

## 26 PARTENAIRES S'ENGAGENT DANS LA DÉMARCHE DE MARKETING TERRITORIAL DU KAMOURASKA

**Saint-Pascal, le 16 mai 2017** – Le succès de la campagne de partenariat corporatif réalisée au cours de l'automne-hiver dernier auprès d'employeurs et d'organismes du Kamouraska permet à Promotion Kamouraska de passer à l'action! (*voir annexe*) Cette réussite lui permet donc de déployer à l'échelle du Kamouraska une véritable stratégie de marketing territorial dont le partenaire Initiateur est la MRC de Kamouraska.

En conférence de presse mardi dernier, Promotion Kamouraska a dévoilé les 26 partenaires du milieu qui s'engagent financièrement ou par une contribution en services pour les trois prochaines années pour ainsi soutenir la démarche. « *Ils sont 26, jusqu'ici, à avoir répondu positivement à l'appel pour une somme dépassant les 65 000 \$/an* », de mentionner M. Jean Dallaire, président de Promotion Kamouraska.

Parmi ces 26 partenaires du milieu, trois sont Majeurs, soit : Les caisses Desjardins du Kamouraska, Ville La Pocatière/DELP et le collectif de l'Éducation, composé des quatre grandes institutions d'enseignement du territoire (la Commission scolaire Kamouraska – Rivière-du-Loup, le Cégep de La Pocatière, l'ITA, Campus de La Pocatière et le Collège de Sainte-Anne-de-la-Pocatière).

« *Cet appui concret du milieu montre à quel point nos employeurs et nos institutions se mobilisent pour mettre en valeur notre Kamouraska, d'ajouter M. Dallaire, soulignant avec fierté l'engagement multisectoriel de ceux-ci. « Nos partenaires sont issus des domaines de la santé, de l'éducation, du monde municipal, des centres de recherche et d'innovation, des entreprises manufacturières et des organismes de services ».*

### **L'attractivité comme moteur de rayonnement**

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

Pour le maire de Ville La Pocatière, M. Sylvain Hudon, un des partenaires majeurs, « s'associer avec cette démarche permet à la ville de profiter des forces de toute la région en plus d'apporter au territoire, les atouts de La Pocatière ».

« Nous sommes fiers d'être partenaire d'une démarche qui mobilise autant de partenaires pour mettre en valeur ce que le Kamouraska offre et qui contribue à renforcer le sentiment d'appartenance des citoyens du Kamouraska qui sont pour la très grande majorité membre de Desjardins », de renchérir M. Jean Lachance, représentant des caisses Desjardins du Kamouraska.

« Nous contribuons à mettre en valeur le Kamouraska et cette démarche nous permet aussi de tirer profit de son attractivité. Nous sommes experts pour expliquer qui nous sommes, mais nous avons besoin d'un langage commun pour vendre notre région. Le marketing territorial nous offre cette opportunité», de mentionner monsieur Martin Frenette, directeur général du Collège Sainte-Anne-de-la-Pocatière, faisant ainsi écho au discours des quatre partenaires en éducation.

Outre les Partenaires des catégories Initiateur et Majeur mentionnées précédemment, la démarche de marketing territorial compte sur quatre (4) Partenaires Leader que sont Biopterre, le CISSS du BSL, Peterbilt Atlantic et la SADC du Kamouraska, ainsi que sur 12 Partenaires Passionnés : Promutuel du Lac au Fleuve, Mallette, Ville Saint-Pascal, Compagnie Normand, Technologie InovaWeld, Graphie 222, Industries Desjardins, Construction Marcel Charest, Les Industries Amisco, Ferblanterie de l'Est, Optech et Projection 16-35/Place aux jeunes. La démarche compte également deux (2) Partenaires de service : La Chambre de commerce Kamouraska-L'Islet et les Services d'aide à l'emploi du Kamouraska.

-30-

#### Partenaires Majeurs



#### Partenaires Leaders



#### Partenaires Passionnés



#### Partenaires de Services



#### Sources :

##### Relations de presse:

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

##### Information :

Bruno Lacroix  
Chargé de projet  
Promotion Kamouraska  
418-492-1660 poste 255  
[lacroixbruno1@gmail.com](mailto:lacroixbruno1@gmail.com)