

PLANIFICATION STRATÉGIQUE DURABLE POUR LA DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE ET DE L'EMPLOI DANS LA MRC DES LAURENTIDES 2016-2020

UNE MRC
UN TERRITOIRE ÉCONOMIQUE SANS FRONTIÈRES
UNE STRATÉGIE ÉCONOMIQUE GLOBALE



NOTRE TERRITOIRE
NOTRE AVENIR

MRC DES
LAURENTIDES

Approuvé par le conseil des maires de la MRC des Laurentides le 16 juin 2016
Présenté par Pierre Cardinal, président Axel Stratégies Communication

Table des matières

Contexte du processus de planification stratégique	3
Approche méthodologique	4
Les grands enjeux en développement économique	6
Objectifs de la planification stratégique	9
Les priorités d'intervention économiques	10
Les actions proposées sur la période 2016/2020	12
Les conditions gagnantes	21
Annexe 1 - Rôles et responsabilités de la MRC et de la CDÉ	22
Annexe 2 - Bibliographie - Rapports consultés	23

Note : Dans ce document, le masculin est utilisé pour alléger le texte, et ce, sans préjudice pour la forme féminine.

CONTEXTE DU PROCESSUS DE **PLANIFICATION STRATÉGIQUE**

En 2015, la population de la MRC des Laurentides s'élève à 46 112 habitants¹ sur un territoire d'une superficie de 2 462 km² et est répartie dans 20 villes et municipalités².

Amherst	Ivry-sur-le-Lac	Lac-Tremblant-Nord	Sainte-Agathe-des-Monts
Arundel	La Conception	Lantier	Sainte-Lucie-des-Laurentides
Barkmere	La Minerve	Mont-Tremblant	Val-David
Brébeuf	Labelle	Montcalm	Val-des-Lacs
Huberdeau	Lac-Supérieur	Saint-Faustin-Lac-Carré	Val-Morin

Forte d'une industrie touristique qui se veut le principal moteur de l'économie, la MRC des Laurentides désire se positionner afin de mettre en place des conditions favorables au développement de nouveaux secteurs d'activités créateurs d'emplois durables.

Le développement économique (et donc la création d'emplois) est une nouvelle responsabilité qui échoit à la MRC des Laurentides. Par conséquent, la MRC et ses élus doivent maintenant s'approprier le développement économique au même titre que plusieurs autres responsabilités pour lesquelles ils ont acquis une expertise. Heureusement, avec sa Corporation de développement économique, la MRC s'est donné un bras économique doté d'une équipe compétente et respectée³.

La firme Axel Stratégies a été mandatée en novembre 2015 pour mener un exercice de *Planification stratégique durable pour la diversification de l'économie et de l'emploi dans la MRC des Laurentides*. Le mandat prévoyait deux étapes distinctes :

1. définir les enjeux et besoins des entreprises et organismes de la région;
2. identifier les occasions de diversification économique, les secteurs à fort potentiel de création d'emplois, mais également pour établir les conditions favorables pour le développement de l'économie de la MRC des Laurentides.

L'exercice de planification stratégique a pour but de guider et assurer la pérennité économique de la MRC pour les quatre (4) prochaines années, soit de 2016 à 2020. Ce rapport présente le résultat des consultations et le plan d'action à mettre en place.

Le tout a été approuvé par le Conseil des Maires de la MRC des Laurentides le 16 juin 2016.

¹ Selon le Bulletin statistique régional, édition 2015, région des Laurentides, de l'Institut de la statistique du Québec

² Pour obtenir le profil socioéconomique de la MRC des Laurentides, cliquer sur ce lien :

<http://cdemrclaurentides.org/documentation/socioeconomique/>

³ Voir annexe 1 pour une définition des rôles et responsabilités de la MRC et de sa CDÉ

MRC DES LAURENTIDES

46 112

HABITANTS¹

SUPERFICIE DE

2 462 KM²

20

VILLES ET
MUNICIPALITÉS²

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

L'ensemble du mandat de planification stratégique a été encadré par un comité de travail supervisé par M. Pierre Hugron (professeur honoraire à HEC Montréal) et formé de Nancy Pelletier (directrice générale de la MRC des Laurentides), Paul Calce et Dominique Pradel (respectivement directeur général et directrice adjointe de la Corporation de développement économique de la MRC des Laurentides), Denis Savard (directeur général de la Ville de Sainte-Agathe-des-Monts) et Dominique Laverdure (chef de la direction de la firme Rouge Marketing).

Nous avons eu recours à la méthodologie suivante en vue de livrer la réflexion stratégique et le plan qui s'ensuivit :

1. ANALYSE DE LA SITUATION

La première étape du processus de planification stratégique consistait à étudier les divers rapports dont dispose la MRC des Laurentides. Parmi ceux-ci se trouvent des documents traitant de différents sujets des domaines commercial, socioéconomique et touristique, de planification stratégique et d'entrepreneuriat. En tout, soixante⁴ (60) documents et études soumis par la MRC et les 20 villes et municipalités ont été consultés. Des entretiens ont eu lieu avec dix (10) des gestionnaires de ces études afin de connaître quelles furent les suites données à ces rapports ainsi que les actions entreprises.

Ces études ont joué un rôle clé dans l'élaboration de la planification stratégique, car ils nous ont aidés à façonner une image reflétant la réalité du territoire, ses défis, ses forces et ses enjeux. Nous en avons tiré de grands constats qui viennent s'ajouter aux observations provenant d'autres sources (les entretiens, les ateliers de travail et le sondage). La lecture de ces études nous aura permis d'éviter de « réinventer la roue » et d'aller au fond de nombreuses idées qui y ont été avancées.

2. DÉMARCHE D'ACQUISITION DE CONNAISSANCES

Pour donner suite à la lecture des documents existants, nous avons amorcé une démarche d'écoute de tous les intervenants économiques régionaux pour ainsi colliger un maximum d'informations nécessaires afin de poser un diagnostic complet pour la MRC des Laurentides. La démarche a permis de tracer un portrait des forces et faiblesses de la région sur le plan économique, mais également d'identifier les menaces et surtout, les occasions. Le tout s'est fait en trois (3) étapes :

1^{re} étape : Entretiens individuels

- avec les 20 directeurs généraux des villes et municipalités et 5 directeurs de services;
- avec 8 dirigeants d'entreprises;
- avec 12 maires et mairesses de la MRC des Laurentides.

1^{RE} ÉTAPE ENTRETIENS INDIVIDUELS

20

DIRECTEURS GÉNÉRAUX DES
VILLES ET MUNICIPALITÉS ET

5

DIRECTEURS
DE SERVICES;

8

DIRIGEANTS
D'ENTREPRISES;

12

MAIRES ET MAIRESSES DE
LA MRC DES LAURENTIDES.

⁴La liste des rapports consultés se trouve en annexe 2.

2^e étape : **Atelier stratégique de travail**

- Le 11 février en matinée, nous avons tenu un atelier de travail d'une demi-journée au cours duquel 20 participants, dont six maires et mairesses, ont pu échanger sur la thématique du développement économique de la MRC des Laurentides.
- Le 11 février en après-midi, nous avons tenu un atelier de travail d'une demi-journée au cours duquel 18 participants représentant les gens d'affaires, des associations sectorielles et des institutions publiques ont pu échanger sur la thématique du développement économique de la MRC des Laurentides.

3^e étape : **Sondage**

Pour compléter la démarche et ainsi joindre tous les publics concernés, nous avons lancé un sondage en ligne destiné à la communauté d'affaires. Du 25 février au 2 mai, 175 membres de la communauté d'affaires ont accepté de répondre à ce sondage. Le sondage a fait l'objet d'un rapport partagé avec le comité de suivi.

2^E ÉTAPE **ATELIER STRATÉGIQUE DE TRAVAIL**

3^E ÉTAPE **SONDAGE**



3. RAPPORT FINAL

À la conclusion de la démarche d'acquisition de connaissances, le document intérimaire *Les grandes priorités d'intervention* a été présenté et approuvé par le comité de suivi. Ce document contenait les grandes orientations stratégiques et des actions de nature à diversifier l'économie régionale. Mais parmi ces propositions, lesquelles privilégier ? Afin de décider des meilleures pistes à suivre, nous avons tenu le 2 mai un lac-à-l'épaulé avec les maires et mairesses ainsi que les DG des villes et municipalités de la MRC des Laurentides. Cette démarche inédite a permis d'obtenir l'aval des participants et d'ainsi jeter les bases du plan stratégique proposé dans le présent document.

Avant de préciser des objectifs et de statuer sur des actions, il faut s'assurer de bien comprendre les enjeux économiques qui touchent l'ensemble de la région. La section qui suit présente les enjeux perçus à la suite de la démarche d'acquisition de connaissances.

LES **GRANDS ENJEUX** EN DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

Les enjeux présentés dans cette section répondent à cette question :

Quels sont les facteurs qui peuvent poser obstacle au développement économique, à la diversification de l'économie et de l'emploi de la MRC des Laurentides ?

L'IMPORTANCE D'UN LEADERSHIP RÉGIONAL

Avec 20 villes et municipalités de tailles différentes dans la MRC, l'ensemble des partenaires économiques n'a pas le même intérêt envers le développement économique et il n'est pas facile de s'entendre à ce sujet. L'hypothèse qui sous-tend cet exercice de planification stratégique est la volonté de développer l'économie régionale selon un plan directeur commun. Peu importe les priorités d'intervention et les pistes de développement retenues, les changements proposés pourront heurter les façons de faire. Ceci est inévitable. Pour que le plan proposé aille de l'avant, il faudra un leadership régional fort pour assurer que tous aillent dans la même direction.

La notion de leadership est d'abord et avant tout une question d'attitude : il faut s'affirmer économiquement en tant que région !

POSITIONNEMENT ÉCONOMIQUE RÉGIONAL DÉPENDANT DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

Tout comme une entreprise, une région doit se positionner vis-à-vis de sa concurrence. En ce moment, le positionnement de la MRC se limite au tourisme. La région dépend d'une industrie saisonnière ne favorisant pas un tissu économique solide. Ceci est partagé par l'ensemble des intervenants consultés qui y voient un frein majeur à l'essor économique de la région.

D'autre part, l'économie et la création d'emplois ne semblent pas être des priorités pour une majorité des intervenants interrogés, qui semblent avoir accepté le positionnement touristique du territoire. Il sera important d'amorcer une diversification de l'économie en adoptant une vision commune du développement économique de la MRC et d'en respecter la mise en œuvre. Toutefois, il serait souhaitable que les villes et municipalités ayant un intérêt à développer leur économie adoptent un positionnement (une spécialité économique) pour renforcer le positionnement régional.

Le positionnement économique d'une région est également lié à sa force d'attraction. Or, la région n'est pas vendue comme une destination où il fait bon vivre. Une des conditions essentielles au développement économique sera de changer le message : les Laurentides⁵ ne sont pas qu'une région touristique !

⁵ L'ensemble des répondants font référence à la région comme étant les Laurentides et non la MRC des Laurentides.

BESOIN D'AMÉLIORER LA COLLABORATION DES PARTENAIRES ÉCONOMIQUES AU SEIN DE LA MRC DES LAURENTIDES

Un des enjeux soulevés par l'ensemble des gens interrogés est le manque de collaboration sur le plan économique, qu'il s'agisse du milieu municipal ou des partenaires. Il y a des collaborations, mais celles-ci sont insuffisantes et trop peu fréquentes. Il faut cesser de penser localement, car chacun tend à travailler son bout de mandat sans se demander s'il pourrait faire mieux avec le voisin. La résultante est que la MRC tourne en rond sur le plan économique. La MRC doit former une entité économique solidaire et complémentaire, car un investissement (qu'importe le lieu) y sera plus profitable qu'un investissement ailleurs au Québec. Brisons les silos et apprenons à collaborer. **Une MRC sans frontières économiques est l'objectif à atteindre.** Cependant, cette collaboration n'aura de sens que si elle s'accompagne d'actions simples à appliquer pour tous.

ACCUEIL DES ENTREPRISES

Pour les entrepreneurs, le premier contact est souvent déterminant. Or, cet accueil peut relever tout autant de la Corporation de développement économique (autrefois le CLD) que d'une municipalité. La structure d'accueil n'est pas uniforme, ce qui en limite grandement l'impact. Ceci a été particulièrement relevé par la communauté d'affaires lors du sondage en ligne. Pour stimuler l'économie, la MRC gagnerait à améliorer la qualité d'accueil et de prise en charge des entreprises sur son territoire. Ceci pourra créer des occasions d'affaires tout en augmentant nos chances d'attirer des investisseurs potentiels.

RECRUTEMENT DE MAIN-D'ŒUVRE QUALIFIÉE

Le sondage en ligne a permis d'apprendre que 77 % des répondants ont déjà éprouvé des problèmes à recruter de la main-d'œuvre qualifiée pour leur organisation. De même, l'accès à un plus grand bassin d'employés qualifiés représente l'un des obstacles au développement de leur entreprise. Bien entendu, le recrutement dépend de nombreux facteurs : traitement salarial, conditions générales de travail, emplacement géographique, qualification suffisante des futurs travailleurs, etc. La capacité à trouver et recruter de la main-d'œuvre qualifiée est clairement un enjeu régional.

AUGMENTER LES CONNAISSANCES POUR COMBATTRE LES PRÉJUGÉS ENTRETENUS

Les opinions recueillies dénotent un manque de confiance envers l'économie régionale. Puisqu'en réalité l'état de l'économie des Laurentides ne diffère que très peu de celle du Québec, nous devons conclure que ces préjugés défavorables ne sont pas justifiés. Nous avons pu observer de façon générale que bon nombre d'intervenants ignorent ce qui se fait sur le territoire de la MRC. Les connaissances de l'économie régionale (les initiatives en cours et les entreprises qui s'y trouvent) par l'ensemble des partenaires économiques sont à parfaire.

Une MRC
sans frontières
économiques
est l'objectif
à atteindre.

MISE EN VALEUR DU PRODUIT TOURISTIQUE DANS L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

Mont-Tremblant a su développer une solide expertise dans la mise en marché du produit touristique au fil des ans. Les autres villes et municipalités du territoire n'ont pas profité du même développement. Elles en sont à l'étape de déterminer et amorcer la mise en valeur de leurs infrastructures touristiques, qu'il s'agisse de les promouvoir ou d'assurer la qualité du produit offert. De nombreuses initiatives intéressantes ont cours sur le territoire de la MRC et pourraient venir compléter l'offre touristique pour accroître le pouvoir d'attraction et de rétention des touristes tant internationaux que régionaux.



COMPRENDRE LES DIFFÉRENTS GROUPES DÉMOGRAPHIQUES DE LA MRC DES LAURENTIDES

Bien que l'attraction de familles pour assurer le renouvellement de la population demeure un exercice complexe, mais essentiel, il existe sur le territoire de la MRC plusieurs autres groupes démographiques qui devraient faire l'objet d'une réflexion plus poussée :

- Les « 65 ans+ » dont l'importance ne cesse d'augmenter;
- Les villégiateurs qui forment une part importante du tissu économique et social de la plupart des villes et municipalités du territoire;
- Les travailleurs autonomes qui comptent minimalement pour 17 % des résidents du territoire.

Chacun de ces groupes représente une occasion de développement économique. Toutefois, nos connaissances concernant chacun de ces groupes sont très limitées, voire inexistantes. Enfin, face au vieillissement de la population, une réflexion s'impose quant aux besoins de main-d'œuvre, à court et long terme, au sein des entreprises du territoire de la MRC.

COUVERTURE DU RÉSEAU DE TÉLÉCOMMUNICATIONS (CELLULAIRES ET INTERNET) SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE DE LA MRC DES LAURENTIDES

La couverture territoriale de télécommunications (cellulaires et Internet) de la MRC des Laurentides est inégale. Le sujet des télécommunications (cellulaire et Internet) est un enjeu pour attirer à la fois des familles, mais également des entreprises.

OBJECTIFS DE LA PLANIFICATION STRATÉGIQUE

L'exercice de planification stratégique repose sur deux objectifs à court et long terme qui, à notre avis, permettront de mieux positionner le territoire au plan économique.

1. **D'ICI 2020** : QUE LA MRC DES LAURENTIDES SOIT RECONNUE COMME UNE DESTINATION ÉCONOMIQUE PAR L'ENSEMBLE DES INTERVENANTS ÉCONOMIQUE DU TERRITOIRE DES LAURENTIDES

À court terme, nous considérons que le travail principal consiste à changer les perceptions des acteurs régionaux. Pour pouvoir développer son économie, encore faut-il que les principaux acteurs se voient et se définissent en tant que « destination économique ». Pour l'instant, ce n'est pas le cas. Nos priorités iront donc en ce sens.

2. **D'ICI 2025** : QUE LA MRC DES LAURENTIDES SE CLASSE PARMIS LES TROIS PREMIÈRES DU QUÉBEC À TITRE DE RÉGION ACCUEILLANTE AUPRÈS DES INVESTISSEURS

À plus long terme, une fois que les intervenants auront accepté l'idée de devenir une destination économique, il faudra mettre en place les conditions favorables à l'accueil d'investisseurs et d'entrepreneurs. En ce sens, nous devons viser l'excellence en matière d'accueil et positionner la région comme l'une des plus accueillantes au Québec. Pour l'instant, il n'existe pas de mesure de contrôle en ce sens, mais divers organismes auraient intérêt à envisager d'évaluer le potentiel d'accueil économique des régions au Québec.

DEUX OBJECTIFS À COURT ET LONG TERME

D'ICI

2020

QUE LA **MRC DES LAURENTIDES SOIT RECONNUE COMME UNE DESTINATION ÉCONOMIQUE** PAR L'ENSEMBLE DES INTERVENANTS ÉCONOMIQUE DU TERRITOIRE DES LAURENTIDES

D'ICI

2025

QUE LA MRC DES LAURENTIDES SE CLASSE PARMIS LES **TROIS PREMIÈRES DU QUÉBEC À TITRE DE RÉGION ACCUEILLANTE AUPRÈS DES INVESTISSEURS**

LES PRIORITÉS D'INTERVENTION ÉCONOMIQUES

Les priorités d'intervention proposées constituent l'élément central de la planification stratégique. Chaque priorité agit comme un pivot et ensemble, elles donnent les orientations à prendre pour atteindre les objectifs définis.

1. PRÉMISSE

Bien que plusieurs orientations soient proposées, la planification stratégique repose sur une prémisse, une hypothèse de départ :

Que l'ensemble des partenaires économiques du territoire de la MRC des Laurentides affirme un leadership économique.

L'objectif de devenir une « destination économique auprès de l'ensemble des intervenants économiques du territoire des Laurentides » repose sur la capacité d'affirmer un leadership en ce sens. Celui-ci proviendra autant du monde municipal que des partenaires issus de la communauté d'affaires. Ce leadership est d'abord et avant tout une question d'attitude : il faut s'affirmer économiquement en tant que région et faire en sorte de devenir une véritable destination économique au Québec. Quelques actions nous paraissent essentielles pour affirmer un leadership clair :

■ Désigner la Corporation de développement économique de la MRC des Laurentides (la CDÉ) comme l'organisme responsable du suivi du plan stratégique et de sa reddition de compte

La réussite de la planification stratégique repose sur la capacité d'exécution et la qualité du suivi des actions entreprises. La CDÉ a été créée dans le but de favoriser et soutenir le développement économique et est en mesure de rassembler tous les acteurs impliqués, qu'ils proviennent du monde municipal, de la communauté d'affaires ou du secteur socioéconomique. Nos propositions :

- > Donner à la CDÉ le mandat d'assurer le suivi du plan stratégique et à son conseil d'administration (composé de cinq élus et de cinq personnes provenant de la communauté d'affaires) le rôle de *comité de suivi du plan stratégique*;
- > Assurer le maintien des échanges et de la collaboration entre la MRC et la CDÉ pour tout projet ayant un volet économique afin d'assurer un suivi et une reddition de comptes;
- > Que le CA de la CDÉ fasse rapport au conseil des maires de l'avancement des actions économiques et des investissements à fréquence régulière. À cet effet, le thème de l'économie devrait être abordé lors de chaque préséance du conseil des maires;
- > Assurer une juste adéquation des ressources humaines et financières. La CDÉ et la MRC devront procéder à une analyse des besoins en matière de ressources humaines et financières pour assurer le suivi des actions contenues dans ce plan ainsi que des initiatives déjà en cours.

■ Faire un bilan socioéconomique annuel de la MRC des Laurentides

Pour assurer un suivi, mais surtout pour démontrer l'importance de la variable économique dans le développement du territoire, nous introduisons la notion d'un bilan socioéconomique annuel. Ce bilan permettra à tous les intervenants de suivre le développement du territoire sous plusieurs angles socioéconomiques, qui devront être définis.

- > Le bilan inclura la production d'indices, dont la création d'un « indice économique régional pour la MRC des Laurentides » et d'un « indice économique municipal » pour chacune des villes.
- > Le bilan inclura aussi un sondage mesurant l'acceptation du territoire en tant que destination économique auprès des intervenants régionaux.

2. LES CINQ (5) PRIORITÉS D'INTERVENTION

Pour chaque priorité d'intervention, nous proposons plus loin des actions qui donneront vie à chacune. Rappelons que le déploiement du plan se fera sur un horizon de 4 ans, soit de 2016 à 2020.

Les 5 priorités d'intervention

1. Augmenter nos connaissances du tissu économique de la MRC des Laurentides
2. Améliorer l'accueil et la prise en charge des entreprises
3. Soutenir les industries traditionnelles (tourisme, culture, agroalimentaire et foresterie)
4. Assurer une diversification de l'économie de la MRC des Laurentides sur les bases du développement durable
5. Valoriser la région des Laurentides

■ Le conseil des maires mandate les cinq élus siégeant au conseil de la CDÉ pour assurer le suivi des cinq priorités d'intervention.

La section suivante présente les actions à entreprendre pour les quatre prochaines années, et ce, pour chacune des priorités d'intervention.

LES 5 PRIORITÉS D'INTERVENTION

1. AUGMENTER NOS CONNAISSANCES DU TISSU ÉCONOMIQUE
2. AMÉLIORER L'ACCUEIL ET LA PRISE EN CHARGE DES ENTREPRISES
3. SOUTENIR LES INDUSTRIES TRADITIONNELLES
4. ASSURER UNE DIVERSIFICATION DE L'ÉCONOMIE
5. VALORISER LA RÉGION DES LAURENTIDES

LES **ACTIONS PROPOSÉES** SUR LA PÉRIODE 2016/2020

PRIORITÉ NO 1 : Augmenter nos connaissances du tissu économique de la MRC des Laurentides

Le tissu économique actuel de la MRC des Laurentides représente un fort potentiel de création de richesse, de diversification et d'emplois. Toutefois, ce potentiel n'a malheureusement pas été pleinement exploité.

ACTIONS À DÉPLOYER

1. ANALYSE DES BESOINS EN MAIN-D'ŒUVRE ET FORMATION DES PME

Puisque le capital humain est un enjeu important pour les PME, une lecture précise des besoins en main-d'œuvre des entreprises de la MRC s'avère nécessaire.

- > Quels sont leurs besoins en main-d'œuvre maintenant et d'ici trois ans ?
- > Quels sont les besoins en formation de ces entreprises ?

Interpellons tous les partenaires tant du milieu de l'éducation que de la gestion du capital humain dans le but de réaliser une analyse des besoins en main-d'œuvre et en formation des entreprises.

2. RÉFLEXION SUR LE CONCEPT DE COMMERCE DE PROXIMITÉ

La question des commerces de proximité interpelle plusieurs municipalités et une réflexion s'impose sur l'approche à adopter. Le regroupement d'intérêts commerciaux entre ces municipalités paraît une piste de solution essentielle. Nous proposons la tenue d'un séminaire sur le développement de commerces de proximité dont la thématique serait *Comment créer un projet pilote de commerce de proximité*. La réflexion devrait porter sur les besoins commerciaux des résidents et villégiateurs des municipalités concernées tout en tenant compte de l'aspect rentabilité. Cherchons ensemble des solutions en faisant intervenir experts et gens du privé.

3. TIRER PROFIT DU BASSIN DE TRAVAILLEURS AUTONOMES

Nous savons que le territoire compte de nombreux travailleurs autonomes. Toutefois, nous détenons peu d'information à leur sujet. Ce groupe a le potentiel de combler des besoins en main-d'œuvre, mais aussi de contribuer à l'essor économique. Nous proposons concrètement de :

a) Créer un répertoire des travailleurs autonomes

Le répertoire permettrait d'identifier les travailleurs autonomes, les spécialités, l'offre de services, etc. Le tout se ferait sur une base volontaire. La création d'un répertoire aurait une double utilité :

- Approfondir notre connaissance des travailleurs autonomes résidant sur le territoire de la MRC : qui sont-ils, combien sont-ils, que font-ils, quelles sont leurs expertises, leurs offres de services.
- Possibilité de combler des besoins en emploi, tant dans le secteur privé que public.



LE TISSU
ÉCONOMIQUE
ACTUEL DE LA MRC
DES LAURENTIDES
REPRÉSENTE
UN FORT POTENTIEL
DE CRÉATION
DE RICHESSE,
DE DIVERSIFICATION
ET D'EMPLOIS.

b) Favoriser la création de stations de *coworking* pour les travailleurs autonomes.

Selon le résultat généré par la démarche du répertoire, il pourrait y avoir de l'intérêt pour multiplier les lieux de travail communs où se rassemblent les travailleurs autonomes afin de partager et échanger. Les stations de *coworking* permettent de créer de l'activité économique tout en donnant aux entreprises et organisations locales accès à un bassin de professionnels.

4. METTRE EN PLACE UN PROCESSUS POUR MIEUX CONNAÎTRE ET COMPRENDRE LES VILLÉGIATEURS

Combien y a-t-il de villégiateurs sur le territoire de la MRC ? Représentent-ils un potentiel d'achat de services professionnels ? Peuvent-ils être des investisseurs, de nouveaux entrepreneurs ? Pour obtenir réponse à ces questions et en évaluer le potentiel commercial, nous proposons de réaliser une action de mise à niveau de nos connaissances des villégiateurs de la MRC des Laurentides.

- > Il sera important de calculer précisément la population de villégiateurs au sein de la MRC et de chacune des 20 villes/municipalités afin d'établir la différence entre les populations de résidents et de villégiateurs



5. ÉTABLIR QUELS SONT LES BESOINS DE LA POPULATION DES « 65 ANS+ »

Les différentes études démontrent l'importance de ce groupe d'âge sur notre territoire, car il constituera 34 % de la population de la MRC en 2036. La composition de ce groupe est complexe et fort peu homogène. On y trouve des personnes dans le besoin, mais aussi des gens dont les revenus discrétionnaires sont élevés. Certains sont à la retraite, d'autres demeurent actifs sur le marché du travail, et il y a même des investisseurs. Nous croyons que ce groupe présente un grand potentiel économique. C'est pourquoi nous devrions chercher à le connaître pour mieux en profiter.

- > Les besoins des 65 ans et plus diffèrent des familles et représentent d'importantes occasions commerciales qui n'ont jamais été cernées.
- > En comprenant mieux leurs besoins, l'ensemble de la MRC pourra en profiter et ainsi ajuster son offre, qu'il s'agisse de services publics, de produits ou de services.
- > Les 65 ans et plus pourraient aussi fournir un inventaire d'expertises utiles.
- > Il sera important de s'allier des partenaires pour ce projet.

PRIORITÉ NO 2 : Améliorer l'accueil et la prise en charge des entreprises

Parmi les moyens pour améliorer et diversifier l'économie des Laurentides, nul ne sera plus rentable à court et long terme que l'amélioration des structures d'accueil et de prise en charge des visiteurs économiques, qu'ils soient des investisseurs en provenance de l'extérieur ou qui sont déjà présents sur le territoire. Il s'agit autant d'aider les entreprises de la région à assurer leur croissance que d'attirer de nouveaux investissements.

ACTIONS À DÉPLOYER

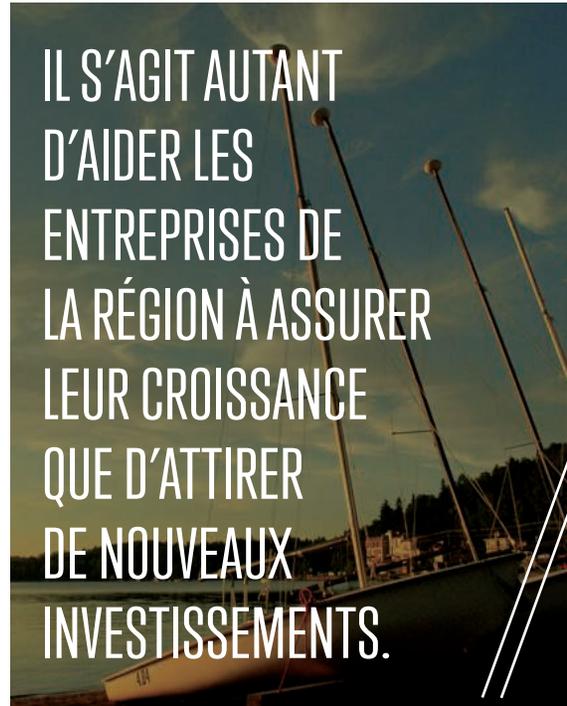
1. CRÉER UN FONDS DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

Afin de développer l'économie des Laurentides, il paraît essentiel de se doter d'un outil économique d'investissements autonome qui permettra de soutenir le développement local et régional.

2. UNIFORMISER L'ACCUEIL DES GENS D'AFFAIRES AU SEIN DU TERRITOIRE DE LA MRC

Les gens d'affaires souhaitent un meilleur accueil lors de leurs échanges avec les représentants municipaux. Or, 20 villes/municipalités peuvent avoir autant d'approches différentes ! Sous le leadership de la CDÉ en collaboration avec les services municipaux, nous invitons à uniformiser l'accueil et la prise en charge des gens d'affaires. La même qualité d'accueil devrait être offerte sur le territoire de la MRC des Laurentides. Voici la démarche proposée :

- a) Chaque ville/municipalité désignera une **personne responsable** de l'accueil, qui sera en liaison avec la CDÉ.
- b) Uniformiser l'accueil fera l'objet d'une **procédure d'accueil** des gens d'affaires qui sera proposée sous forme d'un « Guide des meilleures pratiques en matière d'accueil ». Le guide devra prévoir l'accueil en personne ainsi que par l'entremise des sites Internet de chaque municipalité.
- c) Pour améliorer l'accueil, des efforts devront être faits pour faciliter l'accès à **l'information en ligne**. Bien des entrepreneurs entreront en contact avec vous par l'entremise de vos sites Internet. Dans son classement des « 100 villes les plus accueillantes », la FCEI a mentionné l'importance d'accéder facilement à l'information sur Internet. Il faudra uniformiser l'information diffusée sur les différents sites afin de faciliter la démarche de l'investisseur/l'entrepreneur. En résumé, l'initiative d'accueil devra utiliser le même contenu, et ce, pour tous les sites de la MRC et des municipalités. Puisque qu'une partie importante de l'accueil passera par la CDÉ, il serait approprié que chaque ville/municipalité prévoie un lien vers le site de la CDÉ afin d'y concentrer l'accueil.



IL S'AGIT AUTANT
D'AIDER LES
ENTREPRISES DE
LA RÉGION À ASSURER
LEUR CROISSANCE
QUE D'ATTIRER
DE NOUVEAUX
INVESTISSEMENTS.

d) La procédure devra s'accompagner d'un **programme de formation en accueil et relations avec les entreprises**. Il se donne de nombreuses formations sur le service à la clientèle ainsi que sur l'accueil. Ce programme devra être offert à tous les intervenants municipaux (employés et élus) qui entrent en relation avec les investisseurs et entrepreneurs dans la MRC. Il restera à déterminer l'étendue du programme, s'il est ou non obligatoire, les partenaires de réalisation (réseau de l'éducation, associations, etc.).

e) **Programme de connaissance des entreprises**

L'idée consiste à mieux connaître les PME situées sur notre territoire pour éventuellement accélérer leur croissance, ce qui permettra de créer des emplois. Le programme se déroulerait ainsi :

- I. identifier ces entreprises : par l'entremise de la CDÉ, des municipalités, chambres de commerce et autres associations partenaires. Les entreprises choisies représenteront l'ensemble du territoire et des secteurs d'activité (agricole, manufacturier, service, etc.).
- II. apprendre à connaître ces entreprises : rencontres avec la CDÉ, la chambre de commerce ainsi qu'avec les élus de la municipalité.
- III. assurer un suivi régulier qui permettra d'établir quels sont leurs besoins pour atteindre un stade de développement plus avancé.
- IV. selon le potentiel, ces PME pourraient être accompagnées pour accélérer leur croissance.



3. CONTINUER D'AMÉLIORER LES TÉLÉCOMMUNICATIONS (CELLULAIRES ET INTERNET) SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE

Nous recommandons d'entamer des démarches auprès des ministères concernés afin d'assurer la cohérence des orientations de couverture territoriale et d'ainsi mieux répondre aux besoins des citoyens et des entreprises. Il serait utile de cartographier le territoire afin de déterminer quelles zones pourraient être mieux couvertes. Les fournisseurs de services devront être interpellés dans cette démarche.

PRIORITÉ NO 3 : Soutenir les industries traditionnelles (tourisme, secteur culturel, secteur agroalimentaire et foresterie)

Le mandat de diversification ne signifie pas l'abandon des secteurs traditionnels, bien au contraire. Le tourisme est et continuera d'être la principale industrie des Laurentides. Il faut continuer à soutenir les industries traditionnelles.

ACTION À DÉPLOYER

OFFRIR DU SOUTIEN PROFESSIONNEL AUX ENTREPRISES PAR VOIE D'INTERVENTIONS SECTORIELLES

L'idée consiste à regrouper quelques entreprises d'un secteur et de leur proposer une offre de services sur mesure pour leur permettre de se développer. Les entreprises choisies (selon des critères qu'il faudra déterminer) se verront offrir un programme qui pourra comprendre :

- formations sur des sujets clés (gestion, commercialisation);
- accompagnement personnalisé incluant un diagnostic sommaire ainsi que de l'accompagnement professionnel;
- activités d'échanges et de réseautage entre membres pour favoriser le partage de connaissances et le renforcement de liens;
- mise en place d'outils et d'indicateurs de performance pour aider les entrepreneurs à accélérer leur croissance.

Quatre (4) secteurs sont identifiés comme potentiellement porteurs. Toutefois, il pourrait s'en ajouter d'autres:

- a) **secteur agroalimentaire** : L'engouement pour les marchés publics illustré par la réussite du marché de Val-David est une excellente indication de l'intérêt des villégiateurs et des touristes envers les produits agroalimentaires régionaux. La région regorge de petits producteurs offrant des produits originaux et appréciés, mais dont les ressources et les compétences peuvent être limitées, notamment en ce qui a trait à la commercialisation. Nous pouvons aider ces producteurs en leur offrant un meilleur soutien.



b) **secteur forestier** : La foresterie demeure un créneau économique important pour plusieurs municipalités de la MRC. Les maillages et le rapprochement paraissent essentiels parmi les entreprises et organismes actuels :

- > La grappe *Signature Bois Laurentides*
- > L'initiative *Guide pour une villégiature environnementale et durable*
- > Le laboratoire (incubateur) forestier
- > Le projet d'accès aux terres publiques

c) **secteur récréotouristique** : Dans les plus petites municipalités, il existe des initiatives intéressantes dont le potentiel n'a pas été exploité. Peut-être se cache-t-il des perles qui pourraient compléter l'offre existante et permettre de renforcer la destination touristique tout en développant l'ensemble du territoire.

De plus, l'industrie touristique étant cruciale pour les Laurentides, il est essentiel de maintenir les équipements récréotouristiques publics tels le parc linéaire (P'tit train du Nord), le parc du Corridor aérobique, le parc écotouristique et bien d'autres sous la gestion et la coordination des municipalités du territoire.

d) **secteur culturel** : La culture permet de faire rayonner la région, mais représente aussi un des piliers socioéconomiques de la MRC des Laurentides. Il est souhaitable que les entreprises provenant de tous les horizons et domaines culturels contribuent au développement économique du territoire et à l'émergence de nouveaux projets.



PRIORITÉ NO 4 : Assurer une diversification de l'économie de la MRC des Laurentides sur les bases du développement durable

À la base de cet exercice de planification stratégique, il y a une volonté de diversification de l'économie et de l'emploi dans la MRC des Laurentides. Nous croyons que plusieurs des actions mentionnées précédemment pourront contribuer à diversifier l'économie. Toutefois, des actions plus précises sont proposées.

ACTIONS À DÉPLOYER

1. UN PARC D'AFFAIRES RÉGIONAL MIXTE : 5 000 000 DE PIEDS CARRÉS DISPONIBLES

Afin de faciliter la mise en marché des espaces industriels/d'affaires, faisons la promotion d'un vaste territoire d'affaires pour l'ensemble de la MRC. Il s'agit de mettre en commun des espaces à Labelle, Sainte-Agathe-des-Monts, Mont-Tremblant, Saint-Faustin-Lac-Carré et Val-Morin pour créer le premier parc d'affaires régional au Québec. En regroupant les espaces et les services, l'offre aux investisseurs sera plus intéressante, ce qui facilitera le démarchage. Le démarchage et la promotion de ce parc d'affaires régional mixte seront principalement assurés par la CDÉ.

2. RELANCE DE LA CAMPAGNE D'APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS ET SERVICES LOCAUX

Avec 3 000 chambres d'hôtel et les condos en location, le potentiel d'occasions pour « colmater des fuites commerciales » est immense.

- > Étudions les besoins des grands donneurs d'ordres de la région pour apprendre ce qu'ils achètent ailleurs. Pensons aux meubles sur mesure. Le même exercice pourrait être fait avec l'hôpital de Sainte-Agathe-des-Monts. Cette réflexion devrait être pilotée par la CDÉ.
- > Nous connaissons fort mal les services/produits existants sur notre territoire; c'est encore plus vrai pour les villégiateurs. Faisons connaître ces produits.

3. FAVORISER L'EXPLOITATION DU CRÉNEAU DE L'ÉCONOMIE VERTE

Le créneau de l'économie verte est en plein essor et la MRC des Laurentides est bien positionnée pour y faire sa place. Déjà des initiatives sont mises de l'avant tel le projet de Biomasse.

Un second projet est envisagé, soit celui de la symbiose industrielle. Ce projet consiste en un réseau d'entreprises et de collectivités maillées entre elles par des échanges de matières, d'eau ou d'énergie. Ces échanges forment des synergies. La symbiose fait la promotion de technologies et de productions propres qui sont plus efficaces et respectueuses de l'environnement. Par les liens qu'elle crée dans le tissu industriel, social et économique d'une région, cette économie est un outil concret de développement durable qui permet des gains économiques, environnementaux et sociaux. Le modèle de symbiose industrielle a été utilisé avec succès dans plusieurs régions du Québec. Le lancement d'un tel projet dans les Laurentides permettra d'évaluer des façons d'utiliser les matières dans un mode de développement durable. Cette approche d'optimisation des ressources permet aussi la création d'activité économique.

D'autres projets seront évalués au cours des prochaines années afin de bien positionner la MRC des Laurentides dans le créneau de l'économie verte.



**ASSURER UNE
DIVERSIFICATION
DE L'ÉCONOMIE DE LA
MRC DES LAURENTIDES
SUR LES BASES
DU DÉVELOPPEMENT
DURABLE.**

PRIORITÉ NO 5 : Valoriser la région des Laurentides

La région des Laurentides est la principale destination touristique non urbaine au Québec. Pour assurer son développement et sa diversification, la région doit apprendre à se vendre en tant que territoire économique, mais aussi comme destination de vie pour les familles. Pour cela, il faut cesser de fonctionner en silos et valoriser les Laurentides comme un vaste territoire économique. Cependant, valoriser une région ne signifie pas l'arrêt des initiatives économiques municipales, bien au contraire. Villes et municipalités doivent poursuivre leurs efforts pour se différencier et renforcer le positionnement économique régional.

ACTIONS À DÉPLOYER

1. ÉLABORER UN PLAN DE COMMUNICATION

Pour convaincre les acteurs économiques régionaux que notre territoire est une destination économique, il faudra élaborer un plan pour bien communiquer ce positionnement. Les efforts de communication devront contribuer à modifier les perceptions des intervenants actuels. Bien que l'exercice de planification des communications reste à faire, nous croyons que certains éléments devront en faire partie :

a) Tournée des 20 villes et municipalités de la MRC ainsi que des partenaires

Le partage de l'information est important et une tournée du territoire permettra de rassembler tous les intervenants et de les intégrer aux actions proposées.

- Présentation du plan stratégique

De l'avis de tous, il sera important de prévoir une présentation du plan stratégique [enjeux, priorités et actions] auprès des 20 conseils municipaux afin de les impliquer dans les étapes subséquentes. La Tournée sera une occasion de discuter avec les élus du bilan, des indices et de voir de quelle façon ils peuvent s'appliquer à leur ville/municipalité.

- Parfaire les connaissances de la région

Les entretiens ont démontré une connaissance superficielle de la MRC, qu'il s'agisse des entreprises, des infrastructures touristiques ou même des initiatives mises en place. Il serait approprié de favoriser une meilleure connaissance du « produit interne » auprès des élus, des DG municipaux et des dirigeants de la MRC. La tournée serait le moment opportun pour présenter un portrait du territoire.

- Engagement des partenaires régionaux

Le rôle des partenaires sera crucial dans la réussite de ce plan. Une tournée des partenaires sera l'occasion de présenter le plan d'action et de discuter avec chacun d'eux du rôle qu'ils peuvent jouer, de leur apport et de leur contribution potentiels. Le but sera d'engager un maximum de partenaires dans la réalisation.

b) Assurer la présence régulière de la CDÉ au conseil des maires de la MRC des Laurentides afin d'y faire le point sur l'avancement du plan d'action et de ses principales réalisations.



LA RÉGION
DES LAURENTIDES
EST LA PRINCIPALE
DESTINATION
TOURISTIQUE
NON URBAINE
AU QUÉBEC.

c) Forum socioéconomique des Laurentides

Afin d'accroître la synergie entre les différents acteurs (privés, publics et associatifs) et assurer la réussite du plan stratégique, il est proposé de créer un forum socioéconomique qui réunirait des élus, des dirigeants d'entreprise, des dirigeants d'association à vocation socioéconomique et des journalistes afin de réfléchir et débattre ensemble de l'économie des Laurentides. Ce forum permettrait de faire avancer les idées, mais surtout d'amener tous les acteurs à travailler ensemble. Le forum serait le moment idéal pour dévoiler le bilan annuel, les indices et tout autre rapport économique ou initiative importante pour le développement des Laurentides. Ce forum, qui réunirait un nombre important de participants, aurait lieu tous les deux ans (2018, 2020, etc.).

d) Campagne de promotion

Éventuellement, une campagne de promotion sera déployée afin de « vendre les Laurentides comme une destination où il fait bon vivre et faire des affaires ». Il reste à déterminer la nature de cette campagne de promotion, les publics ciblés, les partenaires impliqués et son envergure.

e) Utiliser la station Tremblant comme une extraordinaire vitrine commerciale

Le « moteur économique » qu'est Mont-Tremblant (3 millions de visiteurs) peut devenir une locomotive et un levier pour promouvoir les secteurs d'activité de la MRC. Profitons de cette vitrine commerciale pour mettre en valeur l'ensemble du territoire, autant l'aspect touristique que toute autre industrie afin d'inciter les visiteurs de Tremblant à découvrir la MRC. Cette vitrine pourrait prendre plusieurs formes :

- Un lieu physique à la montagne pour faire connaître l'offre économique du territoire
- Une boutique des artisans régionaux (en agro, en foresterie, etc.)

2. PROMOUVOIR L'ÉDUCATION COMME UN VECTEUR DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

L'éducation est et continuera d'être pour le territoire de la MRC des Laurentides un des vecteurs clés pour soutenir le développement économique. Il faut donc :

- a) continuer d'encourager les initiatives qui vont en ce sens, tel le Centre d'études collégiales basé à Mont-Tremblant;
- b) valoriser la réussite scolaire en reconnaissant les initiatives déployées sur le territoire.

3. UN PÔLE SANTÉ DANS L'AXE DE DESSERTE SAINTE-AGATHE/MONT-TREMBLANT

Le CISSS investit dans des projets (salle d'urgence, centre d'hébergement, pavillon d'ophtalmologie) qui vont à la fois profiter aux citoyens, mais aussi créer une masse critique d'investissements et d'emplois aptes à bâtir un véritable pôle santé dans la région. Cependant, l'intention du CISSS est de bâtir ce pôle dans l'axe de desserte Sainte-Agathe/Mont-Tremblant. Il serait important d'adopter une position commune au sein de la MRC à ce sujet et de compléter ce qui a été amorcé en créant un pôle de services en santé qui pourra générer davantage d'emplois.

- > Faire connaître les services aux populations de la MRC et des MRC avoisinantes.
- > Créer un *comité de sages* en santé composé de gens d'affaires, de représentants du milieu de la santé et de représentants municipaux pour encadrer le démarchage d'investisseurs/des entrepreneurs qui offriront des services de santé connexes.

LES CONDITIONS GAGNANTES

Pour assurer le succès de ce plan stratégique, des conditions doivent être mises en place afin de favoriser l'exécution et le respect du plan auprès des différents acteurs de la région.

- Dans une période de restrictions budgétaires, s'assurer du financement adéquat des actions proposées, que ces dernières proviennent de la planification stratégique ou des compétences obligatoires et déléguées à la MRC des Laurentides
- Il faut également s'assurer de :
 - > la pleine collaboration des partenaires économiques avec la CDÉ sur tout mandat à portée économique ou « d'affaires »;
 - > l'implication de tous les partenaires économiques qui ont été interpellés dans la démarche;
 - > pouvoir compter sur un leadership clair dans l'exécution et le suivi du plan durant toute la période prévue;
 - > une saine reddition de comptes;
 - > garder un horizon de quatre ans, car on ne peut tout faire la première année;
 - > penser régional n'empêche pas de faire des actions locales.

ANNEXE 1 : RÔLES ET RESPONSABILITÉS DE LA MRC ET DE LA CDÉ

NOTRE TERRITOIRE
NOTRE AVENIR

MRC DES
LAURENTIDES

LA MRC DES LAURENTIDES

La MRC des Laurentides a pour rôle de planifier et mettre en valeur de façon durable son territoire tant d'un point de vue social, culturel, qu'environnemental. Ses responsabilités sont :

- Aide à la rénovation domiciliaire;
- Aménagement et planification du territoire;
- Culture, arts et patrimoine;
- Développement de la zone agricole;
- Développement du milieu forestier et gestion des terres publiques;
- Développement durable;
- Développement économique;
- Évaluation foncière;
- Géomatique;
- Gestion des cours d'eau;
- Gestion des matières résiduelles;
- Sécurité publique et incendie;
- Schéma de couverture de risques en sécurité incendie;
- Télécommunications;
- Transport adapté et intermunicipal;
- Vente pour non-paiement de taxes.

La MRC des Laurentides délègue le développement économique à sa Corporation de développement économique (CDÉ) qui est l'organisme délégataire au sens de la Loi sur les compétences municipales. La MRC lui confie ainsi la planification, la réalisation et le soutien au développement économique local et régional sur le territoire de la MRC.



ANNEXE 2 : BIBLIOGRAPHIE - RAPPORTS CONSULTÉS

- > Actualisation du plan conjoint MRC-CLD des Laurentides : mise en œuvre d'une stratégie de développement durable 2015-2019 – été 2015
 - > Analyse de la fonction commerciale, Sainte-Agathe-des-Monts – août 2009
 - > Analyse de positionnement commercial, Noyau villageois de Mont-Tremblant – janvier 2010
 - > Analyse socioéconomique des impacts et de l'adaptation aux changements climatiques de l'industrie touristique au Québec – décembre 2012
 - > Bilan commercial du Grand Mont-Tremblant – juin 2015
 - > Classement des 100 villes entreprenantes du Québec par la FCEI – janvier 2016
 - > Développement socioéconomique et perspectives de développement résidentiel, Sainte-Agathe-des-Monts – novembre 2012
 - > Étude d'opportunité de desserte et fonctionnalité à la fusion A15, routes 117 et 329, Sainte-Agathe-des-Monts – octobre 2011
 - > Enjeux des changements démographiques – décembre 2008
 - > Énoncé de vision stratégique de la MRC des Laurentides – juillet 2013
 - > Étude économique des orientations industrielles, Ville de Sainte-Agathe-des-Monts – mars 2012
 - > Étude de marché, Services de proximité, Projet Coop – février 2015
 - > Étude de positionnement commercial, secteur Saint-Jovite de Mont-Tremblant – juillet 2007
 - > Étude sur le stationnement au centre-ville de Sainte-Agathe-des-Monts, faits saillants – décembre 2010
 - > Étude sur les villégiateurs de la MRC des Laurentides – décembre 2006
 - > Guide pour une villégiature environnementale et durable – 2014
 - > Guide d'habitation sociale et communautaire – août 2014
 - > Huberdeau : des projets vers l'action – septembre 2013
 - > Indice entrepreneurial québécois 2014 de la Fondation de l'entrepreneurship
 - > Inspection des bâtiments du centre-ville de Sainte-Agathe-des-Monts, rapport final – décembre 2014
 - > Institut de la statistique du Québec, bulletin statistique régional des Laurentides – 2015
 - > Institut de la statistique du Québec, profils statistiques par région et MRC géographiques
 - > Lac-à-l'épaule, Sainte-Agathe-des-Monts – mars 2014
 - > Laurentides, Portrait régional – été 2013
 - > Le marché du travail dans la région des Laurentides, Perspectives professionnelles – 2009-2013
 - > Le tourisme et les meilleures pratiques du marketing en ligne – avril 2009
 - > Mémoire du Conseil régional de développement social des Laurentides – janvier 2016
 - > Mise à jour de l'étude de positionnement commercial, secteur Saint-Jovite de Mont-Tremblant – juillet 2013
 - > Mise en valeur du secteur Les Petites Alpes, Sainte-Agathe-des-Monts – mai 2013
 - > Noyau villageois de Mont-Tremblant, analyse de positionnement commercial – janvier 2010
 - > Orientations commerciales de Sainte-Agathe-des-Monts – juillet 2008
 - > Pacte rural de la MRC des Laurentides – août 2014
 - > Parc industriel de Sainte-Agathe-des-Monts, Esquisse de stratégie d'attraction par créneaux porteurs et complétion de la chaîne de valeur – décembre 2013
 - > Parc industriel « Tourbière », Sainte-Agathe-des-Monts – mars 2014
 - > Permis de construction MRC des Laurentides – 2014
 - > Plan d'action régional Laurentides par Emploi-Québec 2015-2016 – avril 2015
 - > Plan de développement de la zone agricole PDZA – avril 2014
 - > Plan conjoint MRC/CLD des Laurentides 2011-2015/ Mise en œuvre d'une stratégie de développement durable – septembre 2011
 - > Plan de développement des terres publiques de la MRC des Laurentides – janvier 2014
 - > Plan stratégique de développement pour Arundel – 2004
 - > Planification stratégique du Lac Supérieur 2015-2020 – juin 2015
 - > Politique municipale en matière de développement économique, Interventions centre-ville, Sainte-Agathe-des-Monts – avril 2014
 - > Portrait de la MRC des Laurentides – septembre 2014
 - > Portrait sommaire de l'industrie du tourisme MRC des Laurentides – septembre 2015
 - > Portrait régional de l'entrepreneuriat dans les Laurentides – septembre 2012
 - > Portrait de la municipalité de Val-Morin – juin 2014
 - > Portrait de la ville de Sainte-Agathe-des-Monts – juin 2012
 - > Portrait de la ville de Sainte-Agathe-des-Monts – février 2013
 - > Portrait du secteur Grand Sainte-Agathe – septembre 2014
 - > Portrait du secteur Labelle – septembre 2014
 - > Portrait du secteur ouest – septembre 2014
 - > Portrait de la ville de Mont-Tremblant – juillet 2013
 - > Portrait du secteur Mont-Tremblant – septembre 2014
 - > Profil socioéconomique et caractéristiques du marché du travail MRC des Laurentides – octobre 2010
 - > Résumé du schéma d'aménagement révisé de la MRC des Laurentides – juin 2000
 - > Sainte-Agathe-des-Monts, Ma vie, ma ville ! – Mai 2012
 - > Sondage sur les choix en matière de résidence et de milieu de vie, Sainte-Agathe-des-Monts – juillet 2009
 - > Synthèse des connaissances sur les changements climatiques au Québec, produit par Ouranos – 2015
 - > Un secteur touristique confronté à des défis de taille – 2008
- ainsi que différents articles de journaux et revues traitant de ces études et d'autres sujets d'intérêt*