

**PLAN STRATÉGIQUE DE COMMUNICATION
CRCO / Bas-Saint-Laurent**

Diagnostic marketing

Rapport d'étape

présenté au



par



en collaboration avec



Vanier

Version déposée le 22 mars 2001

Revue et corrigée le 30 avril 2001

Table des matières

| | |
|--|-----------|
| Préambule : Mettre le Bas-Saint-Laurent en vedette..... | 2 |
| Rappel du mandat et des objectifs | 4 |
| Considérations méthodologiques..... | 7 |
| Le CRCD et la vision du développement du Bas-Saint-Laurent..... | 9 |
| ✓ Entre les mythes et les réalités : un survol de la région | 9 |
| ✓ La vision du développement et les défis et les stratégies | 13 |
| Les perceptions des groupes cibles | 19 |
| ✓ La population du Québec et les résultats du sondage omnibus..... | 19 |
| ✓ Les jeunes de 16 à 34 ans : résultats de l'enquête | 27 |
| ✓ Les acteurs régionaux et leurs clientèles cibles | 52 |
| ✓ Les succès de la région du Bas-Saint-Laurent..... | 66 |
| Les orientations stratégiques et les pistes d'action | 80 |
| ✓ Vers une convergence des perceptions..... | 80 |
| Annexe..... | 87 |
| ✓ Questionnaire d'omnibus | 87 |
| ✓ Questionnaire auprès des jeunes 16-34 ans..... | 92 |

**Préambule : Mettre le Bas-Saint-Laurent
en vedette**

Préambule : Mettre le Bas-Saint-Laurent en vedette

La consultation auprès des intervenants socio-économiques de la région a permis de dégager qu'il y a un haut niveau de concertation, une volonté d'unir les efforts et une perception commune des enjeux. Le désir de collaborer avec le CRCD pour la promotion intra et extra régionale du Bas-Saint-Laurent est également manifeste. On reconnaît le bon travail du CRCD et on est unanime à lui conférer un rôle de rassembleur et de leader dans le développement régional.

Du côté du sondage auprès des jeunes du Bas-Saint-Laurent, il y a certes une proportion de jeunes qui estiment comme faibles les chances de faire carrière et de demeurer dans le Bas-Saint-Laurent. Cependant, le sondage dégage beaucoup de signes positifs sur lesquels il est possible de construire, notamment les 2/3 de ces répondants (jeunes 16-34 ans) qui eux affirment vouloir y travailler et y demeurer.

Par ailleurs, vu de l'extérieur (population du Québec), le Bas-Saint-Laurent n'est autre perçu que pour ses paysages de cartes postales, démontrant ainsi la perception étroite avec la destination touristique et non l'activité économique qui s'y déroule.

Pour le tiers de la population, le Bas-Saint-Laurent est localisé à quelque part dans l'Est, soit comme faisant partie de la Gaspésie, de la Côte-Nord ou même des Îles-de-la-Madeleine.

Nous croyons que le défi consiste maintenant à canaliser tous les points forts en place et à les faire déboucher sur des actions concrètes pour le développement régional.

Rappel du mandat et des objectifs

Rappel du mandat et des objectifs

Le présent rapport fait donc état des perceptions des différents groupes cibles (population du Québec, résidents et jeunes du Bas-Saint-Laurent, leaders régionaux) et dégage les principaux enjeux de communication propre à chacun, en vue de favoriser un rapprochement avec la vision de développement dont s'est doté le milieu.

Les représentants du CRCD Bas-Saint-Laurent ont fait appel à des conseillers en communication-marketing afin de :

- ✓ Promouvoir dans le milieu les atouts et les potentiels de la région et promouvoir à l'extérieur les forces et les avantages distinctifs du Bas-Saint-Laurent.
- ✓ Réaliser un plan de communication intégrant l'ensemble des stratégies et tactiques pour chacune des clientèles ciblées tant dans le marché intra-régional que sur les marchés extérieurs.

La première phase du mandat a permis essentiellement de :

- ✓ Sonder différents groupes cibles en regard de leurs perceptions du Bas-Saint-Laurent et de leur connaissance de cette région. Plus particulièrement, les variables qui ont fait l'objet des questionnements sont :
 - ⇒ la notoriété de la région et ce qui la démarque;
 - ⇒ les perceptions quant aux forces, aux faiblesses et aux bons coups de la région;
 - ⇒ les perceptions quant aux perspectives d'avenir économique, d'emploi, de qualité de vie, etc.;
 - ⇒ les intentions futures de travailler et/ou s'établir dans le Bas-Saint-Laurent;
 - ⇒ la connaissance du profil de ces différents groupes cibles et leur regroupement, sur la base de leurs perceptions communes.
- ✓ Les différents groupes cibles qui ont été sondés sont :
 - ⇒ la population du Québec, âgée de 18 ans et plus;
 - ⇒ les jeunes de 16 à 34 ans, résidant dans le Bas-Saint-Laurent;
 - ⇒ les intervenants économiques et les leaders régionaux pour connaître leurs propres perceptions et celles de leurs clientèles cibles.

- ✓ Regrouper les différentes cibles afin de mettre en perspective l'écart entre les perceptions actuelles et les perceptions souhaitées, dans le cadre de la vision du développement régional à long terme.

- ✓ Identifier les orientations stratégiques et les pistes d'action en matière de communication, pour établir les priorités, les cibles, les enjeux et les partenaires dans la mise en œuvre.

Considérations méthodologiques

Considérations méthodologiques

Afin de réaliser ce diagnostic marketing, les étapes suivantes ont été réalisées :

1. Une rencontre de démarrage, tenue le 16 janvier 2001, en compagnie des représentants du comité de suivi et du CRCD. À l'occasion de cette rencontre de 3 heures, nous avons révisé l'approche de travail, les attentes et identifié les intervenants clés à contacter. Nous avons aussi, par un tour de table, amorcé la réflexion quant aux perceptions véhiculées sur le Bas-Saint-Laurent et quant aux bons coups imputables à la région.
2. Une revue de la littérature récente sur le Bas-Saint-Laurent, son profil économique et sur la planification stratégique réalisée dans le milieu, précisant la vision de développement et les axes d'intervention stratégique.
3. Un sondage Omnibus, réalisé auprès de 1001 répondants québécois, âgés de 18 ans et plus (à partir du central téléphonique de Léger Marketing), pour évaluer la notoriété et la perception du Bas-Saint-Laurent au niveau extra régional. La méthodologie est décrite dans le chapitre qui s'y rapporte et le questionnaire est présenté en annexe.
4. Une enquête téléphonique réalisée auprès de 300 résidants du Bas-Saint-Laurent, âgées de 16 à 34 ans (à partir du central téléphonique de Léger Marketing), pour établir leur profil, connaître leurs perceptions et leurs intentions à moyen et long termes à l'égard de la région. La méthodologie est décrite dans le chapitre qui s'y rapporte et le questionnaire est présenté en annexe.
5. Une série de 30 entrevues, avec des représentants d'organismes économiques, institutionnels et scolaires, des entreprises privées. Ces entrevues téléphoniques, d'une durée moyenne de 45 minutes, à l'aide d'un guide semi-structuré (présenté en annexe), avaient pour but d'inventorier les cibles auxquelles ces organismes s'adressent, connaître les perceptions et les préjugés, les moyens de les rejoindre et les résultats tangibles. Les discussions avaient aussi comme but avoué de connaître l'intérêt de ces représentants à collaborer avec le CRCD dans sa volonté de promouvoir de façon harmonisée la région à l'intra et à l'extra régional.

**Le CRCD vision du développement
du Bas-Saint-Laurent**

Le CRCD et la vision du développement du Bas-Saint-Laurent

Entre les mythes et les réalités : un survol de la région

Afin de mieux saisir la portée des perceptions dont il sera fait état dans le chapitre subséquent (les perceptions des groupes cibles), nous tenons ici à rapporter les faits vérifiables qui se rapportent à la région du Bas-Saint-Laurent.

LE TERRITOIRE

Le Bas-Saint-Laurent se compose de 128 municipalités regroupées dans huit MRC : Kamouraska, Témiscouata, Rivière-du-Loup, Les Basques, Rimouski-Neigette, La Mitis, La Matapédia et Matane. Le territoire couvre une superficie de 22 404 km² et totalise 1,7 % de la superficie du Québec. Il est bordé par les régions administratives de Chaudière-Appalaches à l'Ouest, la Gaspésie à l'Est, le fleuve au Nord et le Nouveau-Brunswick et le Maine au Sud.

LA POPULATION ET L'EMPLOI

| | Bas-Saint-Laurent | Le Québec | Remarques |
|---|---|---------------------------------------|--|
| Démographie (1999) | | | |
| Nombre | 206 591 | 2,8 % de la population | Légère diminution sur 1998 (-0,4 %) |
| Âge moyen | 39,1 ans | 37,8 ans | Troisième rang le plus élevé au Québec |
| Solde migratoire | Solde négatif depuis 11 ans (1997-98) | | Exode vers les grands centres |
| Scolarité parmi les 15 ans et plus | Certificat ou Diplôme d'étude post-secondaire : 29,5 % Grade universitaire : 9,9 % | 29,3 % 14,0 % | En croissance depuis 1990 En croissance depuis 1990 |
| Perspectives de croissance | Baisse attendue de 6,2 % de 1999 à 2016 | Accroissement de 5,2 % de 1999 à 2016 | Population diminuée |
| Marché du travail (1999) | | | |
| Taux de chômage | 10,2 % | 9,3 % | Écart le plus rapproché Plus faible taux depuis 1990 |
| Création d'emploi | + 9,3 % | + 2,3 % | 1999 plus forte croissance de l'emploi (+ 7 300 postes) depuis 10 ans |
| Répartition de l'emploi par secteur | Primaire : 8,2 % Secondaire : 13,5 % | 3,0 % 19,1 % 100 % | Gain de 17 % L'emploi total de la région représente 2,6 % de l'emploi du Québec 1/7 emploi est occupé par un travailleur indépendant |
| Revenus personnels (1997) | | | |
| Revenu personnel disponible par habitant | 14 041,90 \$ | 16 356,90 \$ | Écart de 2 315 \$ |
| Économie du savoir (1996) | | | |
| Répartition de la population active de 15 ans et plus selon le niveau de savoir | Élevé : 8,9 % Moyen : 34,5 % Faible : 56,6 % | 16,7 % 40,5 % 42,8 % | Forte proportion dans les industries agricoles, pêche, forêt et bois. Secteur des services à la population (santé, éducation, ...) non classés dans l'économie du savoir |

Source : Ministère de l'Industrie et du Commerce, direction de l'Analyse des PME et des régions, *Profil économique de la région Bas-Saint-Laurent*, édition 2000.

L'ÉCONOMIE : LES FAITS SAILLANTS DE 1997 À 1999

- ✓ Les immobilisations totales selon les types de dépenses (construction résidentielle, non résidentielle, et machinerie et équipement) n'ont cessé de croître depuis 3 ans pour totaliser 629,2 millions de dollars (+9,1 % depuis 1997).
- ✓ Les immobilisations de l'industrie secondaire (construction et machines et équipements) ont diminué au total en 1999 (62,8 millions) par rapport à 1998 (84 millions).
- ✓ 16 projets d'investissement, totalisant 195,4 millions de dollars ont été annoncés en 1999, soit le plus haut niveau d'investissement depuis 3 ans (144,1 millions en 1998 et 126,4 millions en 1997). Les plus importants sont Uniboard Canada, Boralex, Groupe Cédrico, Verreault Navigation, Phillips-Fitel, Zellers, Premier Tech.
- ✓ Les expéditions manufacturières des 245 entreprises du secteur connaissent une croissance en dollars (1 667,4 millions de dollars en 1996) depuis 1994.
- ✓ Un total de 114 entreprises de la région a exporté hors du Québec en 1997 pour une valeur de 931 millions de dollars; de ce nombre 79 l'ont fait sur les marchés étrangers pour une valeur de 731 millions de dollars, principalement aux États-Unis. Elles représentent environ 2 % des entreprises exportatrices au Québec et 1 % des valeurs de l'exportation de la province.

LES PRINCIPAUX SECTEURS D'ACTIVITÉ

« En raison de ses richesses naturelles, les activités économiques du Bas-Saint-Laurent sont très liées à l'exportation et à la 1^{re}, 2^e, 3^e transformation des ressources naturelles. **On assiste aussi à une véritable diversification de la base économique avec, notamment, l'extraction de la tourbe, la production d'équipements de transports et de produits métalliques.** »¹

Le tableau suivant résume les grands secteurs d'activités

| | Valeur marchande Nombre d'employés | Remarques |
|------------------------|---------------------------------------|---|
| Les grandes ressources | | |
| Le bioalimentaire | 1674 M\$ 12 600 emplois | Diversifié et consolidé avec transformation des matières végétales, animales et marines |
| La forêt | 144 usines actives 2 905 emplois | Transformation détenue en majeure partie par des entrepreneurs locaux; Défi de développer des produits de 2 ^e et 3 ^e transformation |
| Les mines et la tourbe | 31 M\$ 492 emplois | Gisements miniers d'intérêt La tourbe représente 45 % du total |

¹ Site Internet « bas-saint-laurent.org »

| | Valeur marchande Nombre d'employés | Remarques |
|---|---------------------------------------|---|
| | | québécois des expéditions à l'extérieur |
| Les industries | | |
| Industrie du bois | 3 100 emplois | Spécialisée dans la transformation du bois : scieries, production de panneaux, portes et fenêtres, produits dérivés à valeur ajoutée |
| Industrie des pâtes et papiers | 650 emplois | Regroupés dans quatre entreprises : FF Soucy, Smurfit-Stone, Norampac et Tembec. Main-d'œuvre très spécialisée. |
| Industrie du matériel de transport | 850 emplois (Bombardier) | Bombardier division transport, principale entreprise autour de laquelle gravitent des PME satellites de classe mondiale. |
| Industrie des aliments et des boissons | 1 276 emplois | 3 ^e secteur d'activité économique. 70 % des recettes proviennent de la production laitière représentée, entre autre par Natrel. Autres entreprises dans la transformation des viandes et du poisson. |
| Industrie métallique et de la machinerie | Plus de 420 emplois | Près du 2/3 des emplois dans la transformation (Norcast et AMT), l'autre 1/3 dans la machinerie avec la présence de Verreault Navigation |
| Industrie des minéraux non métalliques | Plus de 215 emplois | Fabrique de verre trempé incassable (Prelco), cimenterie (Béton Provincial) et extraction de l'ardoise (Carrière Glendyne) |
| Industrie à haute valeur ajoutée | | Développement de sous-produits dérivés des pâtes et papiers et de la tourbe, Plasturgie, Bottes Kamouraska. |
| Les activités du secteur tertiaire | 65 200 emplois | Secteur en forte croissance. |
| Transports | | Réseau routier adéquat. Ligne ferroviaire située sur un grand axe. Activités portuaires pour marchandises et passagers. Principal rond point du transport aérien à l'est du Québec |
| Communications | Plus de 1 677 emplois (QuébecTel) | Siège social de Telus (Québec) 2 stations de télévision privées. 4 stations de télévision communautaires |

| | Valeur marchande Nombre d'employés | Remarques |
|----------|---------------------------------------|--|
| | | 5 câblodistributeurs. 8 stations de radio 12 journaux hebdomadaires. |
| Tourisme | 96,8 M\$ | 855 000 visites régions (8 ^e /19 régions) Tourisme d'affaires en augmentation à Rimouski. Parc du Bic, le Jardin de Métis et le la route du fleuve sont les principaux produits d'appel. |

La vision du développement et les défis et les stratégies

« Le Conseil régional de concertation et de développement du Bas-Saint-Laurent (CRCD) a pour mandat d'élaborer un plan stratégique régional et de négocier avec le gouvernement du Québec une entente cadre par laquelle le gouvernement et le CRCD conviennent des priorités.

Alors qu'il avait privilégié une approche strictement sectorielle pour la planification 1994-1999, **le CRCD du Bas-Saint-Laurent favorise cette fois une approche horizontale et intégrée.** Cette approche procède d'ailleurs de la vision qu'il s'est donné. Elle introduit un mode de gestion stratégique qui permet de demeurer fixé sur les objectifs proposés tout en conservant **la souplesse nécessaire pour saisir des opportunités qui se présentent.** Au lieu d'être centrée sur l'exécution de plans, la gestion stratégique offre la possibilité de rester à l'affût, d'être constamment en état de veille pour saisir les occasions qui passent. Ce mode de gestion exige aussi une évaluation constante des résultats. Le plan stratégique 2000-2005 intègre la dimension du développement social et culturel aux préoccupations purement économiques.

(...) Le plan stratégique propose une approche globale et repose sur la concertation des partenaires et la convergence des actions. En effet, les divers secteurs d'activité ne peuvent plus travailler de façon compartimentée. Tous les secteurs sont inter reliés. Ainsi, par exemple, nos actions au chapitre de la formation viseront des objectifs multiples qui interpellent non seulement le réseau scolaire, mais aussi les entreprises et divers intervenants des secteurs privés, public ou communautaire offrant de la formation ou œuvrant dans le domaine de la santé et des services sociaux.

(...) Cette planification stratégique interpelle l'ensemble des leaders de la région. Elle devrait influencer sur les choix des partenaires locaux ou régionaux ainsi que les choix de type sectoriel. »²

ÉNONCÉ DE LA VISION

« Le CRCD s'engage dans une démarche de 15 ans qui vise à faire du Bas-Saint-Laurent une référence mondiale dans la protection et l'utilisation des ressources naturelles. Il entend également faire en sorte que la région soit reconnue pour son patrimoine naturel, sa vitalité culturelle et l'excellence de ses ressources humaines.

Fort du capital social bas-laurentien, le CRCD vise, de plus, à renforcer la cohésion sociale du milieu, l'équité entre les personnes, l'influence régionale sur les leviers économiques et la convergence des actions de développement des territoires qui composent la région.

En réalisant ce grand projet, le CRCD et ses partenaires mettront à profit la capacité reconnue du Bas-Saint-Laurent de faire des choix collectifs. Ils s'appuieront impérieusement sur un réseau de formation dynamique et diversifié qui produit, diffuse et partage des savoirs de pointe générateurs d'activités de développement. Ils porteront une attention particulière à la maîtrise et la circulation de l'information de même qu'aux nouvelles technologies de production. Ils compteront continuellement sur l'innovation et l'esprit entrepreneurial des personnes et des organisations. La mise à contribution des jeunes sera l'une des pierres d'assise de ce projet régional concerté. »³

Adopté par le conseil d'administration du CRCD le 7 avril 2000.

La planification stratégique 2000-2005 identifie 6 grands défis dans les grands secteurs d'activités qui caractérisent la région. Sans entrer dans les détails, voici les composantes énumérées.

Plan stratégique 2000-2005 : défis et stratégies

1. Le défi de l'excellence en matière de protection et d'utilisation des ressources naturelles

² site internet « bas-saint-laurent.org/crcd/plan2000approche »

³ site internet « bas-saint-laurent.org/crcd/plan2000approche »

- A. Sciences et technologies maritimes
 - ✓ Faire du Bas-Saint-Laurent une composante majeure de la technopole maritime
 - ✓ Augmenter les activités économiques en sciences de la mer et technologies maritimes
 - B. Milieu forestier
 - ✓ Améliorer la santé et la productivité des forêts tout en assurant de bonnes perspectives écologiques, économiques, sociales et culturelles.
 - ✓ Développer en priorité une structure industrielle de transformation des essences feuillues sous-utilisées.
 - C. Bioalimentaire
 - ✓ Faire de l'acériculture un pôle de développement intégré (de la protection de l'arbre à la transformation).
 - ✓ Soutenir le virage agroenvironnemental.
 - ✓ Mettre l'accent sur la transformation et la commercialisation sur trois marchés : Québec, Canada et international.
2. Le défi de la formation
- ✓ Développer l'approche-réseau pour que la formation agisse comme moteur du développement régional.
 - ✓ Agir sur la réussite éducative.
 - ✓ Diversifier les choix professionnels des personnes en lien avec les secteurs prometteurs et les orientations de développement régional.
3. Le défi de l'innovation et la diversification économique
- ✓ Agir sur l'accessibilité des petites et moyennes entreprises à l'innovation.
 - ✓ Accélérer la diversification de la base économique.
 - ✓ Favoriser l'établissement des travailleuses et des travailleurs spécialisés et des gens d'affaires immigrants.
4. Le défi de la cohésion sociale
- ✓ Contrer l'exclusion économique, sociale et culturelle.
 - ✓ Agir sur l'exode.
5. Le défi de la qualité de vie
- ✓ Valoriser et renforcer la vitalité culturelle de la région.

- ✓ Poursuivre la mise en valeur du potentiel offert par le paysage bas-laurentien dans une approche de développement durable.

6. Le défi de la valorisation du Bas-Saint-Laurent

- ✓ Promouvoir dans le milieu les atouts et les potentiels de la région.
- ✓ Promouvoir à l'extérieur les forces et les avantages distinctifs du Bas-Saint-Laurent.

Ce dernier défi est à l'origine du présent mandat. On en résume la problématique en ces termes.

LE DÉFI DE LA VALORISATION DU BAS-SAINT-LAURENT

« Le Bas-Saint-Laurent n'est pas bien connu à l'extérieur ni même à l'intérieur. Ses avantages comparatifs ne sont pas suffisamment mis en valeur. Les perceptions qui laissent croire que la région est une région exclusivement bien pourvue en ressources naturelles et en paysages, mais où le développement économique et culturel est faible, sont loin d'être le reflet de la réalité. Par conséquent, cela amène, entre autres, des difficultés à recruter de la main-d'œuvre spécialisée, à intéresser les jeunes à vivre dans la région.

Pour atteindre les objectifs implicites à la vision, il faudra faire une mise en marché complète de la région, c'est-à-dire montrer, autant dans le Bas-Saint-Laurent qu'à l'extérieur, qu'il est possible de faire des affaires dans la région, qu'il y a de multiples opportunités de développement, de nombreuses réussites enviables, et ce, dans un cadre naturel et sain.

Nous pouvons présenter différentes facettes de nos ressources naturelles : montrer par exemple l'ingéniosité dont on fait preuve dans la transformation; attirer l'attention sur la protection des ressources. Faisons connaître les entreprises, la qualité de la main-d'œuvre, notre capacité d'innover, d'apprendre. Nous devons faire savoir aux gens de l'extérieur que nous sommes en mesure de réaliser de grands défis. Cette promotion pourrait avoir pour effet de renforcer la confiance de la population et particulièrement des jeunes dans l'avenir de la région. Les intervenants régionaux agiront de concert pour faire une meilleure promotion de la région.

Le CRCD et ses partenaires régionaux retiennent deux éléments de stratégie.

A. Promouvoir dans le milieu les atouts et les potentiels de la région

- ✓ Élaborer un plan de communication complet (thèmes, clientèles, médias, etc.) - volet intrarégional.

B. Promouvoir à l'extérieur les forces et avantages distinctifs du Bas-Saint-Laurent

- ✓ Élaborer un plan de communication complet (thèmes, clientèles, médias, etc.) - volet extrarégional.
- ✓ Développer des outils de communication et les mettre à la disposition des partenaires. »⁴

Ces paragraphes résument bien la nature du présent mandat de même que le contexte économique et démographique dans lequel il s'inscrit.

⁴ Site Internet : « bas-saint-laurent.org/crcd/plan2000defis »

Les perceptions des groupes cibles

Les perceptions des groupes cibles

La population du Québec et les résultats du sondage omnibus

Cette section présente les résultats d'un sondage omnibus réalisé dans le cadre de la planification stratégique en matière de communication de la région administrative du Bas-Saint-Laurent. Les éléments qui ont été mesurés sont les suivants :

- ✓ Notoriété spontanée de la région administrative du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Notoriété spontanée des villes de la région du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Notoriété spontanée des entreprises importantes de la région du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Perception de la performance économique de la région du Bas-Saint-Laurent.

MÉTHODOLOGIE

L'étude a été effectuée au moyen d'entrevues téléphoniques auprès d'un échantillon représentatif de 1 001 répondants québécoises et québécois âgés de 18 ans et plus s'exprimant en français ou en anglais.

Les entrevues ont été réalisées à partir du central téléphonique de Léger Marketing à Montréal, du 7 au 12 février 2001. Dans le cas de non-réponse, jusqu'à dix appels ont pu être effectués. Le taux de réponse de cette enquête est de 62,2 %.

À l'aide des statistiques de recensement de 1996, les résultats ont été pondérés selon les régions, le sexe, et la langue parlée à la maison afin de rendre l'échantillon représentatif de la population adulte du Québec. Finalement, avec 1001 répondants, la marge d'erreur maximale est de + ou - 3,4 %, et ce, 19 fois sur 20.

NOTORIÉTÉ SPONTANÉE DE LA RÉGION ADMINISTRATIVE DU BAS-SAINT-LAURENT

Cette question mesure le niveau de connaissance qu'a la population du Québec à l'égard de la région du Bas-Saint-Laurent. Nous cherchons à déterminer l'association que les gens font entre une région géographique spécifique et les diverses informations d'ordre touristique ou autre dont ils disposent.

| Notoriété spontanée de la région du Bas-Saint-Laurent (Total des mentions; 1 mention possible) | |
|---|---------------|
| | % (n=1001) |
| Bonnes réponses | 64,3 |
| Au fleuve, à l'eau, aux baleines et aux phares | 20,5 |
| À la beauté du paysage | 8,2 |
| Au milieu urbain, aux villes du Bas-Saint-Laurent | 8,1 |
| À la pêche et aux crevettes | 5,6 |
| Aux vacances | 2,9 |
| Au chômage | 2,6 |
| Au froid et à la neige | 1,9 |
| À la nature | 1,8 |
| À la forêt | 1,6 |
| À la parenté, aux amis et aux connaissances | 1,5 |
| À une personne célèbre | 1,1 |
| À l'isolement, à une région éloignée et méconnue | 1,1 |
| À la tranquillité et au calme | 1,0 |
| À l'Océanic de Rimouski | 1,0 |
| Au parc du Bic | 0,9 |
| Au patrimoine | 0,5 |
| À l'Institut maritime | 0,2 |
| Autre | 4,8 |
| Mauvaises réponses | 13,7 |
| À la Gaspésie | 6,4 |
| Au Rocher-Percé | 2,4 |
| À la région de Charlevoix et à Baie Saint-Paul | 1,3 |
| À Gaspé | 1,0 |
| Autres mauvaises réponses | 2,6 |
| Ne sait pas, ne peut en nommer aucune | 21,2 |
| Q. Quelles est la première chose qui vous vient à l'esprit lorsque vous pensez à la région ? | |

À peine 5,6 % des répondants ont une perception plus ou moins négative (froid, éloignement, chômage).

Voici certaines caractéristiques de sous-groupe de répondants :

- ✓ près de trois adultes sur cinq (59,5%) connaissent la région du Bas-Saint-Laurent. Ils identifient cette région au fleuve, à l'eau, aux baleines et aux phares. Bref, à une thématique qui réfère davantage au littoral de la région du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ plus de six femmes sur dix (63,3 %) associent cette région à la beauté des paysages du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ parmi les personnes interrogées demeurant au foyer, 16,8 % associent le Bas-Saint-Laurent à la beauté de ses paysages alors que 7,2 % personnes associent cette région touristique aux vacances;
- ✓ les répondants âgés de 45 à 54 ans sont parmi ceux qui nomment davantage une ville, un milieu urbain, 30,3 % à cette question;
- ✓ la nature est une caractéristique mentionnée par le deux tiers (63,8 %) des répondants ayant une scolarité de niveau secondaire;
- ✓ l'isolement et l'éloignement de la région du Bas-Saint-Laurent sont davantage nommés par les diplômés du collégial (57,7 %);
- ✓ des 16 répondants pour qui la région du Bas-Saint-Laurent est synonyme de forêt, 10 ont un revenu annuel entre 40 000 \$ et 59 999 \$ (61,6 %);
- ✓ les gens interrogés associent davantage la région du Bas-Saint-Laurent à la tranquillité, au calme et au repos se retrouvent parmi les retraités (44,3%);
- ✓ la région du Bas-Saint-Laurent ne semble pas référer à une image précise parmi le quart (24,6%) de non-francophone interrogé;
- ✓ **il est à noter que les mauvaises réponses proviennent dans une grande proportion de répondants vivant dans la région métropolitaine de Montréal.**

NOTORIÉTÉ SPONTANÉE DES VILLES DE LA RÉGION DU BAS-SAINT-LAURENT

| Notoriété spontanée des villes de la région du Bas-Saint-Laurent (Total des mentions; 3 mentions possibles) | |
|--|---------------|
| | % (n=1001) |
| Bonnes réponses | 62,1 |
| Rimouski et Rimouski Est | 18,1 |
| Rivière-du-Loup | 13,4 |
| Matane | 9,5 |
| Mont-Joli | 4,5 |
| Trois-Pistoles | 3,3 |
| La Pocatière | 2,3 |
| Amqui | 2,2 |
| Cacouna | 1,3 |
| Cabano | 1,3 |
| Kamouraska | 0,8 |
| Le Bic | 0,7 |
| Isle-Verte | 0,7 |
| Sainte-Luce | 0,7 |
| Dégelis | 0,5 |
| Saint-Jean-de-Dieu | 0,3 |
| Pohénégamook | 0,2 |
| Pointe-au-Père | 0,5 |
| Autre | 2,0 |
| Mauvaises réponses | 22,0 |
| Gaspé, Percé, Chandler, Bonaventure, Matapédia | 7,8 |
| Îles-de-la-Madeleine | 1,8 |
| La Malbaie, Baie-Saint-Paul | 1,5 |
| Montmagny | 0,9 |
| Tadoussac | 0,8 |
| Sept-Îles | 0,9 |
| Saint-Jean-Port-Joli | 0,7 |
| Cap-Chat | 0,5 |
| Île d'Anticosti | 0,6 |
| Baie Comeau | 0,6 |
| Chicoutimi | 0,5 |
| Autres mauvaises réponses | 5,3 |
| Ne sait pas, ne peut en nommer aucune | 15,9 |
| <i>Q. Pouvez-vous me nommer des villes de la région du Bas-Saint-Laurent ?</i> | |

- ✓ En tenant compte de l'ensemble des mentions, plus de 3 répondants sur 5 sont en mesure d'identifier correctement au moins une des villes de la région du Bas-Saint-Laurent (62,1 %);
- ✓ Les autres situent géographiquement la région dans l'Est, tantôt en Gaspésie, tantôt aux Îles-de-la-Madeleine, sur la Côte-Nord, voire dans Charlevoix et au Saguenay-Lac-Saint-Jean;
- ✓ Les villes les plus souvent mentionnées comme faisant partie de la région du Bas-Saint-Laurent sont :

| | |
|---------------------------|--------|
| ⇒Rimouski et Rimouski-Est | 18,1 % |
| ⇒Rivière-du-Loup | 13,4 % |
| ⇒Matane | 9,5 % |
| ⇒Mont-Joli | 4,5 % |
| ⇒Trois-Pistoles | 3,3 % |

- ✓ On note par ailleurs un taux de mauvaises réponses chez plus du tiers des répondants (34,5 %). Le taux de mauvaises réponses est plus élevé chez les sous-groupes suivants :

⇒Les résidents de la région métropolitaine de Montréal (52,5 %) versus ceux de la région de l'ouest du Québec (14,7 %), ceux du Centre-du-Québec (12,8 %), de l'Est du Québec (10,3 %) et ceux de la région du Québec métropolitain (9,7 %);

⇒Les femmes (57,9 %) versus les hommes (42,1 %).

- ✓ Les confusions les plus fréquentes concernent des villes incluses dans les régions suivantes :

⇒Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (205 mentions);

⇒Côte-Nord (158 mentions);

⇒Chaudière-Appalaches (34 mentions);

⇒Québec, MRC Charlevoix-Est (30 mentions).

- ✓ La MRC de Rivière-du-Loup et celle du Témiscouata sont parmi les sous-régions les plus connues du Bas-Saint-Laurent. Du moins celles pour lesquelles les répondants ont été en mesure de nommer une ville.

NOTORIÉTÉ SPONTANÉE DES ENTREPRISES IMPORTANTES DE LA RÉGION DU BAS-SAINT-LAURENT

| Notoriété spontanée des entreprises importantes du Bas-Saint-Laurent (total des mentions; 3 mentions possibles) | |
|--|----------------|
| | % (n=1 000) |
| Bonnes réponses | 26,7 |
| Industrie forestière | 5,1 |
| Bombardier | 4,3 |
| Bio-alimentaire | 3,8 |
| Norampac (Papiers Cascades Cabano) | 2,2 |
| Telus (Groupe Québecktel) | 1,9 |
| F.F. Soucy | 1,1 |
| Premier-tech | 0,9 |
| Industrie navale et port de mer | 0,8 |
| Service | 0,7 |
| Industrie touristique | 0,6 |
| Verreault Navigation | 0,5 |
| Industries minières et tourbières | 0,5 |
| Prelco | 0,5 |
| Smurfit-Stone Canada (Cartons St-Laurent) | 0,4 |
| Enseignement, l'éducation | 0,4 |
| Groupe Cédrico | 0,2 |
| Produits forestiers alliance | 0,2 |
| Natrel | 0,2 |
| Vêtement Matane | 0,3 |
| J.M. Bastille | 0,2 |
| Transport Morneau | 0,2 |
| Norcast | 0,2 |
| Distribution P.E. Dubé | 0,2 |
| Béton provincial | 0,1 |
| Cuisines Gaspésiennes | 0,1 |
| Moulages sous pression AMT | 0,1 |
| Félix Huard | 0,1 |
| Autres | 0,9 |
| Autres mauvaises réponses | 7,1 |
| Ne sait pas, ne peut en nommer | 66,2 |
| Q. Pouvez-vous me nommer des entreprises de la région du Bas-Saint-Laurent ? | |

Près du trois quart de la population du Québec n'est pas en mesure de nommer au moins une entreprise de la région. Les perceptions d'une base d'activités économiques importantes ne transcendent pas celles des paysages et des vacances au bord du fleuve.

- ✓ Les gens interrogés du groupe d'âge 25 à 34 ans reconnaissent davantage le Bas-Saint-Laurent pour :
 - ⇒L'industrie forestière (37,0 %);
 - ⇒Premier-Tech (45,3 %);
 - ⇒L'industrie touristique (51,9 %);
 - ⇒Prelco (51,9 %).

- ✓ Telus (le groupe QuébecTel) est davantage identifié par près de trois baby boomers (35 à 44 ans) sur 5;

- ✓ Le trois quart du sous-groupe (74,9 %) âgé de 35 à 44 ans reconnaît la région du Bas-Saint-Laurent plus spécifiquement pour le secteur industriel des mines et de la tourbe;

- ✓ Les personnes âgées de 65 ans et plus ont surtout nommé Bombardier (22,9 %) et Verreault Navigation (57,5 %);

- ✓ Les résidents de la région métropolitaine de Montréal reconnaissent davantage la région du Bas-Saint-Laurent pour son industrie forestière (62,9 %) et minière et tourbière (87,6 %);

- ✓ La moitié des répondants ayant un revenu annuel de 20 000 \$ à 39 999 \$ connaissent l'importance du secteur forestier et bioalimentaire de la région du Bas-Saint-Laurent dans des proportions respectives de 50,2 % et 39,6 %;

- ✓ Par ailleurs, si on établit un palmarès des entreprises bas-laurentiennes les plus reconnues auprès de la population du Québec on obtient :
 - ⇒Bombardier, 45 mentions;
 - ⇒Norampac (Papier Cascades Cabano), 21 mentions;
 - ⇒Telus (Groupe Québéctel), 17 mentions.

- ✓ Les secteurs industriels les plus reconnus de cette région sont :
 - ⇒l'industrie forestière, les pâtes et papiers et le bois, 107 mentions;
 - ⇒l'industrie du matériel de transport, 48 mentions;
 - ⇒l'industrie bioalimentaire, des aliments et des boissons, 48 mentions.

- ✓ Parmi les mauvaises réponses, on retrouvait davantage des entreprises situées dans la région Chaudière-Appalaches telles que :

- ⇒Rousseau Métal;
- ⇒Amisco;
- ⇒Massif du Sud;
- ⇒Fonderie l'Islet;
- ⇒Plastique Gagnon;
- ⇒IPL.

PERCEPTION DE LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE DE LA RÉGION DU BAS-SAINT-LAURENT

- ✓ La région du Bas-Saint-Laurent est considérée comme étant aussi dynamique par 43,0 % de la population sur le plan économique comparativement aux autres régions du Québec.
- ✓ Près de 2 répondants sur 5 âgés de 35 à 44 ans sont parmi les répondants moins optimistes quant au dynamisme économique du Bas-Saint-Laurent (35,5 %). Le groupe d'âge représente la seule variable discriminante à cette question.

| Perception de la performance économique de la région du Bas-Saint-Laurent | |
|---|----------------|
| | % (n=1 000) |
| Aussi dynamique | 43,0 |
| Moins dynamique | 30,7 |
| Plus dynamique | 6,3 |
| Ne sait pas | 20,0 |

Q. Sur le plan économique, comparativement aux autres régions du Québec, diriez-vous que la région du Bas-Saint-Laurent est plus dynamique, aussi dynamique ou moins dynamique ?

En résumé, le Bas-Saint-Laurent est principalement connu pour ses paysages maritimes, sa faune et sa flore. L'activité économique et la reconnaissance des entreprises étant moins perceptibles, la perception du dynamisme économique y est par conséquent plus faible. Les Montréalais et les baby boomers sont parmi ceux qui connaissent et perçoivent moins bien le Bas-Saint-Laurent.

Les jeunes de 16 à 34 ans : résultats de l'enquête

CONSIDÉRATIONS MÉTHODOLOGIQUES

- ✓ La cueillette des données de cette étude a été réalisée par voie de sondage téléphonique auprès d'un échantillon représentatif de 300 résidants de la région du Bas-Saint-Laurent, âgés de 16 à 34 ans, pouvant s'exprimer en français et accessibles par téléphone.
- ✓ Les opérations de terrain ont été entièrement effectuées à partir du central téléphonique de Léger Marketing de Québec du 27 février au 5 mars 2001. Les numéros de téléphone composant l'échantillon ont été aléatoirement sélectionnés et prélevés au moyen du logiciel « Échantillonneur Canada ».
- ✓ Jusqu'à 6 appels ont été effectués pour rejoindre l'unité échantillonnale sélectionnée.
- ✓ Le questionnaire d'enquête avait été pré testé auprès d'un échantillon indépendant; 20 entrevues furent réalisées à cette occasion.
- ✓ La durée moyenne de l'entrevue fut de 7 minutes.
- ✓ Sur l'échantillon de base, 674 ménages ont été jugés potentiellement admissibles pour l'étude. Le taux de réponse statistique obtenu se situe donc à 44,5%. Le tableau de la page suivante fait état de façon détaillée des résultats administratifs de la cueillette des données.
- ✓ Afin de redresser les déséquilibres observés et de rendre ainsi l'échantillon le plus représentatif possible de la population étudiée, les données brutes de l'étude ont été pondérées en fonction de la distribution réelle dans la population selon l'âge et le sexe.
- ✓ Les résultats présentés d'un point de vue global sont statistiquement fiables et peuvent être généralisés à l'ensemble de la population à l'étude. La marge d'erreur échantillonnale maximale s'appliquant aux résultats portant sur les 300 personnes sondées s'établit à $\pm 5,7\%$ dans un intervalle de confiance de 95 %.

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DE LA CUEILLETTE DES DONNÉES

I) Échantillon de base (numéros utilisés) : 2 400 (100%)

Numéros non valides et hors échantillon :

| | |
|---|-------|
| 1) Pas de service | 293 |
| 2) Non résidentiel | 33 |
| 3) Hors région à l'étude | 2 |
| 4) Non admissible (pas de 16-34 ans dans le ménage) | 1 373 |
| 5) Non admissible (maladie, problème auditif, langue étrangère...) | 7 |
| 6) Fax/Modem/Cellulaire/Pagette | 17 |
| 7) Numéro en double | 1 |

II) Échantillon effectif : 674 (28,1%)

Entrevues non complétées :

| | |
|----------------------------------|-----|
| 1) Refus et refus définitif | 108 |
| 2) Ligne occupée | 6 |
| 3) Pas de réponse/Répondeur | 183 |
| 4) Incomplet | 4 |
| 5) Absence prolongée/Rendez-vous | 73 |

III) Entrevues complétées (Taux de réponse statistique – III/II) : 300 (44,5%)

FAITS SAILLANTS

Évaluation du dynamisme des régions du Québec

- ✓ Selon l'avis des participants, Québec (29 %) et Montréal (27 %) sont les deux régions les plus dynamiques du Québec sur le plan économique.
- ✓ Il est intéressant de noter que le Bas-Saint-Laurent figure au troisième rang avec 13 % des mentions.

Perception des taux de placement sur le marché du travail dans les régions du Québec

- ✓ Selon l'avis des participants, Montréal et Québec sont de loin les deux régions de la province où les chances de se trouver un emploi sont les meilleures.
- ✓ Le Bas-Saint-Laurent vient plus loin au troisième rang avec 8 % des mentions.

Notoriété spontanée des entreprises et des secteurs industriels importants

- ✓ Plus de 27 entreprises sont nommées et treize secteurs d'activités sont identifiés.
- ✓ Le groupe QuébecTel et Bombardier sont les deux entreprises les plus souvent citées avec 9 % des mentions.
- ✓ Les secteurs industriels les plus souvent identifiés sont l'industrie forestière (7 %), le commerce de détail et de gros (5 %), la santé et les services sociaux (5 %), de même que l'alimentation et la restauration (4 %).

Notoriété des établissements post-secondaires et des centres de recherche

- ✓ Plus de onze établissements sont nommés.
- ✓ Le Cégep de Rimouski (27 %) et l'Université du Québec à Rimouski (23 %) sont les deux établissements post-secondaires les plus souvent cités.

Situation d'emploi

- ✓ Près d'un jeune sur deux (47 %) travaille à temps plein ou à temps partiel. Le quart d'entre eux (24 %) sont aux études à temps plein ou à temps partiel. Une proportion de 15% est sans emploi et 14 % sont à la fois au travail et aux études.
- ✓ Le tiers des jeunes qui travaillent œuvrent dans le secteur des services (32 %). Un jeune sur cinq (19 %) travaille pour sa part dans le secteur bioalimentaire. Suivent les secteurs de la santé (13 %), de l'industrie forestière (9 %) de même que le secteur public et parapublic (9 %).

Perceptions des perspectives d'emploi dans le Bas-Saint-Laurent

- ✓ **Les deux tiers des jeunes interrogés (66 %) considèrent que les perspectives de faire carrière dans la région du Bas-Saint-Laurent sont très ou assez fortes. Le tiers (34 %) estime qu'elles sont plutôt faibles, très faibles ou nulles.**

Perceptions face à la région du Bas-Saint-Laurent

- ✓ Les énoncés qui recueillent un haut niveau d'accord (un pourcentage de « totalement ou plutôt » en accord de 90 % et plus) sont les suivants, dans l'ordre décroissant :
 - ⇒ Il fait bon vivre dans la région du Bas-Saint-Laurent (98 %);
 - ⇒ Il faudrait faire davantage la promotion du Bas-Saint-Laurent pour inciter des entreprises à venir s'y installer (97 %);
 - ⇒ Les établissements d'enseignement du Bas-Saint-Laurent offrent une formation d'aussi bonne qualité que celle offerte ailleurs au Québec (92 %);
 - ⇒ Les gens du Bas-Saint-Laurent sont solidaires (90 %).
- ✓ Les énoncés qui recueillent un niveau moyen d'accord (un pourcentage de « totalement ou plutôt » en accord de 60 % à 80 % et plus) sont, dans l'ordre décroissant :
 - ⇒ Plusieurs entreprises du Bas-Saint-Laurent sont des chefs de file dans leur secteur d'activité (80 %);
 - ⇒ Je recommanderais à un ou une amie de venir travailler dans la région du Bas-Saint-Laurent (77 %);
 - ⇒ Le Bas-Saint-Laurent est une région avancée en matière de nouvelles technologies (66 %).

- ✓ Les énoncés qui recueillent un niveau faible d'accord (un pourcentage de « totalement ou plutôt » en accord de 60 % et moins) sont, dans l'ordre décroissant :
 - ⇒ En terme de vitalité économique, le Bas-Saint-Laurent est l'une des régions les plus dynamiques du Québec (55 %);
 - ⇒ Le Bas-Saint-Laurent offre de bonnes chances d'emploi pour les jeunes (53 %).
- ✓ **C'est sur la vitalité économique de la région et sur les chances pour les jeunes de s'y trouver de l'emploi que la région est perçue la plus désavantageusement par les jeunes.**
- ✓ **Par contre, la région est favorablement perçue sur la qualité de vie, la qualité de la formation et sur la solidarité du milieu.**

Évaluation des probabilités d'habiter dans la région dans cinq ans

- ✓ Presque les trois-quarts des jeunes (71 %) estiment que les probabilités qu'ils habitent encore dans la région dans cinq ans sont très ou assez fortes. Par contre, un pourcentage de 29 % estime plutôt que ces chances sont faibles, très faibles ou nulles.
- ✓ Les jeunes qui estiment que les chances d'habiter encore dans la région d'ici cinq ans sont plutôt faibles, très faibles ou nulles invoquent principalement la recherche d'un emploi (63 %) pour justifier un départ éventuel. Les études sont le motif de départ envisagé dans 15 % des cas.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

Évaluation du dynamisme des régions du Québec

- ✓ Selon l'avis des participants, Québec (29 %) et Montréal (27 %) sont les deux régions les plus dynamiques du Québec sur le plan économique.
- ✓ Il est intéressant de noter que le Bas-Saint-Laurent figure au troisième rang avec 13 % des mentions.
- ✓ Suivent ensuite, les régions de Chaudière-Appalaches et l'Estrie avec respectivement 5 % et 4 % des mentions.
- ✓ Toutes les autres régions recueillent des mentions inférieures à 3 %.

| Évaluation du dynamisme des régions du Québec (Total des mentions; 2 mentions possibles) | |
|--|----------------------|
| | % (n=300) |
| Québec | 29,2 |
| Montréal | 26,6 |
| Bas-Saint-Laurent | 13,3 |
| Chaudière-Appalaches | 5,1 |
| Estrie | 4,2 |
| Saguenay-Lac-Saint-Jean | 2,7 |
| Centre-du-Québec | 2,3 |
| Outaouais | 1,3 |
| Montérégie | 1,3 |
| Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine | 1,2 |
| Abitibi-Témiscamingue | 0,8 |
| Mauricie | 0,8 |
| Côte-Nord | 0,6 |
| Nord du Québec | 0,3 |
| Laurentides | 0,3 |
| Laval | 0,3 |
| Ne sait pas, ne peut en nommer | 9,7 |

Q: Pour débiter, pouvez-vous me nommer deux régions du Québec qui, selon ce que vous en savez, vous semblent plus dynamique sur le plan économique ?

Perception des taux de placement sur le marché du travail dans les régions du Québec

- ✓ Selon l’avis des participants, Montréal et Québec sont de loin les deux régions de la province où les chances de se trouver un emploi sont les meilleures. Ces résultats sont donc similaires à ceux obtenus au chapitre du dynamisme sur le plan économique.
- ✓ Le Bas-Saint-Laurent vient plus loin au troisième rang avec 8 % des mentions.
- ✓ Il est suivi par les régions de l’Estrie et du Centre-du-Québec qui recueillent respectivement 3 % et 2 % des mentions.
- ✓ Toutes les autres régions recueillent des mentions inférieures à 2 %.

| Meilleur taux de placement sur le marché du travail (Total des mentions; 2 mentions possibles) | |
|---|----------------------|
| | % (n=300) |
| Montréal | 35,5 |
| Québec | 34,1 |
| Bas-Saint-Laurent | 8,0 |
| Chaudière-Appalaches | 7,7 |
| Estrie | 3,3 |
| Centre-du-Québec | 2,4 |
| Côte-Nord | 1,3 |
| Abitibi-Témiscamingue | 0,9 |
| Outaouais | 0,9 |
| Saguenay-Lac-Saint-Jean | 0,9 |
| Montérégie | 0,7 |
| Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine | 0,7 |
| Laval | 0,4 |
| Mauricie | 0,4 |
| Nord du Québec | 0,1 |
| Ne sait pas, ne peut en nommer | 2,7 |

Q: Pouvez-vous me nommer deux régions du Québec où, selon ce que vous en savez, les chances de se trouver un emploi semblent meilleures ?

Notoriété spontanée des entreprises et des secteurs industriels importants

- ✓ Près de 9 jeunes sur 10 sont en mesure de nommer correctement une entreprise ou un secteur industriel important de la région du Bas-Saint-Laurent.
- ✓ Parmi les bonnes réponses, plus de 27 entreprises sont nommées et treize secteurs d'activités sont identifiés.
- ✓ Le groupe QuébecTel et Bombardier sont les deux entreprises les plus souvent citées avec 9 % des mentions. Suivent au deuxième rang F.F. Soucy (6 %), Hydro-Québec (6 %) et Premier-Tech (5 %). Ces résultats sont comparables à ceux observés dans l'ensemble de la population.
- ✓ Les secteurs industriels les plus souvent identifiés sont l'industrie forestière (7 %), le commerce de détail et de gros (5 %), la santé et les services sociaux (5 %) de même que l'alimentation et la restauration (4 %).

- ✓ Une proportion de 5 % des jeunes mentionne des mauvaises réponses. Les mauvaises réponses les plus fréquentes sont Amisco, Abitibi Consolidated, Gaspé, Alcan et Cambec.

| Notoriété spontanée des entreprises et des secteurs industriels importants de la région du Bas-Saint-Laurent | |
|---|----------------------|
| (Total des mentions; 3 mentions possibles) | |
| | % (n=300) |
| Bonnes réponses | 86,8 |
| Telus (Groupe QuébecTel) | 8,8 |
| Bombardier | 8,5 |
| Industrie forestière | 6,6 |
| F.F. Soucy | 5,8 |
| Hydro-Québec | 5,7 |
| Commerce de détail et de gros | 5,1 |
| Santé et services sociaux | 5,0 |
| Premier-Tech | 4,5 |
| Prelco | 3,7 |
| Secteur public et parapublic | 3,5 |
| Éducation | 2,7 |
| Groupe Cédrico | 2,3 |
| Papiers Cascades Cabano | 2,5 |
| Emballages Smurfit-Stone Canada | 2,2 |
| Produits Forestiers Alliance | 1,8 |
| Industries minières | 1,3 |
| Viande du Breton | 1,3 |
| Norcast | 1,2 |
| Béton Provincial | 1,0 |
| Communication | 0,9 |
| Service | 0,9 |
| Groupe GDS | 0,8 |
| Distribution P.E. Dubé | 0,7 |
| Industrie métallique et de la machinerie | 0,7 |
| Verreault Navigation | 0,7 |
| Félix Huard | 0,7 |
| Transport Morneau | 0,5 |
| Pocatec | 0,5 |
| Boiserie Bas-Saint-Laurent | 0,5 |
| J.M. Bastille | 0,5 |
| Bioalimentaire | 0,3 |
| Transport | 0,3 |
| Abattoir St-Alexandre | 0,3 |
| Cuisines gaspésiennes | 0,2 |

| Notoriété spontanée des entreprises et des secteurs industriels importants de la région du Bas-Saint-Laurent (Total des mentions; 3 mentions possibles) | |
|--|--------------|
| | % (n=300) |
| Natrel | 0,2 |
| Philips-Fitel | 0,2 |
| Vêtement Matane | 0,2 |
| P.G. Systèmes | 0,2 |
| Industrie touristique | 0,2 |
| Mauvaises Réponses | 5,2 |
| Ne sait pas, ne peut en nommer | 8,0 |
| <i>Q: Pouvez-vous me nommer trois employeurs importants de la région du Bas-Saint-Laurent ?</i> | |

Notoriété des établissements post-secondaires et des centres de recherche

- ✓ Presque la totalité des jeunes (96 %) sont en mesure de nommer correctement au moins un établissement post-secondaire ou un centre de recherche de la région du Bas-Saint-Laurent.
- ✓ Parmi les bonnes réponses, plus de onze établissements sont nommés.
- ✓ Le Cégep de Rimouski (27 %) et l'Université du Québec à Rimouski (23 %) sont les deux établissements post-secondaires les plus souvent cités. Suivent, avec deux fois moins de mentions, le Cégep de Rivière-du-Loup (13 %) et le Cégep de Matane (10 %).

| Notoriété des établissements post-secondaire et des centres de recherche de la région du Bas-Saint-Laurent | |
|---|----------------------|
| (Total des mentions, 3 mentions possibles) | |
| | % (n=300) |
| Bonnes réponses | 96,1 |
| CÉGEP de Rimouski | 26,7 |
| Université du Québec à Rimouski | 23,4 |
| CÉGEP de Rivière-du-Loup | 12,7 |
| Cégep de Matane | 9,6 |
| CÉGEP de La Pocatière | 7,4 |
| Institut maritime du Québec | 5,7 |
| Centre Matapédien d'étude collégiale | 2,9 |
| Institut Maurice Lamontagne | 2,2 |
| Pavillon de l'Avenir | 1,9 |
| ITA | 1,6 |
| Centres de formation aux adultes | 1,6 |
| Autre | 0,4 |
| Autres mauvaises réponses | 3,0 |
| Ne sait pas, ne peut en nommer | 0,9 |
| <i>Q: Pouvez-vous me nommer trois établissements d'enseignement post-secondaire, c'est-à-dire de niveau collégial ou universitaire, ou centre de recherche du Bas-Saint-Laurent ?</i> | |

Situation d'emploi

- ✓ Près d'un jeune sur deux (47 %) travaille à temps plein ou à temps partiel. Le quart d'entre eux (24 %) sont aux études à temps plein ou à temps partiel. Une proportion de 15% est sans emploi et 14 % sont à la fois au travail et aux études.

| Situation d'emploi des jeunes du Bas-Saint-Laurent | |
|---|--------------|
| | % (n=300) |
| Au travail à temps plein ou à temps partiel | 46,9 |
| Aux études à temps plein ou à temps partiel | 23,8 |
| Sans emploi | 15,5 |
| À la fois au travail et aux études | 13,8 |
| Q: Laquelle des situations suivantes correspond le mieux à votre situation personnelle actuelle ? | |

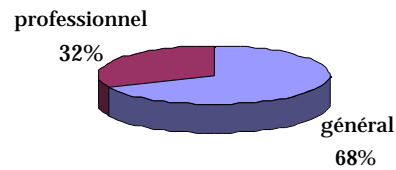
Niveau de scolarité

- ✓ Parmi les jeunes interrogés dans le cadre de cette étude, près de trois jeunes sur cinq (58 %) ont complété une scolarité secondaire, le quart (27 %) ont complété des études collégiales et 14 % sont diplômés de l'université.

| Niveau de scolarité des jeunes dans le Bas-Saint-Laurent | |
|---|--------------|
| | % (n=300) |
| Secondaire | 58,4 |
| Collégiale | 27,4 |
| Universitaire | 14,2 |
| Q: À quel niveau correspond la dernière année de scolarité que vous avez complétée ? Est-ce...? | |

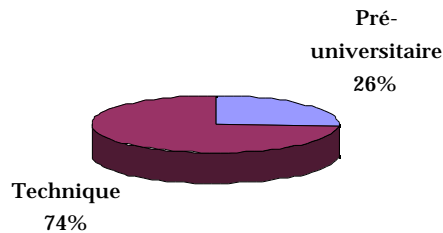
- ✓ Les deux tiers (68 %) des jeunes qui ont complété une formation secondaire ont un cours dans le secteur général et le tiers (32 %) viennent du secteur professionnel (n = 175).

Formation secondaire



- ✓ Les trois quarts (74 %) des jeunes qui ont complété une formation collégiale ont étudié dans le secteur technique et l'autre quart (26 %), dans le secteur pré-universitaire (n = 82).

Formation collégiale



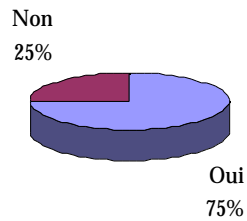
- ✓ Le quart des jeunes qui suivent ou ont suivi une formation technique au Cégep étudient ou ont étudié en administration (23 %) (n = 61).
- ✓ La deuxième technique la plus populaire est les soins infirmiers (11 %).
- ✓ Suivent, l'éducation spécialisée (8 %), l'éducation en service de garde (7 %) et l'informatique (5 %).
- ✓ Les autres techniques récoltent des pourcentages de moins de 5 %.

| Type de programme(au Cégep en formation technique), auxquels les jeunes du Bas-Saint-Laurent sont ou étaient inscrits (Base : ont complété un cours collégial technique) | |
|---|-------------|
| | % (n=61) |
| Administration | 23,2 |
| Soins infirmiers | 10,5 |
| Éducation spécialisée | 7,9 |
| Éducation en service de garde | 6,7 |
| Informatique | 5,0 |
| Agricole | 4,6 |
| Diététique | 4,2 |
| Technique de bureau | 3,8 |
| Génie mécanique | 2,9 |
| Autres | 23,6 |

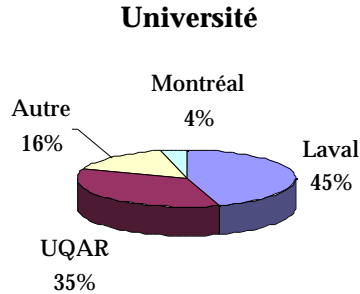
Q: Quel est le nom de la technique que vous faites actuellement ou que vous avez faites ?

- ✓ Les trois quarts (75 %) des jeunes qui ont étudié à l'université ont obtenu un diplôme.

Obtention d'un diplôme universitaire

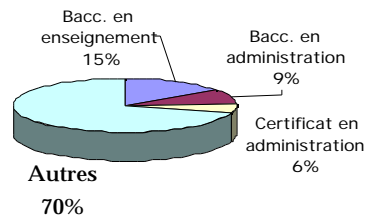


- ✓ Les diplômés universitaires ont, dans 45 % des cas, fait leurs études à l'Université Laval. Le tiers d'entre eux (35 %) les ont fait à l'Université du Québec à Rimouski.



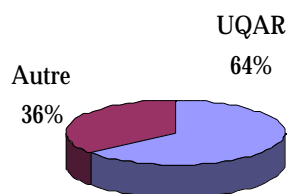
- ✓ Les principaux domaines où les universitaires ont obtenu leur diplôme sont l'enseignement (baccalauréat : 15 %) et l'administration (baccalauréat : 9 %, certificat : 6 %).

Type de diplôme universitaire



- ✓ Les deux tiers des jeunes qui ont étudié à l'université mais qui n'ont pas encore complété de diplôme ont étudié à l'université du Québec à Rimouski.

Lieu d'enseignement



Secteur industriel d'emploi

- ✓ Le tiers des jeunes qui travaillent sont dans le secteur des services (32 %).
- ✓ Un jeune sur cinq (19 %) travaille pour sa part dans le secteur bioalimentaire.
- ✓ Suivent les secteurs de la santé (13 %), l'industrie forestière (9 %) de même que le secteur public et parapublic (9 %).
- ✓ Les autres secteurs d'activité d'emploi recueillent des mentions de 5 % et moins.

| Secteur industriel d'emploi (Total des mentions; 2 réponses possibles) Base : Travail à temps plein, à temps partiel ou alternance travail-étude | |
|--|--------------|
| | % (n=182) |
| Services | 32,2 |
| Bioalimentaire | 19,0 |
| Santé | 13,3 |
| Industrie forestière | 9,2 |
| Public/Parapublic | 9,1 |
| Industrie du matériel de transport | 5,4 |
| Industrie des mines et de la tourbe | 1,0 |
| Industrie métallique et de la machinerie | 1,0 |
| Industrie touristique (le secteur de la restauration et dans les services) | 1,0 |
| Autre | 8,7 |
| Q: L'entreprise pour laquelle vous travaillez œuvre dans quel domaine ? Dans quel secteur d'activité ? | |

Type d'emploi recherché

- ✓ Le tiers des jeunes à la recherche d'un emploi recherchent un travail comme ouvrier spécialisé (34 %). Un sur dix (12 %) regarde du côté des services.

| Type d'emploi recherché (Total des mentions; 2 mentions possibles) Base : En recherche d'emploi | |
|--|-------------|
| | % (n=46) |
| Ouvrier spécialisé | 33,5 |
| Autre | 20,5 |
| Service | 11,7 |
| Ne recherche pas d'emploi | 24,2 |
| Ne sait pas, ne peut en nommer | 10,1 |
| Q: Quel genre de travail recherchez-vous ? Quelle fonction ? Quel poste ? | |

Perceptions des perspectives d'emploi dans le Bas-Saint-Laurent

- ✓ Les deux tiers des jeunes interrogés (66 %) considèrent que les perspectives de faire carrière dans la région du Bas-Saint-Laurent sont très ou assez fortes. Le tiers (34 %) estiment qu'elles sont plutôt faibles, très faibles ou nulles.

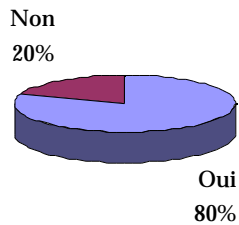
| Perspective de carrière dans la région du Bas-Saint-Laurent | |
|--|--------------|
| | % (n=300) |
| Très fortes | 23,9 |
| Assez fortes | 38,8 |
| Plutôt faible | 26,2 |
| Très faibles ou nulles | 10,1 |
| Fortes | 66 |
| Faibles | 34 |
| Ne sait pas, ne peut en nommer | 1,0 |
| Q: En ce qui vous concerne, diriez-vous que les possibilités que vous fassiez carrière dans le Bas-Saint-Laurent, c'est-à-dire que vous y restiez pour travailler sont ... ? | |

- ✓ Certains sous-groupes de répondants estiment en plus forte proportion, comme étant « très ou assez fortes », les possibilités de faire carrière dans le Bas-Saint-Laurent :
 - ⇒ Les jeunes de 25 à 34 ans (74 %),
 - ⇒ Les jeunes qui sont sur le marché du travail (79 %),
 - ⇒ Les jeunes qui évaluent comme fortes les chances d’habiter encore dans le Bas-Saint-Laurent dans cinq ans (81 %).

Région d’origine

- ✓ Quatre jeunes sur cinq (80 %) sont originaires de la région du Bas-Saint-Laurent.

Natif de la région



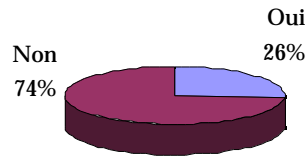
- ✓ Les jeunes qui ne sont pas originaires de la région, soit 20 % des personnes interrogées, se sont établis dans le Bas-Saint-Laurent pour suivre leur conjoint(e) et leur famille ou pour étudier (23%).
- ✓ La proportion de jeunes qui mentionnent s’être établis dans la région pour trouver un emploi est de 19 %.

| Motif d'établissement dans la région Base : Ne pas être natif de la région | |
|---|-------------|
| | % (n=59) |
| Pour suivre la ou la conjointe / la famille | 46,3 |
| Pour étudier | 23,2 |
| Pour trouver un emploi | 18,6 |
| Pour la qualité de vie | 1,3 |
| Autre | 10,5 |

Q: Quelle est la principale raison qui vous a amené à vous établir dans la région du Bas-Saint-Laurent ?

- ✓ La majorité des jeunes qui sont originaires de la région n'ont jamais habité dans d'autres régions.

Enracinement



Avez-vous déjà habité ailleurs que dans la région du Bas-Saint-Laurent ?

Base : être originaire de la région (n=241).

- ✓ Les jeunes qui ont déjà habité dans une autre région demeuraient principalement à Québec (29 %), en Gaspésie ou aux Îles-de-la-Madeleine (13 %) ou à Montréal (13 %).

| Région ou pays d'adoption | |
|--|----------------------|
| Base: avoir habité ailleurs que dans la région du Bas-Saint-Laurent | |
| | % (n=121) |
| Québec | 28,5 |
| Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine | 13,4 |
| Montréal | 13,1 |
| Côte-Nord | 6,4 |
| Estrie | 5,7 |
| Ontario | 4,4 |
| Chaudière-Appalaches | 4,3 |
| Saguenay-Lac-Saint-Jean | 4,0 |
| Mauricie | 2,4 |
| Abitibi-Témiscamingue | 2,1 |
| Montréal | 2,3 |
| France | 2,0 |
| Laval | 1,6 |
| Centre-du-Québec | 1,5 |
| Allemagne | 0,9 |
| Terre-Neuve | 0,7 |
| Nunavut | 0,7 |
| Autre province ou autre pays | 0,8 |
| Ne sait pas, ne peut en nommer | 0,7 |

Q: Dans quelle région du Québec ou dans quelle province ou dans quel pays était situé votre domicile principal ?

Perceptions face à la région du Bas-Saint-Laurent

- ✓ Nous avons demandé à l'ensemble des répondants de se prononcer sur un certain nombre d'énoncés visant à cerner les perceptions à l'égard du Bas-Saint-Laurent. On peut diviser ces perceptions en trois groupes :
- ✓ Les énoncés qui recueillent un haut niveau d'accord (un pourcentage de « totalement ou plutôt » en accord de 90 % et plus) sont dans l'ordre décroissant :
 - ⇒ Il fait bon vivre dans la région du Bas-Saint-Laurent (98 %);
 - ⇒ Il faudrait faire davantage la promotion du Bas-Saint-Laurent pour inciter des entreprises à venir s'y installer (97 %);

- ⇒ Les établissements d'enseignement du Bas-Saint-Laurent offrent une formation d'aussi bonne qualité que celle offerte ailleurs au Québec (92 %);
 - ⇒ Les gens du Bas-Saint-Laurent sont solidaires (90 %).
- ✓ Les énoncés qui recueillent un niveau moyen d'accord (un pourcentage de « totalement ou plutôt » en accord de 60 % à 80 % et plus) sont dans l'ordre décroissant :
- ⇒ Plusieurs entreprises du Bas-Saint-Laurent sont des chefs de file dans leur secteur d'activité (80 %);
 - ⇒ Je recommanderais à un ou une amie de venir travailler dans la région du Bas-Saint-Laurent (77 %);
 - ⇒ Le Bas-Saint-Laurent est une région avancée en matière de nouvelles technologies (66 %).
- ✓ Les énoncés qui recueillent un niveau faible d'accord (un pourcentage de « totalement» ou « plutôt » en accord de 60 % et moins) sont dans l'ordre décroissant :
- ⇒ En terme de vitalité économique, le Bas-Saint-Laurent est l'une des régions les plus dynamiques du Québec (55 %);
 - ⇒ Le Bas-Saint-Laurent offre de bonnes chances d'emploi pour les jeunes (53 %).
- ✓ Du côté des perceptions des répondants, on peut dire que c'est sur la vitalité économique de la région et sur les chances pour les jeunes de s'y trouver de l'emploi que la région est perçue la plus désavantageusement.
- ✓ Par contre, la région est favorablement perçue sur la qualité de vie, la qualité de la formation et sur la solidarité du milieu.

| Perceptions face à la région du Bas-Saint-Laurent (n=300) | | |
|--|-----------|-------------|
| | % Fort | % Faible |
| 1. En terme de vitalité économique, le Bas-Saint-Laurent est l'une des régions les plus dynamiques du Québec. | 54,5 | 43,9 |
| 2. Les établissements d'enseignement du Bas-Saint-Laurent offrent une formation d'aussi bonne qualité que celle offerte ailleurs au Québec. | 91,6 | 5,9 |
| 3. Le Bas-Saint-Laurent est une région avancée en matière de nouvelles technologies. | 66,3 | 29,0 |
| 4. Les gens du Bas-Saint-Laurent sont solidaires. | 90,4 | 9,1 |
| 5. Il faudrait faire davantage la promotion du Bas-Saint-Laurent pour inciter des entreprises à venir s'y installer. | 96,8 | 2,3 |
| 6. Plusieurs entreprises du Bas-Saint-Laurent sont des chefs de file dans leur secteur d'activité. | 80,4 | 10,9 |
| 7. Le Bas-Saint-Laurent offre de bonnes chances d'emploi pour les jeunes. | 53,0 | 45,5 |
| 8. Il fait bon vivre dans la région du Bas-Saint-Laurent. | 98,0 | 2,0 |
| 9. Je recommanderais à un ou une amie de venir travailler dans la région du Bas-Saint-Laurent. | 77,0 | 21,9 |
| Q: Pour chacun des énoncés que je vais vous lire, veuillez me dire si vous êtes totalement en accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou totalement en désaccord. | | |

- ✓ Certains répondants considèrent en plus forte proportion que le Bas-Saint-Laurent est l'une des régions les plus dynamiques du Québec (totalement ou plutôt d'accord) :
 - ⇒ les femmes (63 %),
 - ⇒ les jeunes qui estiment comme fortes les possibilités de faire carrière dans le Bas-Saint-Laurent (61 %),
 - ⇒ les jeunes qui évaluent comme fortes les chances d'habiter encore dans le Bas-Saint-Laurent dans cinq ans (60 %).

- ✓ Certains répondants considèrent en plus forte proportion que le Bas-Saint-Laurent offre de bonnes chances d'emploi pour les jeunes (totalement ou plutôt d'accord) :
 - ⇒ les étudiants (64 %),
 - ⇒ les jeunes qui estiment comme fortes les possibilités de faire carrière dans le Bas-Saint-Laurent (64 %)
 - ⇒ les jeunes qui évaluent comme fortes les chances d'habiter encore dans le Bas-Saint-Laurent dans cinq ans (60 %).

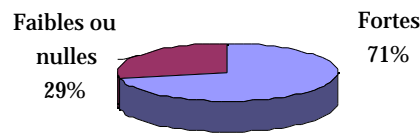
- ✓ Certains jeunes recommanderaient en plus forte proportion à un ami ou une amie de venir travailler dans la région du Bas-Saint-Laurent (totalement ou plutôt d'accord) :
 - ⇒ les jeunes de 25 à 34 ans (84 %),
 - ⇒ les personnes qui ont complété une scolarité post-secondaire (86 %),
 - ⇒ les travailleurs qui occupent un emploi de cadre, de professionnel ou qui sont des propriétaires d'entreprises (87 %),
 - ⇒ les jeunes qui estiment comme fortes les possibilités de faire carrière dans le Bas-Saint-Laurent (86 %)
 - ⇒ les jeunes qui évaluent comme fortes les chances d'habiter encore dans le Bas-Saint-Laurent dans cinq ans (81 %).

Évaluation des probabilités d'habiter dans la région dans cinq ans

- ✓ Presque les trois-quarts des jeunes (71 %) estiment que les probabilités qu'ils habitent encore dans la région dans cinq ans sont très ou assez fortes.

- ✓ Par contre, un pourcentage de 29 % estime plutôt que ces chances sont plutôt faibles, très faibles ou nulles.

Probabilité d'habiter encore dans la région dans 5 ans



*Quelles sont les chances que vous habitiez encore dans la région du Bas-Saint-Laurent dans cinq ans ?
Diriez-vous qu'elles sont ... ?*

- ✓ Certains sous-groupes de répondants estiment en plus forte proportion, comme étant « très ou assez fortes », les chances d'habiter encore dans la région du Bas-Saint-Laurent dans cinq ans :
 - ⇒ les jeunes de 25 à 34 ans (88 %),
 - ⇒ les jeunes qui sont sur le marché du travail (84 %),
 - ⇒ les jeunes qui estiment comme fortes les possibilités de faire carrière dans le Bas-Saint-Laurent (90 %).

- ✓ Les jeunes qui estiment que les chances d'habiter encore dans la région d'ici cinq ans sont plutôt faibles, très faibles ou nulles invoquent en majorité la recherche d'un emploi (63 %) pour justifier un départ éventuel. Les études comptent comme motif de départ dans 15 % des cas.

| Raison(s) du départ éventuel de la région (Total des mentions; 2 mentions possibles) Base : Ont répondu qu'il y avait de faible chance qu'ils ne soient pas dans la région dans cinq ans | |
|--|-------------|
| | % (n=87) |
| Pour trouver un emploi | 63,0 |
| Pour étudier | 15,5 |
| Pour suivre la ou le conjoint / la famille | 3,1 |
| Pour la qualité de vie | 1,0 |
| Autre | 14,3 |
| Aucune raison en particulier | 3,2 |
| Q: Pour quelle (s) raison (s) quitteriez-vous la région ? | |

Caractéristiques socio-démographiques des répondants

| Caractéristiques sociodémographiques des répondants | |
|---|--------------|
| | % (n=300) |
| SEXE | |
| Masculin | 51,3 |
| Féminin | 48,7 |
| ÂGE⁵ | |
| 16 à 19 ans | 24,1 |
| 20 à 24 ans | 30,7 |
| 25 à 29 ans | 21,7 |
| 30 à 34 ans | 23,1 |
| OCCUPATION | |
| Cadre supérieur | 0,6 |
| Cadre moyen | 4,0 |
| Professionnels | 15,8 |
| Petit propriétaires | 2,3 |
| Cols blancs | 7,3 |
| Cols bleus | 21,2 |
| Personne au foyer | 2,9 |
| Étudiant | 33,7 |
| Sans emploi | 12,2 |
| REVENU DU MÉNAGE⁶ | |
| Moins de 20 000 \$ | 19,0 |
| De 20 000 \$ à 39 999 \$ | 33,1 |
| De 40 000 \$ à 59 999 \$ | 22,9 |
| 60 000 \$ et plus | 14,9 |

⁵ Un refus

⁶ Trente-trois refus

Les acteurs régionaux et leurs clientèles cibles

Cette section du rapport vise à mettre en lumière les perceptions des intervenants et des clientèles des organismes consultés. Afin d'établir un portrait plus exact de la région, trente entrevues ont été réalisées auprès des organismes de tous les secteurs d'activité et de chacune des huit MRC de la région. Ces organismes sont :

- ✓ Ville D'Amqui;
- ✓ CLD de la Pocatière;
- ✓ CLD de la Matépédia;
- ✓ Norcast;
- ✓ Ville de Trois-Pistoles;
- ✓ Corporation régionale de promotion des exportations du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ CÉGEP de La Pocatière;
- ✓ CÉGEP de Matane;
- ✓ Bombardier;
- ✓ CRD du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Commission scolaire des phares;
- ✓ CÉGEP de Rimouski;
- ✓ Musée du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ CLD du Témiscouata;
- ✓ CLD de Rivière-du-Loup;
- ✓ CLD Rimouski-Neigette;
- ✓ Ville de Matane;
- ✓ Conseil de la culture du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Office du Tourisme et des Congrès de Rimouski;
- ✓ Association touristique régionale du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Ministère de la Culture et des Communications, bureau régional;
- ✓ Développement économique Canada;
- ✓ Université du Québec à Rimouski;
- ✓ Musée régional de Rimouski;
- ✓ Commission scolaire de Kamouraska;
- ✓ Municipalité de Sainte-Blandine;
- ✓ Commission scolaire des Monts-et-Marée;
- ✓ Ville de Rivière-du-Loup;
- ✓ Ministère des régions, bureau régional;
- ✓ Ville de Pohénégamook.

PERCEPTION DE LA CLIENTÈLE DES ORGANISMES À L'ÉTUDE FACE À LA RÉGION DU BAS-SAINT-LAURENT

Nous avons demandé aux intervenants régionaux de nous dévoiler la vision de leur clientèle à propos de la région du Bas-Saint-Laurent. Les commentaires énoncés se résument à ceux-ci :

- ✓ Milieu urbanisé aux dimensions rurales;
- ✓ L'abondance des ressources naturelles et humaines;
- ✓ Paysage, nature et espace;
- ✓ Dynamisme et concertation régionale;
- ✓ Présence d'infrastructures de qualité;
- ✓ Localisation géographique stratégique;
- ✓ Vision optimiste;
- ✓ Caractère agricole;
- ✓ Apport touristique.

LES FORCES

MILIEU URBANISÉ AUX DIMENSIONS RURALES

Le Bas-Saint-Laurent est perçu comme une région offrant les services des grands centres urbains tout en possédant les caractéristiques typiques d'une région rurale.

- ✓ Qualité de vie (8 mentions);
- ✓ Milieu accueillant (3 mentions);
- ✓ Milieu plus humain (petites communautés), relations interpersonnelles plus faciles (2 mentions);
- ✓ Aime vivre dans notre région;
- ✓ Service d'une ville avec le parc du Bic à côté;
- ✓ Qualité de vie économique, sociale et culturelle;
- ✓ Région sécuritaire;

L'ABONDANCE DES RESSOURCES NATURELLES ET HUMAINES

La disponibilité des ressources autant naturelles qu'humaines est de loin l'avantage régional le plus souvent cité.

- ✓ Disponibilité de la main-d'œuvre (3 mentions);
- ✓ Présence d'un capital social;

- ✓ Disponibilité d'une main-d'œuvre bilingue (2 mentions);
- ✓ Bilinguisme de la main-d'œuvre;
- ✓ Ressources humaines spécialisées en production;
- ✓ Ressources humaines de qualité et fidèle (2 mentions);
- ✓ Disponibilité, accessibilité et abondance des ressources naturelles (forêt, mer, agriculture) (4 mentions).

PAYSAGE, NATURE ET ESPACE

Plusieurs intervenants mentionnent que leur clientèle est interpellée par les paysages, la nature la présence du fleuve et les grands espaces.

- ✓ Beauté des paysages et de la région (5 mentions);
- ✓ Disponibilité de terrain, de bâtiment dans les parcs industriels;
- ✓ Panorama non-altéré;
- ✓ Qualité de l'environnement et du paysage (2 mentions);
- ✓ Présence du fleuve et son littoral et le dépaysement créé par le fleuve;
- ✓ Présence de la nature.

DYNAMISME ET CONCERTATION RÉGIONALE

Plusieurs résidents font référence au dynamisme régional. Ils sont fiers d'une telle effervescence tant économique que social considérant que la région est jeune.

- ✓ Présence d'usines ultramodernes, des plus expérimentées;
- ✓ Depuis la régionalisation, on note un certain sentiment d'appartenance au Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Volonté de concertation et le respect très élevé entre les organismes d'entraide;
- ✓ Région jeune;
- ✓ Région qui se tient, où il y a énormément de concertation; Forte solidarité régionale; Tradition d'entraide;
- ✓ Possède tout ce qu'il faut pour se développer;
- ✓ La perception des entrepreneurs est qu'ils contribuent grandement à l'essor du Bas-Saint-Laurent en créant des emplois;
- ✓ Le Bas-Saint-Laurent a réussi à développer certaines expertises;
- ✓ Éclosion d'un esprit entrepreneurial;
- ✓ Les possibilités d'emplois grandissantes;
- ✓ Développer et préserver le goût de l'entrepreneuship;
- ✓ Les résidents ont une vision plus dynamique de leur région.

PRÉSENCE D'INFRASTRUCTURE DE QUALITÉ

La population du Bas-Saint-Laurent est fière des infrastructures, en nombre et en qualité, qu'elle possède, surtout dans le secteur de l'éducation et de la santé.

- ✓ Maisons d'enseignement nombreuses, de qualité, et de haut savoir (2 mentions);
- ✓ Présence d'infrastructures communautaires de haut calibre (hôpitaux, établissements d'enseignement);
- ✓ Diversité des activités de plein air et de culture;
- ✓ Enseignement de qualité.

LOCALISATION GÉOGRAPHIQUE STRATÉGIQUE

Selon les commentaires émis, l'emplacement géographique du Bas-Saint-Laurent positionne cette région au carrefour de grands marchés.

- ✓ Situation géographique à proximité des Maritimes et du Nord du Maine;
- ✓ Rivière-du-Loup jouit d'une position privilégiée. Elle est à proximité de Québec;
- ✓ Position géographique à cheval entre la Gaspésie et Chaudière-Appalaches;
- ✓ Phénomène des distances qui s'atténue.

VISION OPTIMISTE

Les énoncés qui suivent démontrent le positivisme de la population envers la région du Bas-Saint-Laurent

- ✓ Les personnes travaillant pour et dans l'appareil gouvernemental ont une perception positive de la région du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Le quart de la population a une vision positive;
- ✓ On ne fait pas partie des régions éloignées.

CARACTÈRE AGRICOLE

Le caractère agricole de la région ressort comme l'une des forces à exploiter.

- ✓ Potentiel énorme de l'agroalimentaire plus particulièrement de l'acériculture;
- ✓ Agriculture.

L'APPORT TOURISTIQUE

Le développement d'attraits touristiques, l'amélioration de l'offre touristique portent ses fruits. La région du Bas-Saint-Laurent est maintenant reconnue comme une destination et non une région de passage.

LES FAIBLESSES

Les faiblesses les plus fréquemment associées à la région du Bas-Saint-Laurent, de la part de la clientèle des organismes interrogés sont :

- ✓ l'exode des jeunes, la décroissance;
- ✓ la carence d'industrie de deuxième transformation et la surexploitation des ressources;
- ✓ la précarité sociale;
- ✓ la sous-estimation du potentiel régional;
- ✓ la situation des services;
- ✓ l'éloignement et l'étendue de la région;
- ✓ le manque de support accordé aux entrepreneurs;
- ✓ la disparité du développement régional
- ✓ le manque de visibilité et de notoriété.

L'EXODE ET LA DÉCROISSANCE

Les faiblesses les plus importantes mentionnées par la clientèle des organismes interrogés de la région du Bas-Saint-Laurent sont l'exode des jeunes, la décroissance démographique, le vieillissement de la population et le taux de natalité très faible.

- ✓ Exode des jeunes (5 mentions);
- ✓ Région en régression au plan démographique (2 mentions);
- ✓ Dénatalité et dépeuplement;
- ✓ Absence de relève;
- ✓ Une des conséquences de l'exode des jeunes est la perte de dynamisme de la région, la vitalité entrepreneuriale.

CARENCE D'INDUSTRIE DE DEUXIÈME TRANSFORMATION ET SUREXPLOITATION DES RESSOURCES

Les résidents du Bas-Saint-Laurent évoquent le manque d'entreprises de deuxième transformation et l'épuisement des ressources naturelles comme étant des faiblesses de la région au point de vue économique.

- ✓ Manque d'entreprises de transformation, secteur secondaire très faible (3 mentions);
- ✓ Difficulté de se développer comme entreprise;
- ✓ Pôles de développement limités;
- ✓ Pénurie de main-d'œuvre;
- ✓ Décroissance de la ressource forestière;
- ✓ Manque de diversité au niveau de la production;
- ✓ Épuisement des ressources naturelles telle que la forêt;
- ✓ Coûts associés aux transports;
- ✓ Pas assez de prospection d'entreprises et faible quote-part des subventions gouvernementales.

PRÉCARITÉ SOCIALE

Selon les intervenants interrogés, la perception des résidents sur le faible niveau de scolarité de la population jumelé au manque d'emploi, a pour résultat de tenir la population du Bas-Saint-Laurent dans une précarité sociale.

- ✓ Difficulté à trouver de l'emploi, manque de travail, d'emplois bien rémunérés, emplois saisonniers (5 mentions);
- ✓ Bilinguisme (2 mentions);
- ✓ Population peu scolarisée;
- ✓ Problème de formation de la main-d'œuvre;
- ✓ Région où les perspectives d'emplois sont limitées.

SOUS-ESTIMATION DU POTENTIEL RÉGIONALE

Toujours au dire des intervenants, la population du Bas-Saint-Laurent sous-estimerait le potentiel régional du Bas-Saint-Laurent.

- ✓ Il est mieux vu d'aller travailler ailleurs que de rester dans la région;
- ✓ Le sentiment d'appartenance est plus fort face à la MRC que face à la région;
- ✓ Souvent perçue comme une région agricole;
- ✓ Manque de leadership;

- ✓ Manque de complicité entre les populations vivant en arrière-pays et celles vivant le long du littoral;
- ✓ Moins bien traitées qu'ailleurs;
- ✓ Moins bien desservis culturellement par rapport aux grands centres;
- ✓ L'appareil gouvernemental perçoit plus positivement la région que le milieu lui-même.

SITUATION DES SERVICES

La qualité des services est mise en doute par certains résidents.

- ✓ Manque d'activités attrayantes pour les jeunes;
- ✓ L'organisation du produit touristique a des lacunes au niveau de l'hébergement et de la restauration;
- ✓ Moins bien desservi culturellement par rapport aux grands centres;
- ✓ Peu d'efforts pour améliorer le logement aux étudiants qui sont souvent chers et malpropres;
- ✓ La région doit continuellement se battre pour garder une qualité de vie, des services comme dans les grands centres sinon elle les perd.

L'ÉLOIGNEMENT ET L'ÉTENDUE DE LA RÉGION

L'éloignement et l'étendue de la région du Bas-Saint-Laurent semblent être perçus comme une faiblesse par certains résidents.

- ✓ Éloignement des grands centres;
- ✓ Grand territoire;
- ✓ Difficulté à faire cheminer les dossiers.

MANQUE DE SUPPORT ACCORDÉ AUX ENTREPRENEURS

Les entrepreneurs ne semblent pas assez soutenus, selon les intervenants interrogés.

- ✓ Les paliers gouvernementaux (provincial et fédéral) apportent peu d'aide;
- ✓ Les entrepreneurs ont souvent l'impression de ne pas être assez supportés et désireraient une action plus structurante;
- ✓ Les entrepreneurs se demandent si les deniers publics sont bien gérés.

DISPARITÉ DU DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL

Selon quelques répondants, la population croit que le développement régional n'est pas effectué de façon équitable.

- ✓ Le développement est trop centré sur Rimouski au détriment des autres municipalités. On est fier d'avoir une capitale régionale mais celle-ci doit «retourner l'ascenseur » aux autres municipalités;
- ✓ Manque de vision commune;
- ✓ Distinction entre le Bas-Saint-Laurent du littoral et l'arrière-pays, développement axé essentiellement sur Rimouski.

MANQUE DE VISIBILITÉ ET DE NOTORIÉTÉ

Selon les Bas-laurentiens, la renommée et les limites de la région du Bas-Saint-Laurent sont méconnues.

- ✓ Manque de visibilité de la culture propre au Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Difficulté à situer géographiquement le Bas-Saint-Laurent pour les clientèles extérieures;
- ✓ Identification plus forte à la MRC qu'à la région du Bas-Saint-Laurent.

AUTRES FAIBLESSES

- ✓ Qualité de la restauration qui laisse à désirer;
- ✓ Manque d'attraits majeurs;
- ✓ Les touristes s'attendent à avoir accès au fleuve (faible accès).

PERCEPTION DES INTERVENANTS EUX-MÊMES À L'ÉGARD DU BAS-SAINT-LAURENT

LES FORCES

Les différents intervenants interrogés associent les forces suivantes à la région du Bas-Saint-Laurent :

- ✓ Accessibilité à des ressources de qualité;
- ✓ Dynamisme régional;
- ✓ Qualité du milieu de vie;
- ✓ Valorisation, fierté de la population et concertation;
- ✓ Localisation géographique et infrastructures;
- ✓ Paysage et tourisme;
- ✓ Milieu culturel et des loisirs.

ACCESSIBILITÉ À DES RESSOURCES DE QUALITÉ

- ✓ Bonne main-d'œuvre, qualité de la main-d'œuvre : fidèle, goût du défi et ingénieuse (7 mentions);
- ✓ Fidélité de la main-d'œuvre (3 mentions);
- ✓ Main-d'œuvre de production et technicien;
- ✓ Excellentes capacités techniques des entrepreneurs artisans;
- ✓ Disponibilité des ressources humaines;
- ✓ L'abondance des ressources naturelles (4 mentions);
- ✓ Richesses naturelles;
- ✓ Présence de beaucoup de ministères.

DYNAMISME RÉGIONAL

- ✓ Le Bas-Saint-Laurent s'est particulièrement démarqué depuis 2 ans;
- ✓ Une capitale régionale : Rimouski;
- ✓ Programmation Gagnon : bel exemple d'émergence de l'économie du savoir;
- ✓ La région possède un fort potentiel de développement;
- ✓ Bon tissu entrepreneurial;
- ✓ Bonne performance des entreprises dans le secteur manufacturier;
- ✓ Certains créneaux où l'expertise est élevée, dont l'agroalimentaire;
- ✓ Force au plan de l'innovation et du développement d'excellents produits;
- ✓ Fort en nouvelles technologies et en téléphonie;
- ✓ Diversité du tissu économique (2 mentions);

- ✓ L'économie régionale ne repose plus sur le secteur primaire;
- ✓ Industrie touristique en croissance;
- ✓ Secteur des technologies de l'information en développement;
- ✓ Développement de l'agriculture;
- ✓ Beaucoup de recherche et de développement;
- ✓ Développement d'industrie légère;
- ✓ L'emploi des richesses naturelles et la transformation;
- ✓ Région novatrice;
- ✓ Esprit d'entrepreneurial, prochaine Beauce;
- ✓ Développement des secteurs tertiaires et secondaires;
- ✓ Développement de haute technologie.

QUALITÉ DU MILIEU DE VIE

- ✓ Qualité de vie, zone anti-stress (6 mentions);
- ✓ Milieu plus humain, communautés plus petites;
- ✓ Relations interpersonnelles plus faciles;
- ✓ Facilité d'accès à la propriété.

VALORISATION, FIERTÉ DE LA POPULATION ET CONCERTATION

- ✓ Sentiment d'appartenance de la population et des employés à la région ce qui ne se retrouve pas dans les grands centres (2 mentions);
- ✓ Complicité entre les intervenants locaux et régionaux; Capacité du milieu à se mobiliser et à se regrouper, niveau élevé de concertation (4 mentions);
- ✓ Cohésion sociale et souci de relever des défis de façon concertée (très perceptible quand on regarde le CRCD et Emploi-Québec : deux organismes qui travaillent bien avec tout le monde et qui sont décentralisés);
- ✓ Beaucoup de partenariat entre les organismes culturels avec le milieu de l'éducation, le monde municipal, et avec l'industrie touristique;
- ✓ Détermination des gens de la région;
- ✓ Confiance en nous.

QUALITÉ DES SERVICES RÉGIONAUX

- ✓ Diversité des écoles de formation, leur qualité et la présence de centres d'excellences et leur calibre (3 mentions);
- ✓ UQAR, qui permet aux jeunes de demeurer dans la région pour étudier;
- ✓ Les services de santé (centre du cancer) et les services sociaux sont forts;
- ✓ Fort dans les organismes de services variétés.

LOCALISATION GÉOGRAPHIQUE ET INFRASTRUCTURE

- ✓ Proximité de la frontière américaine, proximité de certains marchés;
- ✓ Plusieurs voies d'accès possibles (autoroute, chemin de fer, port de mer, etc.);
- ✓ Notre environnement constitue une force pour le développement économique;
- ✓ Bon réseau de communication entre les deux rives;
- ✓ Exportation;
- ✓ Réseau routier.

PAYSAGE ET TOURISME

- ✓ Beauté des paysages et de la région;
- ✓ Qualité des paysages et leurs diversités;
- ✓ Renommée touristique;
- ✓ Développement de l'offre touristique;

MILIEU CULTUREL ET DES LOISIRS

- ✓ Équipe de hockey junior;
- ✓ Grande accessibilité aux activités récréotouristiques.

LES FAIBLESSES

Les faiblesses les plus souvent associées à la région du Bas-Saint-Laurent sont selon les dirigeants des organismes interrogés :

- ✓ La décroissance démographique et l'exode des jeunes;
- ✓ L'essoufflement du milieu;
- ✓ Le déficit de main-d'œuvre et de ces compétences;
- ✓ L'éloignement et la pauvreté;
- ✓ Problèmes de territorialité;
- ✓ Vision myope du développement;
- ✓ Qualité et quantité des infrastructures et des services;
- ✓ Faible concentration de population sur un grand territoire.

DÉCROISSANCE DÉMOGRAPHIQUE ET EXODE

- ✓ Exode des jeunes (5 mentions); Exode des jeunes diplômés, déficit de cerveau, incapacité de la région à garder ses jeunes (3 mentions);
- ✓ Manque de travail pour les jeunes, région où les perspectives d'emploi sont limitées;
- ✓ Région en régression au plan démographique, population vieillissante (6 mentions);
- ✓ Attraction des grands centres.

ESSOUFFLEMENT DU MILIEU

- ✓ Manque de nouveaux entrepreneurs pour consolider le secteur manufacturier (75 % des nouveaux entrepreneurs sont dans le secteur des services);
- ✓ Manque de modèle entrepreneurial (exemple : les jeunes de la Beauce grandissent dans un modèle entrepreneurial), d'esprit entrepreneurial (3 mentions);
- ✓ Difficulté de faire du développement dans certaines MRC (taux de chômage très élevé, manque de moyens financiers, etc.);
- ✓ Difficulté d'attirer des entreprises extérieures en raison du manque d'avantages différentiels de la région. Peu d'incitatifs à offrir et manque d'arguments économiques;
- ✓ Capacité limitée des entreprises à se mettre en marché (versus compétences techniques);
- ✓ Le secteur industriel n'est pas assez développé;
- ✓ Manque d'industrie lourde, pas de grande industrie importante; Absence de grandes entreprises qui pourraient avoir un rôle important dans la création d'emploi;
- ✓ L'économie du savoir reste à développer;
- ✓ Manque de développement durable;
- ✓ Manque de capitaux (3 mentions);
- ✓ Pas assez de transformation des produits marins compte tenu du nombre de recherche effectuée dans ce domaine;
- ✓ Manque d'emploi de haut niveau;
- ✓ Première transformation menacée Ex : industrie forestière car surexploitation des ressources naturelles;
- ✓ Manque d'industrie de 2^e et 3^e transformation (4 mentions).

DÉFICIT DE MAIN-D'ŒUVRE ET DE CES COMPÉTENCES

- ✓ Certaines lacunes viennent freiner le fort potentiel de la région dont le manque de main-d'œuvre spécialisée et qualifiée et professionnelle (3 mentions);
- ✓ Le taux de formation de haut niveau en dessous de la moyenne (site Web, profil de diplomation);
- ✓ Difficulté à attirer du personnel spécialisé de Montréal ou d'ailleurs (exemple : ingénierie) (2 mentions);
- ✓ Manque de bilinguisme parmi les travailleurs (3 mentions);
- ✓ Milieu rural moins scolarisé comparativement au reste du Québec;

ÉLOIGNEMENT ET PAUVRETÉ

- ✓ Éloignement de la région par rapport aux grands centres, éloignement des marchés (4 mentions);
- ✓ Moins bien servis par les gouvernements que dans les grands centres;
- ✓ Beaucoup de pauvreté, de chômage;
- ✓ Précarité d'emploi.

PROBLÈME DE TERRITORIALITÉ

- ✓ Le Bas-Saint-Laurent a de moins en moins de poids politique. Besoin de solidarité régionale pour compenser le désengagement des gouvernements;
- ✓ Problème d'appartenance de certaines villes, appartient-on à la Gaspésie ou au Bas-Saint-Laurent ?;
- ✓ Territoire physiquement compliqué (grand, divisé) qui a parfois relevé de Québec, parfois de Rimouski;
- ✓ Manque de concertation entre les institutions d'enseignement et les intervenants en développement pour développer des programmes adaptés à la réalité régionale;
- ✓ Région qui se fractionne en trois sous régions, pôle de Matane, pôle de Rimouski et pôle de Rivière-du-Loup et de Kamouraska ce qui cause des tensions occasionnelles;
- ✓ Difficulté à intégrer un milieu rural au milieu urbain;
- ✓ Manque de hardiesse, de cohésion dans la prise de décision, n'arrive pas à faire de consensus;
- ✓ Manque de confiance de la population;
- ✓ Milieu rural pas assez vivant.

VISION MYOPE DU DÉVELOPPEMENT

- ✓ Région perçue essentiellement comme une région de ressources (3 mentions);
- ✓ Région qui a peu développé de réseaux avec les grands centres urbains (Montréal, Québec);
- ✓ Manque de visibilité de la région auprès des industries, manque de diversification;
- ✓ Emphase trop portée sur le fleuve;

- ✓ Absence de stratégie pour attirer des capitaux étrangers;
- ✓ Épuisement de la ressource forestière.

QUALITÉ ET QUANTITÉ DES INFRASTRUCTURES ET DES SERVICES

- ✓ Réseau routier pas assez développé et peu performant (2 mentions);
- ✓ Les MRC de l'Est de la région ne sont pas reliées par une autoroute;
- ✓ Problème structurel relié aux transports, éloignement des grands centres;
- ✓ Réseau routier non performant.

FAIBLE CONCENTRATION DE POPULATION SUR UN VASTE TERRITOIRE

- ✓ Grand territoire peu peuplé;
- ✓ Arrière-pays non développé;
- ✓ Nombreuses municipalités à faible concentration;
- ✓ Densité de la population, éparpillement.

AUTRES FAIBLESSES

- ✓ Services sont concentrés à Rimouski et à Rivière-du-Loup;
- ✓ Structure bureaucratique complexe avec le gouvernement;
- ✓ Délais administratifs longs;
- ✓ Il y a des ressources financières mais elles sont sous-utilisées;
- ✓ Manque d'incitatifs de travail pour convaincre des anciens résidents de revenir dans la région;
- ✓ Manque de développement touristique;
- ✓ On dit qu'il y a beaucoup d'emplois en région pour les jeunes non diplômés, c'est négatif pour les jeunes qui ont poursuivi leurs études;
- ✓ Budget insuffisant des programmes d'aide;
- ✓ Capacité d'attraction et de maintien limités; manque d'activités attrayantes pour les jeunes;
- ✓ Qualité de la restauration faible;
- ✓ Laideur de l'aménagement du littoral dans certaines villes;
- ✓ Immensité du territoire rend la concertation difficile.

Les succès de la région du Bas-Saint-Laurent

Suite aux entrevues, il ressort que les succès de la région du Bas-Saint-Laurent reposent sur :

- ✓ Les actions du CRCD, plus particulièrement les efforts mis sur la concertation de la région et le développement d'une vision de développement régionale planifiée et stratégique;
- ✓ Le réseau d'enseignement et de centres de recherche de qualité, diversifié et adapté à son milieu;
- ✓ L'identification et la consolidation de divers secteurs d'activités gagnants et propres à la région tels que : les sciences de la mer, les mines d'ardoise, les tourbières, etc...;
- ✓ Le rafermissement du développement régional et du patrimoine propre à la région du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ L'accès à des infrastructures et des services de dimension urbaine;

Le CRCD

- ✓ Mobilisation que le CRCD a réussi à faire autour du débat de la forêt, débats actuels menés par le CRCD (4 mentions);
- ✓ Actions du CRCD pour développer les nouvelles technologies;
- ✓ Mise en place d'un exercice de vision et de planification stratégique et d'outils rassembleurs (5 mentions);
- ✓ Campagne de promotion du CRCD;
- ✓ Étude des facteurs de localisation des entreprises.

LE RÉSEAU D'ENSEIGNEMENT ET LES CENTRES DE RECHERCHE

- ✓ CÉGEP de La Pocatière qui a obtenu le meilleur taux de réussite au Québec, qui évolue bien et qui est proche de l'industrie (2 mentions);
- ✓ Maisons d'enseignement près du milieu des affaires;
- ✓ La présence de l'Université du Québec à Rimouski (UQAR) (3 mentions);
- ✓ Organisation éducative (Cégep, université, commissions scolaires);
- ✓ Institut Maurice Lamontagne;
- ✓ Démarches de l'ITA (Institut de technologie agricole) pour développer un cours en transformation alimentaire;
- ✓ Polyvalente Mont-Joli : parmi les meilleures au Québec;

- ✓ Efforts mis de l'avant pour promouvoir le développement de la personne et la formation;
- ✓ Force au plan institutionnel (formation spécialisée, centres de recherche, centres de formation supérieure);
- ✓ Région très bien équipée en matière d'éducation : université, cégeps, commissions scolaires, etc.;
- ✓ Institut des sciences de la mer;
- ✓ Institut maritime;
- ✓ Mise sur pied d'un programme de Génie unifié;
- ✓ Qualité de la formation professionnelle;
- ✓ Développement du réseau de formation professionnelle.

MAIN D'ŒUVRE ET MILIEU HUMAIN

- ✓ Main-d'œuvre d'usine de plus en plus qualifiée (exemple : soudure);
- ✓ Disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée;
- ✓ Beaucoup de potentiel au plan humain (potentiel plus diversifié que celui de Beauce-Appalaches);
- ✓ Région doit développer une capacité de se concerter et d'accueillir les nouvelles entreprises;
- ✓ Disponibilité des gens à accueillir de nouveaux entrepreneurs.

ENTREPRISES ET SECTEURS D'ACTIVITÉS

- ✓ Contrat de Bombardier avec la Ville de New-York pour la construction des wagons de métro (permet d'assurer les emplois pour les 5 prochaines années) consolidation des opérations;
- ✓ Les Boiseries Saint-Laurent;
- ✓ Plusieurs bons petits fournisseurs (exemple : Pocatec) qui se sont développés au fil des ans (2 mentions);
- ✓ Camboard;
- ✓ Diamants du Saint-Laurent (2 mentions);
- ✓ Virage technologique (exemple : programmation Gagnon) (2 mentions);
- ✓ Communication : QuébecTel;
- ✓ Consécration du Jardin des Métis;
- ✓ Importance de la recherche et du développement chez Premier-Tech (6 mentions);
- ✓ Le succès de Viande du Breton;
- ✓ Ouverture d'une ardoisière;
- ✓ Centre de transfert biotechnologie en physique de La Pocatière;
- ✓ Usine Panval (panneau de meuble en bois);

- ✓ Arrivée de Donohue à Matane;
- ✓ Site d'enfouissement;
- ✓ Cogéma;
- ✓ Centre de transfert des technologies à La Pocatière;
- ✓ Émergence du Festi-Jazz de Rimouski;
- ✓ Présence de l'Océanic;
- ✓ Installation portuaire de Cacouna de qualité;
- ✓ Création de la CORPEX, corporation régionale des exportations du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Mise en place de la piste cyclable « Petit Témis »;
- ✓ Beaucoup de développement touristique, d'amélioration des équipements et de l'hébergement (2 mentions);
- ✓ Investissements dans l'industrie touristique qui ont donné des résultats (pour la saison 1999-2000, le Bas-Saint-Laurent est l'une des seules régions, avec Montréal, qui a connu des hausses de fréquentation);
- ✓ Émergence des sciences de la mer, du domaine maritime; La Technopole maritime du Québec (2 mentions);
- ✓ Recherche océanographique;
- ✓ Beaucoup de réalisations en agriculture (6 mentions);
- ✓ Tout ce qui s'est fait en foresterie 2^{ème} et 3^{ème} transformations et application du modèle des forêts modèles;
- ✓ Implantation d'industries de marque;
- ✓ Ouverture à l'exportation;
- ✓ Usine de transformation et de recherche et développement;

PATRIMOINE ET RÉGIONALISATION

- ✓ Création du parc du Bic;
- ✓ Ensemble du patrimoine naturel et culturel (2 mentions);
- ✓ Opération « Héritage Kamouraska » (mise en valeur du patrimoine, de la culture, etc. de la MRC de Kamouraska) (2 mentions);
- ✓ Développement et reconnaissance d'un certain nombre d'activités culturelles telles que :
Carrousel international du film, théâtre du Bic;
- ✓ Musée de la mer;
- ✓ Développement de la piste cyclable du Petit Témis;
- ✓ Musée régional de Rimouski;
- ✓ Musée des sciences de la mer;
- ✓ Présence et établissements des Carrefours de la Nouvelle Économie;
- ✓ Établissement de CNE (Carrefours de la Nouvelle Économie). Le Bas-Saint-Laurent a été une région pilote pour les autres régions du Québec;
- ✓ S'être positionnée comme région administrative;

- ✓ Région très proactive dans les politiques de régionalisation;
- ✓ Inclusion du Bas-Saint-Laurent dans le parc marin du Sagenay Saint-Laurent;
- ✓ Développement des saveurs du Bas-Saint-Laurent (2 mentions).

AUTRES SUCCÈS ET COMMENTAIRES

- ✓ Centre de traitement du cancer de l'hôpital, l'hôtellerie de ACEQ (2 mentions);
- ✓ Amener en région la finale des Jeux du Québec (2 mentions);
- ✓ Le développement industriel et social sans sacrifier l'environnement;
- ✓ Soucis de prise en charge par les acteurs socio-économiques de la région;
- ✓ Au dernier congrès de l'UMRCQ le Bas-Saint-Laurent était la région vedette;
- ✓ Choisir des créneaux porteurs tels que : énergie éolienne et science de la mer;
- ✓ Axer sur les entreprises ayant un grand volet recherche & développement;
- ✓ Mariage entre le développement social, économique et culturel;
- ✓ Après avoir surmonté plein d'épreuves les gens ont appris à travailler ensemble, à développer leur esprit de concertation;
- ✓ Force en émergence : virage important de la modernité, nouvelles technologie de l'information, recherche & développement, science de la mer, acériculture et élevage de l'agneau;
- ✓ Développement des activités récréotouristiques.

MEILLEURS ARGUMENTS POUR INCITER DES ENTREPRISES À VENIR S'INSTALLER DANS LA RÉGION DU BAS-SAINT-LAURENT

Les différents arguments mis de l'avant par les dirigeants d'organismes interrogés sont résumés en sept points :

- ✓ La qualité de vie que la région du Bas-Saint-Laurent offre;
- ✓ La qualité et les compétences de la main-d'œuvre du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ L'emplacement stratégique de la région par rapport aux grands marchés;
- ✓ L'accessibilité à des infrastructures à moindre coûts que dans les grands centres urbains;
- ✓ L'accessibilité à des institutions d'enseignement de qualité et adaptées aux besoins des entreprises;
- ✓ Le dynamisme et la concertation des gens du milieu;
- ✓ L'effervescence de la recherche et du développement et l'accessibilité à divers centres de recherche.

Note : les répondants soulignent parfois qu'il ne s'agit pas nécessairement d'acquis mais qu'il faut être en mesure de mettre en valeur de telles choses.

QUALITÉ DE VIE ET BEAUTÉ DE LA RÉGION

- ✓ Qualité de vie (19 mentions);
- ✓ L'espace (4 mentions);
- ✓ Beauté des paysages, de la nature (6 mentions);
- ✓ La qualité de l'environnement (*air pur*) (4 mentions);
- ✓ Bilan de santé positif des travailleurs de la région comparativement aux grands centres urbains;
- ✓ Services sociaux et de santé complets et de qualités;
- ✓ La présence du fleuve Saint-Laurent (majestueux);
- ✓ Pas beaucoup de temps passé dans les embouteillages, la circulation;
- ✓ Volonté régionale de réaliser un développement équilibré (écologique, qualité de vie, bon milieu de travail);
- ✓ Coût de la vie moins dispendieux que dans les grands centres (4 mentions).

Main-d'œuvre et milieu humain

- ✓ Stabilité de la main-d'œuvre;
- ✓ Disponibilité d'une main-d'œuvre compétente et loyale (7 mentions);
- ✓ Qualité de la main-d'œuvre (3 mentions);
- ✓ Main-d'œuvre qualifiée (2 mentions);
- ✓ Proximité de ressources spécialisées;
- ✓ Les gens ont le goût de faire des choses, la population est déterminée (2 mentions);
- ✓ Capacité des intervenants à intervenir rapidement;
- ✓ La région sait personnaliser ses interventions;
- ✓ Bassin de chercheurs et d'institutions importantes;
- ✓ Compétence de main-d'œuvre (2 mentions);
- ✓ Coût foncier.

Infrastructure, accès et espace

- ✓ Disponibilité d'espace à peu de frais;
- ✓ Disponibilité des infrastructures;
- ✓ Accès facile à tous les grands centres (réseaux de transport); Proximité des grands axes routiers (3 mentions);
- ✓ Disponibilité de moyens de communication et de transport;
- ✓ Présence d'infrastructures touristiques de qualité;
- ✓ Accessibilité à d'excellents services de santé;
- ✓ Accès à un transport maritime, intermodal pour la marchandise;
- ✓ Accès à tous les services de santé et de formation;
- ✓ Faible coût des infrastructures (2 mentions);
- ✓ Vitalité culturelle;
- ✓ Bons équipements culturels;
- ✓ Centre de transfert technologique;
- ✓ Réseau de musées.

MAISONS D'ENSEIGNEMENT ET CENTRES DE RECHERCHE

- ✓ Support des maisons d'enseignement qui sont très impliquées dans le développement régional;
- ✓ Richesse des services d'éducation destinés aux enfants et aux adultes;
- ✓ Offre d'institutions d'enseignement diversifiées.

AUTRES ARGUMENTS

- ✓ La région a tout ce qu'il faut pour satisfaire une entreprise;
- ✓ Avantages fiscaux; Grande possibilité de subventions données aux entreprises;
- ✓ Richesse culturelle à mettre davantage en valeur;
- ✓ Profiter d'un milieu où la reconnaissance sera grande;
- ✓ Convivialité;
- ✓ Région à fort potentiel qui demande à être exploitée;
- ✓ Potentiel de concertation;
- ✓ Le dynamisme;
- ✓ Disponibilité de programmes d'aide;
- ✓ Volonté de développement de la région;
- ✓ Accessibilité des ressources;
- ✓ Ce n'est pas une région qui est à la remorque des grands centres, facteurs d'attraits importants;
- ✓ Proximité des marchés américains et des maritimes;
- ✓ Port de mer.

LES ARGUMENTS PROPOSÉS POUR ACCROÎTRE LE SENTIMENT D'APPARTENANCE À LA RÉGION

Les meilleurs moyens mentionnés par les intervenants régionaux afin de raviver la flamme auprès des Bas-laurentiens sont :

- ✓ Valoriser les «success story», célébrer les réussites;
- ✓ Mettre en évidence les atouts régionaux à tous les niveaux;
- ✓ Mobiliser, concerter et sensibiliser les bas-laurentiens au développement régional;
- ✓ Créer un réseau d'ambassadeurs de la région;
- ✓ Cibler des actions envers les jeunes;
- ✓ Éviter de projeter une attitude de victime.

MISE EN VALEUR DES ATOUTS DU BAS-SAINT-LAURENT

- ✓ Valoriser et célébrer les bons coups (3 mentions); Vendre nos bons coups (nous sommes trop humbles), réussir des bons coups, avoir des succès, mettre en valeur ce qu'on fait;
- ✓ Mise en valeur des « success story » de la région qui se démarquent du reste du monde;
- ✓ Dire et redire aux gens ce qu'on a ici, nos atouts, des forces de la région (2 mentions);
- ✓ Travailler avec les jeunes très tôt au primaire; leur faire connaître les atouts de leur région. Faire connaître ce qui se passe dans la région;
- ✓ Beauté des paysages;
- ✓ Dynamisme et joie de vivre qui s'expriment par beaucoup de manifestations culturelles;
- ✓ Faire valoir l'âme, l'identité de la région;
- ✓ Belle qualité de vie avec des infrastructures intéressantes;
- ✓ Bon taux d'emploi;
- ✓ Faire valoir tout ce qui se fait;
- ✓ Montrer et démontrer tout ce que l'on possède en créant un comparatif avec d'autres régions;
- ✓ Promouvoir les choses que l'on fait bien;
- ✓ Faire partie d'une équipe gagnante et le communiquer;
- ✓ Les meilleures écoles d'art plastiques et de théâtre se retrouvent sur ce territoire, ce n'est pas médiatisé;
- ✓ Informer des commentaires positifs qu'on reçoit à propos du Bas-Saint-Laurent lorsqu'on va à l'extérieur;
- ✓ Donner le goût de la région.

MOBILISATION, CONCERTATION

- ✓ Faire ressortir les cordes sensibles qui nous font vibrer collectivement pour aimer vivre ici;
- ✓ Avoir un slogan, un symbole ou une devise qui soit présent un peu partout dans la région;
- ✓ Mieux marquer le début et la fin du Bas-Saint-Laurent sur les principaux axes routiers;
- ✓ Implication à la mobilisation (on a besoin de tout le monde : les jeunes, les retraités, les entrepreneurs, etc.);
- ✓ Développer une forme de concertation (comme le CRCD le fait actuellement);
- ✓ Permettre aux gens de participer, de s'engager dans des projets de développement;
- ✓ Laisser la population s'impliquer et les aider à s'impliquer;
- ✓ Trouver une façon de valoriser les citoyens du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Organiser des événements rassembleurs;
- ✓ Mettre en place davantage de comités de concertation;

- ✓ Il est important de faire comprendre aux gens que le développement viendra de nous, de notre milieu et non pas de l'extérieur (2 mentions);
- ✓ Synergie de concertation.
- ✓ Développer la fierté d'appartenir à notre région;
- ✓ Discours à changer à tous les niveaux (exemple : « j'ai conseillé à mes enfants d'aller étudier et travailler ailleurs »).

CRÉER DES RÉSEAUX, DES AMBASSADEURS

- ✓ Valoriser la fierté des entreprises d'appartenir au Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Provoquer des contacts constants entre les intervenants;
- ✓ Concertation entre les différentes MRC et les organismes régionaux;
- ✓ Faire parler nos leaders;
- ✓ Implication des chefs d'entreprise dans le milieu : valorisant pour tous;
- ✓ Dynamisme, le leadership des dirigeants;
- ✓ Regrouper des intervenants de divers milieux.

CIBLER DES ACTIONS VERS LES JEUNES

- ✓ Faire plus de publicité auprès des jeunes;
- ✓ Publiciser les bons coups à travers le réseau scolaire;
- ✓ Stage d'un jour en entreprise pour les étudiants car ils ne connaissent pas bien la région et ses entreprises;
- ✓ Inciter nos jeunes à demeurer ici;
- ✓ Faire valoir auprès des jeunes qui ont quitté, que le Bas-Saint-Laurent a introduit la modernité dans ses secteurs traditionnels.

ÉVITER DE PROJETER UNE IMAGE DE VICTIME

- ✓ Ne pas projeter une attitude de victime (2 mentions);
- ✓ Parler de façon positive.

AUTRES ARGUMENTS ET COMMENTAIRES

- ✓ Tâche difficile car développer un sentiment d'appartenance régional tue la fierté locale, erreur originelle;
- ✓ Se rapprocher de nos origines riches, de notre patrimoine, histoire, berceau du Québec;
- ✓ Beaucoup de gens reviennent ici après avoir travaillé quelques années dans les grands centres;

- ✓ La région du Bas-Saint-Laurent est née d'un découpage administratif qui regroupe des gens n'ayant pas les mêmes préoccupations et ayant davantage un sentiment d'appartenance à la Gaspésie (Matane) et à la côte du sud (La Pocatière);
- ✓ Avoir de grands projets communautaires (exemple : les citoyens de certaines régions aux États-Unis se mobilisent pour effectuer une corvée de grand nettoyage);
- ✓ Doter la région d'une vitalité culturelle;
- ✓ Rendre disponibles les activités culturelles;
- ✓ Voir naître des projets;
- ✓ Mettre l'accent sur les coûts peu élevés pour une entreprise.

LE POTENTIEL DE PARTENARIAT PROMOTIONNEL ET LES POSSIBILITÉS DE RÉSEAUTAGE

La majorité des intervenants régionaux approchés démontrent un fort niveau d'intérêt à collaborer avec le CRCD à la promotion de la région tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de la région. À en juger par leurs commentaires, on note que leur participation au projet consisterait davantage à jouer le rôle de porteur du message. Ils considèrent que l'objectif poursuivi par le CRCD est louable et qu'il est l'organisme tout désigné pour accomplir cette tâche. L'union entre le CRCD et les organismes du milieu permettra de créer un impact et renforcera le message. Ils mentionnent également qu'ils ont tout à gagner en participant à cette stratégie promotionnelle orchestrée.

INTÉRÊT À COLLABORER AVEC LE CRCD À LA PROMOTION INTRA-RÉGIONALE DU BAS-SAINT-LAURENT

Près d'une trentaine d'organismes interrogés démontrent un fort niveau d'intérêt à collaborer avec le CRCD à la promotion intra-régionale du Bas-Saint-Laurent. Notons que ce type de collaboration nécessite moins d'effort de la part des partenaires potentiels car ils portent déjà des actions sur le marché intra-régionale.

Voici un échantillonnage des commentaires :

- ✓ C'est indispensable;
- ✓ La promotion intra-régionale ne doit pas être la tâche d'un seul organisme mais celle de tous les intervenants;
- ✓ C'est d'une importance capitale, il faut vendre la région et non pas qu'une MRC;
- ✓ Le CRCD est l'organisme tout désigné pour agir comme élément de concertation;
- ✓ On a tout à gagner en s'associant, on bonifie les actions;

- ✓ Le CRCD est un organisme crédible. Il met à la disposition des outils intéressants. Il faut se l'approprier.
- ✓ Développer des ambassadeurs.

INTÉRÊT À COLLABORER AVEC LE CRCD À LA PROMOTION EXTRA RÉGIONALE DU BAS-SAINT-LAURENT

La collaboration à ce type de promotion est plus exigeante, elle demande des efforts supplémentaires, car ce n'est pas tous les organismes interrogés qui agissent sur ces marchés. Parmi ceux qui nous ont dit être très intéressés seulement sept sur vingt-sept ciblent ce marché alors que parmi les entreprises assez intéressées cette proportion est de deux sur sept. Voici leurs commentaires :

- ✓ La promotion extra régionale ne doit pas être la tâche d'un seul organisme mais celle de tous les intervenants;
- ✓ On a tout à gagner en mettant en valeur la région;
- ✓ Ne pas axer la stratégie de développement sur l'unique renforcement des pôles de la région tels que Rimouski, Rivière-du-Loup et La Pocatière;
- ✓ Le CRCD est l'organisme le mieux placé pour faire ce genre de promotion.
- ✓ Pour se faire connaître, vendre nos atouts, nos mérites;
- ✓ Plus il y aura d'organismes pour parler de cette région et de façon orchestrée mieux ça sera, tout le monde en bénéficiera;
- ✓ C'est plus avantageux que d'agir seul;
- ✓ Je mettrais davantage d'emphase sur ce volet;
- ✓ Il faut se faire connaître.

Commentaires :

- ✓ C'est une région qui mérite d'être mise sur la carte, bon dynamisme, pas gênant de la promouvoir;
- ✓ D'accord pour faire la promotion des avantages concurrentiels du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Dépend de ce qui sera visé;
- ✓ Aller rencontrer les grandes organisations qui font la promotion du Québec;
- ✓ Nous verrons quelle position on adoptera selon les résultats de l'étude;
- ✓ Aimerais renverser le courant;
- ✓ Permet de créer un impact.

Note : Seulement une entreprise s'est montrée peu intéressée; car il serait difficile pour elle de justifier une telle action car les actionnaires majoritaires sont en Ontario.

VOICI LES ASSOCIATIONS ET LES REGROUPEMENTS IDENTIFIÉS COMME COLLABORATEURS POTENTIELS :

- ✓ Association des CLD du Québec;
- ✓ Association des professionnels en développement économique (APDEQ);
- ✓ Réseau des ambassades;
- ✓ Activités des gouvernements provincial et fédéral (exemple : Team Canada);
- ✓ ATRAQ;
- ✓ Certains médias (exemple : Radio-Canada avec l'émission Bouscotte);
- ✓ Associations provinciales dont les intervenants du Bas-Saint-Laurent font partie (exemple : Ordre des ingénieurs). Exemple de collaboration : relier les sites Web;
- ✓ Association des femmes d'affaires;
- ✓ Grande organisation touristique;
- ✓ Société de développement de l'Estuaire du Saint-Laurent;
- ✓ Association des armateurs du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Association touristique régionale (2 mentions);
- ✓ Québec maritime;
- ✓ Investissement-Québec (ils ont plein de contact) (2 mentions);
- ✓ Hydro-Québec;
- ✓ Gaz-Métropolitain;
- ✓ QuébecTel;
- ✓ Délégations du Québec à l'étranger;
- ✓ Centre de recherche maritime à l'étranger;
- ✓ Commissaires industriels;
- ✓ Groupement de Trois-Pistoles;
- ✓ Société des musées québécois (2 mentions);
- ✓ Industrie Canada;
- ✓ Agence de développement économique du Canada;
- ✓ Fédération québécoise des municipalités;
- ✓ Réseau de la formation professionnelle et technique;
- ✓ Gouvernement du Québec;
- ✓ Investissement-Québec;
- ✓ Innovatech;
- ✓ Table bio-alimentaire du BSL;
- ✓ Foire des villages;
- ✓ Fédération Canadienne des Municipalités;
- ✓ Corpex.

Commentaires

- ✓ Pas évident. Chaque région doit se prendre en main et peut difficilement compter sur les autres (2 mentions);
- ✓ Pour les députés, la préoccupation régionale est faible;
- ✓ Pour les ministères, fierté du Bas-Saint-Laurent;
- ✓ Créer une liste, un répertoire d'ambassadeurs parmi les gens qui ont quitté la région et qui occupent des postes de haut niveau ainsi qu'avec les gens travaillant à l'étranger. (kit multimédia ayant une trame de fond représentant des paysages du Bas-Saint-Laurent);
- ✓ Dans le système de l'éducation, il y a peu de réseaux prêts à promouvoir une région au détriment d'une autre;
- ✓ Créer une liste d'ambassadeurs.

Les orientations stratégiques et les pistes d'action

Les orientations stratégiques et les pistes d'action

Vers une convergence des perceptions

LES ATOUTS : LES FAITS VÉRIFIABLES

Démographie et population de la région

- ✓ Taux de scolarisation en progression depuis 10 ans qui rejoint la moyenne provinciale.
- ✓ Taux de chômage le plus bas depuis 10 ans.
- ✓ Plus forte création d'emplois depuis 10 ans.
1999 : Bas-Saint-Laurent : + 9,3 % VS le Québec : + 2,3%.
- ✓ Forte progression (+ 17 %) de l'emploi dans le secteur secondaire.
- ✓ Le Bas-Saint-Laurent vient au 3^e rang des perceptions des 16-34 de la région, après Québec et Montréal, comme région dynamique au plan économique et offrant un bon taux de placement sur le marché du travail; 2 jeunes sur 3 (66 %) considèrent très ou assez fortes les perspectives d'y faire carrière.
- ✓ 71 % des 16-34 estiment très ou assez fortes les probabilités d'habiter encore la région dans 5 ans.
- ✓ Les 2/3 de la population du Québec connaissent au moins une ville du Bas-Saint-Laurent.
- ✓ Le Bas-Saint-Laurent est fortement identifié par la population du Québec à son caractère maritime, à sa nature et ses ressources.

Économie et bons coups

- ✓ Accroissement des immobilisations totales (1999) de + 9,1 % depuis 3 ans.
- ✓ 195,4 millions d'investissements annoncés en 1999, soit le plus haut niveau depuis 1997.
- ✓ Croissance des exportations en valeur et en nombre d'entreprises.
- ✓ Diversification de la base économique dans les secteurs primaire et secondaire.

- ✓ Le bio alimentaire s'avère un secteur diversifié et consolidé; un des grands employeurs.
- ✓ La région est parmi les plus fortes exportatrices de tourbe du Québec.
- ✓ Bombardier à La Pocatière, une entreprise de classe mondiale, une locomotive pour la région, une des entreprises les plus connues dans le Bas-Saint-Laurent avec Cascades, Premier Tech et Groupe QuébecTel, par les Québécois.
- ✓ Le territoire est en forte croissance : réseau d'accès bien développé, services diversifiés, vitalité culturelle, croissance de l'offre et de la fréquentation touristique.
- ✓ Le réseau d'enseignement et de centres de recherche est de qualité, diversifié et adapté selon les intervenants du milieu. Le réseau est par ailleurs bien connu des 16-34 du Bas-Saint-Laurent.
- ✓ Cégep de La Pocatière : meilleur taux de diplomation au Québec.
- ✓ Réseau d'enseignement près du monde des affaires.
- ✓ Vitalité de la recherche et développement (sciences de la mer, bio alimentaire, industrie métallique, MIC) et du démarrage d'entreprises.
- ✓ La vision à long terme du développement du Bas-Saint-Laurent considérée comme mobilisatrice est évoquée parmi les bons coups.
- ✓ La capacité du CRCD à rallier les acteurs à cette vision.

ENTRE LA VISION ET LES PERCEPTIONS

| ENTRE LA VISION ET LES PERCEPTIONS | |
|---|---|
| ÉNONCÉ DE LA VISION | LES PERCEPTIONS |
| « Le CRCD s’engage dans une démarche de 15 ans qui vise à faire du Bas-Saint-Laurent une référence mondiale dans la protection et l’utilisation des ressources naturelles. Il entend également faire en sorte que la région soit reconnue pour son patrimoine naturel, sa vitalité culturelle et l’excellence de ses ressources humaines. | La région n’est pas perçue comme étant tournée vers l’extérieur. |
| | Au moins 38 % de la population du Québec situent mal géographiquement la région. |
| | Les entreprises soulignent la qualité et la fidélité de leur main-d’œuvre. On note souvent le haut sens de l’appartenance des employés à l’entreprise et à la région. |
| | Le patrimoine naturel et les ressources naturelles sont des attributs qu’on prête à la région (parmi ceux qui la connaissent au moins un peu). |
| | On reconnaît aux acteurs du développement une sensibilité du développement durable et une volonté de valoriser davantage les ressources (2 ^e , 3 ^e transformations, recherche d’innovation) » |
| | Pour les gens du milieu, on perçoit la vitalité culturelle (mais pas perçue de l’extérieur cependant). |
| | Le capital humain est aussi vu comme un atout régional; les 16-34 sont confiants d’eux et croient en la région pour y vivre et pour y travailler, dans une proportion des 2/3; les autres le perçoivent autrement. |
| Fort du capital social bas-laurentien, le CRCD vise, de plus, à renforcer la cohésion sociale du milieu, l’équité entre les personnes, l’influence régionale sur les leviers économiques et la convergence des actions de développement des territoires qui composent la région. | La concertation semble caractériser la région plus qu’ailleurs au Québec. Assez bonne cohésion dans la convergence des actions et des leviers. |
| | Il y a cependant une perception « d’iniquité » dans le partage du développement et des avoirs entre les régions urbanisées. |
| | Perception d’une allocation des aides gouvernementales moins forte dans le milieu et pas dans toutes les couches de la société. |
| | |
| En réalisant ce grand projet, le CRCD et ses partenaires | Le CRCD est perçu par les acteurs économiques de la |

| ENTRE LA VISION ET LES PERCEPTIONS | |
|--|---|
| ÉNONCÉ DE LA VISION | LES PERCEPTIONS |
| mettront à profit la capacité reconnue du Bas-Saint-Laurent de faire des choix collectifs. Ils s'appuieront impérieusement sur un réseau de formation dynamique et diversifié qui produit, diffuse et partage des savoirs de pointe générateurs d'activités de développement. Ils porteront une attention particulière à la maîtrise et la circulation de l'information de même qu'aux nouvelles technologies de production. Ils compteront continuellement sur l'innovation et l'esprit entrepreneurial des personnes et des organisations. La mise à contribution des jeunes sera l'une des pierres d'assise de ce projet régional concerté. | région comme un intervenant très crédible. On reconnaît son dynamisme, son leadership et ses interventions concrètes. |
| | Le réseau de formation est connu et reconnu par les gens du milieu. Il gagnerait à l'être de l'extérieur. |
| | Le réseau est jugé dynamique, performant et branché sur les besoins de l'économie. |
| | Les savoirs de pointe constituent un aspect méconnu de la population intra comme extra régionale. |
| | La présence d'un esprit d'entrepreneuship est plus ou moins perçu. |
| | Il y a une volonté des intervenants de se positionner comme une région dynamique au plan des technologies. On souligne par ailleurs des bons coups à ce chapitre. |
| | Une majorité des jeunes (2/3) sont prêts à contribuer à l'essor de la région en y restant; les autres sont moins assurés d'y demeurer. |
| | Il y a manifestement des efforts qui ont été entrepris du côté des institutions d'enseignement pour se rapprocher des besoins concrets des entreprises. Cette coopération entre le milieu de la formation et le milieu du travail est perçue comme une force. |

LES CLIENTÈLES CIBLES, LES ACTEURS ET LES ENJEUX

À la lumière des entrevues et des analyses, nous pouvons dégager six (6) cibles. Celles-ci apparaissent comme les points de convergence et de ralliement les plus susceptibles d'engendrer une évolution des perceptions, compte tenu des enjeux correspondants.

| <i>LES CIBLES</i> | <i>LES ENJEUX</i> |
|---|--|
| 1. Les résidents du Bas-Saint-Laurent | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Faire connaître l'existence d'une concertation réelle dans le milieu. ✓ Faire connaître les bonnes nouvelles sur le plan de la création d'emplois, les projets, les investissements. ✓ Conscientiser sur gestes concrets à poser en matière de gestion des ressources naturelles et de développement durable. ✓ Exposer le virage en matière de diversification de l'économie régionale. ✓ Démontrer la présence du Bas-Saint-Laurent à l'étranger. |
| 2. Les jeunes 16-34 : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Les étudiants ✓ Les sans emploi | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Démontrer de façon affirmée la vitalité de l'économie depuis 10 ans. ✓ Faire connaître les secteurs dans l'économie régionale offrant les perspectives d'embauche à court terme. ✓ Fournir des exemples d'entreprises permettant des perspectives à l'extérieur. ✓ Faire connaître les bons coups en démarrage d'entreprise par des jeunes entrepreneurs. ✓ Rejoindre le tiers des jeunes jugeant les perspectives à venir moins intéressantes par des exemples d'autres jeunes établis. ✓ Démontrer l'ouverture sur le monde du Bas-Saint-Laurent et les perspectives de carrière à l'extérieur (ex. : Bombardier, Premier Tech, QuébecTel). ✓ Rappeler la qualité de vie et la combinaison plein air / sport / culture (cinémas, spectacles, etc.) |
| 3. Les entrepreneurs (en démarrage) et les entreprises (en expansion) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Démontrer les résultats et parler des bons coups d'entreprises en démarrage, en expansion et à l'exportation en milieu rural et urbain. ✓ Faire connaître la vision globale du développement régional. ✓ Faire valoir l'expertise disponible en recherche et développement et la disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée. |
| 4. Les paliers gouvernementaux | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Rappeler que si la région se porte bien, c'est en raison d'un bon niveau de concertation et de |

| <i>LES CIBLES</i> | <i>LES ENJEUX</i> |
|---|--|
| | leadership. ✓ L'appui financier à la région doit être maintenu si on veut poursuivre la croissance. ✓ Introduire le Bas-Saint-Laurent dans l'ensemble évoqué des ministères faisant la représentation du Québec à l'étranger. ✓ Affirmer la volonté de poursuivre les projets pilotes en régionalisation. |
| 5. Les investisseurs et clients extra régionaux | ✓ Démontrer par des résultats tangibles les secteurs en croissance et en émergence. ✓ Insister sur la disponibilité, qualité, fidélité de la main-d'œuvre. ✓ Démontrer les facteurs compétitifs de la région. |
| 6. La population du Québec | ✓ Situer géographiquement la région par rapport aux centres urbains, aux Maritimes et au Maine. ✓ Démontrer l'intérêt 4 saisons de la destination. ✓ Associer les entreprises leaders au territoire. ✓ Faire connaître les secteurs de pointe et la diversité économique. ✓ Mettre en valeur la renommée des établissements d'enseignement et les taux de diplomation. |

Annexe

Annexe

Questionnaire d'omnibus

01/02/14 17:32

71:

QD1

AUTRE SUJET

QD1. Quelle est la première chose qui vous vient à l'esprit lorsque vous pensez à la région du Bas-Saint-Laurent?

NE PAS LIRE ** UNE SEULE RÉPONSE

(1/ 190)

| | | | |
|---------|---|----|---|
| 01..... | Chômage | 01 | |
| 02..... | Patrimoine | 02 | |
| 03..... | Forêts | 03 | |
| 04..... | Pêche, crevette | 04 | |
| 05..... | Fleuve, eau, baleine, phares | 05 | |
| 06..... | Route des Navigateurs | 06 | |
| 07..... | Institut maritime | 07 | |
| 08..... | Vacances | 08 | |
| 09..... | Océanique de Rimouski | 09 | |
| 10..... | Une personne célèbre (préciser) | 10 | O |
| 11..... | Milieu urbain/Ville (Rimouski, Rivière-du-Loup, Pohénégamook, etc.) | 11 | |
| 12..... | Parc du Bic | 12 | |
| 13..... | Gaspésie | 13 | |
| 14..... | Rocher Percé | 14 | |
| 15..... | Gaspé | 15 | |
| 16..... | Beauté du paysage/beau/paysage/beauté de la région | 16 | |
| 17..... | Tranquillité/calme/reposant | 17 | |
| 18..... | Froid/neige | 18 | |
| 19..... | Parenté/amis/connaissance | 19 | |
| 20..... | Nature | 20 | |
| 21..... | Charlevoix/Baie Saint-Paul | 21 | |
| 22..... | C'est loin/isolément/région méconnue | 22 | |
| 23..... | Autres mauvaises réponses (hors région) | 95 | |
| 24..... | Autre | 96 | O |
| 25..... | Ne sait pas/Ne peut rien nommer | 98 | |
| 26..... | Refus | 99 | |

«QD1 »

«O_QD1 »

01/02/14 15:35

72:

QD2

QD2. Pouvez-vous me nommer des villes de la région du Bas-Saint-Laurent?
NE PAS LIRE ** 5 MENTIONS POSSIBLES

(1/ 192 - 194 - 196 - 198 - 200)

| | | | |
|-----------|---|----|---|
| 01..... | Amqui | 01 | |
| 02..... | Pointe-au-Père | 02 | |
| 03..... | Cabano | 03 | |
| 04..... | Rimouski / Rimouski-Est | 04 | |
| 05..... | Cacouna | 05 | |
| 06..... | Rivière-du-Loup | 06 | |
| 07..... | Dégelis | 07 | |
| 08..... | Saint-Jean-de-Dieu | 08 | |
| 09..... | La Pocatière | 09 | |
| 10..... | Sainte-Luce | 10 | |
| 11..... | Matane | 11 | |
| 12..... | Trois-Pistoles | 12 | |
| 13..... | Mont-Joli | 13 | |
| 14..... | Pohénégamook | 14 | |
| 15..... | Chicoutimi | 15 | |
| 16..... | Îles de la Madeleine | 16 | |
| 17..... | Baie Comeau | 17 | |
| 18..... | La Malbaie/Baie Saint-Paul/Charlevoix | 18 | |
| 19..... | Montmagny | 19 | |
| 20..... | Gaspésie (Gaspé/Percé/Chandler/Bonaventure/Matapédia) | 20 | |
| 21..... | Tadoussac | 21 | |
| 22..... | Kamouraska | 22 | |
| 23..... | Saint-Jean-Port-Joli | 23 | |
| 24..... | Sept-Îles | 24 | |
| 25..... | Cap-Chat | 25 | |
| 26..... | Île Verte | 26 | |
| 27..... | Île d'Anticosti | 27 | |
| 28..... | Le Bic | 28 | |
| 29..... | Autres mauvaises réponses (hors-région) | 95 | |
| 30..... | Autre | 96 | O |
| 31..... | Ne sait pas / Ne peut en nommer aucune | 98 | X |
| 32..... | Refus | 99 | X |
| «QD2_01 » | | | |
| «QD2_02 » | | | |
| «QD2_03 » | | | |
| «QD2_04 » | | | |
| «QD2_05 » | | | |
| «O_QD2 » | | | |

01/02/21 15:18

QD3

73:

QD3. Pouvez-vous me nommer des entreprises importantes de la région du Bas-Saint-Laurent?

NE PAS LIRE ** 5 MENTIONS POSSIBLES

(1/ 202 - 204 - 206 - 208 - 210)

| | | | |
|-----------|--|----|---|
| 01..... | Abattoir St-Alexandre | 01 | |
| 02..... | Béton provincial | 02 | |
| 03..... | Bombardier | 03 | |
| 04..... | Cartons St-Laurent (Emballages SmurfitSto) | 04 | |
| 05..... | Cuisines Gaspésiennes | 05 | |
| 06..... | Distribution P.E. Dubé | 06 | |
| 07..... | F.F. Soucy | 07 | |
| 08..... | Félix Huard | 08 | |
| 09..... | Groupe Cédrico | 09 | |
| 10..... | Groupe GDS | 10 | |
| 11..... | Groupe Québecel | 11 | |
| 12..... | J.M. Bastille | 12 | |
| 13..... | Lactel | 13 | |
| 14..... | Le Groupe Berger (Berger Mix) | 14 | |
| 15..... | Moulages sous pression AMT | 15 | |
| 16..... | Natrel | 16 | |
| 17..... | Norcast | 17 | |
| 18..... | P.G. Systèmes (Programmation Gagnon) | 18 | |
| 19..... | Papiers Cascades Cabano (Norampac) | 19 | |
| 20..... | Phillips-Fitel | 20 | |
| 21..... | Pocatec | 21 | |
| 22..... | Prelco | 22 | |
| 23..... | Premier-Tech | 23 | |
| 24..... | Produits Forestiers Alliance | 24 | |
| 25..... | Technologies Balios | 25 | |
| 26..... | Transport Morneau | 26 | |
| 27..... | Verreault Navigation | 27 | |
| 28..... | Vêtements Matane | 28 | |
| 29..... | Hydro-Québec | 29 | |
| 30..... | Donohue | 30 | |
| 31..... | Industrie minière/tourbière | 40 | |
| 32..... | Industrie forestière | 41 | |
| 33..... | Bio-alimentaire | 42 | |
| 34..... | Industrie touristique | 43 | |
| 35..... | Service | 44 | |
| 36..... | Industrie naval/port de mer | 45 | |
| 37..... | Enseignement | 46 | |
| 38..... | Autres mauvaises réponses | 95 | |
| 39..... | Autre | 96 | O |
| 40..... | Ne sait pas / Ne peut en nommer aucune | 98 | X |
| 41..... | Refus | 99 | X |
| «QD3_01 » | | | |
| «QD3_02 » | | | |
| «QD3_03 » | | | |
| «QD3_04 » | | | |
| «QD3_05 » | | | |

«O_QD3 »

01/02/07 16:26

74:

QD4

QD4. Sur le plan économique, comparativement aux autres régions du Québec, diriez-vous que la région du Bas-Saint-Laurent est PLUS DYNAMIQUE, AUSSI DYNAMIQUE ou MOINS DYNAMIQUE?

(1/ 212)

| | | |
|---------|-----------------|---|
| 01..... | Plus dynamique | 1 |
| 02..... | Aussi dynamique | 2 |
| 03..... | Moins dynamique | 3 |
| 04..... | Ne sait pas | 8 |
| 05..... | Refus | 9 |

«QD4 »

Questionnaire auprès des jeunes 16-34 ans

TEL

INDICATIF RÉGIONAL ET NUMÉRO DE TÉLÉPHONE:

(1/ 56)

«TEL »

INTRO

=> +1 si 1>0

(1/ 66)

01/02/28 13:14

INT02

Date : \$D Heure : \$H

Bonjour(bonsoir) monsieur, madame. Mon nom est \$I Je vous appelle de la maison de sondages (recherche) LÉGER & LÉGER. Nous effectuons présentement une étude auprès des jeunes de 16 à 34 ans de votre région. Êtes-vous âgé entre 16 et 34 ans ? (SI NON): Y a-t-il quelqu'un âgé entre 16 et 34 ans qui habite chez-vous ? Pourrais-je lui parler s'il-vous-plaît ? (Si absent: prendre rendez-vous).

*** 16-34 ans - francophone seulement ***

(1/ 66)

- OUI, poursuivre l'entrevue.....01
- Rendez-vous fixe (Date et heure précisées)..... FX O => /RV
- Rendez-vous (Jour ou heure non-précisé)..... RV O => /RV
- Refus RE O => /FIN
- Refus définitif..... RD O => /FIN
- Répondeur RP => /FIN
- Ligne occupée OC => /FIN
- Pas de service PS => /FIN
- Pas de réponse PR => /FIN
- Fax/modem/Cellulaire/pagette FM => /FIN
- Erreur du Predictive EP O => /FIN
- Répondant de langue anglaise..... AN O => /FIN
- Langue étrangère (Ne comprend ni le français, ni l'anglais)..... LE O => /FIN
- Non éligible: aucun 16-34 ans dans le ménage..... NE O => /FIN
- Non-résidentiel..... NR => /FIN
- Non-qualifié pour cause de : maladie, malentendant, problème d'élocution, trop âgé...NQ O => /FIN
- Hors-secteur HS O => /FIN
- Numéro en double (doublon) ER O => /FIN

«INT02 »

«O_INT02 »

01/02/26 15:19

Q1

Q,1 Pour débiter, pouvez-vous me nommer deux régions du Québec qui, selon ce que vous en savez, vous semblent plus dynamiques sur le plan économique ?

NE PAS LIRE - 2 RÉPONSES POSSIBLES

(1/ 68 - 70)

| | | |
|------------------------------------|----|---|
| Abitibi-Témiscamingue..... | 01 | |
| Laval..... | 02 | |
| Bas-Saint-Laurent | 03 | |
| Mauricie | 04 | |
| Centre-du-Québec | 05 | |
| Montérégie | 06 | |
| Chaudière-Appalaches | 07 | |
| Montréal | 08 | |
| Côte-Nord..... | 09 | |
| Nord du Québec | 10 | |
| Etrie | 11 | |
| Outaouais..... | 12 | |
| Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine..... | 13 | |
| Québec..... | 14 | |
| Lanaudière..... | 15 | |
| Saguenay-Lac-Saint-Jean..... | 16 | |
| Laurentides..... | 17 | |
| Autre (Spécifiez) | 96 | O |
| Nsp/Nrp..... | 99 | X |
| «Q1_01 » | | |
| «Q1_02 » | | |
| «O_Q1 » | | |

01/02/26 15:19

Q2

Q,2 Pouvez-vous me nommer deux régions du Québec où, selon ce que vous en savez, les chances de se trouver un emploi semblent meilleures ?

NE PAS LIRE - 2 RÉPONSES POSSIBLES

(1/ 72 - 74)

| | | |
|------------------------------------|----|---|
| Abitibi-Témiscamingue..... | 01 | |
| Laval..... | 02 | |
| Bas-Saint-Laurent | 03 | |
| Mauricie | 04 | |
| Centre-du-Québec | 05 | |
| Montérégie | 06 | |
| Chaudière-Appalaches | 07 | |
| Montréal | 08 | |
| Côte-Nord..... | 09 | |
| Nord du Québec | 10 | |
| Etrie | 11 | |
| Outaouais..... | 12 | |
| Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine..... | 13 | |
| Québec..... | 14 | |
| Lanaudière..... | 15 | |
| Saguenay-Lac-Saint-Jean..... | 16 | |
| Laurentides..... | 17 | |
| Autre (Spécifiez) | 96 | O |
| Nsp/Nrp..... | 99 | X |
| «Q2_01 » | | |
| «Q2_02 » | | |

«O_Q2 »

01/02/26 15:18

Q3

Q,3 Pouvez-vous me nommer trois employeurs importants de la région du Bas-Saint-Laurent ?

NE PAS LIRE - 3 RÉPONSES POSSIBLES

(1/ 76 - 78 - 80)

| | | |
|------------------------------------|----|---|
| Produits Forestiers Alliance | 01 | |
| Lactel..... | 02 | |
| Groupe Cédrico | 03 | |
| Norcast | 04 | |
| Poutrelles Internationales..... | 05 | |
| Verreault Navigation..... | 06 | |
| Cartons Saint-Laurent | 07 | |
| Béton provincial..... | 08 | |
| Papiers Cascades Cabano..... | 09 | |
| Bo-Plastik..... | 10 | |
| Bombardier..... | 11 | |
| Groupe Québecel..... | 12 | |
| Cuisines Gaspésiennes | 13 | |
| Natrel..... | 14 | |
| Autre (Spécifiez) | 96 | O |
| Nsp/Nrp..... | 99 | X |

«Q3_01 »

«Q3_02 »

«Q3_03 »

«O_Q3 »

01/02/28 13:17

Q4

Q,4 Pouvez-vous me nommer trois établissements d'enseignement post-secondaire, c'est-à-dire de niveau collégial ou universitaire, ou centre de recherche du Bas-Saint-Laurent ?

NE PAS LIRE - 3 RÉPONSES POSSIBLES

(1/ 82 - 84 - 86)

| | | |
|---|----|---|
| CÉGEP de La Pocatière | 01 | |
| Université du Québec à Rimouski (UQAR)..... | 02 | |
| CÉGEP de Rivière-du-Loup | 03 | |
| Institut de technologie agroalimentaire..... | 04 | |
| CÉGEP de Rimouski..... | 05 | |
| Institut maritime du Québec..... | 06 | |
| CÉGEP de Matane | 07 | |
| Conservatoire de musique de Rimouski..... | 08 | |
| Institut Maurice Lamontagne (Ste-Flavie)..... | 09 | |
| Autre (Spécifiez) | 96 | O |
| Nsp/Nrp..... | 99 | X |

«Q4_01 »

«Q4_02 »

«Q4_03 »

«O_Q4 »

01/02/27 12:09

Q5

Q,5 Laquelle des situations suivantes correspond le mieux à votre situation personnelle actuelle ?

LIRE TOUS LES CHOIX - 1 SEULE RÉPONSE POSSIBLE

(1/ 88)

- ... Vous êtes au travail à temps plein ou à temps partiel1
 - ... Vous êtes aux études à temps plein ou à temps partiel2
 - ... Vous êtes à la fois au travail et aux études.....3
 - ... Vous êtes sans emploi (Chômeur, à la maison, à la recherche d'emploi, etc.).....4
 - Refus9
- «Q5 »

01/02/27 12:13

Q6

Q,6 A quel niveau correspond la dernière année de scolarité que vous avez complétée ? est-ce... ?

(1/ 89)

- Secondaire1
 - Collégial2
 - Universitaire.....3
 - Refus9
- «Q6 »

=> Q8

01/02/27 12:10

Q7A

=> +1 si NON Q6=#1

Q,7a) Est-ce une formation de... ?
LIRE

(1/ 90)

- ... Secondaire générale1
 - ... ou Secondaire professionnel2
 - Refus9
- «Q7A »

=> Q8
=> Q8
=> Q8

01/02/27 16:38

Q7B

=> +2 si NON Q6=#2

Q,7b) Est-ce une formation de... ?
LIRE

(1/ 91)

- ... Collégiale pré-universitaire1
 - ... ou Collégiale technique ?2
 - Refus9
- «Q7B »

=> Q8
=> Q8

01/02/27 12:12

Q7C

Q,7c) Quel est le nom de la technique -que vous avez faite / que vous faites actuellement- ?

(1/ 92)

Notez la réponse.....96 O

Nsp/Nrp.....99

«Q7C »

«O_Q7C »

01/02/27 14:57

Q7D

=> Q8 si NON Q6=#3

Q,7d) Avez-vous obtenu un diplôme universitaire ?

(1/ 94)

Oui.....1

Non.....2 => Q7G

Nsp/Nrp.....9 => Q7G

«Q7D »

01/02/27 14:52

Q7E

Q,7e) De quelle université avez-vous obtenu ce diplôme ?

(1/ 95)

Notez la réponse.....96 O

Nsp/Nrp.....99

«Q7E »

«O_Q7E »

01/02/27 14:53

Q7F

Q,7f) Quel est le titre du diplôme universitaire que vous avez obtenu ? * Si plus d'un, prendre le dernier

(1/ 97)

Notez la réponse.....96 O

Nsp/Nrp.....99

«Q7F »

«O_Q7F »

01/02/27 14:58

Q7G

=> Q8 si Q7D=#1

Q,7g) Dans quelle université avez-vous étudié ou étudiez-vous ?

(1/ 99)

Notez la réponse.....96 O

Nsp/Nrp.....99

«Q7G »

«O_Q7G »

01/02/27 14:57

Q7H

Q.7h) Quel est le titre du diplôme universitaire pour lequel vous étudiez ou avez étudié ? * Si plus d'un, prendre le dernier

(1/ 101)

Notez la réponse.....96 O
 Nsp/Nrp.....99
 «Q7H »
 «O_Q7H »

01/02/28 13:22

Q8

=> Q9 si NON Q5=#1,#3

Q.8 L'entreprise pour laquelle vous travaillez oeuvre dans quel domaine ? Sondez: dans quel secteur d'activité ?

NE PAS LIRE - 2 RÉPONSES POSSIBLES

(1/ 103 - 105)

Bioalimentaire (agriculture, pêches maritimes, transformation, commerce de gros, commerce de détail, restauration, boissons).....01
 Industrie forestières (pâtes et papiers, sciages et copeaux, portes et fenêtres)02
 Industrie minière et les tourbières.....03
 Industrie du matériel des transports04
 Industrie métallique et de la machinerie05
 Public / Parapublic06
 Services07
 Santé.....08
 Tourisme09
 Autre (Spécifiez)96 O
 Nsp/Nrp.....99 X
 «Q8_01 »
 «Q8_02 »
 «O_Q8 »

01/02/27 15:11

Q9

=> Q10 si NON Q5=#4

Q.9 Quel genre de travail recherchez-vous ? Quelle fonction ? Quel poste ? ** Sondez pour le plus de précision possible EX: technicien en électronique

2 RÉPONSES POSSIBLES

(1/ 107 - 109)

Autre.....96 O
 Nap (ne cherche pas de travail).....98 X
 Nsp/Nrp.....99 X
 «Q9_01 »
 «Q9_02 »
 «O_Q9 »

01/02/27 12:14

Q10

Q,10 En ce qui vous concerne, diriez-vous que les possibilités que vous fassiez carrière dans le Bas-Saint-Laurent, c'est-à-dire que vous y restiez pour travailler sont...?

(1/ 111)

- ... très fortes.....1
 - ... assez fortes2
 - ... plutôt faibles.....3
 - ... très faibles ou nulles.....4
 - Nsp/Nrp.....9
- «Q10 »

01/02/26 14:33

Q11

Q,11 Etes-vous né dans la région du Bas-Saint-Laurent ?

(1/ 112)

- Oui.....1 => Q13
 - Non.....2
 - Nsp/Nrp.....9 => Q13
- «Q11 »

01/02/28 13:24

Q12

Q,12 Quelle est la principale raison qui vous a amené à vous établir dans la région du Bas-Saint-Laurent ?

NE PAS LIRE - 1 RÉPONSE POSSIBLE

(1/ 113)

- Pour étudier dans la région.....01
 - Pour suivre la ou le conjoint /la famille02
 - Pour trouver un emploi.....03
 - Pour la qualité de vie.....04
 - Autre (Spécifiez)96 O
 - Pour aucune raison en particulier.....97 X
 - Nsp/Nrp.....99 X
- «Q12 »
- «O_Q12 »

01/02/27 12:14

Q13

=> +1 si Q11=#2

Q,13 Avez-vous déjà habité ailleurs que dans la région du Bas-Saint-Laurent ?

(1/ 115)

- Oui.....1
 - Non.....2 => Q15A
 - Nsp/Nrp.....9 => Q15A
- «Q13 »

01/02/28 9:43

Q14

Q.14 Dans quelle région du Québec ou dans quelle province ou dans quel pays était situé votre domicile principal ? ** Si plus d'un endroit, prendre le dernier

(1/ 116)

| | |
|--------------------------------------|------|
| Abitibi-Témiscamingue..... | 01 |
| Laval..... | 02 |
| Bas-Saint-Laurent | 03 |
| Mauricie | 04 |
| Centre-du-Québec | 05 |
| Montérégie | 06 |
| Chaudière-Appalaches | 07 |
| Montréal..... | 08 |
| Côte-Nord..... | 09 |
| Nord du Québec | 10 |
| Estrie | 11 |
| Outaouais..... | 12 |
| Gaspésie-Iles-de-la-Madeleine..... | 13 |
| Québec..... | 14 |
| Lanaudière..... | 15 |
| Saguenay-Lac-Saint-Jean..... | 16 |
| Laurentides..... | 17 |
| Autre province/pays (Spécifiez)..... | 96 O |
| Nsp/Nrp..... | 99 |
| «Q14 » | |
| «O_Q14 » | |

01/02/26 15:15

Q15A

Rotation => Q15I

EN ROTATION: Q15A-Q15I

Pour chacun des énoncés que je vais vous lire, veuillez me dire si vous êtes totalement d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou totalement en désaccord. Q.15a) En terme de vitalité économique, le Bas-Saint-Laurent est l'une des régions les plus dynamiques du Québec. Êtes-vous...?

(1/ 118)

| | |
|----------------------------------|---|
| ... totalement d'accord | 1 |
| ... plutôt d'accord..... | 2 |
| ... plutôt en désaccord..... | 3 |
| ... totalement en désaccord..... | 4 |
| Nsp/Nrp..... | 9 |
| «Q15A » | |

01/02/26 15:16

Q15B

EN ROTATION: Q15A-Q15I

Pour chacun des énoncés que je vais vous lire, veuillez me dire si vous êtes totalement d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou totalement en désaccord. Q,15b) Les établissements d'enseignement du Bas-Saint-Laurent offrent une formation d'aussi bonne qualité que celle offerte ailleurs au Québec. Êtes-vous...?

(1/ 119)

... totalement d'accord1
... plutôt d'accord2
... plutôt en désaccord.....3
... totalement en désaccord4
Nsp/Nrp9

«Q15B »

01/02/26 15:16

Q15C

EN ROTATION: Q15A-Q15I

Pour chacun des énoncés que je vais vous lire, veuillez me dire si vous êtes totalement d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou totalement en désaccord. Q,15c) Le Bas-Saint-Laurent est une région avancée en matière de nouvelles technologies. Êtes-vous...?

(1/ 120)

... totalement d'accord1
... plutôt d'accord2
... plutôt en désaccord.....3
... totalement en désaccord4
Nsp/Nrp9

«Q15C »

01/02/26 15:16

Q15D

EN ROTATION: Q15A-Q15I

Pour chacun des énoncés que je vais vous lire, veuillez me dire si vous êtes totalement d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou totalement en désaccord. Q,15d) Les gens du Bas-Saint-Laurent sont solidaires. Êtes-vous...?

(1/ 121)

... totalement d'accord1
... plutôt d'accord2
... plutôt en désaccord.....3
... totalement en désaccord4
Nsp/Nrp9

«Q15D »

01/02/26 15:16

Q15E

EN ROTATION: Q15A-Q15I

Pour chacun des énoncés que je vais vous lire, veuillez me dire si vous êtes totalement d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou totalement en désaccord. Q,15e) Il faudrait faire davantage la promotion du Bas-Saint-Laurent pour inciter des entreprises à venir s'y installer. Êtes-vous...?

(1/ 122)

- ... totalement d'accord1
 - ... plutôt d'accord2
 - ... plutôt en désaccord.....3
 - ... totalement en désaccord4
 - Nsp/Nrp9
- «Q15E »
-
-

01/02/26 15:16

Q15F

EN ROTATION: Q15A-Q15I

Pour chacun des énoncés que je vais vous lire, veuillez me dire si vous êtes totalement d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou totalement en désaccord. Q,15f) Plusieurs entreprises du Bas-Saint-Laurent sont des chefs de file dans leur secteur d'activité. Êtes-vous...?

(1/ 123)

- ... totalement d'accord1
 - ... plutôt d'accord2
 - ... plutôt en désaccord.....3
 - ... totalement en désaccord4
 - Nsp/Nrp9
- «Q15F »
-
-

01/02/26 15:16

Q15G

EN ROTATION: Q15A-Q15I

Pour chacun des énoncés que je vais vous lire, veuillez me dire si vous êtes totalement d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou totalement en désaccord. Q,15g) Le Bas-Saint-Laurent offre de bonnes chances d'emploi pour les jeunes. Êtes-vous...?

(1/ 124)

- ... totalement d'accord1
 - ... plutôt d'accord2
 - ... plutôt en désaccord.....3
 - ... totalement en désaccord4
 - Nsp/Nrp9
- «Q15G »
-
-

01/02/26 15:16

Q15H

EN ROTATION: Q15A-Q15I

Pour chacun des énoncés que je vais vous lire, veuillez me dire si vous êtes totalement d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou totalement en désaccord. Q,15h) Il fait bon vivre dans la région du Bas-Saint-Laurent. Êtes-vous...?

- ... totalement d'accord1
 - ... plutôt d'accord2
 - ... plutôt en désaccord.....3
 - ... totalement en désaccord4
 - Nsp/Nrp9
- «Q15H »

(1/ 125)

01/02/26 15:16

Q15I

EN ROTATION: Q15A-Q15I

Pour chacun des énoncés que je vais vous lire, veuillez me dire si vous êtes totalement d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou totalement en désaccord. Q,15i) Je recommanderais à un ou une amie de venir travailler dans la région du Bas-Saint-Laurent. Êtes-vous...?

- ... totalement d'accord1
 - ... plutôt d'accord2
 - ... plutôt en désaccord.....3
 - ... totalement en désaccord4
 - Nsp/Nrp9
- «Q15I »

(1/ 126)

01/02/26 15:17

Q16

Q,16 Quelles sont les chances que vous habitiez encore dans la région du Bas-Saint-Laurent dans cinq ans ? Diriez-vous qu'elles sont...?

LIRE

- ... très fortes1
 - ... assez fortes2
 - ... plutôt faibles.....3
 - ... très faibles ou nulles.....4
 - Nsp/Nrp9
- «Q16 »

(1/ 127)

=> Q18

=> Q18

=> Q18

01/02/28 13:24

Q17

Q,17 Pour quelle(s) raison(s) quitteriez-vous la région ?
2 RÉPONSES POSSIBLES

(1/ 128 - 130)

- Pour étudier dans la région.....01
- Pour suivre la ou le conjoint /la famille02
- Pour trouver un emploi.....03
- Pour la qualité de vie.....04
- Autre (Spécifiez)96 O
- Pour aucune raison en particulier.....97 X
- Nsp/Nrp.....99 X
- «Q17_01 »
- «Q17_02 »
- «O_Q17 »

01/02/28 9:56

Q18

Q,18 Quelle est votre occupation principale actuelle ?

(1/ 132)

- Cadre supérieur (P.D.G., administrateur, directeur,...)01
- Cadre moyen (homme ou femme d'affaires, agent administrateur, entrepreneur, contracteur,...)02
- Professionnels (avocat, courtier, comptable, enseignant, ingénieur, médecin, technicien,...) 03
- Petits propriétaires (boucher, cultivateur, commerçant, restaurateurs,...).....04
- Cols blancs/Travailleurs de bureau (commis, facteur, fonctionnaire, gérant, policier, pompier, réceptionniste, secrétaire,...).....05
- Cols bleus/Travailleurs manuels (caissier de magasin, coiffeur, mécanicien, préposé, serveur, surveillant, vendeur,...).....06
- Personne au foyer.....07
- Étudiant08
- Retraité09
- Sans emploi10
- Autre (Spécifiez)96 O
- Refus99
- «Q18 »
- «O_Q18 »

01/02/26 15:21

Q19

Q,19 Dans quel groupe d'âge vous situez-vous ? Est-ce...?
LIRE

(1/ 134)

- ...,16 à 19 ans.....1
- ...,20 à 24 ans.....2
- ...,25 à 29 ans.....3
- ...,30 à 34 ans.....4
- Refus9
- «Q19 »

01/02/26 15:21

Q20

Q.20 Dans laquelle des catégories suivantes se situe le revenu total avant impôt de tous les membres de votre ménage pour l'année 2000 ? Est-ce...?

| | | |
|-----------------------------------|---|----------|
| ...Moins de 20 000 \$..... | 1 | (1/ 135) |
| ...De 20 000 \$ à 39 999 \$ | 2 | |
| ...De 40 000 \$ à 59 999 \$ | 3 | |
| ...,60 000 \$ et plus | 4 | |
| Refus | 9 | |

«Q20 »

01/02/26 15:21

SEXE

NOTEZ LE SEXE:

| | | |
|------------|---|----------|
| Homme..... | 1 | (1/ 136) |
| Femme..... | 2 | |

«SEXE »

INT

Fin de l'entrevue: Durée \$T \$D \$H \$Q

Le Groupe Léger & Léger vous remercie (madame/monsieur) de votre collaboration. En complétant l'entrevue ("CO") l'intervieweur atteste: "Je déclare que cette entrevue a été menée auprès de la personne mentionnée conformément à l'échantillon généré et que toutes les questions nécessitant une réponse ont été dûment fournies par le répondant."

| | | | |
|---|----|---|----------|
| | | | (1/ 137) |
| Entrevue complétée..... | CO | C | => /FIN |
| Incomplet AVEC rendez-vous fixe..... | IR | O | => /RV |
| Rendez-vous fixe (Date et heure précisées)..... | FX | N | |
| Rendez-vous (Jour ou heure non-précisé)..... | RV | N | |
| Incomplet SANS possibilité de rappel..... | IN | O | => /FIN |
| Incomplet définitif..... | ID | O | => /FIN |
| Message laissé..... | ML | N | |
| Refus..... | RE | N | |
| Refus définitif..... | RD | N | |
| Répondeur..... | RP | N | |
| Répondeur - Predictive..... | P5 | N | |
| Intervieweur NON-BILINGUE..... | NB | N | |
| Ligne occupée..... | OC | N | |
| Occupé - Predictive..... | P2 | N | |
| Pas de service..... | PS | N | |
| Téléphoniste - Predictive..... | P3 | N | |
| Pas de réponse..... | PR | N | |
| Pas de réponse - Predictive..... | P1 | N | |
| Fax/modem/Cellulaire/Pagette..... | FM | N | |
| Fax / modem - Predictive..... | P6 | N | |
| Mauvais contact (la personne à qui l'on demande de parler n'est pas à ce numéro)..... | MC | N | |
| Erreur du Predictive..... | EP | N | |
| Répondant de langue anglaise..... | AN | N | |
| Langue étrangère (Ne comprend ni le français, ni l'anglais)..... | LE | O | => /FIN |
| Non éligible..... | NE | N | |
| Non-résidentiel ou résidentiel..... | NR | N | |
| Non-qualifié pour cause de : maladie, malentendant, problème d'élocution, trop âgé..... | NQ | O | => /FIN |
| Hors-secteur..... | HS | N | |
| Quota atteint..... | QU | I | => /FIN |
| Code du superviseur..... | SU | O | => /FIN |
| Abandon..... | P4 | N | |
| Pas de signal (erreur sur la ligne)..... | P7 | N | |
| Numéro en double (doublon)..... | ER | N | |
| Numéros manquants mis par le logiciel..... | MN | N | |
| «INT » | | | |
| «O_INT » | | | |

RV

Nous sommes le \$D il est \$H durée \$T \$Q

G E S T I O N D E S A P P E L S

\$CHQ

«RV »

(1/ 139)