

MARKETING TERRITORIAL DU KAMOURASKA

DES OUTILS CONCRETS POUR APPUYER LES EMPLOYEURS DANS LE RECRUTEMENT DE MAIN-D'OEUVRE

La Pocatière, 15 novembre 2017- À titre de partenaires initiateurs de la démarche de marketing territorial du Kamouraska, la MRC de Kamouraska et Promotion Kamouraska en collaboration avec leurs partenaires majeurs ont dévoilé différents outils qui mettent en valeur le Kamouraska pour venir en aide aux employeurs dans leur stratégie de recrutement de main-d'œuvre. La présentation s'est déroulée au Cégep de La Pocatière le 15 novembre devant près de 70 représentants employeurs ou municipaux du Kamouraska.

Les employeurs ont découvert, entre autres, l'image de marque du Kamouraska, un Portail Internet d'attractivité du Kamouraska (www.lekamouraska.com), ainsi qu'un kiosque d'exposition territorial et une trousse mis à la disposition des entreprises pour leurs sorties à l'extérieur du Kamouraska.

« Tous ces outils ont été développés pour venir en aide à nos employeurs dans leur recrutement de main-d'œuvre, un enjeu critique pour plusieurs », de préciser le préfet élu de la MRC de Kamouraska M. Yvon Soucy. Il ajoute avec fierté que la démarche de marketing territorial entamée en 2015 est unique au Québec à l'échelle d'une MRC, du fait qu'elle est concertée, structurée tout en impliquant non seulement le secteur public, mais également des entreprises privées.

En effet, ce sont vingt-neuf (29) partenaires employeurs du Kamouraska qui jusqu'à maintenant financent la démarche. *« Nul doute qu'avec la présentation de ces premiers outils, d'autres employeurs de la région rallieront le groupe de partenaires actuels »,* d'expliquer M. Jean Dallaire, président de Promotion Kamouraska, organisme ayant le mandat de planifier et de mettre en œuvre la démarche.

Les caisses Desjardins du Kamouraska, Ville La Pocatière/DELP et le collectif de l'Éducation composé des quatre grandes institutions d'enseignement du territoire (Commission scolaire Kamouraska – Rivière-du-Loup, Cégep de La Pocatière, ITA, Campus de La Pocatière, Collège de Sainte-Anne-de-la-Pocatière), figurent ici à titre de partenaires majeurs. D'une même voix, ces derniers ont mentionné que de s'associer à cette démarche leur permet de tirer profit des forces du territoire et ainsi d'être plus compétitifs. Les partenaires sont d'avis que la force de la mobilisation issue de cette démarche est garante de son succès à long terme. *« Nous travaillons avec les organisations du territoire en se donnant comme mission première le recrutement de main-d'œuvre pour mieux attirer, accueillir et retenir des travailleurs, notamment. Également, nous sommes à élaborer des programmes d'attractivité dans lesquels des actions d'accueil et de rétention sont prévues, en collaboration avec les partenaires du milieu. Ainsi, nous travaillons sur la relation à long terme avec nos nouveaux arrivants »,* de mentionner madame Pascale Dumont-Bédard, directrice générale de Promotion Kamouraska.

Une image de marque

Mme Pascale Dumont-Bédard a dévoilé le logo qui servira d'image de marque du Kamouraska. Ce logo se veut une version actualisée de celui développé en 2004. Il se caractérise par un jonc disposé dans un coucher de soleil dans lequel prend place une forme de K, définissant ainsi le Kamouraska comme un territoire où l'on combine travail-nature comme cadre de vie. Ce logo est adapté sous la forme d'un « tag ». Le but recherché demeure que « *le plus grand nombre d'employeurs, de municipalités, d'institutions et d'organismes du Kamouraska l'utilisent sur leur propre outils de vente, dont leur site Internet, leurs signatures courriels, leurs emballages, leurs brochures et leurs offres d'emploi* », d'expliquer Mme Dumont-Bédard.

D'ailleurs, Promotion Kamouraska a présenté un cahier de normes d'utilisation du logo à l'intention des acteurs kamouraskois, partenaires ou non de la démarche, qui explique comment l'utiliser. « *Lorsqu'utilisé sur des outils électroniques, le logo génère un hyperlien dirigeant la personne sur le Portail Internet d'attractivité du Kamouraska* », d'ajouter la directrice générale.

Le Portail Internet d'attractivité du Kamouraska

Reconnu comme un outil-pivot de la démarche de marketing territorial, le Portail Internet d'attractivité du Kamouraska (www.lekamouraska.com) recense 37 fiches d'opportunité répertoriées sous les thématiques *Vivre, Travailler, Entreprendre, Étudier et Visiter le Kamouraska*. Le Portail est évolutif et de nouvelles fiches s'ajouteront.

Le portail est le résultat de nombreuses séances de travail avec différents acteurs économiques, municipaux et institutionnels (santé, éducation, etc.) pour identifier les principales forces d'attractivité du Kamouraska. « *Ça permet d'offrir un langage commun aux employeurs pour parler des forces et des opportunités du Kamouraska, qui souvent se limitent aux couchers de soleil. Quoique ce sont les plus beaux, il en faut plus pour faire déménager des familles!*», de préciser M. Bruno Lacroix, chargé de projet chez Promotion Kamouraska.

« *De plus, il était important de concevoir le portail pour qu'il soit un outil qu'utiliseront nos employeurs* », d'ajouter M. Lacroix. De fait, les employeurs pourront présenter le territoire à leurs candidats en cours d'entrevue et même en préparation d'entrevue puisqu'ils peuvent expédier les fiches d'opportunité par courriel ou par Facebook.

L'attractivité comme moteur de rayonnement

Le Conseil de la MRC de Kamouraska appuie le projet de marketing territorial depuis octobre 2015 de façon à structurer et à organiser une stratégie d'attractivité au Kamouraska. « *Le contexte dans lequel les territoires construisent et mettent en œuvre leur attractivité change* », de préciser M. Soucy, citant en exemple les difficultés de recrutement de main-d'œuvre, le bilan migratoire négatif, ou encore la baisse des budgets des collectivités. « *La démarche de marketing territorial, c'est une approche qui facilite la synergie entre les acteurs du territoire et l'abolition des silos pour que tous convergent vers un but commun : l'attractivité du Kamouraska* ».

Outre les Partenaires initiateurs et majeurs mentionnés précédemment, la démarche compte sur quatre Partenaires Leader : Biopterre, le CISSS du BSL, Peterbilt Atlantic et la SADC du Kamouraska;

14 Partenaires Passionnés : Promutuel du Lac au Fleuve, Mallette, Ville Saint-Pascal, Compagnie Normand, Technologie InovaWeld, Solutions Novika, Graphie 222, Industries Desjardins, Construction Marcel Charest, Les Industries Amisco (Groupe Gibo), Ferblanterie de l'Est, Optech, Projection 16-35 et Place aux jeunes Kamouraska, ainsi que; trois Partenaires de service : La Chambre de commerce Kamouraska-L'Islet, SAE Kamouraska et Écommunication.

-30-

Partenaires Majeurs



Partenaires Leaders



Partenaires Passionnés



Partenaires de Services



Sources :

Relations de presse:

Annie Lavoie
 Conseillère en communication et marketing
 Service de communications régionales et d'attractivité
 Promotion Kamouraska
 418-492-1660 poste 253
communication@promotionkamouraska.com

Information :

Bruno Lacroix
 Chargé de projet
 Promotion Kamouraska
 418-492-1660 poste 255
lacroixbruno1@gmail.com