en bois
- Parquet
- Parquets de bois dur (assemblé)
- Plinthes de bois
- Rabotage de bois acheté
- Rampes d'escalier en bois
- Recouvrement de sol en bois de résineux
- Revêtement de plancher, en bois
- Tablettes en bois
- Travail du bois, intérieur et ornemental (ex., fenêtres, portes, cadres, parements)
- Usines de rabotage (c.-à-d., planage de bois brut acheté)

### **321920 Fabrication de contenants et de palettes en bois**

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fabriquer des contenants en bois, des éléments de contenant (planchages) prêts à monter, des produits de tonnelier et leurs pièces et des palettes.

La production et la culture de fruits et de baies, de même que la vigne, nécessite des produits de transport et d'emballage en bois, ce qui renforce l'image de production artisanale et du terroir.

**31-33**

**fabrication**

### ***Produits métalliques***

Le secteur de la fabrication métallique représente une part importante de l'activité manufacturière en occupant près de 20% de la main d'œuvre. Ce secteur est moins concentré, car il compte pour 25% des entreprises manufacturières (15 entreprises). Sous certains aspects, la consolidation d'activités manufacturières, même si elle représente une baisse des ressources à court terme (emploi), peut amener des opportunités de croissance par une meilleure efficacité.

Le secteur manufacturier est généralement exportateur et représente une ouverture sur les marchés étrangers, notamment américain. Encore une fois, les chefs de file dans ce secteur sont susceptibles de contribuer de façon marquée à la croissance économique. Des efforts d'accompagnement (Ex : centrale d'achat dans la fabrication en bois et en métal, équipes mobiles de main-d'œuvre pour les besoins d'appoint, formation ou autre, etc.) de ces entreprises devraient être mis en place, d'autant plus que ce sont également des entreprises fortement exposées à la concurrence internationale.

Ces entreprises bénéficieraient certainement d'actions complémentaires communes pouvant renforcer leur positionnement et leur caractère concurrentiel.

### **3323 Fabrication de produits d'architecture et d'éléments de charpentes métalliques**

Ce groupe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fabriquer des éléments métalliques pour des travaux de charpente ou d'architecture.

### **332311 Préfabrication de bâtiments en métal et de leurs composants**

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à préfabriquer des bâtiments métalliques.

Exemples de fabrication métallique :

- Remises de jardin préfabriquées
- Sections de bâtiments préfabriqués
- Serres préfabriquées

### **332321 Fabrication de portes et de fenêtres en métal**

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fabriquer portes et fenêtres, seuils, cadres de portes et fenêtres, moustiquaires, moulures et garnitures métalliques (habituellement en acier ou en aluminium).

Exemples de fabrication métallique :

- Coupe-bise
- Encadrement de portes et châssis
- Fenêtres à persiennes à encadrements
- Fenêtres hermétiques
- Persiennes pour portes et fenêtres
- Puits de lumière

### **332329 Fabrication d'autres produits métalliques d'ornement et d'architecture**

Cette classe comprend les établissements qui ne figurent dans aucune autre classe canadienne et dont l'activité principale consiste à fabriquer des produits métalliques d'ornement et d'architecture.

Exemples de fabrication métallique :

- Balustrades en tuyau
- Barrières
- Clôtures et portails
- Ferronnerie d'art
- Goulottes (ou descentes)
- Grilles décoratives
- Ouvrages d'architecture
- Parement

31-33

fabrication

### *Articles de sports et d'athlétisme*

#### **339920 Fabrication d'articles de sport et d'athlétisme**

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale est la fabrication d'articles de sport et d'athlétisme, sauf les vêtements et les chaussures.

Exemples de produits

- Articles de pêche
- Bottes de ski
- Machines (appareils) d'exercices
- Mocassins
- Patins à roulettes
- Produits sportifs et athlétiques

Sont exclus : les établissements dont l'activité principale est

- la fabrication d'uniformes d'équipe, d'accessoires vestimentaires et autres vêtements, la fabrication de chaussures d'athlétisme et de tous les autres produits métalliques, notamment la fabrication de bicyclettes et autres types de matériel de transport

Une étude plus approfondie permettrait d'identifier des joueurs clés de cette industrie (comme NIKE, ADIDAS, ou autre) qui prendraient avantage d'une région qui favorise le plein air, les activités sportives et l'écotourisme pour y tenir des activités de fabrication (produits de niche) ou encore de développer un centre d'essai et de validation d'équipements de haut niveau.

31-33

fabrication

### *Imprimerie*

#### **32311 Impression**

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir des services d'impression.

L'accentuation des activités de mises en marché, de publicité, de branding, l'augmentation de l'offre de produits touristiques, écotouristiques, etc., peuvent avoir des répercussions sur l'activité économique tels que des besoins accrus de graphisme, d'impression etc., d'outils imprimés, (brochures, dépliants, etc.) de produits dérivés, sites web, etc...

54

### Service professionnels, scientifiques et techniques

L'approche Santé doit mettre l'accent sur l'innovation, l'internationalisation et la matière grise (professionnels, sciences et recherche)

Toute la notion de Région en Santé peut accélérer des initiatives de recherche et développement et présenter des opportunités insoupçonnées. Ce positionnement est également attractif pour des professionnels qui privilégient la qualité de vie.

La présence de produits agroalimentaires, d'arbres fruitiers, les marais du fleuve, la forestation agroforestière peuvent être des sources d'attraction pour des chercheurs et professionnels (ex.: nutraceutiques, etc...)

#### 541710 Recherche et développement

Exemples de laboratoires de recherche et développement :

- Agriculture
- Alimentation
- Bactériologie
- Biotechnologie
- Botanique
- Chimie
- Contre le cancer
- Entomologie
- Environnement
- Foresterie
- Génétiques
- Horticulture
- Santé
- Sciences de la vie

#### 54131 Services d'architecture

Ce groupe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à planifier et concevoir la construction de bâtiments et d'autres ouvrages résidentiels, institutionnels, récréatifs, commerciaux et industriels en s'appuyant sur une connaissance du design, des méthodes de construction, des règlements de zonage, du code du bâtiment et des matériaux de construction.

#### 541320 Services d'architecture paysagère

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à planifier, concevoir et administrer l'aménagement de terrains pour des projets tels que des parcs et d'autres aires de loisirs, des aéroports, des routes, des hôpitaux, des écoles, des lotissements et des zones commerciales, industrielles et résidentielles en s'appuyant sur une connaissance des caractéristiques des lieux, de l'emplacement des bâtiments et des ouvrages, de l'utilisation des terrains et des plans d'aménagement paysager.

Exemples de services :

- Aménagement de jardins
- Aménagement paysager
- Architecte-paysagiste
- Conception de terrains de golf
- Planification de zone de ski
- Planification du paysage
- Planification d'utilisation de terrain

## Optimiser, c'est...

- ***Ne pas nécessairement avoir le meilleur jeu, mais tirer le maximum de nos atouts...***
- ***Donner à la région un rendement optimal en créant les conditions de développement économique les plus favorables***
- ***Aider ses leaders économiques à encore mieux performer, à entraîner les autres dans leurs sillages et à contribuer à générer de l'emploi et de la richesse collective***

## Ce qu'il faut retenir...

- ***La croissance la plus facile, la plus rapide et la moins dispendieuse est la croissance dite « interne », c'est-à-dire celle provenant d'entreprises déjà bien implantées sur le territoire***
- ***20 % des entreprises génèrent 80 % des emplois et de la richesse : ce sont ces entreprises qu'il faut supporter et aider en priorité. En fait, ce n'est pas compliqué, il faut les aider à nous aider...***
- ***Il faut rencontrer les dirigeants de ces entreprises et les écouter exposer comment les divers intervenants, MRC, CLD, municipalités, Centres d'emplois et autres organismes socio-économiques pourraient les aider à progresser, à être plus concurrentiels et à se développer. La création et la tenue d'un **Forum régional des Leaders** regroupant les dirigeants de ces entreprises leaders ainsi que les représentants des organismes socio-économiques et autres leaders régionaux seraient un pas dans la bonne direction***
- ***Parallèlement, il faut également favoriser la mise en commun de différentes ressources pour les très petites et petites entreprises qui foisonnent dans les domaines de l'agriculture, l'agrotourisme, produits du terroir et artisanat : centrale d'achat et de mise en marché, promotion, banque de travailleurs spécialisés, etc. Ces petites entreprises émergentes sont porteuses de diversification et de succès à venir. Ces entreprises profiteraient grandement d'un partenariat clair et de pratiques d'affaires modernes et partagées.***



## Intégration : développement d'une économie transversale

***La Côte-de-Beaupré est une région côtière linéaire que l'on peut associer à la notion de corridor. Sur ce territoire étalé, la restructuration physique passe par une agrégation, une concentration d'activités autour de pôles ou de grappes existantes.***

***La morphologie du territoire et la relative rareté des terrains industriels (légers) et commerciaux nécessitent donc de concentrer les activités autour de points d'ancrage.***

***Les produits et services reliés au secteur touristique doivent être concentrés à proximité des lieux récréo-touristiques (montagne, canyons, chutes, etc.)***

***Ce concept de corridor d'affaires requiert cependant un plan d'aménagement précis, des balises sévères pour les dégagements et l'embellissement des terrains et des façades le long de l'axe autoroutier.***

La Côte doit mettre en valeur le long de ce corridor les différents axes que constituent le fleuve, les terres en friche et le plateau (escarpement) par des décisions liées à l'embellissement du territoire et l'amélioration de la qualité de la vie. Des politiques et des réglementations visant l'aménagement horticole comme des règles architecturales plus sévères et surtout plus cohérentes doivent être mises en place, avec une approche mobilisante pour les divers intervenants liant le paysage et le bâtiment.

Le fleuve pourrait être mis en valeur par la mise en place du plus long sentier fluvial (Natural Path) de quelque 50 kilomètres, lequel constituerait à lui seul une attraction touristique et un lieu recherché par les villégiateurs et les baladeurs.

Les berges pourraient être mises en valeur par des haltes d'observation, par des quais appropriés pour la navigation de plaisance et le retour de la pêche sportive sur le fleuve, par des cultures spécialisées de plantes aquatiques ou encore mieux adaptées aux marais et aux milieux humides.

Un environnement fluvial mieux articulé pourrait susciter des investissements de villégiateurs Santé, comme de la thalassothérapie, et mettant en valeur le bord du fleuve, ses plantes, ses marais et ses boues.

Le fleuve, les berges, les escarpements, le plateau, la montagne, les forêts doivent faire partie d'une offre intégrée d'écotourisme, alliant à la fois la géographie, les produits santé, les équipements appropriés, les produits du territoire, l'hébergement, etc. Il faut organiser l'offre, l'emballer et la promouvoir.

La proximité de Québec est un atout. On part des besoins locaux et on les externalise vers un marché périphérique porteur. Les parcours le long de la côte doivent être abondants : voie fluviale, détours champêtres, voie royale, marche des escarpements, sentiers forestiers et de montagne, tous ces chemins doivent être interreliés et présenter une occasion unique de ballade.

Tout est possible pour faire de la Côte un parcours à quadriller, arpenter et à découvrir avec toutes ses facettes Santé. Cette approche originale doit s'appuyer sur des réalités incontestables (et à publiciser) :

- amélioration du paysage autoroutier (maximiser les percées visuelles, mettre en place des trompe l'œil naturel, semer les champs pour détourner le regard, illuminer des éléments paysagers et architecturaux d'intérêt ou encore en créer des artificiels, comme des murales)
- mise en valeur des terres en friche avec une culture créative de graminées, laquelle pourrait être associée à la meunerie du Petit Pré ou sélectionnée pour sa beauté naturelle (lin, tournesol, etc.)
- promotion et développement de pratiques sociales et économiques favorisant la mise en valeur de la Côte, tels l'embellissement horticole, les règles architecturales, les pratiques de bouffe santé, l'intégration des produits à la chaîne de valeur (tourisme, hébergement, nourriture Santé, randonnées champêtres, produits du terroir, produits dérivés, qualité de vie, sport écologique, randonnée pédestre, raquette, bicyclette, etc.)

## Facteurs clés de succès

La concertation et la cohésion des différents acteurs de la scène économique locale, régionale et provinciale constituent la base requise pour établir un développement cohérent et porteur,

Il est important à la fois de faire le lien avec la population, de mobiliser les intervenants, de rallier les instances à la vision et aux objectifs qui en découlent et de faire l'unanimité sur les actions à entreprendre.

**1** Une politique de transparence, prenant appui sur une consultation du milieu (qui amènerait un large consensus) serait une condition préalable, notamment autour d'une approche originale et un thème mobilisateur comme celui de la SANTÉ.

### Actions :

- Organiser quelques rencontres avec divers groupes locaux autour du positionnement et faire connaître les résultats.

**2** La concurrence entre les villes et les régions s'appuient sur les éléments distinctifs et la valeur ajoutée. Le positionnement, l'image et le marketing prennent ici tout leur sens.

### Actions :

- Développer un plan de positionnement et le faire refléter dans tous les outils promotionnels
- Développer une action de commercialisation de la région en profitant du 400<sup>e</sup> comme élément de diffusion
- Confier un mandat à une firme experte



**3** L'économie locale s'abreuve de la croissance et du dynamisme des entreprises leaders.

**Actions :**

- Demander au CLD de dresser un tableau des entreprises leaders qui ont un impact sur l'emploi
- Développer un protocole d'accompagnement afin de faciliter leur développement sur la Côte
- Maintenir des relations soutenues avec ces entreprises dans une relation de facilitateur

**4** L'économie locale doit également se nourrir de l'esprit d'entreprise et favoriser l'émergence de nouvelles activités.

**Actions :**

- Créer des conditions favorables à l'émergence de nouvelles entreprises dans un esprit d'entraide avec le concours du CLD
- Évaluer le potentiel entrepreneurial de deux enclaves démographiques où le niveau de richesse et le niveau d'instruction est plus élevé, la zone suburbaine de Boischatel et la zone de villégiature de Saint-Ferréol-Hes-Neiges.

**5** Un positionnement autour de la Santé peut générer des opportunités dans divers domaines par des actions croisées et synergiques.

**Actions :**

- Favoriser l'émergence et la production de produits du terroir en stimulant la demande par une pratique d'achat concertée de divers intervenants (Centre de ski, lieu de villégiature, etc.)

- Créer une charge d'animateur – commercialisation pour favoriser une politique et un plan d'action clair dans une perspective d'accompagnement des petits producteurs et d'agent de liaison avec les donneurs d'ordre.
- Participer activement aux rencontres de commercialisation organisées par Pôle Québec Chaudière-Appalaches.

**6** La participation d'investisseurs étrangers est un facteur d'enrichissement du milieu. Leur intérêt est relié au marché et au type de support offert par le milieu.

**Actions :**

- Préciser autour de la filière bois, du matériel de plein air et de l'alimentation Santé le potentiel d'attraction de la Côte, parallèlement au déploiement d'une image thématique forte.
- Produire un plan de démarchage documenté (financé en grande partie par le *Programme d'Appui à l'Investissement dans les Communautés PAIC*) et en confier la réalisation conjointe au CLD et à Pôle Québec Chaudière-Appalaches.

## Intégrer, c'est...

- **Faciliter le regroupement d'entreprises et assurer leur compatibilité et leur complémentarité ainsi que le bon fonctionnement des échanges commerciaux et de services entre elles...**
- **Faire entrer une ou des entreprises dans un ensemble économique plus vaste afin de faciliter leur développement et celui des autres en périphérie**
- **Former un tout plus harmonieux et cohérent avec à la base des éléments quelquefois disparates**

## Ce qu'il faut retenir...

- **Il faut sortir des sentiers traditionnels et des modèles économiques prêts-à-porter afin de bâtir une intégration horizontale novatrice et efficace, bien adaptée à la structure économique actuelle de la Côte-de-Beaupré ainsi qu'à son territoire particulier, ses atouts, ses forces et ses faiblesses**
- **Il faut revoir certains attributs de la Côte naguère considérés comme des faiblesses, les transformer et les intégrer harmonieusement à l'ensemble pour en faire des spécificités et, éventuellement, des forces et des atouts...**
- **L'intégration doit notamment viser à quadriller le territoire du Sud au Nord et d'Ouest en Est, plutôt que de simplement le traverser comme un long corridor, ce qui est trop souvent son lot actuellement**

# Pôles Santé

pouvant se répercuter sur tout le territoire







## Réalisation : aménagement cohérent du territoire

**Les rapports d'étude fait par divers groupes démontrent que les neuf municipalités (dont six sont implantées le long du fleuve sur un parcours de 50 km) ont chacune opté pour une perspective individuelle de développement urbain, contribuant ainsi à l'éparpillement d'industries et de commerces de toutes sortes le long de la route 138.**

**Ce développement n'a évidemment pas permis l'intégration d'entreprises, comme d'autres municipalités ont réussi à le faire en planifiant des parcs industriels régionaux.**

**L'aménagement du territoire devra avoir pour but de :**

- **Capter le trafic (quadriller du Sud au Nord) et bénéficier de l'achalandage**
- **Stimuler l'accès aux ressources sur l'ensemble du territoire**
- **Favoriser le développement industriel et économique à trouver des « grappes » réparties sur le territoire (certaines existantes et à bonifier, d'autres à créer)**
- **Favoriser le développement d'industries légères et tertiaires**
- **Se préparer à accueillir le débordement d'entreprises de la région de Québec (secteur de la Santé)**

L'approche que nous suggérons se veut axée sur la consolidation de certaines structures existantes et la réorganisation du territoire afin de permettre à chaque municipalité de tirer des avantages à court, moyen et long termes. Trois éléments importants sont obligatoires pour la réussite de ces changements :

- Un schéma d'aménagement flexible appliqué avec rigueur
- Une solide volonté politique dans l'application des changements proposés
- Une campagne de sensibilisation adaptée

La Côte-de-Beaupré doit avant tout retravailler l'image de son territoire pour obtenir une meilleure lecture de l'environnement que ce soit au niveau du tourisme, des industries, des commerces et de l'agroalimentaire.

Ces changements sont abordés de la façon suivante :

- Voies de circulation et d'accès aux municipalités et aux entreprises
- Secteur industriel/services connexes
- Secteur commercial et de services
- Secteur touristique et agroalimentaire

### Voies de circulation et d'accès aux municipalités et aux entreprises

Malgré le fait que la 138 ait été réaménagée au cours des dernières années, cet axe routier à circulation parfois intense selon la saison, dessert plusieurs utilisateurs qui n'ont pas les mêmes objectifs. En effet, la 138 dessert tout à la fois les résidents du milieu, toutes les entreprises locales, les sites touristiques et, plus à l'Est, la Côte-Nord.

Les objectifs visés sont les suivants :

- 1- Mieux définir les attraits de la 138 et la sécurité
- 2- Définir une route santé, des voies de service et une route verte
- 3- Définir un bâti architectural afin d'établir une intégration visuelle harmonieuse de l'existant et du futur
- 4- Favoriser le développement d'une piste cyclable et piétonnière

## OBJECTIF 1

***Attirer la population par un visuel plus attrayant le long de la 138 en favorisant le développement d'activités économiques respectant le caractère pittoresque du territoire***

La MRC de La Côte-de-Beaupré est soucieuse de l'aspect visuel de son territoire et a déjà commencé à planifier des aménagements urbains permanents pour l'amélioration visuelle du circuit.

Un environnement monotone incite les conducteurs à accélérer afin de se rendre à leurs destinations. La Côte-de-Beaupré étant un point de convergence important, tant pour ses activités culturelles, sportives, industrielles et commerciales que touristiques elle doit se doter d'un aménagement et d'une signalisation sachant valoriser la beauté de la côte :

- Une image forte de prospérité en favorisant ses atouts pittoresques

Aux deux entrées de la MRC et à chaque rond-point, il faudra favoriser les connexions à l'avenue Royale afin de dégager la 138. Également, à chaque rond-point, permettre une signalisation adéquate correspondant à une image forte du territoire harmonisée avec son environnement. Les nouveaux aménagements urbains de qualité favoriseront la circulation aux touristes qui se plairont à utiliser cette avenue sans stress et en toute sécurité.

Il devrait être envisagé d'augmenter le nombre de demi-ronds afin de faciliter les accès aux municipalités, à l'avenue Royale et au fleuve.

### ***Amélioration de la sécurité sur la 138***

La route 138 est pourvue de quatre voies rapides desservant plusieurs utilisateurs:

- Les usagers désirant se rendre dans les industries ou les commerces longeant la 138 ou tout simplement entrer ou sortir du territoire
- Les touristes désirant avoir accès aux sites touristiques en toute sécurité
- Le transport lourd transitant par la Côte-de-Beaupré pour desservir les entreprises locales et celles de la Côte-Nord

Ce même constat ressort dans certaines municipalités longeant la route 117 (dans les Laurentides). En effet, des problèmes de sécurité ont été constatés pour tous ceux qui désirent entrer ou sortir du territoire, obligeant les automobilistes à ajuster constamment leur vitesse.

La MRC de La Côte-de-Beaupré pourrait envisager d'aménager, aux endroits appropriés, du côté sud de la 138, une ou des voies de services pour les activités actuelles et à venir.

## OBJECTIFS 2

### *Route verte, route bleue route santé et voies de service*

Le long du fleuve, la MRC a déjà une emprise sur les berges. Nous proposons d'utiliser cette emprise pour y aménager une piste cyclable et piétonnière afin de favoriser la marche, la bicyclette, le patin à roues alignées et, l'hiver, le ski de fond.

Cette nouvelle route verte pourrait s'étendre de Boischatel jusqu'au Cap Tourmente (à certains endroits – longer la 138). Cette nouvelle voie de circulation permettrait aux gens de chacune des municipalités, sans compter les touristes, de se réapproprier le fleuve, tout en favorisant leur santé.

Il est important de se rappeler que les nouvelles tendances de vie des habitants contemporains sont axées sur la santé

Aux ronds-points existants, des parcs (plus qu'une halte routière) pourraient être aménagés avec du mobilier urbain ainsi qu'un petit stationnement donnant accès aux touristes ainsi qu'aux résidents du secteur. Cette façon de faire permettrait aux usagers de se réapproprier le fleuve, aux flâneurs de relaxer et aux automobilistes de redécouvrir la beauté du fleuve.

## OBJECTIF 3

### *Intégration du milieu bâti*

Une campagne de sensibilisation bien articulée mobilisera les propriétaires afin d'apporter des modifications à leurs aménagements paysagés actuels ainsi qu'à leurs bâtiments afin de refléter l'image de marque que la MRC veut donner à son territoire. Dans le schéma d'aménagement, la MRC devrait prévoir, par voie de réglementation, les nouveaux critères d'aménagements architecturaux urbains ainsi que des aménagements paysagés qui viendront compléter ceux que la MRC mettrait en place le long de la 138.

L'enjeu de cette campagne est de promouvoir une image d'excellence, de réussite. N'oubliez pas que c'est un endroit où il fait bon vivre, où la santé est importante. Démonstrons une image de prospérité.

### *La croissance de la MRC et de ses municipalités doit passer par une densification de son territoire aménageable*

Une des caractéristiques de la Côte est la présence des cinq voies parallèles et des étroites bandes de terre enclavées par le fleuve, la route 138, le chemin de fer, l'avenue Royale ainsi que les terres agricoles plus au nord.

Le véritable défi sera d'optimiser les terres du côté nord de la 138 (zonage agricole, érablières à protéger, etc.), alors que le côté sud de la 138 devra, compte tenu du contexte actuel, faire l'objet d'une réflexion plus approfondie.

Les nouveaux développements devront être pourvus d'espaces verts suffisamment larges permettant l'accès au fleuve et définissant le secteur résidentiel des autres usages non-résidentiels.

Comme il existe déjà des entreprises industrielles et de services implantés sur le côté sud de la 138, on pourra permettre une densification tout en restreignant leur expansion.

Par contre, au moins deux sites pourraient être définis dans ce secteur de la 138 afin d'y attirer des entreprises de R&D qui privilégient pour leurs employés un contact avec la nature.

## **SECTEURS INDUSTRIELS / SERVICES CONNEXES**

La MRC de La Côte-de-Beaupré est préoccupée par son économie et son schéma d'aménagement.

Elle désire supporter une croissance de son économie, tout en privilégiant l'harmonisation de son territoire.

Une région en Santé doit permettre le développement du milieu dans un encadrement flexible axé sur l'économie durable et harmonisé avec son environnement.

Dans le contexte actuel la dissémination des entreprises sur le territoire élimine l'effet de regroupement (grappe industrielle) et ne permet pas une bonne compréhension du territoire.

Nous proposons donc que la MRC puisse, dans son schéma d'aménagement, permettre aux entreprises leaders actuelles de se développer sur son territoire et de s'investir dans la recherche de nouvelles entreprises développant des produits à valeur ajoutée dans les secteurs clés de la MRC, soit le métal ou le bois.

Ces nouvelles entreprises, en bénéficiant de la proximité des leaders locaux ayant un rayonnement sur l'ensemble du territoire et aussi hors territoire, maximiseraient leur potentiel de croissance plus rapidement.

À titre d'exemple, dans le secteur Boischatel et l'Ange Gardien, des concessionnaires automobiles se sont déjà installés aux abords de la 138.

Nous proposerions, comme l'ont fait récemment Ville de Laval (sur un tronçon du Boulevard Chomedey) et Chambly (sur un tronçon de la 112) de permettre, de chaque côté du boulevard, à de nouveaux concessionnaires de s'y installer, créant du même coup une masse critique importante favorisant la venue d'autres commerces connexes à ces entreprises.

Ville de Laval a mis l'accent sur les aménagements urbains en façade des entreprises, créant ainsi une vitrine de produits ciblés et évitant l'impression que le boulevard est parsemé de grands stationnements...

Il pourrait en être de même pour les produits récréatifs, les services, les entreprises en construction, et les commerces de proximité.

Les services d'hébergement, quant à eux, ont naturellement eu ce besoin de se regrouper. La MRC devrait continuer à encourager ce regroupement, tout en favorisant une amélioration des façades des immeubles et des aménagements urbains.



## **SECTEUR COMMERCIAL ET DE SERVICE**

On peut remarquer, dans les centres urbains, que les commerçants ont naturellement tendance à se regrouper afin d'utiliser la force d'attraction des locataires piliers, tel que supermarché, banque ou pharmacie.

Le choix de leur emplacement est souvent guidé par une zone d'attraction naturelle desservant un plus grand nombre de clients leur permettant une croissance de leurs chiffre d'affaires et assurant la pérennité de leurs entreprises.

La Côte-de-Beaupré n'échappe pas à cette tendance comme on peut le remarquer avec les nouvelles constructions (IGA et Jean Coutu).

La mixité des usages à Sainte-Anne-de-Beaupré permet difficilement la venue d'autres commerces de détail et rend difficile la venue d'autres commerces de destination, ce qui ne favorise en rien une image commerciale porteuse d'avenir.

Notre proposition est que le quadrilatère de la rue Réginas, l'avenue Royale jusqu'à l'intersection de la 138 et l'avenue Royale puisse accueillir un plus grand nombre de commerces. pour les années futurs.

Le schéma d'aménagement devrait favoriser la densification et l'optimisation du territoire.

### ***Des commerces répondant aux besoins des clients.***

Les clients de sports extérieurs et les touristes ont besoin d'avoir une vie de soirée accueillante, stimulante, afin de prolonger leurs séjours.

Avec plus de 45 activités annuelles répondant à tous les goûts dans cette région, il est naturel de fournir à cette clientèle, en plus des restaurants de fine cuisine et du terroir, un type de restaurants branchés.

Nous opterions pour des restaurants thématique et quelques bars branchés complémentaires à la venue d'un cinéma.

Dans de plus petits marchés, comme à Sainte-Anne-des-Monts et à Saint-Nicolas (Lévis), des entrepreneurs ont ouvert des salles répondant à un besoin du milieu.

Si l'offre de services sur la Côte est plus globale, les gens de la région, au lieu de se diriger vers les grands centres, pourraient utiliser l'offre de service de la MRC.

Concernant l'avenue Royale, celle-ci devrait avoir un traitement particulier par l'ajout de mobilier urbain, d'arbres, d'arbustes et d'éclairage urbain afin de donner un cachet encore plus exotique à cette charmante avenue pittoresque.

L'addition de nouveaux Cafés, avec petites terrasses extérieures ou boutiques d'artisanat, attirerait davantage de touristes. Cette rue pourrait ressembler au petit Champlain à Québec.

Quant aux municipalités avoisinantes, leurs secteurs d'activités commerciales sont tributaires de l'offre et de la demande.

Ces besoins sont généralement comblés par des entrepreneurs locaux : pharmacies, comptoirs bancaires, épicerie d'appoint, petite boulangerie-pâtisserie, etc.

La croissance démographique, la venue de nouveaux arrivants et le tourisme augmenteront la pression sur la prestation de nouveaux services : ceci permettra à d'autres commerçants, entrepreneurs ou artistes et artisans de combler ces besoins.

Dans cette perspective, le schéma d'aménagement doit inclure des espaces appropriés (probablement déjà construits) pour recevoir ces divers commerces ou services.

La MRC de La Côte-de-Beaupré devrait envisager le réaménagement de la voie d'accès conduisant au Mont Saint-Anne et favoriser la création d'une « zone » restauration, hébergement, activités, animation, afin de créer un pôle attractif pour les touristes actuels et ceux générés par le projet du Massif.

Toujours dans la continuité de rehausser son image, un programme d'aménagement paysagé pourrait soutenir l'image bucolique de la Côte-de-Beaupré, tout en renforçant la santé économique des municipalités.

La standardisation de la signalisation serait aussi un atout important pour une meilleure lecture de la région. Autant celle-ci peut renforcer l'image d'une région en santé économique (et avec des habitants en santé) autant elle consolide un rappel de la fierté de ses habitants vivant dans une municipalité accueillante pour ses visiteurs.

## SECTEUR AGROTOURISTIQUE

Comme nous l'avons déjà mentionné, le secteur agroalimentaire doit passer par une spécialisation des produits biologiques et produits santé lesquels prennent un essor extraordinaire depuis quelques années partout au Québec...

La portion des terres, que nous appelons zone tampon dans notre réaménagement du territoire, servirait de vitrine aux usagers de la 138 pour les

inciter à se rendre sur le plateau afin d'y faire de l'auto cueillette ou encore tout simplement, des randonnées pédestres ou en vélo, goûter aux produits du terroir des agriculteurs, etc.

Nous proposons, afin de compléter cette offre, de déménager le marché public plus près de la zone commerciale afin d'avoir à portée de main les clients de la montagne et assurer la pérennité du marché.

Ce marché public, ouvert 365 jours par an, pourrait être jumelé à un théâtre permanent permettant une animation régulière et pouvant inciter une population externe à la MRC à venir profiter d'une expérience de magasinage unique.

Dans certaines zones urbaines (comme Centropolis à Laval et le Quartier 10-30), un anneau de glace durant la saison froide rejoint une population urbaine aimant profiter des plaisirs de l'hiver tout en profitant des produits de consommation offerts sur le site commercial.

Durant les autres saisons, une animation saisonnière (comme des artistes à l'oeuvre ou des chansonniers) ferait de ce site un endroit événementiel pour tous les goûts et jouerait sûrement un rôle mobilisateur pour la rétention des touristes.

Certaines villes, comme Trois-Rivières, ont bataillé fort tout en innovant, afin de faire revivre leurs centres-villes.

Sur la Côte-de-Beaupré, tous les atouts sont en place pour que cette région puisse profiter amplement des résultats d'une action concertée.

En conclusion, la capacité de la région à réagir prestement, à se mobiliser et à se concerter afin de réduire l'influence et la compétition des grands centres fera en sorte que sa santé économique dépassera son territoire et deviendra un modèle d'une stratégie concertée et unique.

## Réaliser, c'est...

- *Rendre réel et effectif, concrétiser, accomplir, passer à l'action...*

## Ce qu'il faut retenir...

- *Mieux définir les attraits de la 138 et sa sécurité*
- *Développer une route santé (verte et bleue) et des voies de service*
- *Intégrer le milieu bâti*
- *Aménager une signalisation contribuant à l'image santé et à l'embellissement*
- *Aménager une piste cyclable et piétonnière*
- *Aménager des parcs avec mobilier urbain*
- *Développer des grappes industrielles en favorisant la venue d'entreprises complémentaires aux leaders existants*
- *Développer une offre de services globale répondant aux divers usagers (résidents, touristes, camionneurs, etc.) afin d'éviter l'exode vers Québec*

# En résumé...

Il faut optimiser les zones et districts industriels, d'affaires et commerciaux existants par :

- L'amélioration visuelle du boulevard Ste-Anne
- La concentration d'activités similaires dans la proximité immédiate des activités existantes avec des règlements régissant plus sévèrement l'environnement et l'aménagement du territoire. (ex : automobile à Boischatel, Industriel léger à l'Ange Gardien, etc.)
- La concentration d'activités commerciales à la hauteur des villes centres afin de présenter une offre mieux structurée et plus adéquate;
- L'établissement de la zone du Mont Ste-Anne comme un haut lieu de divertissement, de loisir et d'animation sportive;
- L'organisation de l'offre agroalimentaire sur le territoire et la création d'un label distinctif mettant l'accent sur la santé, notamment en y favorisant des cultures de niche à haute valeur nutritionnelle (jus à valeur ajoutée, etc.);
- La mise en place d'un office de mise en marché qui verrait à créer les synergies locales et à favoriser l'extension du marché en périphérie immédiate, c'est-à-dire Charlevoix et Québec
- La mise en valeur de la voie fluviale et une exploitation plus harmonieuse de la côte, mettant en vedette à la fois l'immense plan d'eau, les marais et terres humides et les sentiers du littoral et toutes les activités pouvant en découler;
- La valorisation des attraits touristiques tels que les canyons ainsi que le Mont Sainte-Anne, le Cap Tourmente et toutes les zones permettant des activités de plein air;

- Le développement d'un partenariat enrichi avec Pôle Québec Chaudière-Appalaches afin de bénéficier de l'expertise de Pôle dans le démarchage d'entreprises et afin de favoriser l'accueil sur la Côte-de-Beaupré des entreprises en surplus oeuvrant dans les domaines de la Santé;
- L'acceptation par tous les intervenants que la MRC est l'organisme central et unifiant dans le développement du territoire et que ses actions auront un effet d'entraînement dont bénéficieront tous ses partenaires...

Le territoire doit bénéficier d'un développement en grappe. Il faut des interventions structurantes pour concentrer les activités autour de pôles ou filières existantes, mettre à contribution les leaders et stimuler l'émergence entrepreneuriale.

Le territoire doit pouvoir aussi profiter d'initiatives en favorisant la découverte et ainsi capter l'attention de l'achalandage de passage. Qu'on pense à une signalisation plus invitante nous offrant d'apprécier des trésors patrimoniaux ou à découvrir des perles agroalimentaires sur le territoire. Un marché public s'inscrirait bien dans cette trame.

Un effort particulier doit être entrepris afin de répertorier les ressources à la grandeur du territoire afin de favoriser des synergies (cross selling) entre diverses unités (terroir, tourisme, patrimoine, hébergement) afin de développer des masses critiques facilitant le développement des micro entreprises et permettant par la suite l'exportation de leurs produits et services.

Finalement un meilleur positionnement et une étiquette claire permettraient d'orienter l'action sur le territoire. Un positionnement Santé, nature, plein air contribuera à améliorer la qualité des opportunités et drainera à la fois des projets à haute valeur ajoutée qui auront également des incidences sur le profil des clientèles.