

VOIR GRAND

DOCUMENT DE PRÉSENTATION

“ Que l’avenir ne soit plus ce
qui va arriver, mais ce que
nous allons en faire. ”

- HENRI BERGSON

Mise en contexte

- ▶ Inquiétudes et incertitude en raison des cycles des matières premières
- ▶ Poursuite d'une réflexion sur l'avenir de Matagami
- ▶ Observations générales sur des milieux similaires
 - ▶ Baisse démographique
 - ▶ Cycles des matières premières
 - ▶ Taux de renouvellement
- ▶ Efforts de diversification économique des dernières années
- ▶ Important de comprendre que ce n'est une flèche à personne et à tous en même temps, nous y compris.

Mise en contexte

- ▶ Que se passe t'il après la fin de l'exploitation du gisement actuel de Mine Matagami?
 - ▶ Est-ce que la ville ferme?
- ▶ LA RÉPONSE EST NON
- ▶ Il faut retrousser nos manches et se positionner pour tirer profit des opportunités:

Mise en contexte

- ▶ Projets au Sud de Matagami
 - ▶ Projet à l'Ouest – Faille Sunday Lake
 - ▶ Filière lithium au Nord
 - ▶ Projets d'or au Nord
 - ▶ Secteur forestier qui se porte bien
 - ▶ Transport et logistique en développement
-
- ▶ Oui notre économie est en bonne partie tributaire de la mine, mais notre avenir ressemblera à ce que nous en ferons à partir d'aujourd'hui.

Mise en contexte

- ▶ La question démographique est préoccupante
- ▶ Nous faisons tous notre possible, mais force est de constater que ce n'est pas assez
 - ▶ 60 à 80 postes non comblés à la mine
 - ▶ 60 postes supplémentaires par des contractuels faute de personnel
 - ▶ 30 postes non comblés chez Eacom
 - ▶ Combien de l'extérieur chez Blais & Langlois, santé, police, éducation, administration publique, Vezza... ?
- ▶ Nous avons demain matin le potentiel d'avoir 100 nouvelles familles à Matagami!!!!
- ▶ Le défi est d'attirer ces familles et les garder chez-nous!
- ▶ Comment allons-nous faire?

La réflexion de base

- ▶ Approche marketing de la situation
- ▶ Réflexion sur notre produit actuel
 - ▶ Est-il attirant?
 - ▶ Est-il le premier choix?
- ▶ Réflexion sur la perception de notre produit
 - ▶ Première impression
 - ▶ Sentiment évoqué au premier contact

La réflexion de base

- ▶ Réflexion sur notre clientèle cible
 - ▶ Qui sont nos clients (citoyens) actuels?
 - ▶ Quels clients (citoyens) visons-nous?
 - ▶ Quelles sont leurs attentes?

Les grandes étapes

1. Prendre conscience de la problématique actuelle
2. Établir une base de discussion, de réflexion et d'échanges
3. Mettre en place des comités de travail
4. Faire MAINTENANT ce qui peut être fait:
5. Production des rapports des comités
6. Identification des interventions prioritaires par le comité de pilotage
7. Interventions stratégiques et d'envergure

Les grandes étapes

1

Prendre conscience de la problématique actuelle

▶ Travail du comité de pilotage

Les grandes étapes

Établir une base de discussion, de réflexion et d'échanges

- ▶ Nos forces
- ▶ Nos faiblesses
- ▶ Nos opportunités
- ▶ Nos menaces

Établir une stratégie maîtresse

Forces

- ▶ Bonnes opportunités d'emplois
- ▶ Équilibre travail – famille
- ▶ Disponibilité d'infrastructures
- ▶ Infrastructures de qualité
- ▶ Capacité d'intervention
- ▶ Accès à la propriété
- ▶ Revenus disponibles

Faiblesses

- ▶ Valeurs immobilières fragiles
- ▶ Incertitude économique
- ▶ Isolement
- ▶ Environnement physique
- ▶ Manque de relève
- ▶ Offre commerciale

Opportunités économiques

- ▶ Développement nordique
- ▶ Nouvelles filières minières
- ▶ Route de la Baie-James
- ▶ Transport et logistique
- ▶ Emplois disponibles
- ▶ Disponibilité d'infrastructures
- ▶ Infrastructures de télécommunications

Menaces

- ▶ Baisse démographique
- ▶ Cycles des matières premières
- ▶ Pénurie de main d'œuvre
- ▶ Augmentation des coûts d'exploitation
- ▶ Vieillissement de la population
- ▶ Gestion à distance
- ▶ Manque de concertation régionale

Facteur de différenciation

Ce qui fait de Matagami un endroit unique en ce moment

- ▶ Proximité Travail – Famille
- ▶ Possibilités d'avancement

Les grandes étapes

Mettre en place des comités de travail restreints

- ▶ Les grands chantiers
 - ▶ Revitalisation
 - ▶ Habitation
 - ▶ Offre commerciale
- ▶ Établir l'écart entre la situation actuelle et la situation souhaitée
- ▶ Identifier comment combler l'écart

Revitalisation

1. Importance cruciale de l'apparence d'un lieu
2. Se sentir bien dans un endroit
3. Séduire!!!

Par où commencer?

3



Rêvons un peu...

3



Rêvons un peu...

3



Rêvons un peu...

3



Habitation

1. Peu d'unités en location pour les familles
2. Location à la chambre plus payant
3. Incertitude face à la valeur foncière
4. Coûts de construction élevés
5. Secteur des maisons mobiles peu attirant
6. Il faut donner la chance d'aimer Matagami

Rêvons un peu...



Rêvons un peu...



Offre commerciale

1. Demeurer réaliste en fonction du bassin de population
2. Composante essentielle à la réussite
3. Profiter des investissements récents
 - ▶ Beau-Soir, Shell, Ambulance, boulevard Matagami...
4. Apporter une importance aux services essentiels
 - ▶ Restauration
 - ▶ Essence de nuit
 - ▶ Apparence générale

Rêvons un peu...

3



Rêvons un peu...

3



Rêvons un peu...

3



Les comités de travail

3



[Accueil](#) [Votre ville](#) [Loisirs](#) [Développement](#) [Tourisme](#) [Publications](#) [Nous joindre](#) [Q](#)



[SOUMETTRE UN PROJET](#)



Comité habitation

Le comité devra identifier des solutions aux problèmes de logements rencontrés par ceux qui veulent s'implanter à Matagami.



Comité revitalisation

Le comité proposera une série de projets afin d'améliorer l'aspect visuel de Matagami. Le défi sera d'être créatif en identifiant des interventions réalistes qui sauront rehausser rapidement le tissu urbain.



Comité offre commerciale

Le secteur du commerce de détail est en pleine transformation et la façon de consommer change radicalement. Des services physiques et de proximité demeurent toutefois essentiels. Le comité devra proposer des façons d'ajuster l'offre actuelle aux besoins des consommateurs.

[FAIRE PARTIE D'UN COMITÉ](#)



Les grandes étapes

Faire MAINTENANT ce qui peut être fait

- ▶ Ne pas accepter l'inacceptable
- ▶ Se mettre en mode « Home staging »
 - ▶ Verdir
 - ▶ Nettoyer
 - ▶ Ranger
 - ▶ Peinturer

Les grandes étapes

Production des rapports des comités

- ▶ Comité de pilotage
 - ▶ Revitalisation
 - ▶ Habitation
 - ▶ Offre commerciale

Les grandes étapes

Interventions prioritaires

- ▶ Caractère plus modeste
- ▶ Investissements réduits
- ▶ Délais courts
- ▶ Intervenants locaux

Les grandes étapes

Interventions stratégiques et d'envergure

- ▶ Projets d'envergure
- ▶ Délais moyen et long
- ▶ Nécessite des investissements importants
- ▶ Implications de partenaires externes

Conclusion

1. Il faut faire autrement... MAINTENANT
2. Il faut avoir confiance en l'avenir
3. Il faut être réaliste, prudent, rêveur et audacieux!!!
4. Il faut réaliser qu'aucun projet isolé ne peut permettre de relever le défi
5. Il faut que la population embarque

Questions et commentaires

À vous la parole!