

## Les MRC de Maria-Chapdelaine et du Domaine-du-Roy s'unissent pour attirer de la main-d'œuvre

**Saint-Félicien, le 10 octobre 2018** – Les MRC de Maria-Chapdelaine et du Domaine-du-Roy, auxquelles s'associent Services Québec de Dolbeau-Mistassini et de Roberval, le Carrefour jeunesse emploi des Bleuets et Portes ouvertes sur le Lac, étaient très fières de lancer aujourd'hui, en présence de nombreux partenaires socioéconomiques du territoire, les premiers outils de leur stratégie commune d'attraction, de rétention et d'établissement de la main-d'œuvre dans le comté Roberval.

Dans un contexte de rareté de la main-d'œuvre alarmant ayant un impact majeur sur l'occupation du territoire, les deux MRC ont décidé de s'allier afin de contrer les perspectives démographiques négatives pour 2011-2036. « Selon l'Institut de la statistique du Québec, on prévoit que nos deux MRC seraient en décroissance avec une perspective de – 9 % pour Domaine-du-Roy et de – 11 % pour Maria-Chapdelaine. Pour faire face à cette situation particulièrement préoccupante dans le comté Roberval, nos deux MRC s'unissent afin de mettre en place une stratégie qui se veut empreinte de nos valeurs que sont l'audace, l'ouverture, l'engagement et la collaboration », de dire d'entrée de jeu le préfet de la MRC du Domaine-du-Roy, M. Lucien Boivin.

« Notre vision est claire : d'ici 2027, les MRC de Maria-Chapdelaine et du Domaine-du-Roy offriront des conditions de travail innovantes et des milieux de vie adaptés aux réalités des jeunes et des familles d'aujourd'hui et de demain. C'est dans cet esprit, et dans une approche intergénérationnelle et interculturelle, que le milieu socioéconomique améliorera les perspectives démographiques des territoires », d'ajouter le préfet de la MRC de Maria-Chapdelaine, M. Luc Simard.

Les éléments phares présentés s'inscrivent dans une philosophie de marketing territorial pour permettre la mise en valeur du milieu de vie, de parler d'une même voix et de se doter d'une image de marque accrocheuse, représentant à la fois les valeurs et l'identité des Jeannois.

Les premiers outils de la stratégie de main-d'œuvre du comté de Roberval sont :

- **L'image de marque *Ose le Pays des Bleuets*** : qui incite à la découverte, qui donne le goût du territoire et qui démontre tout le dynamisme qu'on lui reconnaît;
- **Le portail web et l'application emploi et milieu de vie** : porte d'entrée sur le territoire non seulement pour trouver son emploi, mais aussi son milieu de vie, et qui offre le contact spontané entre employeurs et chercheurs d'emploi;
- **Le Triathlon RH** : un événement qui réunira les employeurs « athlètes » du territoire sous différents enjeux et thématiques RH afin de les appuyer dans leur processus de recrutement, d'intégration et de rétention de main-d'œuvre;
- **Les missions de recrutement** : l'équipe terrain de la stratégie participera à des missions planifiées tout au long de l'année, sur les plans national et international, afin de promouvoir le territoire et les entreprises;
- Le **réseau d'ambassadeurs** : citoyens, travailleurs, entrepreneurs, bénévoles, élus, artistes, étudiants, tous s'avèrent des maillons importants pour promouvoir la qualité exceptionnelle du territoire;
- Les **capsules vidéo** : qui mettent en valeur ce que le territoire a de mieux à offrir, par exemple l'accès aux loisirs, la qualité de vie, l'accès à la propriété et les opportunités de carrière.

L'audace de la démarche, c'est surtout **l'alliance et la collaboration entre deux territoires** qui ont chacun leurs caractéristiques propres, mais qui se rejoignent sur plusieurs points. Leurs objectifs communs sont de combler les différents emplois disponibles, promouvoir la reprise ou le démarrage d'entreprises, maximiser l'attraction de notre territoire avec des éléments phares audacieux et distinctifs, créer une équipe multidisciplinaire qui offre une expertise reconnue en accompagnement auprès des individus, entrepreneurs et municipalités, et enfin, agir à titre de guichet unique en matière d'accueil et de référencement des clientèles individuelles ou d'affaires. La réussite de la stratégie passe donc par une marque territoriale puissante, basée sur des valeurs fortes et une campagne d'attraction mobilisatrice qui véhiculera un sentiment d'appartenance et de fierté. Pour plus d'information, visitez le [www.oselepaysdesbleuets.com](http://www.oselepaysdesbleuets.com).

-30-

**Pour information :**

Eliot Lapointe, chargé de projet

Stratégie territoriale de la main-d'œuvre | Comté Roberval

Téléphone : 418 487-4173

Courriel : [elapointesmo@hotmail.com](mailto:elapointesmo@hotmail.com)