

**PLAN STRATÉGIQUE
EN DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE ET
TOURISTIQUE
2021-2024**



TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	3
I. INTRODUCTION	4
II. MÉTHODOLOGIE	7
III. MISE EN CONTEXTE	8
IV. PORTRAIT SOCIO-ÉCONOMIQUE EN BREF	9
Démographie et caractérisation du territoire	9
Contexte socio-économique	10
Profil général des entreprises de La Nation	13
Profil général de la main-d'œuvre et du climat d'affaires	14
La covid-19 et ses impacts sur l'économie locale de La Nation	15
V. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT INTERNE ET EXTERNE	18
VI. NOTRE VISION	26
VII. NOTRE MISSION	26
VIII. NOS ATOUTS	27
IX. NOS VALEURS	28
X. NOS RÔLES, ORIENTATIONS ET OBJECTIFS STRATÉGIQUES	29
XI. PLAN D'ACTION	33
Structure du Plan d'action	33
Rôles des instances à l'interne	33
Plan d'action en développement économique et touristique de La Nation	35
XII. MESURES DE LA PERFORMANCE	40
XII. RÉFÉRENCES	43
XIII. TABLE DES ANNEXES	45
ANNEXE A – Écosystème des acteurs en développement économique de La Nation	45
ANNEXE B – Profil statistique résumé de La Nation	45
ANNEXE C - Contenu potentiel du Plan de communication	45
ANNEXE C – Actions non retenues au Plan d'action en développement économique et touristique	45

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Figure 1 - Écosystème de La Nation en développement économique et touristique	6
Figure 2 - Carte de la Municipalité de La Nation.....	9
Figure 3 - Classement du territoire de La Nation en acres, selon le type de propriétés, 2020.....	10
Tableau 1 - Nombre d'entreprises de La Nation, par secteur d'activité*	13
Tableau 2 - Population active de 15 ans et plus en fonction de l'industrie SCIAN où travaille la personne	14
Tableau 3 - Diagnostic SPOT en développement économique et touristique de La Nation.....	18
Tableau 4 - Opportunités et menaces par secteur d'activité.....	22
Tableau 5 - Plan d'action en développement économique et touristique	35
Tableau 6 - Mesures de la performance.....	41
Tableau 7 - Comparatif démographique et du marché du travail entre les municipalités de Prescott et Russell (2011 et 2016)	46
Tableau 8 – Données comparatives entre les secteurs de Limoges et St-Isidore - La Nation (2011-2016)	46
Tableau 9 - Projection de croissance de la population dans la municipalité de La Nation	47
Tableau 10 - Revenu médian des ménages dans La Nation, Prescott et Russell, Ottawa et Ontario (2011, 2016)	47
Tableau 11 - Destination du trajet domicile-travail La Nation (2016)	47
Tableau 12 - Niveau de scolarité dans La Nation et Prescott-Russell (2016).....	47
Tableau 13 - Top 10 des professions les plus occupées par la population active de 15 ans et plus de La Nation (2016).....	48
Tableau 14 - Transport et achalandage - Autoroute 417.....	49
Tableau 15 - Émission de permis de construction résidentielle: 2015 - 2019	49



Le présent document a été élaboré par Roselyne Clément, stratège derrière Champ libre stratégies.

Champ libre stratégies accompagne les collectivités locales et régionales dans le but de les rendre plus attractives, viables et inclusives. L'entreprise offre des services en planification stratégique territoriale, participation publique, recherche et analyse de données, marketing territorial et visualisation graphique.



REMERCIEMENTS

Le présent plan stratégique est le fruit d'un travail de collaboration entre Champ libre stratégies, les membres du comité de pilotage, les membres du comité en développement économique et touristique ainsi que les participant.e.s aux séances de visionnement tenues à l'automne 2019.

Merci aux entrepreneur.e.s et aux partenaires qui ont précieusement donné de leur temps pour venir partager leur vision du développement économique dans La Nation pour les prochaines années.

Félicitations aux membres de l'administration et du Conseil municipal d'avoir entrepris cette démarche de planification territoriale en développement économique. Prendre le temps de réfléchir, de consulter les acteurs-clés et de structurer les actions à venir permettra à coup sûr à La Nation de planifier plus clairement et de mettre en œuvre plus efficacement son *Plan d'action en développement économique et touristique*.

COMITÉ DE PILOTAGE

Mme Marie-Noëlle Lanthier, Conseillère quartier # 1 et Présidente du comité de développement économique et touristique

Mme Josée Brizard, Directrice générale - Greffière

M. Guylain Lafèche, Urbaniste

M. Benjamin Bercier, Gestionnaire du développement économique et touristique

COMITÉ DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE DE LA NATION

M. François St-Amour, Maire

Mme Marie-Noëlle Lanthier, Conseillère

Mme Josée Brizard, Directrice générale

M. Guylain Lafèche, Urbaniste

M. Benjamin Bercier, Gestionnaire du DÉT

Mme Murielle Huneault Pilon, Représentante du secteur des services à l'emploi

M. Mark Kelly, Représentant du secteur des services

M. Olivier Berthiaume, Représentant des CUPR

M. Pascal Denis, Représentant du secteur commercial

M. Fern Beauchamp, Représentant du secteur immobilier

M. Laurent Souigny, Représentant du secteur agricole

Mme Shirley Racine, Représentante du secteur public

PARTICIPANT.E.S AUX SÉANCES DE CONSULTATION (automne 2019)

M. André Martel, Académie entrepreneuriale de Prescott-Russell

Mme Audrey Lizotte, Ferme l'artisan

M. Benoit Desforge, Benam Construction

Mme Carole Lavigne, Comtés Unis Prescott-Russell

M. Éric Labelle, Labelle Tents

Mme Evelyn Levac, Ferme laitière Sylvano Inc.

M. Guylain Wathier, Mini Storage

M. Jean-François Bergevin, Maxi-Power inc.

Mme Jennifer Laroque, Popsilos

M. Jean-Claude Havard, Boisés Est

M. Kevin Laviolette, Ferme avicole Laviolette

M. Mark Kelly, KB Media

M. Martin Lacelle, Consultant

Mme Murielle Huneault Pilon, Centre d'emploi Prescott-Russell

Mme Manon Cléroux, Domaine du verger Cléroux

M. Olivier Berthiaume, Comtés Unis Prescott-Russell

M. Pascal Billard, SOL-AIR Consultants

M. Pascal Denis, Fernand Denis Inc.

Mme Sherly Racine, Consultante

I. INTRODUCTION

Les défis auxquels font face les gouvernements municipaux partout dans le monde se complexifient. En mars 2020, l'arrivée de la covid-19 en sol canadien est venue déstabiliser de nombreux acquis et bouleverser des économies entières. Bien entendu, nous sommes très nombreux à se poser la question à savoir « [si la pandémie sera un coup d'accélérateur ou un coup d'arrêt à certaines tendances comme celle de la réappropriation des régions¹](#) » (Vachon, 2020). Pour Bernard Vachon, spécialiste en développement régional, « la pandémie accélèrera l'appropriation des territoires, car 4 alliés en sont nés : le télétravail, l'importance de la qualité de vie, du cadre de vie et l'autonomie alimentaire que l'on peut résumer comme la quête du "Vivre autrement"²».

En attendant la fin de la pandémie, les gouvernements locaux tâcheront de se préparer à cette fameuse « relance économique » dont tout le monde parle, en fonction des ressources mises à leur disposition. Cette relance sera lente; ardue pour certains, plus facile pour d'autres. En revanche, ce qui est certain, c'est qu'elle nous obligera à réfléchir collectivement afin de se redéfinir et adapter nos économies, trop dépendantes des marchés éloignés. [L'économie de proximité ne pourrait-elle pas être ici la clé pour appuyer la résilience de nos milieux afin d'envisager un futur économiquement durable et local?](#) Une économie qui est réellement ancrée dans son territoire et où des relations de solidarité existent entre les entrepreneurs et les citoyens-consommateurs?

La vitalité économique au cœur des préoccupations municipales

Malgré le contexte économique morose ambiant, les dernières années avaient vu un nombre croissant de municipalités entreprendre des initiatives visant à se réapproprier la vitalité économique de leur territoire. Elles avaient travaillé fort afin de redéfinir leur économie et le rôle qu'elles pouvaient jouer pour soutenir leurs entreprises locales, redynamiser leur centre-ville et promouvoir leurs atouts. Pour leur part,

Les économies locales de l'Ontario sont en transition et cherchent à s'adapter à un marché international. Pour demeurer compétitifs, les secteurs tels que la fabrication, le secteur primaire, le commerce de gros et de détail et l'agriculture améliorent continuellement leur rendement, leurs produits, la prestation de leurs services, la satisfaction de leur clientèle et leur rentabilité, alors que les secteurs de l'information, des communications, du savoir et des technologies vertes continuent de prendre de l'expansion (MAH, 2011).³

Bien entendu, la vitalité d'une municipalité ne s'évalue pas qu'à partir de son économie. Sa vie sociale, culturelle, naturelle et démocratique viennent s'ajouter à la vitalité entrepreneuriale d'une collectivité. En effet, [l'entrepreneuriat constitue l'unité de base de tout développement économique. Les entreprises créent des emplois, génèrent de l'innovation, investissent et participent à la richesse et à la prospérité d'une municipalité.](#) Dans cet ordre d'idées, l'entreprise se retrouve donc au centre de l'écosystème de la municipalité. Un « écosystème territorial » pouvant se définir comme un regroupement d'individus et d'organisations qui réalise et soutient, tant à l'échelle locale, régionale, provinciale nationale, des

¹ Vachon, Bernard. (21 mai 2020). *La reconquête des régions*, [Billet de blogue]. Récupéré le 18 janvier 2021 de <https://passerelles.quebec/publication/2020/la-reconquete-des-regions-bernard-vachon?id=100&name=ruralite>

² *Idem*.

³ Ministère des Affaires municipales et du Logement de l'Ontario (2011). *Mécanismes d'aménagement et leviers financiers pour le développement économique des municipalités*, Récupéré de <http://www.mah.gov.on.ca/AssetFactory.aspx?did=9178>, p.1

initiatives de toutes sortes dans le but d'avoir de l'impact sur les autres acteurs de l'écosystème et ce, sur un territoire donné.



La page suivante présente graphiquement les joueurs-clés de l'écosystème en développement économique de la municipalité de La Nation.

Ce concept d'écosystème nous rappelle que le développement économique d'un milieu n'est pas l'affaire d'une seule organisation. Au contraire, chaque acteur a un, voire des rôles à jouer au sein de l'écosystème. **Plus les interactions entre les acteurs seront nombreuses, diversifiées et impactantes, plus l'écosystème sera « fertile » pour les entreprises.**

Planifier stratégiquement le développement de son territoire

Même si la situation actuelle est ponctuée d'incertitudes, les citoyens s'attendent à ce que leur gouvernement municipal soit proactif et communique avec transparence les orientations qu'il entreprendra pour faire face aux enjeux actuels et à venir. Une planification stratégique devient ainsi un outil tout indiqué pour planifier l'avenir, en fonction des capacités de la Municipalité et de ses partenaires. Cet outil doit tenir compte à la fois des forces, des opportunités et des limites auxquels fait face l'organisation municipale et rallier ses membres autour d'objectifs communs. Pour réussir, toute planification stratégique doit être élaborée et mise en application en respectant l'équilibre à trouver entre, d'un côté, les souhaits manifestés par les acteurs et de l'autre, la capacité des membres de l'organisation à atteindre les objectifs identifiés.

La Nation a ainsi entrepris sa toute première démarche de planification stratégique en développement économique afin de se doter d'une vision à long terme et des balises précises pour ce secteur. Élaborée pour les quatre prochaines années, cette feuille de route s'est construite grâce à l'apport de nombreux entrepreneurs, intervenants régionaux en développement économique, élu.e.s et membres de l'équipe municipale. Les consultations ont en effet permis d'élaborer l'analyse des forces, opportunités, problèmes et menaces pour l'ensemble du secteur économique ainsi que pour ses principaux secteurs d'activité, soit l'agriculture, le tourisme, les commerces et les industries. Ces échanges ont par ailleurs permis de construire ensemble la vision, la mission, les valeurs ainsi que les rôles de La Nation en développement économique et touristique.

Pour la suite, je souhaite à La Nation que ce *Plan stratégique en développement économique et touristique 2021-2024* puisse lui permettre de:

- Avancer avec plus de clarté et de confiance vers une économie locale, fière et résiliente;
- Rallier et engager concrètement les différents acteurs de votre écosystème à votre mission en développement économique;
- Faire le point périodiquement afin de garder cet outil vivant et représentatif de votre situation;
- Réaliser des initiatives positives pour l'avenir de vos entreprises et de votre économie.

Roselyne Clément, 4 février 2021

Figure 1 - Écosystème de La Nation en développement économique et touristique



* Voir l'[Annexe A](#) pour la liste détaillée des acteurs de l'écosystème de La Nation.

II. MÉTHODOLOGIE

Le processus d'élaboration du plan stratégique en développement économique et touristique de la municipalité de La Nation s'est déroulé à l'automne 2019 puis à l'automne 2020. Voici les cinq étapes résumant les actions posées pour y arriver :



ÉTAPES

1. PRÉPARATION – Automne 2019

- > Engagement du conseil municipal
- > Formation du comité de pilotage
- > Rencontre de démarrage entre Champ libre stratégies (CLS) et le comité de pilotage
- > Plan de travail déposé par CLS

2. CONSULTATION - avec les entreprises, les partenaires et la Municipalité – Automne 2019

- > 1^{ère} session de visionnement : Diagnostic sectoriel
- > 2^e session de travail : Vision, mission et rôles de la Municipalité en développement économique et touristique

3. ANALYSE

- > Rapport final « Composantes stratégiques en développement économique » (automne 2019)
- > Rédaction du « Plan préliminaire en développement économique et touristique » (automne 2020)

4. VALIDATION

- > Rencontres avec le comité de développement économique et touristique (décembre 2020)
- > Rencontres de travail (2) avec le gestionnaire en développement économique (janvier 2021)
- > Rencontre de clôture avec le comité de pilotage (janvier 2021)
- > Rencontres de travail (2) entre les membres de l'équipe municipale (février 2021)

5. CLÔTURE

- > Dépôt du rapport final avec tous les livrables élaborés pendant le mandat (février 2021)

III. MISE EN CONTEXTE

Depuis 2014, de nombreuses actions ont été posées par La Nation en matière de développement économique et touristique. Celles-ci démontrent l'engagement organisationnel et financier pris par la Municipalité à travers les années quant à la planification économique de son territoire. En collaboration avec ses partenaires, ces initiatives ont ainsi pavé la voie au présent plan stratégique grâce à la mise en place de facteurs qui appuieront, à coup sûr, le succès des actions prévues au *Plan d'action en développement économique et touristique*.

Voici les grandes lignes des actions posées par La Nation :

2014 – Élaboration du *Plan stratégique de la Municipalité de La Nation 2034* (Parsons), dans lequel une section est dédiée à la sphère de la « durabilité économique ».

2015 – Mise sur pied du Comité de planification du développement économique et touristique.

2016 – Embauche d'un étudiant d'été pour réaliser un inventaire des entreprises et des terrains prêts à l'investissement.

2017-2018 – Réalisation du Portrait OPRO (Opportunités Prescott-Russell Opportunities) pour La Nation afin de favoriser le maintien et l'expansion des entreprises locales. Les stratégies suivantes sont posées dans le cadre de cette démarche :

- Consultation de 69 entreprises de La Nation provenant des secteurs commercial, industriel, agricole et touristique
- Diagnostic (FFOD) du secteur du développement économique
- Analyse de besoins des entreprises
- Plan d'action sur le maintien et l'expansion des entreprises dans La Nation
- Profil communautaire et vidéo promotionnel

2018 – Embauche d'un agent de projet pour faire de la prospection d'entreprises.

2019 - Révision de la structure du Comité de développement économique et touristique.

Embauche d'un Gestionnaire du développement économique et touristique.

Sessions de visionnement avec les entreprises et partenaires régionaux, piloté par Champ libre stratégies et dépôt du rapport « Composantes stratégiques en développement économique ».

2020 - Dépôt du rapport « Composantes stratégiques en développement économique pour la Municipalité de La Nation » (février 2020).

Élaboration du « Plan de réponse et relance économique de Prescott et Russell » des Comtés unis de Prescott et Russell :

- Concertation régionale : plusieurs rencontres entre les gestionnaires en développement économique des municipalités de Prescott et Russell et le Département de développement économique et touristique des Comtés unis de Prescott et Russell;

- Consultation des entreprises de La Nation lors des deux sondages (en mai, 45 répondants et en juillet, 33 répondants) visant à connaître l'évolution des impacts de la Covid-19 sur les entreprises de la région.

Élaboration et adoption des Termes de référence pour la nouvelle mouture du Comité de développement économique et touristique.

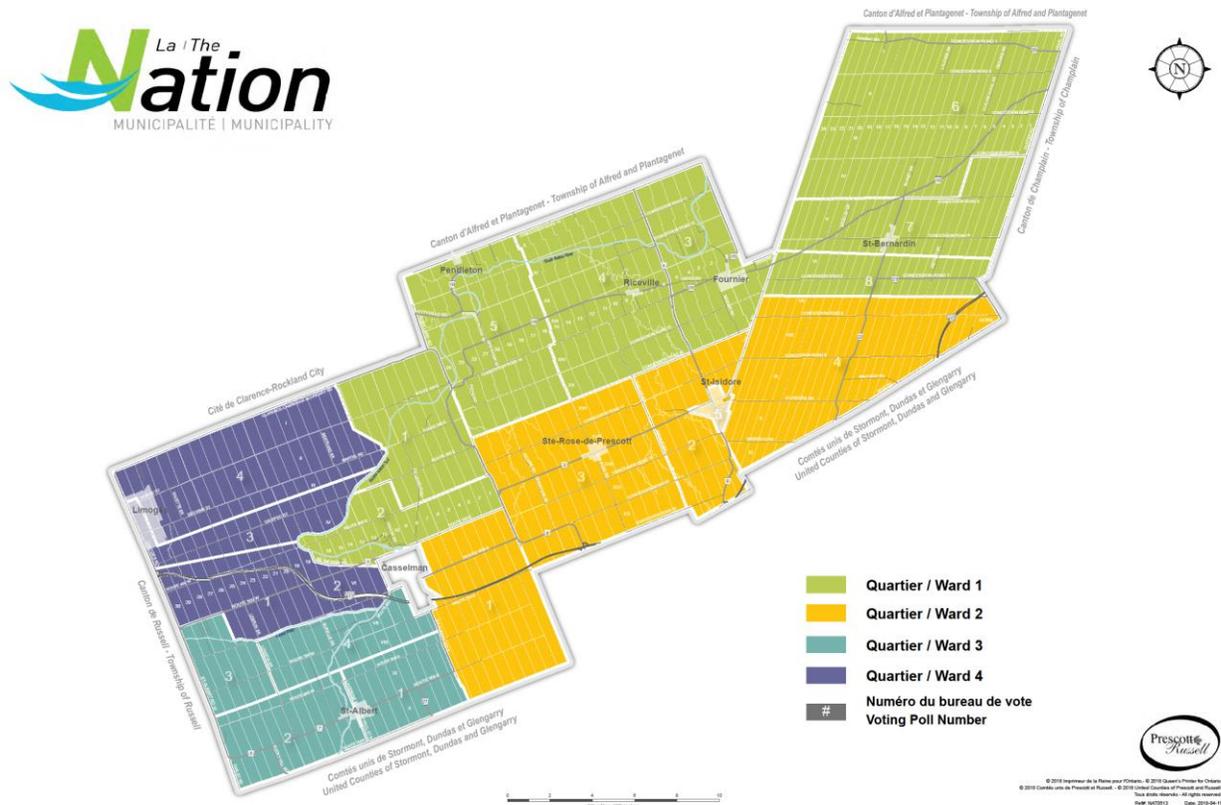
2021 – Dépôt du « Plan stratégique en développement économique et touristique » (Champ libre stratégies).

IV. PORTRAIT SOCIO-ÉCONOMIQUE EN BREF

Démographie et caractérisation du territoire

Avec une population de 12 808 (2016), La Nation est la 3^e municipalité en importance dans la région de Prescott et Russell (*Annexe B - Tableau 5*). Elle occupe un vaste territoire rural de 658 km², dont 41 039 hectares sont désignés agricoles (ce qui correspond à 70 % de son territoire). Elle est constituée de 17 agglomérations et noyaux-villageois, le tout entouré par la Cité de Clarence-Rockland, les Cantons d'Alfred-Plantagenet, Champlain et Russell ainsi que par les Comtés unis de Stormont, Dundas et Glengarry.

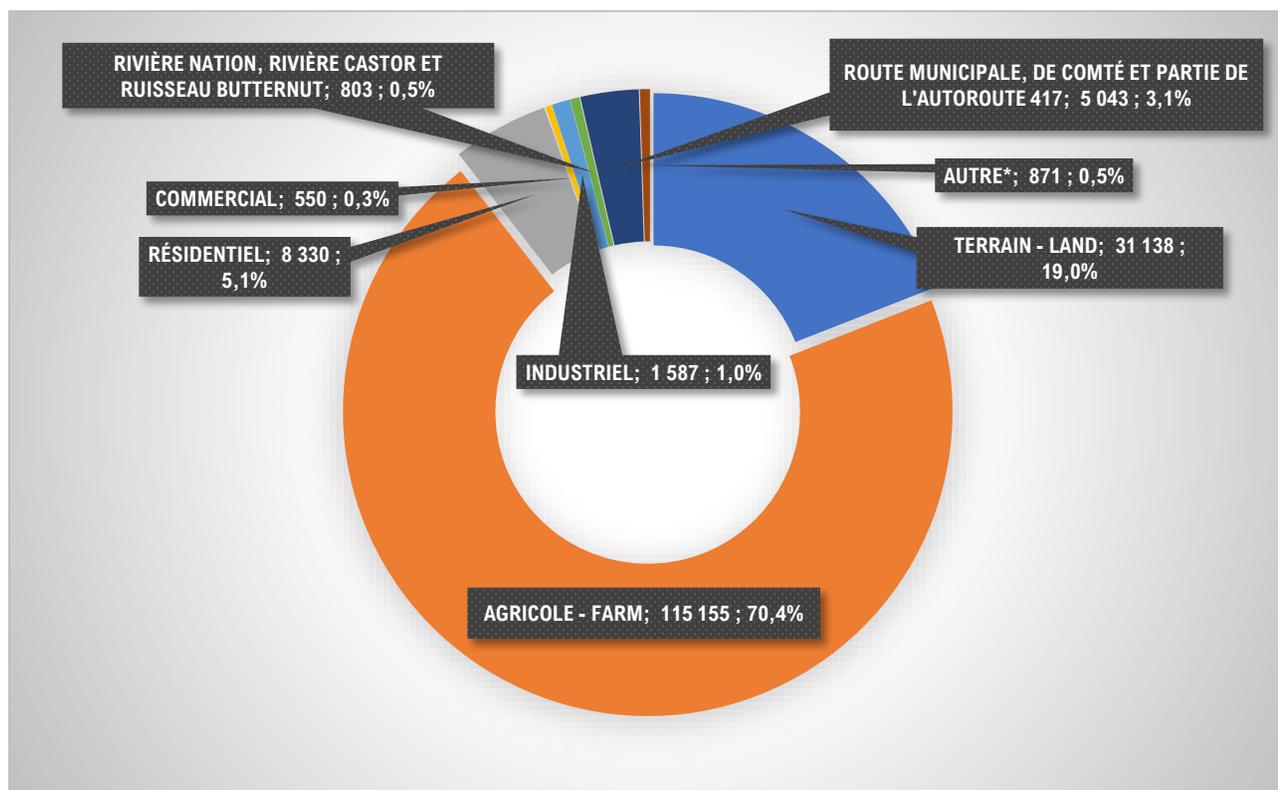
Figure 2 - Carte de la Municipalité de La Nation



La Nation fut créée à la suite de la fusion des cantons de Caledonia, Cambridge et Plantagenet Sud ainsi que du village de Saint-Isidore en 1998. L'origine de son nom est liée à la rivière de la Nation Sud qui la traverse sur une longueur de 54 km.

Le schéma suivant présente la caractérisation du territoire de La Nation, en fonction de la classification des terres, selon les types de propriétés. Il est possible de constater que les terres agricoles occupent une place prépondérante sur le territoire (70 %), suivi des terrains (19 %) puis des propriétés résidentielles (5 %). Les secteurs commercial et industriel occupent pour leur part une part plus faible des terres, avec respectivement 0,3 % et 1,0 %.

Figure 3 - Classement du territoire de La Nation en acres, selon le type de propriétés, 2020⁴



Contexte socio-économique

Comme ailleurs en Ontario et dans le reste du monde, l'analyse de la situation économique de La Nation révèle deux périodes fondamentales : un « avant » et un « après » covid-19. Considérant que la pandémie n'est pas terminée et que les données statistiques caractérisant cette période ne sont disponibles, voici les grandes lignes du profil socio-économique de La Nation avant la covid-19 :

- > **Prévision de croissance de la population** - Quoique La Nation a connu une croissance modeste de sa population au cours des deux dernières décennies, une augmentation de 9,8 % a été enregistrée

⁴ Bercier. Benjamin/Municipalité de La Nation (2020). *Plan stratégique en développement économique – Ébauche*, p.13

pour la période 2011 à 2016. L'indice de croissance démographique demeure positif pour les années à venir. Ainsi, la municipalité anticipe une croissance annuelle moyenne de 1,5 % de sa population pour atteindre 15 476 habitants en 2029 (*Annexe B – Tableau 7*).

- > **Structure d'âge de la population** - La population est plus jeune dans La Nation (moyenne d'âge - 39 ans), en comparaison avec la région de Prescott et Russell (42 ans) et la province de l'Ontario (41 ans). Même si l'ensemble des groupes d'âge est en croissance, c'est le segment des 65 ans et plus qui présente la plus forte augmentation (*Annexe B – Tableau 6*).
- > **Population active** - La proportion de la population active (74,9%) de La Nation représente le taux d'activité le plus élevé enregistré dans l'ensemble de la région de Prescott-Russell (*Annexe B – Tableau 5*).
- > **Niveau de scolarité** – La proportion de la population active (25-64 ans) possédant un certificat, diplôme ou grade d'études postsecondaires se chiffre à 60 % dans La Nation, duquel 50 % représente la population possédant un certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'une université (*Annexe B – Tableau 10*).
- > **Trajet Domicile-Travail** - Une majorité des ménages (56 %) de La Nation travaille dans une municipalité ou une région différente en Ontario, ce qui porte à croire qu'une part importante de cette proportion font la navette pour aller travailler à Ottawa (*Annexe B – Tableau 9*).
- > **Niveau de revenu médian** - Le revenu médian des ménages vivant dans La Nation est plus élevé, comparativement à la région de Prescott-Russell. En effet, le revenu élevé de La Nation s'explique vraisemblablement par sa proximité avec Ottawa, où de nombreux résidents de la municipalité font la navette vers Ottawa afin de bénéficier de salaires comparativement plus élevés que dans les régions qui ne sont pas situées aussi près de la Capitale nationale (*Annexe B – Tableau 8*).
- > **Bilinguisme** - Le taux de bilinguisme dans La Nation est de 69 %, ce qui contribue à faciliter le développement des affaires à l'extérieur de la région, particulièrement avec les francophones en Ontario et au Québec (*Profil communautaire 2019 La Nation*).

Contexte général

La Nation est une municipalité en pleine croissance qui bénéficie d'une situation géographique favorable, grâce à sa proximité des grands centres comme Ottawa, Gatineau, Cornwall et Montréal. Ses nombreuses infrastructures en transport, tel l'Autoroute 417, le service de navette 417 Bus Line, l'Aéroport d'Ottawa et de Montréal, le réseau de transport ferroviaire VIA Rail ainsi que le Service de transport intermunicipal de Prescott et Russell (PR Transpo) offrent des options diversifiées à la population, aux entreprises et aux visiteurs pour se rendre sur le territoire, pour aller y travailler ou pour accéder aux marchés extérieurs.

Offrant un coût de la vie plus abordable qu'à Ottawa, La Nation se caractérise par une population bilingue et bien éduquée (proportion variant entre les secteurs est et ouest de la Municipalité). La construction résidentielle est en pleine croissance (*Annexe B – Tableau 15*); constitués de 5 267 résidences privées (au 31 décembre 2019), les futurs développements résidentiels s'annoncent prometteurs. En date du mois d'avril 2020, quatre projets résidentiels ont en effet été déposés auprès de la Municipalité pour la

construction de 758 unités additionnelles au cours des 10 prochaines années. Le secteur Limoges est prisé, dû à sa proximité avec la Ville d'Ottawa et la fonction publique fédérale, employeur de choix pour une bonne proportion des résidents de Limoges. Pour sa part, le secteur de St-Isidore se caractérise plus par une économie basée sur l'agriculture, la construction et les commerces. De manière générale, on retrouve dans La Nation une belle énergie entrepreneuriale, reposant sur la fierté rurale de sa communauté d'affaires.

Un fort esprit de communauté se retrouve au cœur des différentes communautés qui la compose. La Nation compte de nombreux clubs sociaux, des associations sportives et des groupes communautaires qui veillent au rayonnement et à l'embellissement de ses communautés. En plus de ses 5 salles communautaires et ses nombreux parcs, les installations récréatives municipales incluent un aréna et bientôt un complexe sportif. La Nation a même bénéficié d'une reconnaissance importante la nommant ainsi « Parmi les 10 meilleurs endroits pour les familles au Canada » pour la province de l'Ontario (MoneySense, 2018)⁵.

Les **secteurs agricole et agroalimentaire** de La Nation représentent un des piliers importants de l'économie locale. En effet, La Nation est une région d'abondance agroalimentaire grâce à la qualité des terres agricoles et la présence d'un grand nombre de fermes; en effet, les entreprises agricoles y sont diversifiées, tant par leur taille (petites à grosses) que par les cultures qui y poussent. L'importance de ce secteur repose aussi sur les retombées économiques majeures qu'elle engendre sur les autres entreprises (fournisseurs, emplois, distributeurs, services connexes, etc.) situées dans la municipalité et dans Prescott et Russell. En somme, les secteurs agricole et agroalimentaire offrent à La Nation un fort potentiel de développement, basé entre autres sur l'innovation dont font preuve les agriculteurs afin d'améliorer continuellement leurs rendements.

Dans les dernières années, un maillage unique entre **l'agroalimentaire, le tourisme et le mode de vie rural** a pris forme dans La Nation. Le Festival de la Curd et les vaches peintes de la Fromagerie St-Albert, le Circuit Popsilos et quelques entreprises agrotouristiques comme la Ferme l'Artisan attirent un nombre croissant de visiteurs. La tendance reliée à l'agrotourisme et à l'achat local appuie sans contredit la montée en popularité de ce secteur.

Une autre facette importante du **secteur touristique** de La Nation est sans contredit la présence de la Forêt Larose qui attire un nombre croissant de sportifs venant d'Ottawa et des autres secteurs de Prescott et Russell; ceux-ci viennent y pratiquer le vélo de montagne, le ski de fond et la marche en forêt. La récente construction d'un pavillon d'accueil, l'aménagement de nouveaux stationnements et l'élargissement des routes faciliteront le développement de cet attrait. Par ailleurs, la présence de circuits cyclables et la proximité du Sentier récréatif de Prescott et Russell offrent d'autres belles options à la population locale et aux visiteurs pour se dégourdir.

Le **secteur commercial** s'est grandement développé depuis la venue du Parc commercial Innovation dans le secteur Limoges. La totalité des terrains y ont été vendue et une phase 2 sera peut-être à l'étude. Malgré le fait que l'étendue du territoire pourrait offrir beaucoup d'espaces pour accueillir des entreprises commerciales et industrielles, bon nombre de ces terrains font l'objet d'une forte surenchère, dû à leur proximité avec l'Autoroute 417. En effet, la 417 enregistre un fort achalandage (*Annexe B – Tableau 14*) à ces 5 sorties, ce qui pourrait constituer une opportunité intéressante pour un développement

⁵ MoneySense (2018). *Canada's Best Places to Live 2018*. MoneySense. Récupéré le 4 février 2021 de <https://www.moneysense.ca/canadas-best-places-to-live-2018-create-your-own-ranking/#region-on>

commercial futur. Malgré tout, les coûts exorbitants de ces terrains freinent les entreprises locales à s’y installer. Dans les prochaines années, La Nation sera appelée à tenter de se démarquer des municipalités environnantes dans l’offre de commerces de proximité à développer à proximité de ses différentes communautés qui la composent.

Profil général des entreprises de La Nation

Au 30 juin 2019, La Nation comptait 578 entreprises avec employés œuvrant dans 92 secteurs d’activités⁶. Le tableau ci-dessous présente le détail des secteurs d’activité en importance dans la Municipalité; celui-ci permet de constater que le secteur agricole, commercial et « autres » occupent une part importante des affaires dans la Municipalité.

*Tableau 1 - Nombre d'entreprises de La Nation, par secteur d'activité**

Secteur d'activité	Nombre
Fermes	270
Commercial	110
Industriel	26
Touristique/hébergement/agrotourisme	19
Construction/ Home Builder / Construction retail	45
Travail de la maison	43
Autres	138
TOTAL	381

* Données à mettre à jour par le Gestionnaire en développement économique et touristique

Tiré du « Rapport Opportunités Prescott et Russell Opportunities (OPRO)⁷ » pour La Nation, voici quelques traits distinctifs supplémentaires concernant les entreprises :

- **Type de propriétés et d’activités des entreprises** - La grande majorité des entreprises exploitent une propriété et exercent des activités locales à un seul emplacement. Comparativement à Prescott et Russell, La Nation compte très peu d’entreprises franchisées et un faible nombre de succursales ou de divisions d’entreprise régionales, nationales ou internationales;
- **Marché principal des entreprises** - Les entreprises de La Nation exercent principalement des activités à l’échelle régionale (46 %) et à l’échelle locale (43 %);
- **Nombre d’années d’exploitation des entreprises au sein de la collectivité** - 31 % des entreprises de La Nation sont établies depuis moins de 10 ans. À l’inverse, 68 % des entreprises sont établies depuis plus de 11 ans et bon nombre d’entre elles le sont depuis 26 à 35 ans. Il existe toutefois un nombre important d’entreprises qui sont en affaires depuis moins de 1 an;
- **Nombre d’années d’exploitation des propriétaires actuels** - La Nation compte un plus grand nombre de propriétaires qui gèrent leur entreprise depuis 26 à 35 ans (63 %), ce qui souligne l’importance de la planification de la relève pour voir à la continuité des affaires de ces derniers;

⁶ Business Register Statistique Canada (2019). *Rapport officiel - Nombre d’emplacements par SDR (La Nation), SCIAN-6, tranches d’effectifs-(9 standards)*, SDR: 3502025, Reçu le 28 janvier 2020, informations à jour en date du 30 juin 2019.

⁷ Comtés unis de Prescott et Russell, et La Nation (2018). *Rapport Opportunités Prescott-Russell Opportunities*, p.7-16

- **Titre de propriété des installations principales de l'entreprise** - 87 % des propriétaires d'entreprise ont acquis l'installation dans laquelle ils exécutent leurs activités.

Profil général de la main-d'œuvre et du climat d'affaires

Le tableau 2 présente la répartition de la population active de 15 ans et plus en fonction de la nature générale de l'activité de l'établissement (SCIAN 2012) où travaille chaque individu. Il est notamment possible de constater (en bleu) que l'**administration publique (15 %)**, la **construction (12 %)**, les **soins de santé et services sociaux (11 %)**, les **commerces de détail (10 %)**, les **services d'enseignement (8 %)** et le **secteur agricole, forestier, pêche, chasse (7 %)** constituent les secteurs en importance dans La Nation au point de vue de la main-d'œuvre.

Cette répartition cadre bien avec les professions en importance dans La Nation (*Annexe B – Tableau 13*); les secteurs de profession « Affaires, finance & administration », « Métiers & transport », « Vente et services » ainsi que « Enseignement, droit & services sociaux » sont les plus occupés sur le territoire.

Tableau 2 - Population active de 15 ans et plus en fonction de l'industrie SCIAN où travaille la personne⁸

Industries SCIAN	La Nation	
	Nbre	%
Population active totale âgée de 15 ans et plus selon l'industrie	7 595	100
Industrie SCIAN – sans objet	65	
Toutes les catégories d'industries	7 530	100
11 Agriculture, foresterie, pêche et chasse	500	7
21 Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	15	0,1
22 Services publics	35	0,4
23 Construction	905	12
31-33 Fabrication	455	6
41 Commerce de gros	205	3
44-45 Commerce de détail	740	10
48-49 Transport et entreposage	410	5
51 Industrie de l'information et industrie culturelle	90	1
52 Finance et assurances	225	3
53 Services immobiliers et services de location et de location à bail	100	1
54 Services professionnels, scientifiques et techniques	325	4
55 Gestion de sociétés et d'entreprises	0	0
56 Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	265	4
61 Services d'enseignement	595	8
62 Soins de santé et assistance sociale	800	11
71 Arts, spectacles et loisirs	105	1

⁸ Statistique Canada (2016). Profil du recensement – Recensement de 2016 – La Nation, Ontario et Canada, Gouvernement du Canada, Récupéré le 4 février 2021 de <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/prof/details/page.cfm?Lang=F&Geo1=CSD&Code1=3502025&Geo2=PR&Code2=01&SearchText=Forest&SearchType=Be-gins&SearchPR=01&B1=Labour&TABID=1&type=0>

72 Services d'hébergement et de restauration	360	5
81 Autres services (sauf les administrations publiques)	315	4
91 Administrations publiques	1 110	15

Tiré du « Rapport Opportunités Prescott et Russell Opportunities (OPRO)⁹ » pour La Nation, voici quelques traits distinctifs supplémentaires pour la main-d'œuvre et le climat d'affaires :

- **Nombre d'employés par entreprise, incluant les propriétaires** - La Nation compte davantage de très petits employeurs (un à quatre employés) que les CUPR : 70 % des entreprises de La Nation comptent neuf employés ou moins. Il est cependant important de souligner que La Nation compte, même si ce n'est qu'un faible nombre, des employeurs de plus de 300 employés;
- **Portrait des emplois permanents et temporaires** - La proportion des emplois permanents à temps plein au sein de la collectivité se situe à 64 %, alors que celle des emplois permanents à temps partiel se situe à 19 %. Cela dit, le pourcentage nettement plus élevé d'emplois temporaires ou saisonniers (17 %) dans La Nation est supérieur de 9 % aux données de la région;
- **Évolution du nombre d'employés au cours des trois dernières années** - Depuis les trois dernières années, 41 % des employeurs de La Nation ont embauché de nouveaux employés, 51 % d'entre eux n'ont apporté aucun changement à leur bassin d'employés et 9 % d'entre eux ont dû supprimer des emplois;
- **Sentiment général envers La Nation comme lieu propice pour les affaires** - 79 % des propriétaires d'entreprise ont un bon ou excellent sentiment à l'égard de la municipalité de La Nation en tant qu'endroit pour faire des affaires;
- **Utilisation de la technologie par les entreprises de La Nation** - Les propriétaires d'entreprise de La Nation sont bien positionnés puisque 84 % d'entre eux en font une utilisation modérée à élevée.

La covid-19 et ses impacts sur l'économie locale de La Nation

Au cours de l'année 2020, deux sondages (en mai et juillet) ont été effectués auprès des entrepreneurs de Prescott et Russell afin de mieux comprendre les impacts de la pandémie sur leur entreprise ainsi que les mesures de soutien à mettre en place pour les appuyer.

Voici un résumé des principales données qualitatives récoltées grâce à ces deux sondages, tiré du « Deuxième rapport – Sondage : Impacts de la covid-19 sur les entreprises de Prescott et Russell »¹⁰ :

⁹ Comtés unis de Prescott et Russell, et La Nation (2018). *Rapport Opportunités Prescott-Russell Opportunities*, p.17-57

¹⁰ Comtés unis de Prescott et Russell (2020). *Deuxième rapport – Sondage : Évolution des impacts de la covid-19 sur les entreprises de Prescott et Russell*, p.5



À noter que les données récoltées permettent de donner une idée générale de la situation régionale, sans toutefois offrir une image détaillée de la réalité des entrepreneurs de La Nation.

Impact général – Entre les mois de mai et juillet, 21 % des entrepreneurs qui décrivaient la situation comme difficile ou critique ont réussi à s'adapter et tirer profit de la situation. Cependant, la situation ne s'est pas pour autant réglée dans l'ensemble des secteurs économiques.

Secteurs d'activité vivant une situation favorable ou gérable :

- Construction
- À but non lucratif
- Finances et assurance
- Réparation et entretien
- Agriculture, foresterie, pêche et chasse

Secteurs d'activité vivant une situation difficile ou critique :

- Attraites touristiques et hébergement
- Soins de santé et services sociaux
- Services personnels
- Services alimentaires
- Administration et soutien
- Manufacture et production
- Commerce de détail
- Arts, divertissement et loisirs

Mesures mises en place par les entreprises affectées positivement

- Adoption de méthodes de travail alternatives (ex : le travail à domicile)
- Ajout ou augmentation des ventes en ligne et de la livraison à domicile
- Augmentation des commandes aux fournisseurs
- Embauche de personnel

Mesures mises en place par les entreprises affectées négativement

- Pertes importantes de flux de trésorerie
- Réduction des heures
- Recherche de financement à court terme
- Mise à pied de personnel

Projection d'embauche au cours des six prochains mois – Une majorité des répondants ne prévoit aucun changement.

Défis rencontrés en lien avec la main-d'œuvre

- Réduction des heures et/ou des services
- Recherche de financement à court terme
- Mise à pied de personnel
- Perte importante de flux de trésorerie
- Difficulté à recruter
- Reporter les plans d'embauche

- Défis liés aux méthodes de travail alternatives (par exemple, le travail à domicile)
- Impatience du personnel de retourner au travail

Types de soutien recherché de la part de la municipalité:

- Simplifier les démarches administratives
- Allègement des taxes foncières commerciales et industrielles pour les commerces qui ne sont pas en exploitation
- Initiatives faisant la promotion du comportement d'achat local
- Accélérer le développement de projets de construction en continuant à réviser les plans de site, en délivrant des permis de construction et en rendant disponible le service d'inspection des bâtiments.

Autres :

- Offrir un appui pour recruter de la main-d'œuvre
- Promouvoir les entreprises et attraits
- Offrir un soutien financier
- Initiatives facilitant le tournant vers le numérique (vente en ligne, offre de service par vidéoconférence, etc.)
- Tenir mieux informé des programmes et des nouvelles lois, découlant de la covid-19
- Accès aux aides financières gouvernementales (principalement des prêts sans intérêt)

Principales priorités de la relance économique régionale



1. Soutien financier
2. Promotion de l'achat local
3. Rétablir la confiance des consommateurs

V. ANALYSE DE L'ENVIRONNEMENT INTERNE ET EXTERNE

La matrice SPOT¹¹ (*Strengths, Problems, Opportunities, Threats*) a pour but d'orienter les stratégies en développement économique et touristique, afin que celles-ci exploitent les **forces** (internes) de la Municipalité et tirent avantage des **opportunités** (externes) du territoire. Quoique les **problèmes** (internes) représentent généralement les faiblesses organisationnelles de la Municipalité, elles peuvent aussi être perçues comme des sources potentielles d'opportunités. Pour leur part, les **menaces** (externes) représentent des facteurs pouvant compromettre les chances de la Municipalité de progresser et de se développer économiquement.

Le tableau ci-dessous a été élaboré à partir des échanges avec les membres du comité de pilotage et les sessions de consultation avec les entreprises et partenaires en développement économique à l'automne 2019.

Tableau 3 - Diagnostic SPOT en développement économique et touristique de La Nation

FORCES		OPPORTUNITÉS	
PRÉSENT / INTERNE	<p><i>Les forces représentent les différentes ressources, les compétences, la réputation, les succès et toute autre capacité organisationnelle de la Municipalité qui influence positivement l'atteinte des résultats souhaités.</i></p> <p>Ressources humaines et organisation du travail</p> <ul style="list-style-type: none"> + Équipe de professionnels compétents et dévoués. + Un employé est dédié à temps plein au développement économique. + Belle collaboration entre les membres de l'administration pour favoriser la réussite des projets en DÉT (ex : voirie, communications, etc.) + Services de qualité offerts aux entreprises facilitant leurs démarches administratives. + Mise en place (retour) du Comité consultatif en développement économique et touristique de La Nation. Adoption des termes de référence du Comité par le Conseil municipal. 	<p><i>Les opportunités sont des initiatives spécifiques ou des projets qui pourraient avoir une influence bénéfique sur le territoire en s'appuyant sur les forces, en réglant les problèmes ou en créant de nouveaux services ou produits dans le futur.</i></p> <p>Conditions favorables</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Attraction et rétention des nombreux automobilistes qui passent sur l'Autoroute 417 via les 5 sorties sur le territoire. Développer les abords de l'A-417. ★ Favoriser la construction résidentielle/ nouvelles habitations à St-Isidore/ Développement domiciliaire vert/ Construire des logements à prix modique pour la main-d'oeuvre immigrante et autres = projet potentiel avec les développeurs locaux. ★ Améliorer l'accès aux services de base (eau, gaz, hydro, Internet). ★ Incubateur favorisant le démarrage d'entreprises (location d'espaces, coworking, mentorat). 	FUTUR / EXTERNE

¹¹ The Grove Consultants International (2009). *Visual Planning System - Leader's Guide – SPOT Matrix Graphic Guide*, p.9

<ul style="list-style-type: none"> + Implication de membres du Conseil sur le Comité en DÉT. + Ouverture à l'innovation et à la collaboration. + Ouverture à se donner des lignes directrices en développement économique. + Ouverture et intérêt du Conseil municipal à être tenu informé du DÉT (voir les Notes de service du Gestionnaire DÉT). <p>Ressources financières</p> <ul style="list-style-type: none"> + Élimination des frais de développements pour les projets de développement commercial et industriel. + Bonne santé financière de la Municipalité en général. <p>Ressources matérielles et infrastructures</p> <ul style="list-style-type: none"> + Parc commercial Innovation : un succès pour la vente des terrains! + Municipalité en expansion du point de vue résidentiel et commercial. + La Municipalité est propriétaire de 5 tours de télécommunication (Internet). + Étude en cours sur l'évaluation des « Assets Management » de la Municipalité (à confirmer si inclut l'émission des GES); <p>Communication et promotion</p> <ul style="list-style-type: none"> + Plusieurs belles initiatives en communication et outils de marketing pour promouvoir le territoire. + Un employé est embauché à temps plein pour les communications. + Un fort sentiment d'appartenance citoyen existe pour chacun des noyaux-villageois. <p>Relations avec l'écosystème</p> <ul style="list-style-type: none"> + Présence de nombreuses organisations partenaires œuvrant au DÉT dans Prescott et Russell. 	<ul style="list-style-type: none"> ★ Augmenter le nombre de locaux à vendre ou à louer. Développer une trame commerciale afin de répondre aux services de proximité des résidents – Limoges ★ Centre pour accueillir et former les immigrants. ★ Offrir des services d'approvisionnement d'eau aux abords de l'autoroute 417 pour permettre les projets de construction. ★ Collaborer avec les partenaires afin de trouver des solutions à la pénurie de main-d'oeuvre / Appuyer les entrepreneurs dans le recrutement de main-d'oeuvre/ S'ouvrir à l'immigration. ★ Se doter d'un agent dédié au développement commercial. ★ La Municipalité est propriétaire de 5 tours de télécommunication avec le potentiel de location à des entreprises pour améliorer le service sur le territoire. <p>Soutien aux entreprises</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Offrir des formations. Ex : Planification de la relève et de la main-d'oeuvre, Attraction de la main d'œuvre, Commerce électronique, médias sociaux, etc. ★ Mettre en place un service de récupération/recyclage pour les entreprises. ★ Assurer un soutien financier pour le démarrage d'entreprises/ Offrir un support technique pour remplir les demandes de subventions/Identifier et référer à des subventions potentielles/ Favoriser l'accès des entreprises au financement, investissement. ★ Favoriser la collaboration entre propriétaires d'entreprise : <ul style="list-style-type: none"> ○ Le réseautage/partage de l'information ○ La commercialisation et publicité collective. ★ Créer des partenariats pour la location d'espaces inutilisés par les entreprises. ★ Avoir un rôle plus proactif envers les entreprises : aller les voir, connaître leurs besoins, leur référer des ressources, les tenir informés, trouver des solutions. ★ Soutenir la Chambre de commerce de Prescott-Russell; 	
--	---	--

	<p>+ Concertation régionale des acteurs en DÉT pendant la pandémie.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ★ Organiser des rencontres (déjeuner, 5 à 7, etc.) afin de favoriser le réseautage entre entrepreneurs et pour stimuler la synergie entre les entreprises relativement à l'approvisionnement ★ Aider au développement – expansion des entreprises existantes ex : Avoir une plateforme d'inventaire de projets en développement, activités dans les municipalités. ★ Organiser des rencontres de réseautage= besoin de mieux se connaître entre entreprises. ★ Garder le contact avec des rencontres 1 à 1. <p>Promouvoir le territoire et les entreprises</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Clarifier/valoriser le rôle du gestionnaire en DÉ dans la communauté d'affaires. ★ Encourager la culture entrepreneuriale. ★ Site Internet pour mettre en lumière les entreprises locales et les forfaits. ★ Développer un Plan de communication spécifiquement pour le volet DÉ de La Nation. ★ Développer des outils simples et efficaces qui vont rejoindre les clientèles visées (entrepreneurs, développeurs, investisseurs, etc.) : infolettre, section en DÉ à jour, rencontres de réseautage, visite d'entreprises, etc. ★ Mettre en valeur la francophonie pour se démarquer des autres régions. ★ Améliorer l'affichage sur le territoire de La Nation. ★ Développer une liste de contacts et un processus de mise à jour des entreprises dans La Nation. ★ Informer les entrepreneurs sur les avancées de la Municipalité en DÉ, sur les programmes, etc. 	
--	---	---	--

PROBLÈMES		MENACES	
PRÉSENT / INTERNE	<p>Les problèmes représentent des faiblesses organisationnelles de la Municipalité, les difficultés, les imprévus et tout autre enjeu qui influencent négativement l'atteinte des résultats souhaités.</p>	<p>Les menaces sont des éléments qui pourraient potentiellement nuire à la Municipalité ou compromettre l'atteinte des résultats souhaités.</p>	
	<p>Ressources humaines et organisation du travail</p> <ul style="list-style-type: none"> - Absence de lignes directrices pour guider le développement. - Les actions possibles en DÉT sont nombreuses pour un seul Gestionnaire DÉT. - Perceptions par certains que la Municipalité a peur du changement et de prendre des risques. - Peu de rencontres d'équipe entre les membres de l'administration, celles-ci pouvant favoriser une meilleure collaboration et communication entre le personnel/ les départements. <p>Ressources financières</p> <ul style="list-style-type: none"> - Taux de taxe légèrement plus élevé que la plupart des autres municipalités de Prescott-Russell. - Absence de fonds dédié au DÉT. <p>Ressources matérielles et infrastructures</p> <ul style="list-style-type: none"> - Investissements importants nécessaires en aqueducs/égouts/électricité pour répondre aux projets d'expansion en DÉT. <p>Communication et promotion</p> <ul style="list-style-type: none"> - Absence de plan de communication. - Méconnaissance du rôle du Département/Gestionnaire en développement économique et touristique quant à l'appui offert aux entreprises. 	<p>Général</p> <ul style="list-style-type: none"> ☛ La pandémie covid-19 et les restrictions liées au confinement. ☛ Compétition avec les municipalités environnantes. ☛ Les changements climatiques. ☛ Manque de main d'œuvre qualifiée. ☛ La proximité d'Ottawa rend la Fonction publique fédérale alléchante, en attirant la population pour y travailler et freine l'entrepreneuriat dans La Nation. ☛ Augmentation du coût de la vie VS les salaires qui ne suivent pas. ☛ La basse vitesse et le coût dispendieux du service Internet freinent les entreprises à utiliser les nouvelles technologies. ☛ Équilibre à trouver : Grosse entreprise comme Amazon jugée non favorable (car prend la main d'œuvre en offrant des bons salaires), mais de l'autre côté, volonté d'attirer des nouvelles entreprises. ☛ Territoire situé loin des centres de formation. On se forme ailleurs et on ne revient pas après. ☛ Vieillesse de la population/des entrepreneurs. Faible préparation à la relève d'entreprise. ☛ Exode des jeunes vers la ville. ☛ Manque d'infrastructures adéquates et fiables (gaz, électricité, Internet haute vitesse, couverture cellulaire) ☛ Accès difficile à l'investissement. 	FUTUR / EXTERNE

<ul style="list-style-type: none"> - La section « Développement économique » du site web de la Municipalité n'est pas efficace en termes de « promotion », de par son rôle premier qui sert à « informer ». - Faible sentiment d'appartenance de la population envers « La Nation » vs pour chacun des noyaux-villageois. - Manque de promotion des atouts et opportunités disponibles dans La Nation. - Pas assez de capitalisation sur les attractions présentes. - Absence de mise en valeur/développement pour la Forêt Larose de la part de la municipalité. <p>Relations avec l'écosystème</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manque d'information sur des entreprises quant aux réalisations de La Nation en DÉT. - Relations à bâtir et à entretenir avec les grosses entreprises présentes dans La Nation. 		
---	--	--

Tableau 4 - Opportunités et menaces par secteur d'activité

(SUITE) OPPORTUNITÉS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ		(SUITE) MENACES PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ	
	<p>Développer des projets innovants</p> <p>- Secteur agroalimentaire</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Promouvoir les produits du terroir et les entreprises agrotouristiques. ★ Stimuler la production agricole biologique. ★ Augmenter la proportion de terrains agricoles en exploitation. ★ Développer : <ul style="list-style-type: none"> ○ L'innovation agroalimentaire; ○ La 1ère et 2e transformation agricole; 	<p>Secteur agroalimentaire</p> <ul style="list-style-type: none"> ☛ 1^{ère} et 2^e transformation agricole sous-développée. ☛ Barrières législatives : Taxe sur les petites entreprises de transformation agroalimentaire qui sont considérées comme une « industrie ». ☛ Faible sensibilisation des entrepreneurs agricoles à planifier leur relève. 	

<ul style="list-style-type: none"> ○ La valorisation des résidus agricoles. ○ Le marché des produits biologiques; ○ Un Centre national de production et d'interprétation du chanvre à St-Isidore ○ Un parc industriel dédié à la production de produits agroalimentaire à Limoges (en environnement contrôlé en conteneurs); ○ Un centre d'interprétation agricole afin de valoriser et faire connaître l'expertise de la région; ○ Un centre de formation et de recherche agricole, afin de répondre aux besoins de la région; ○ La transformation forestière (Produits forestiers non ligneux - PFNL). <ul style="list-style-type: none"> ★ Informer les entreprises sur les tendances en agroalimentaire, l'intelligence artificielle en agriculture, etc. ★ Travailler sur la Taxe sur les petites entreprises de transformation agroalimentaire qui sont considérées comme une « industrie ». ★ Faciliter l'accès aux ressources internes et externes pour favoriser une agriculture durable et viable : ★ Organiser des séances d'information sur les opportunités en diversification agricole et agroalimentaire (agroforesterie, agriculture bio, etc.); ★ Collaborer et mettre en relation les intervenants du milieu agricole pour les sensibiliser à une agriculture durable. ★ Développer/attirer la relève agricole. ★ Appuyer les agriculteurs dans la planification de la relève de leur ferme/ Faire le pont avec les entrepreneurs qui devront prendre leur retraite dans quelques années. <p>- Secteur touristique</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Sites naturels avec potentiel à développer (Forêt Larose, circuits cyclables) 	<p>Secteur touristique</p> <ul style="list-style-type: none"> ●* Retrait des CUPR dans l'entretien du Sentier récréatif de PR et dans le financement de Tourisme Prescott-Russell Tourism qui appuyait la promotion du tourisme régional. ●* Faible rétention des visiteurs pour des plus longs séjours. ●* Attention aux effets négatifs du tourisme = un tourisme qui se fait au détriment des populations locales et des écosystèmes. <p>Secteur commercial et industriel</p> <ul style="list-style-type: none"> ●* Manque d'espaces commerciaux en location ou en vente sur le territoire. ●* Surenchère des terrains aux abords de l'A-417. Terrains laissés en friche/non disponibles pour du développement. ●* Fuites commerciales car non attraction et rétention des automobilistes qui passent sur l'A-417. ●* Fuites commerciales vers Ottawa, Russell et Casselman pour la portion Ouest de La Nation, car la majorité des ménages y travaillent : restauration, commerces de proximité (épiceries, etc.), services aux personnes, etc. 	
---	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> ★ Promotion du circuit agrotouristique de PR (été 2021, les attraits touristiques majeurs (miser sur « l'effet Calypso »), les attractions et évènements agrotouristiques, la Forêt Larose et ses activités, les plus petites entreprises touristiques, le bilinguisme de La Nation ★ Connaître combien de visiteurs dans La Nation par année. ★ Créer un hub touristique. ★ Développer/renforcer le concept de « destination » (fin de semaine/semaine) plutôt que juste excursionniste (1 journée). ★ Développer des attraits touristiques entourant Calypso (créer un village/une destination). ★ Développer des entreprises touristiques « market ready » en rassemblant divers secteurs et entreprises afin de répondre à tous les besoins du visiteur. ★ Développer plus d'attraits culturels et de sites agrotouristiques (Circuit Popsilos, sites patrimoniaux), pour aller chercher plus de visiteurs, ce qui va du même coup renforcer la fierté. ★ Renforcer le référencement entre entreprises pour mieux répondre aux besoins des visiteurs. ★ Intégrer l'art et la culture dans le tourisme. ★ Développer une aire de services et d'hébergement pour les camions de marchandises. ★ Avoir un restaurant branché indépendant. ★ Les pistes cyclables représentent une opportunité/ Aménager des accotements pavés pour les cyclistes. ★ Développer des circuits de mobilité « douce » entre municipalités (tant pour les touristes que pour les résidents). Voir l'initiative « Perles des Alpes ». <p>- Secteur commercial et industriel</p> <ul style="list-style-type: none"> ★ Nécessité de se démarquer des municipalités environnantes quant à l'offre commerciale. 		
--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> ★ Attraction d'entreprises d'approvisionnement et de services connexes ★ Construire des condos commerciaux locatifs/mixtes (avec logements au 2e étage) afin d'y attirer des commerces que l'on ne retrouve pas ailleurs/se démarquer d'Embrun et Casselman (secteur Limoges). ★ Promouvoir les espaces disponibles (terrains), les opportunités de développement ★ Développer un parc industriel auto-suffisant à partir des déchets/biodigesteurs 		
--	--	--	--

VI. NOTRE VISION



La vision propose l'idéal poursuivi et la voie à suivre pour y parvenir. Elle doit guider les décisions et les actions, afin que tous travaillent ensemble.

Élaborée à partir des sessions de consultation menées auprès des entreprises et partenaires de la région, la vision pour le développement économique et touristique de La Nation est :

Accueillante et dynamique, La Nation se distingue par sa communauté entrepreneuriale forte, fière et connectée. Elle valorise une économie viable, résiliente et innovante où l'attractivité de son territoire et la synergie entre les acteurs favorisent sa prospérité. La notoriété et la diversification de son secteur agricole fait de La Nation un chef de file régional en production et transformation agroalimentaire.

VII. NOTRE MISSION



À l'image d'un phare, la mission éclaire et oriente la Municipalité en matière de développement économique. Elle exprime la raison d'être de l'organisation, de manière claire, réaliste et concise.

Élaborée à partir des sessions de consultation menées auprès des entreprises et partenaires de la région, la mission en développement économique et touristique est la suivante :

Dans une perspective d'économie verte, innovante et résiliente, La Nation stimule le développement économique de son territoire, dans le respect de ses entreprises et de sa population locale. En concertation avec les acteurs de son écosystème, le mandat plus spécifique de La Nation en développement économique consiste à :

- Favoriser le climat d'affaires
- Soutenir ses entreprises
- Promouvoir son territoire et ses entreprises
- Développer des projets innovants

VIII. NOS ATOUTS



La Nation capitalisera sur les atouts suivants pour réaliser sa vision :

NOTRE EMPLACEMENT STRATÉGIQUE – à proximité des grands centres (Ottawa, Montréal) et présences de nombreuses infrastructures en transport (autoroute, aéroport, train, etc.).

NOTRE RÉSILIENCE ENTREPRENEURIALE – ouverture de la communauté d'affaires à innover, à collaborer et à se relancer (après la COVID-19).

NOTRE FORT POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT – nombreuses opportunités d'affaires dans les différents secteurs d'activité.

LA VITALITÉ DE NOTRE ÉCONOMIE AGRICOLE – un secteur agricole diversifié et innovant.

LA QUALITÉ DE VIE et le sentiment de sécurité qui règne dans nos communautés.

NOS SERVICES MUNICIPAUX DE QUALITÉ – des services municipaux efficaces adaptés aux besoins des entrepreneurs.

PRÉSENCE D'ATTRAITES TOURISTIQUES MAJEURS – Fromagerie St-Albert, Parc aquatique Calypso, Forêt Larose, Ferme l'Artisan, etc.

NOTRE ÉCOSYSTÈME DE PARTENAIRES – un réseau d'acteurs mobilisé et concerté appuyant le développement économique dans Prescott-Russell.

ZONES RURALES DIVERSIFIÉES – des noyaux villageois distinctifs, diversifiés et complémentaires.

IX. NOS VALEURS



Les valeurs sont des qualités qui régissent le comportement d'une personne, d'un groupe, d'une organisation. Elles représentent ce qui inspire et ce qui guide les décisions. Elles représentent la finalité des actions posées, ce pour quoi on fait les choses. Elles jouent un rôle central dans la justification des interventions.

Voici les valeurs identifiées pour le développement économique et touristique de La Nation :

Accueil - La Nation se veut accueillante pour ceux qui choisissent de s'y établir, que ce soit les entreprises ou les familles. Elle accueille efficacement les entrepreneurs en démarrage, en expansion ou les nouveaux investisseurs, en leur offrant des services de qualité afin de simplifier leurs démarches et ultimement leur implantation et leur croissance.

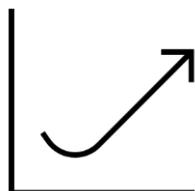
Économie viable – Dans le respect de sa population et de son environnement, La Nation positionne l'économie verte, l'aménagement réfléchi de son territoire ainsi que la protection des espaces naturels comme points d'ancrage dans le développement économique de son milieu.

Rétention et attraction - La Nation priorise la rétention de ses entreprises locales en les appuyant dans leurs projets d'expansion ou de relève. Elle favorise l'attraction d'une relève entrepreneuriale dynamique et d'une main-d'œuvre qualifiée afin d'assurer la vitalité socio-économique de ses entreprises et de sa communauté.

Synergie entre les acteurs - La Nation s'engage à soutenir sa communauté d'affaires et à collaborer avec ses partenaires du domaine de l'emploi et de la formation, de l'entrepreneuriat, du développement économique régional, de même qu'avec les différents paliers de gouvernement et les municipalités voisines afin de fournir les outils nécessaires à la prospérité de son territoire.

Résilience – La Nation considère la résilience en temps de crise (économique, climatique ou sanitaire) comme un des facteurs-clés dans la croissance et la relance de son économie. Elle aborde les situations déstabilisantes comme une opportunité pour ajuster ses actions afin de mieux répondre au contexte et aux besoins des entreprises et des communautés locales.

X. NOS RÔLES, ORIENTATIONS ET OBJECTIFS STRATÉGIQUES



L'objectif général visé par le Plan stratégique en développement économique consiste à **stimuler le développement économique et touristique, en s'appuyant** sur les quatre rôles de la Municipalité, soit :

- Favoriser le climat d'affaires
- Soutenir ses entreprises
- Promouvoir son territoire et ses entreprises
- Développer des projets innovants

Présentés en ordre de priorité, les rôles suivants font référence aux quatre postures sur lesquelles La Nation misera afin de favoriser son développement économique et touristique et ce, dans une optique de complémentarité avec les autres acteurs de son écosystème (*voir la **Figure 1** et l'**Annexe A***).

Chaque champ de compétences est accompagné de son orientation stratégique et des objectifs stratégiques s'y rattachant. Les trois premiers rôles (ou orientations) touchent l'ensemble des entreprises, peu importe leur secteur d'activité, alors que la quatrième orientation présente des objectifs plus précis par secteur d'activité. L'objectif abordant « l'économie verte » se rajoute au rôle # 4 afin de proposer à La Nation l'incorporation graduelle mais certaine de cet enjeu essentiel pour le XXI^e siècle.



RÔLE # 1 - FAVORISER LE CLIMAT D'AFFAIRES

**Orientation stratégique 1 –
Un climat d'affaires favorable au
développement économique et
touristique**

En fonction de ses capacités et en collaboration avec les acteurs-clés, La Nation se veut un terreau fertile pour l'entrepreneuriat local en favorisant la mise en place de conditions favorables au développement économique et touristique de son territoire. Pour ce faire, elle met à contribution les ressources et les instances à sa portée, met en place des leviers d'action favorisant le développement économique de son territoire et appuie le déploiement d'infrastructures favorables au maintien et à l'attraction d'entreprises. La Nation contribue à l'attraction d'une main d'œuvre qualifiée, crée des conditions attrayantes pour le télétravail et appuie les employeurs et leur personnel afin de rendre les conditions de travail les plus optimales possible. Finalement, elle assure une veille stratégique pour rester à l'affût des tendances.

Objectifs

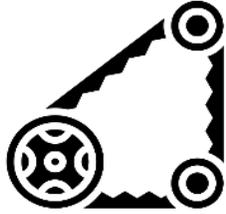
- 1.1. Mettre à contribution, de manière optimale et collaborative, les différentes ressources et instances à l'interne et à l'externe.
- 1.2. Planifier et mettre en place des leviers d'action favorisant le développement économique et touristique.
- 1.3. Favoriser le développement d'infrastructures favorables au maintien et à l'attraction de petites et moyennes entreprises.
- 1.4. Stimuler l'attractivité des communautés de La Nation en favorisant le développement résidentiel.
- 1.5. Favoriser l'attraction d'une main d'œuvre qualifiée, en collaboration avec l'écosystème régional.
- 1.6. Mettre en place une veille stratégique sur les besoins des entreprises, les tendances, les défis et les opportunités.



L'allégorie du terreau fertile

À maintes reprises au cours de la présente démarche, l'allégorie du « terreau fertile » est revenue au centre des discussions afin d'illustrer et mieux saisir les rôles de La Nation en développement économique.

Tel un jardinier, **La Nation a pour rôle d'entretenir la terre de son jardin, soit le climat d'affaires de son territoire** afin que celui-ci devienne fertile. Un « territoire fertile » offre un environnement favorable aux entreprises afin que celles-ci puissent se développer et prendre de l'expansion. Pour se faire, le jardinier enrichit son jardin de différents nutriments qui sont à sa disposition : La Nation tente ainsi d'offrir à ses entreprises l'accès à une « couverture » efficiente en infrastructures, en équipements, en services publics, en leviers financiers, etc.



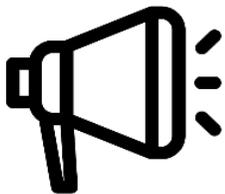
RÔLE # 2 - SOUTENIR SES ENTREPRISES

Orientation stratégique 2 – Un soutien adapté aux besoins des entreprises

En fonction de ses capacités et en collaboration avec les acteurs-clés, La Nation favorise le développement et la rétention des entreprises de son territoire, tout en tenant compte des besoins spéciaux qui surviendront dans la phase post-covid. Elle offre et/ou facilite l'accès à des mesures d'appui au démarrage, à la croissance ou à la relève, comme le référencement, l'accès à des capitaux, un accompagnement personnalisé et du mentorat. Finalement, elle travaille à attirer des commerces de proximité et des entreprises agroalimentaires.

Objectifs

- 2.1. Initier, soutenir et promouvoir les initiatives visant à assurer le démarrage, la croissance et la relève des entreprises;
- 2.2. Attirer de nouvelles entreprises.



RÔLE # 3 - PROMOUVOIR SON TERRITOIRE ET SES ENTREPRISES

Orientation stratégique 3 – Un rayonnement attractif du territoire et des entreprises de La Nation

En fonction de ses capacités et en collaboration avec les acteurs-clés, La Nation fait la promotion de sa culture d'accueil en développement économique et touristique, basée sur les atouts du territoire, les services qu'elle offre en DÉT et grâce à sa vibrante communauté d'affaires. Elle fait rayonner différents visages de ses entrepreneurs locaux afin de valoriser l'entrepreneuriat, inciter le comportement d'achat local et inspirer la population à démarrer leur entreprise dans La Nation. Finalement, elle met en valeur ses attraits afin d'inciter la population locale et les visiteurs de les visiter. Puis, elle fait la promotion des entreprises qui contribuent au développement d'une économie plus viable.



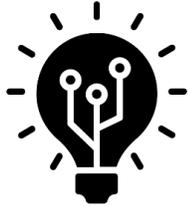
(suite)

Le rôle du jardinier ne s'arrête pas là : il vient soutenir les plantes qui y poussent, tout au long de leur croissance. Il connaît le bon moment pour les arroser et leur donner de l'engrais; **La Nation offre, au moment opportun, du soutien à ses entreprises**, en fonction de leurs besoins et des ressources mises à sa disposition.

Puis, le jardinier invite ses voisins afin qu'ils viennent admirer son jardin et récolter ce qu'il a fait pousser. Il décide même d'aller au marché vendre les produits de sa récolte et se faire encore plus connaître. À l'instar du jardinier, **La Nation prend en mains la promotion des atouts de son territoire et de ses entreprises locales. Elle fait rayonner l'énergie entrepreneuriale afin que ses communautés deviennent des « destinations de choix » pour les individus et les entreprises.**

Objectif

- 3.1. Accroître la portée des actions de communication et de promotion en développement économique et touristique.



RÔLE # 4 – DÉVELOPPER DES PROJETS INNOVANTS

Orientation stratégique 4 – Des secteurs d'activité innovants et attractifs

En fonction de ses capacités et en collaboration avec les acteurs-clés, La Nation développe des initiatives visant à appuyer l'innovation et le développement de nouvelles filières au sein de ses principaux secteurs d'activités, soit l'agriculture, le tourisme, les commerces et les industries. La Nation vise à devenir un milieu innovant pour les affaires et pratique pour les communautés locales.

Objectifs

- 4.1. **Secteur agricole** - Favoriser le développement d'une agriculture locale et durable ainsi que la mise en valeur du terroir agricole afin d'affirmer le rôle de La Nation comme chef de file en production et transformation agroalimentaire.
- 4.2. **Secteur touristique** - Appuyer le développement et la promotion des attraits, des événements et des entreprises touristiques de son territoire afin de faire vivre des expériences uniques à ses visiteurs et à sa population locale tout au long de l'année.
- 4.3. **Secteur commercial et industriel** - Appuyer le développement du secteur commercial afin de faciliter la rétention des entreprises locales existantes et l'attraction de nouveaux investisseurs.
- 4.4. **Économie durable** – Réaliser et promouvoir des actions favorisant une économie durable au sein de la Municipalité et des entreprises, c'est-à-dire une économie qui prend en compte à la fois l'aspect humain, environnemental et économique.



(suite)

En dernier lieu, le jardinier décide d'enrichir certaines cultures qui poussent particulièrement bien dans son terreau fertile. Il développe des techniques innovantes afin de favoriser encore plus la croissance de certains cultivars, et ce, dans le respect des écosystèmes vivant autour du jardin. Pour sa part, **La Nation sélectionne des initiatives spécifiques et innovantes afin d'accroître la prospérité et l'attractivité de ses secteurs d'activité en importance.** Elle désire ainsi renforcer le caractère distinctif de sa communauté d'affaires et mettre en valeur son identité territoriale.

XI. PLAN D'ACTION

Le présent plan d'action constitue un pas important pour La Nation quant à la structuration et l'évaluation de ses actions en développement économique et touristique. Il a été élaboré grâce aux suggestions proposées lors des consultations de l'automne 2019, aux échanges avec les membres du comité de pilotage ainsi qu'à partir de la riche documentation disponible sur le sujet. Bien entendu, ce plan évoluera en cours de route et sera appelé à s'ajuster en fonction du contexte et de l'évaluation annuelle des actions.

Structure du Plan d'action

Le contenu du Plan d'action est présenté comme suit :

ORIENTATION STRATÉGIQUE 1. → Axe d'intervention générale qui définit les secteurs à privilégier et indique ce que le groupe entend accomplir pour s'approcher de sa vision d'avenir tout en restant fidèle à sa mission. Elle fait référence ici aux quatre rôles priorisés par La Nation.

Objectif stratégique 1.1 → Objectif qui concrétise l'Orientations stratégique et qui explicite clairement la façon dont celle-ci sera atteinte.

Stratégie A. → Moyen qui met en lumière les initiatives déjà en place ou à accomplir pour atteindre l'objectif stratégique. Une action répond généralement aux critères SMART (**S**pécifique, **M**esurable, **A**ccceptable, **R**éaliste, **T**emps).

Échéancier → Temps limite souhaité pour la réalisation de la stratégie.

Acteurs → Individu ou organisation responsable de réaliser la stratégie (« Porteur ») ou d'appuyer sa réalisation (« Appui »).

Rôles des instances à l'interne

Une des clés du succès favorisant l'atteinte des objectifs fixés au Plan d'action est l'implication et la collaboration entre les différentes instances à l'interne de la Municipalité.

Voici les principaux rôles pour chaque instance :

Le Conseil municipal :

- Adopte le Plan stratégique 2021-2024 en développement économique et touristique;
- Alimente la discussion sur les opportunités en développement économique et touristique;
- Appuie les actions de démarchage afin de faire avancer les dossiers importants en développement économique et touristique;
- Demeure à l'écoute des entrepreneurs et des citoyens;
- Participe aux activités organisées par les acteurs de l'écosystème (ex : Chambre de commerce de Prescott-Russell);
- Maintiens les échanges avec les responsables en DÉT via les mises à jour présentées lors des réunions de conseil.

La **Direction générale** :

- Mets en place des actions afin de favoriser l'implication et la collaboration entre les instances à l'interne impliquées dans l'orientation, la mise en œuvre et/ou l'évaluation des actions en DÉT;
- Assure l'atteinte des objectifs inscrits au Plan d'action en DÉT, en fonction des indicateurs de performance;
- Apporte les recommandations en DÉT au Conseil;
- Évalue les ressources nécessaires pour réaliser le Plan d'action et les communiquer au Conseil.

Le **Comité de développement économique et touristique** (Comité DÉT) :

- Fournis des recommandations au Conseil municipal afin d'appuyer la prospérité de son développement économique et touristique (voir les détails du mandat avec les *Termes de référence du Comité de développement économique et touristique*);
- Révise et bonifie le Plan stratégique afin de le recommander au Conseil;
- Révise, bonifie et assure le suivi du Plan opérationnel tout au long de l'année;
- Appuie le Gestionnaire DÉT dans l'évaluation des actions mises en œuvre.

Le **Gestionnaire en développement économique et touristique** (Gestionnaire DÉT) :

- Formule les actions concrètes pour chaque objectif opérationnel retenu pour l'année au sein d'un « Plan d'action annuel » ou « Plan de projet »;
- Identifie les ressources spécifiques (humaines, matérielles, financières, temps), nécessaires à la mise en œuvre du Plan d'action annuel en DÉT;
- Appuie le Département des communications dans l'élaboration et la mise en œuvre du Plan de communication en DÉT;
- Planifie et effectue l'évaluation annuelle des actions, en collaboration avec le comité DÉT.

Le **Département des communications** :

- Appuie l'élaboration (ou élabore) un Plan de communication en DÉT afin d'appuyer le rayonnement des actions de La Nation en DÉT, les atouts du territoire et ses entreprises;
- Réalise, en collaboration avec le Gestionnaire DÉT, les actions prévues au Plan de communication.

Plan d'action en développement économique et touristique de La Nation

Tableau 5 - Plan d'action en développement économique et touristique

Échéancier de travail – L'implantation des actions se fera selon un mode « C » - *court terme* (0-12 mois, soit de janvier à décembre 2021), « M » - *moyen terme* (13-36 mois de janvier 2022 à décembre 2024) ou « CO » - *en continu*.

ORIENTATION STRATÉGIQUE 1 – UN CLIMAT D’AFFAIRES FAVORABLE AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE					
Favoriser la mise en place de conditions favorables appuyant le développement économique et touristique de La Nation.					
OBJECTIF STRATÉGIQUE / Stratégie		ÉCHÉANCIER			ACTEURS
		C	M	CO	
1.1.	Mettre à contribution, de manière optimale et collaborative, les différentes ressources et instances à l'interne et à l'externe.				
A.	Adopter le Plan stratégique 2021-2024 en développement économique et touristique;	X			Porteur - Conseil municipal Appui - Comité DÉT
B.	Alimenter la discussion sur les opportunités en développement économique et touristique;			X	Porteur – Conseil municipal Appui -
C.	Mettre en place des actions afin de favoriser l'implication et la collaboration entre les instances à l'interne impliquées dans les dossiers touchant le DÉT;	X			Porteur – Direction générale Appui -
D.	Assurer l'atteinte des objectifs inscrits au Plan d'action en DÉT, en fonction des indicateurs de performance;			X	Porteur – Direction générale Appui -
E.	Évalue les ressources nécessaires pour réaliser le Plan d'action et les communiquer au Conseil;			X	Porteur – Direction générale Appui -
F.	Fournir des recommandations au Conseil municipal quant au DÉT de la Municipalité;			X	Porteur – Comité DÉT Appui -
G.	Formuler les actions concrètes pour les objectifs opérationnels retenus pour l'année en identifiant les ressources spécifiques (humaines, matérielles, financières, temps requis) nécessaires à la mise en œuvre du Plan opérationnel;	X			Porteur – Gestionnaire DÉT Appui – Comité DÉT/ Direction générale
H.	Coordonner la mise en œuvre du Plan d'action en développement économique et touristique;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui – Comité DÉT
I.	Mettre en place les outils de mesure et évaluer annuellement l'implantation du Plan stratégique et d'action, les retombées et les facteurs de réussite en DÉT;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui – Comité DÉT
J.	Participer aux instances de concertation avec les acteurs de l'écosystème en développement économique;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui -
1.2.	Planifier et mettre en place des leviers d'action favorisant le développement économique et touristique.				
K.	Influencer les acteurs-clés (gouvernements, partenaires) afin de faire avancer des dossiers sensibles touchant le développement économique de La Nation (ex : l'accès au gaz, électricité, Internet);			X	Porteur – Conseil municipal Appui – CUPR, Gestionnaire DÉT
L.	En fonction des besoins, cibler et mettre en place les mécanismes d'aménagement nécessaires qui favoriseront le développement économique;			X	Porteur – Urbaniste Appui – Gestionnaire DÉT

M.	Créer un budget spécifique en développement économique et touristique;		X		Porteur – Conseil municipal Appui – Direction générale
N.	Poursuivre l’octroi de dons à des évènements favorisant le DÉT dans La Nation;			X	Porteur – Conseil municipal Appui -
O.	Établir des outils de mesure afin de connaître l’impact des dons et des investissements de La Nation en DÉT sur les entreprises et l’économie locale;			X	Porteur – Conseil municipal Appui -
P.	Rédiger et déposer des demandes de financement visant à développer des initiatives en développement économique et touristique;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui -
Q.	Établir la durée de l’élimination des frais de développement pour le secteur commercial et industriel;	X			Porteur – Conseil Appui – Direction générale
1.3	Favoriser le développement d’infrastructures contribuant au maintien et à l’attraction de petites et moyennes entreprises.				
R.	Évaluer la faisabilité de développer une 2 ^e phase au Parc commercial Innovation;		X		Porteur – Benjamin Appui – DG, Urbanisme et autres départements
S.	Évaluer d’autres options quant au développement d’infrastructures commerciales ailleurs dans La Nation;		X		Porteur – Gestionnaire DÉT Appui -
T.	Renforcer l’utilisation des actifs en télécommunication de la Municipalité afin de faciliter l’accès à une infrastructure Internet haute vitesse fiable;	X			Porteur – Gestionnaire DÉT Appui -
U.	Poursuivre les démarches en cours afin de favoriser l’accès et l’installation de services d’utilité publique (eau, installations sanitaires, gaz, électricité);			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui - Conseil
1.4	Stimuler l’attractivité des communautés de La Nation en favorisant le développement résidentiel.				
V.	Entretenir de bonnes relations avec les développeurs afin qu’ils choisissent La Nation pour leur prochain projet de développement;			X	Porteur – Urbaniste Appui – Gestionnaire DÉT
W.	Terminer et mettre en œuvre le Plan d’aménagement du territoire, concernant le développement résidentiel;		X		Porteur – Urbaniste Appui - CUPR
X.	Fournir un appui stratégique au Département d’urbanisme afin de renforcer les liens entre le développement résidentiel et le développement commercial de proximité;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui – Urbaniste et Conseil
1.5	Favoriser l’attraction d’une main d’œuvre qualifiée, en collaboration avec l’écosystème régional.				
Y.	Communiquer aux acteurs concernés les besoins en formations et en main d’œuvre des entreprises de La Nation;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui -
Z.	Contribuer à la réalisation des initiatives prévues au Plan d’action « Prescott Russell Labour Shortage Strategy »;		X		Porteur – Gestionnaire DÉT Appui -
1.6	Mettre en place une veille stratégique sur les besoins des entreprises, les tendances, les défis et les opportunités.				
AA.	Échanger avec les entreprises afin de rester au courant de leurs besoins;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui -
BB.	Mettre à jour le répertoire des entreprises de La Nation;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui -
CC.	S’informer sur les marchés en émergence, les tendances, la main d’œuvre et les opportunités de développement les plus prometteuses;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui – CUPR

ORIENTATION 2 – UN SOUTIEN ADAPTÉ AUX BESOINS DES ENTREPRISES					
Contribuer au développement de l'entrepreneuriat local grâce à du soutien adapté aux besoins des entreprises en démarrage, en croissance et prêtes pour la relève.					
2.1	Initier, soutenir et faire connaître les mesures d'appui visant à assurer le démarrage, la croissance et la relève des entreprises.				
DD.	Offrir un service d'accueil efficient à l'ensemble des entreprises du territoire grâce aux rencontres (en ligne, téléphoniques) et aux visites-terrain;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui - Urbaniste
EE.	Référer les entreprises aux mesures de soutien offertes par les acteurs de l'écosystème en développement économique (programmes de financement, formations, séances d'information, cellule de mentorat, etc.);			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui -
FF.	Informers de façon proactive et personnalisée les entreprises des opportunités prometteuses pour leur secteur (résultant de la veille stratégique);			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui -
GG.	En collaboration avec l'écosystème régional et en fonction des besoins des entreprises, créer ponctuellement des « comités de liaison » rassemblant les acteurs-clés dans le but d'appuyer les entreprises de La Nation (projet à développer, problèmes à résoudre, etc.);			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui - Écosystème régional
HH.	Organiser et appuyer des rencontres de réseautage/webinaires/séances d'information ou de consultation dans le but de faciliter la mise en relation et le maillage entre les entreprises elles-mêmes et les acteurs de l'écosystème; (Thèmes à retenir : vente en ligne, préparer sa relève, automatisation, intelligence artificielle, médias sociaux/promotion en ligne, etc);		X		Porteur – Gestionnaire DÉT Appui - Écosystème régional
II.	Mettre sur pied un « programme d'ambassadeurs »;		X		Porteur – Gestionnaire DÉT Appui -
JJ.	Contribuer à la réalisation des initiatives prévues au « Plan de relance économique de Prescott et Russell »;	X			Porteur – Gestionnaire DÉT Appui -
2.2	Attirer de nouvelles entreprises.				
KK.	Favoriser l'attraction de nouvelles entreprises en 1 ^{ère} et 2 ^e transformation agroalimentaire, dans la mesure où l'évaluation des capacités d'eau et du système d'égouts est concluante;	X			Porteur – Gestionnaire DÉT Appui – Direction, Conseil
LL.	Attirer des producteurs maraîchers d'importance à venir s'établir dans La Nation, dans une optique de convertir des actifs commerciaux existants sous-utilisés;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui -
MM.	Attirer des commerces de proximité pour le secteur Limoges dans le but de répondre aux besoins de la population et renforcer l'expérience touristique liée à la Forêt Larose et Calypso;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui - Urbaniste
ORIENTATION 3 – UN RAYONNEMENT ATTRACTIF DU TERRITOIRE ET DES ENTREPRISES DE LA NATION					
Promouvoir la culture d'accueil, les atouts du territoire et l'entrepreneuriat local comme gage de succès en affaires.					
3.1	Accroître la portée des actions de communication et de promotion en développement économique et touristique.				
NN.	Rédiger un Plan de communication annuel en DÉT dans le but de : - Augmenter la notoriété de La Nation en matière de DÉT; - Valoriser l'entrepreneuriat local et les atouts de La Nation afin de stimuler le démarrage d'entreprises sur le territoire;	X			Porteur – Gestionnaire DÉT ou Firme externe

	- Favoriser le rayonnement des entreprises et des attraits locaux. * Voir l' Annexe C pour le Contenu potentiel du Plan de communication en DÉT.				Appui – Responsable des communications ou Firme externe
OO.	Mettre en œuvre le Plan de communication en DÉT;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui – Responsable des communications
PP.	Mettre en place les outils de mesure et compiler les statistiques afin d'évaluer la portée des actions en communication;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui – Responsable des communications
ORIENTATION 4 – DES SECTEURS D'ACTIVITÉ INNOVANTS ET ATTRACTIFS					
Développer des initiatives spéciales dans le but de renforcer la compétitivité des entreprises de La Nation et rendre les secteurs d'activité plus innovants.					
4.1	SECTEUR AGRICOLE - Favoriser le développement d'une agriculture locale et durable ainsi que la mise en valeur du terroir agricole afin d'affirmer le rôle de La Nation comme chef de file en production et transformation agroalimentaire.				
QQ.	Évaluer le potentiel de développer un parc industriel dédié à la production et transformation agroalimentaire;		X		Porteur – Gestionnaire DÉT Appui – Urbaniste
RR.	Renforcer l'importance de l'achat de proximité, tout en tenant compte des opportunités sur les marchés internationaux;	X			Porteur – Gestionnaire DÉT Appui –
SS.	Examiner le règlement de zonage (zones rurales et agricoles) et les réviser au besoin pour veiller à ce que les usages permis favorisent la diversité agricole et supporter les usages liés à l'agrotourisme et à l'agriculture;		X		Porteur – Urbaniste Appui – CUPR
4.2	SECTEUR TOURISTIQUE - Appuyer le développement et la promotion des attraits, des événements et des entreprises touristiques de son territoire afin de faire vivre des expériences uniques à ses visiteurs et à sa population locale tout au long de l'année.				
TT.	Développer un projet visant à appuyer la création de maillages entre les attraits, les entreprises et les événements du secteur touristique, agricole, artistique, culturel et patrimonial afin de faire rayonner l'identité et l'histoire du territoire de La Nation;	X			Porteur – Gestionnaire DÉT Appui – Responsable des communications
UU.	Renforcer le référencement entre entreprises pour mieux répondre aux besoins du visiteur;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui – CUPR
VV.	Appuyer les entreprises touristiques « market ready » qui permettent de rassembler diverses entreprises de différents secteurs afin de répondre à tous les besoins du visiteur;			X	Porteur – Gestionnaire DÉT Appui – TPRT, CUPR
WW.	En collaboration avec les Comtés unis de Prescott et Russell, appuyer le développement viable et la promotion de la Forêt Larose;	X			Porteur – Gestionnaire DÉT Appui –
XX.	Évaluer l'offre d'hébergement dans La Nation;		X		Porteur – Appui –
YY.	Appuyer la réalisation d'événements spéciaux en agrotourisme culturel (ex : exposition d'arts dans les champs);		X		Porteur – Appui –
ZZ.	Développer/renforcer le concept de « destination » (fin de semaine/semaine) plutôt que juste excursionniste (1 journée);		X		Porteur – Appui –

4.3	SECTEUR COMMERCIAL ET INDUSTRIEL - Appuyer le développement des secteurs commercial et industriel afin de faciliter la rétention des entreprises locales existantes et l'attraction de nouveaux investisseurs.			X	Porteur – Urbaniste Appui – Gestionnaire DÉT
AAA.	Favoriser l'installation de condos commerciaux à usage mixte sur le territoire;				
4.4	SECTEUR ÉCONOMIE DURABLE - Réaliser et promouvoir des actions favorisant une économie durable au sein de la Municipalité et des entreprises, c'est-à-dire une économie qui prend en compte à la fois l'aspect humain, environnemental et économique.				
BBB.	Planifier des sessions de réflexion afin d'établir un positionnement clair de la Municipalité face à l'économie durable (ou « verte »); Encourager, éduquer, appuyer les entreprises à prendre le virage environnemental.		X		Porteur – DG, Conseil Appui – Gestionnaire DÉT
CCC.	Trouver des ambassadeurs qui mettent déjà en place des actions viables en DÉT. Mettre en relation des ambassadeurs et des entreprises intéressées à développer le créneau de l'économie verte.		X		Porteur – DG, Conseil Appui – Gestionnaire DÉT
DDD.	Mettre sur pied des projets spéciaux en écologie industrielle/économie circulaire : Ex : valorisation des plastiques agricoles.		X		Porteur – Gestionnaire DÉT Appui – CUPR

XII. MESURES DE LA PERFORMANCE

Les mesures de performance désignent le processus qui sert à évaluer l'efficacité et l'efficacité des objectifs, des stratégies, des initiatives ou des programmes, et permettent de justifier après coup la budgétisation et l'affectation des ressources. R digm  par le Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales de l'Ontario, le « Manuel de référence – Introduction à la planification stratégique »¹² explique bien l'importance des mesures de performance au sein d'un Plan :

Les mesures de performance doivent permettre au groupe de mieux comprendre, évaluer, gérer et améliorer les activités. Elles peuvent lui fournir des informations importantes sur ses activités et ses résultats. La définition des mesures de performance est le point de départ de l'amélioration en continu. Elles permettent de représenter les succès de façon tangible et de faire le suivi des progrès réalisés. Les mesures de performance peuvent porter sur des buts, des objectifs ou des actions qui figurent dans le plan stratégique. (...) On peut s'appuyer sur les cinq critères ci-dessous pour définir les indicateurs les plus appropriés :

- **Validité** – La mesure permet-elle d'évaluer les résultats avec précision (quantité, qualité, échéancier)?
- **Pertinence** – La mesure est-elle pertinente à l'activité, au produit ou au processus qu'on cherche à mesurer?
- **Fiabilité** – La mesure est-elle constante dans le temps? Cet aspect est particulièrement important lorsqu'on choisit des mesures quantitatives.
- **Simplicité** – L'information est-elle disponible et sera-t-il possible de la recueillir et de l'analyser?
- **Moyens financiers** – Pouvons-nous nous permettre de recueillir et d'analyser cette information?

  cet effet, il est proposé à la Municipalité de:

-   partir du modèle de tableau présenté à la page suivante, développer les mesures de la performance (cibles, indicateurs) ainsi que les ressources nécessaires pour chacune des stratégies identifiées dans le *Plan d'action en développement économique et touristique*;
-  laborer le Plan de communication en développement économique et touristique, en prenant soin aussi d'identifier les moyens pour évaluer la performance des actions planifiées;
-  valuer, à la fin de chaque année, les actions posées puis d'ajuster le Plan d'action à entreprendre l'année suivante. Cette évaluation annuelle permettra entre autres d'identifier les retombées des actions posées, les points forts et faibles, les apprentissages à retenir, etc.
- Planifier une démarche de mise à jour du Plan stratégique et du Plan opérationnel au cours de l'été-automne 2024 pour les années 2025 à 2029 afin que les objectifs et stratégies retenus soient bien intégrés au budget de l'année 2026.

¹² Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales. *Manuel de référence – Introduction à la planification stratégique*, Gouvernement de l'Ontario, p. 14-15.

Tableau 6 - Mesures de la performance

Ressources nécessaires -  = Ressources humaines - \$ = 0 \$ à 10 000 \$ - \$\$ = 10 000 \$ à 50 000 \$ - \$\$\$ = 50 000 \$ et plus (montant \$ à valider)

ORIENTATION STRATÉGIQUE 1 – UN CLIMAT D’AFFAIRES FAVORABLE AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE					
Favoriser la mise en place de conditions favorables appuyant le développement économique et touristique de La Nation.					
#	STRATÉGIES	CIBLES	INDICATEURS	RESSOURCES	ÉCHÉANCIER
1.1	Mettre à contribution, de manière optimale et collaborative, les différentes ressources et instances à l’interne et à l’externe.				
1.2	Planifier et mettre en place des leviers d’action favorisant le développement économique.				
1.3	Favoriser le développement d’infrastructures contribuant au maintien et à l’attraction de petites et moyennes entreprises.				
1.4	Stimuler l’attractivité des communautés de La Nation en favorisant le développement résidentiel.				
1.5	Favoriser l’attraction d’une main d’œuvre qualifiée, en collaboration avec l’écosystème régional.				
1.6	Mettre en place une veille stratégique sur les besoins des entreprises, les tendances, les défis et les opportunités.				
ORIENTATION 2 – UN SOUTIEN ADAPTÉ AUX BESOINS DES ENTREPRISES					
Contribuer au développement de l’entrepreneuriat local grâce à du soutien adapté aux besoins des entreprises en démarrage, en croissance et prêtes pour la relève.					
2.1	Initier, soutenir et faire connaître les mesures d’appui visant à assurer le démarrage, la croissance et la relève des entreprises.				
2.2	Attirer de nouvelles entreprises.				

ORIENTATION 3 – UN RAYONNEMENT ATTRACTIF DU TERRITOIRE ET DES ENTREPRISES DE LA NATION					
Promouvoir la culture d'accueil, les atouts du territoire et l'entrepreneuriat local comme gage de succès en affaires.					
3.1	Accroître la portée des actions de communication et de promotion en développement économique et touristique.				
ORIENTATION 4 – DES SECTEURS D'ACTIVITÉ INNOVANTS ET ATTRACTIFS					
Développer des initiatives spéciales pour les principaux secteurs d'activités du territoire dans le but de renforcer la compétitivité des entreprises de La Nation et faire en sorte que le milieu est innovant pour les affaires et pratique pour les communautés locales.					
4.1	SECTEUR AGRICOLE - Favoriser le développement d'une agriculture locale et durable ainsi que la mise en valeur du terroir agricole afin d'affirmer le rôle de La Nation comme chef de file en production et transformation agroalimentaire.				
4.2	SECTEUR TOURISTIQUE - Appuyer le développement et la promotion des attraits, des évènements et des entreprises touristiques de son territoire afin de faire vivre des expériences uniques à ses visiteurs et à sa population locale tout au long de l'année.				
4.3	SECTEUR COMMERCIAL ET INDUSTRIEL - Appuyer le développement des secteurs commercial et industriel afin de faciliter la rétention des entreprises locales existantes et l'attraction de nouveaux investisseurs.				
4.4	SECTEUR ÉCONOMIE DURABLE - Réaliser et promouvoir des actions favorisant une économie durable au sein de la Municipalité et des entreprises, c'est-à-dire une économie qui prend en compte à la fois l'aspect humain, environnemental et économique.				

XII. RÉFÉRENCES

Bercier, Benjamin (2020). *Notes de services – Département de développement économique et touristique – La Nation*, 10 février 2020, 3 p.

Bercier, Benjamin (2020). *Notes de services – Département de développement économique et touristique – La Nation*, 19 août 2020, 4 p.

Bercier, Benjamin (2020). *Plan stratégique en développement économique La Nation 2020 – ébauche*, 67 p.

Champ libre stratégies (2020). *Rapport final – Composantes stratégiques en développement économique – Municipalité de La Nation*, 50 p.

Comtés unis de Prescott et Russell, et le Centre d'entrepreneurship de Prescott et Russell (2020). *Plan de réponse et de relance économique de Prescott et Russell – COVID-19*, 25 p.

Comtés unis de Prescott et Russell, et La Nation (2018). *Rapport Opportunités Prescott-Russell Opportunities*, 95 p.

Dufferin County (2017). *Dufferin County Economic Development Strategy and Action Plan – Background Report*, 70 p.

Grove Consultants International (The) (2009). *Visual Planning System - Leader's Guide – SPOT Matrix Graphic Guide*, The Grove Consultants International, 19 p.

MDB Insight (2020). *Business Resiliency Study – Prescott-Russell Community Development – Stabiliser, Soutenir, Réinventer*, September 2020, 40 p.

MDB Insight. *Prescott Russell Labour Shortage Strategy – Strategic Plan*, February 2020, 17 p.

Ministère des Affaires municipales et du Logement de l'Ontario. *Mécanismes d'aménagement et leviers financiers pour le développement économique des municipalités*, 2011, 48 p.

Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Affaires rurales. *Manuel de référence – Introduction à la planification stratégique*, Gouvernement de l'Ontario, 28 p.

Municipalité de La Pêche (2019). *Plan stratégique 2019-2023 de la Municipalité de La Pêche*, 21 p.

The Nation Municipality (2020). *Development Charges Background Study*.

Parsons (2014). *Plan stratégique de la Municipalité de La Nation 2034*, 29 p.

Statistique Canada – Business Register (2019). *Rapport officiel - Nombre d'emplacements par SDR (La Nation), SCIAN-6, tranches d'effectifs-(9 standards), SDR: 3502025*, Reçu le 28 janvier 2020, informations à jour en date du 30 juin 2019.

Ville de Gatineau (2020). *Plan stratégique en développement économique de la Ville de Gatineau – 2021-2026*, 24 p.

Sites/pages web

Éco-Ouest (<http://eco-ouest.com/>) a pour mandat d'encourager les municipalités de l'Ouest canadien de participer à l'écologisation de leurs économies locales et régionales avec la création d'inventaires des émissions de gaz à effet de serre (GES), ainsi que l'élaboration de plans d'action locaux en matière de changements climatiques (PALCC).

MoneySense (2018). Canada's Best Places to Live 2018. MoneySense. Récupéré le 4 février 2021 de <https://www.moneysense.ca/canadas-best-places-to-live-2018-create-your-own-ranking/#region-on>

Les Comtés unis de Prescott et Russell (<http://www.fr.prescott-russell.on.ca/>) c'est l'âme de huit municipalités aux caractéristiques tout aussi uniques que grandioses. Au service de [Hawkesbury-Est](#), [Hawkesbury](#), [Champlain](#), [Alfred et Plantagenet](#), [La Nation](#), [Casselman](#), [Russell](#) et [Clarence-Rockland](#), les Comtés unis de Prescott et Russell agissent en tant que palier gouvernemental municipal détenant les capacités de soutenir les intérêts régionaux et offrant aux résidents une qualité de vie inégalée.

Statistique Canada (2016). Profil du recensement – Recensement de 2016 – La Nation, Ontario et Canada, Gouvernement du Canada, Récupéré le 4 février 2021 de <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/prof/details/page.cfm?Lang=F&Geo1=CSD&Code1=3502025&Geo2=PR&Code2=01&SearchText=Forest&SearchType=Begins&SearchPR=01&B1=Labour&TABID=1&type=0>

Statistique Canada (2011). Données de recensement de 2011, Gouvernement du Canada, Récupéré le 4 février 2021 de <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2011/dp-pd/prof/details/Page.cfm?Lang=F&Geo1=CSD&Code1=3502025&Geo2=PR&Code2=01&Data=Count&SearchText=La%20Nation&SearchType=Begins&SearchPR=35&B1=All&Custom=>

Vachon, Bernard (2020). *La reconquête des régions*, [Billet de blogue], Récupéré le 18 janvier 2021 de <https://passerelles.quebec/publication/2020/la-reconquete-des-regions-bernard-vachon?id=100&name=ruralite>

Entretiens téléphoniques

Nicolas Greugny, Conseiller en développement économique durable au RDÉE Canada, le vendredi 4 décembre, 11 h à 12 h.

Danny Robidoux, Directeur d'[Éco-Ouest](#), le vendredi 11 décembre 2020, 14 h à 15 h.

XIII. TABLE DES ANNEXES

ANNEXE A – Écosystème des acteurs en développement économique de La Nation

ANNEXE B – Profil statistique résumé de La Nation

ANNEXE C - Contenu potentiel du Plan de communication

ANNEXE C – Actions non retenues au Plan d'action en développement économique et touristique

ANNEXE B – PROFIL STATISTIQUE RÉSUMÉ DE LA NATION

* Source - Les données statistiques suivantes proviennent du Recensement de 2011 et de 2016 de Statistique Canada^{13 14} ainsi que des sites web des huit municipalités de Prescott et Russell.

Tableau 7 - Comparatif démographique et du marché du travail entre les municipalités de Prescott et Russell (2011 et 2016)

	Désignation	Sup. (km ²)	Pop. 2011	Pop. 2016	Var. (%) 2011-2016	Taux d'activité	Taux d'emploi	Taux de chômage
La Nation	Municipalité	658,03	11 668	12 808	9,8	74,9	71,5	4,5
Clarence-Rockland	Cité	297,86	23 185	24 512	5,7	68,4	65,3	4,5
Russell	Canton	199,06	15 247	16 520	8,3	72,6	69,5	4,1
Hawkesbury	Ville	9,46	10 551	10 263	-2,7	50,7	45,8	9,6
Alfred-Plantagenet	Canton	392,45	9 196	9 680	5,3	64,6	60,4	6,5
Champlain	Canton	207,24	8 573	8 706	1,6	61,9	58,3	6,0
Casselman	Municipalité	5,17	3 626	3 548	-2,2	66,3	64,7	2,4
Hawkesbury Est	Canton	235,18	3 335	3 296	-1,2	64,2	59,4	7,5
Prescott et Russell	Comtés unis	2 004, 44	85 381	89 333	4,6	66,7	63,1	5,3

Tableau 8 – Données comparatives entre les secteurs de Limoges et St-Isidore - La Nation (2011-2016)

Population - 2016	12 808	2 048	805
Population - 2011	11 668	1 723	752
Variation en pourcentage de la population; 2011 à 2016	9,8%	18,9%	7,0%
Total des logements privés	4,917	764	357
Densité de la population au kilomètre carré	19,5	1 672,8	688,9
Superficie des terres en kilomètres carrés	658	1,22	1,17

¹³ Statistique Canada (2016). *Données de recensement de 2016*, Gouvernement du Canada, Récupéré le 4 février 2021 de <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/prof/details/page.cfm?Lang=F&Geo1=CSD&Code1=3502025&Geo2=PR&Code2=01&SearchText=Forest&SearchType=Begins&SearchPR=01&B1=Labour&TABID=1&type=0>

¹⁴ Statistique Canada (2011). *Données de recensement de 2011*, Gouvernement du Canada, Récupéré le 4 février 2021 de <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2011/dp-pd/prof/details/Page.cfm?Lang=F&Geo1=CSD&Code1=3502025&Geo2=PR&Code2=01&Data=Count&SearchText=La%20Nation&SearchType=Begins&SearchPR=35&B1=All&Custom=>

Tableau 9 - Projection de croissance de la population dans la municipalité de La Nation

En avril 2020, la firme Zander Plan inc. a effectué une étude des frais de développement pour le compte de la municipalité. L'étude prévoit une croissance annuelle de 1,5 % de la population au cours des 10 prochaines années. Cette projection suit la tendance de croissance observée depuis le recensement de la population en 2011 et 2016, la taille moyenne des ménages privés de 2,6 personnes par ménage demeurant constant. Ces projections sont conservatrices tout en demeurant raisonnables et soutenues par la tendance historique.

Année	Population	Nouveau logement privé	Nombre de logements total	Nombre d'habitants par logement
2020	13,674	65	5,267	2.6
2021	13,900	70	5,337	2.6
2022	14,092	74	5,411	2.6
2023	14,290	76	5,487	2.6
2024	14,488	76	5,563	2.6
2025	14,686	76	5,639	2.6
2026	14,884	76	5,715	2.6
2027	15,082	76	5,791	2.6
2028	15,280	76	5,867	2.6
2029	15,476	76	5,943	2.6

Source: The Nation Municipality, Development Charges Background Study, 2020

Tableau 10 - Revenu médian des ménages dans La Nation, Prescott et Russell, Ottawa et Ontario (2011, 2016)

Revenu médian des ménages	Municipalité La Nation	Prescott-Russell	Ville d'Ottawa	Ontario
Total Nbre de ménages (2016)	4 765	35 385	373 760	5 169 175
Total Nbre de ménages (2011)	4 260	33 130	353 245	4 887 510
Revenu total médian des ménages en 2010 (\$)	83 564	71 820	79 634	
Revenu total médian des ménages en 2015 (\$)	87 531	78 748	85 981	74 287

Tableau 11 - Destination du trajet domicile-travail La Nation (2016)

Trajet domicile-travail – La Nation	Nbre de ménages	Proportion des ménages
Total	5 775	100
À l'intérieur de La Nation	840	15
Jusqu'à une autre municipalité de Prescott-Russell	1 470	25
Jusqu'à une municipalité ou une région différente en Ontario	3 215	56
Jusqu'à une province différente (Québec)	250	4

Tableau 12 - Niveau de scolarité dans La Nation et Prescott-Russell (2016)

Niveau de scolarité de la population active (25-64 ans)	Municipalité de La Nation		Région de Prescott-Russell		Ontario	
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%
Total	7 280	100	48 615	100	7 229 120	100
Aucun	805	11	5 790	12	752 995	10
Diplôme d'études secondaires	2 115	29	14 650	30	1 768 955	24
École de métiers	705	10	4 795	9	4 707 165	65
Collège/cégep/université	3 660	50	23 380	48	4 260 775	59

Nombre d'entreprises selon le nombre d'employés, 2017		
<i>Number of Business Locations by Employee Size Ranges, 2017 **</i>		
Catégorie	Nbre	%
Total - ALL	1 965	100
Aucun employé	1 377	70
Total avec employés	588	30
1 - 4 employés	331	56
5 - 9 employés	142	24
10 - 19 employés	60	10
20 - 49 employés	35	6
50 - 99 employés	15	3
100 - 199 employés	4	1
200 - 499 employés	0	0
500 + employés	1	0,1

Tableau 13 - Top 10 des professions les plus occupées par la population active de 15 ans et plus de La Nation (2016)

Professions	Nbre
Affaires, finance & administration	1 385
Métiers & transport	1 375
Vente et services	1 360
Enseignement, droit & services sociaux	1 020
Gestion	915
Sciences	460
Secteur de la santé	410
Ressources naturelles	235
Fabrication	220
Arts, culture, sports & loisirs	140

Tableau 14 - Transport et achalandage - Autoroute 417¹⁵

Location from :	Location to:	Distance (km)	Annual Average Daily Traffic (AADT)
MCCRIMMON RD IC-35	HIGHLAND RD IC-51	16,9	19 100
HIGHLAND RD IC-51	HWY 138 IC-58	7	20 300
HWY 138 IC-58	ST ALBERT RD IC-66	7,8	22 300
ST ALBERT RD IC-66	RUSSELL RD 5 - LIMOGES RD IC-79	13,2	24 500
RUSSELL RD 5 - LIMOGES RD IC-79	RMOC RD 33-ROCKDALE RD IC-88	8,8	29 100

Tableau 15 - Émission de permis de construction résidentielle: 2015 - 2019¹⁶

Année	Nouveau logement unifamilial	Nouveau logement jumelé	Nouveau logement en rangée	Appartement ou multi-résidentiel	Total des nouveaux logements	Frais de développement relevé
2015	29	4	7	3	43	93,755\$
2016	28	0	4	67	99	182,795\$
2017	43	4	6	21	74	192,007\$
2018	33	8	1	11	53	168,086\$
2019	29	14	8	0	51	157,238\$
Total	162	30	26	102	320	793,881\$

¹⁵ Données fournies par le Département de développement économique et touristique des Comtés unis de Prescott et Russell le 18 novembre 2019.

¹⁶ Source interne - Municipalité de La Nation, 2020.