

Une stratégie et une image inspirantes

Québec, le 24 mai 2006

Pour la première fois, la ZONE économique Québec Chaudière-Appalaches a une stratégie de promotion économique et prospection des investissements étrangers structurée, basée sur les secteurs d'excellence de son économie et les atouts de la région. C'est cette stratégie que PÔLE a dévoilée aujourd'hui.

« Nos trois bailleurs de fonds et les intervenants régionaux impliqués dans le développement économique nous avaient confié ce mandat de rayonnement international et de prospection des investissements dès le début », a rappelé le président-directeur général de PÔLE, monsieur Paul-Arthur Huot. « Les attentes étaient donc très élevées pour une stratégie réfléchie, solide, qui soit le reflet de la vitalité de notre économie et qui contribue à la mise en valeur de notre région. »

Il y a moins d'un an, PÔLE a embauché une équipe de professionnels afin d'accomplir ce mandat. L'équipe s'est donc appliquée à définir cette stratégie en plus de rechercher une image de marque et de produire des outils de promotion. De nombreuses rencontres ont eu lieu avec les principaux acteurs de nos secteurs de force.

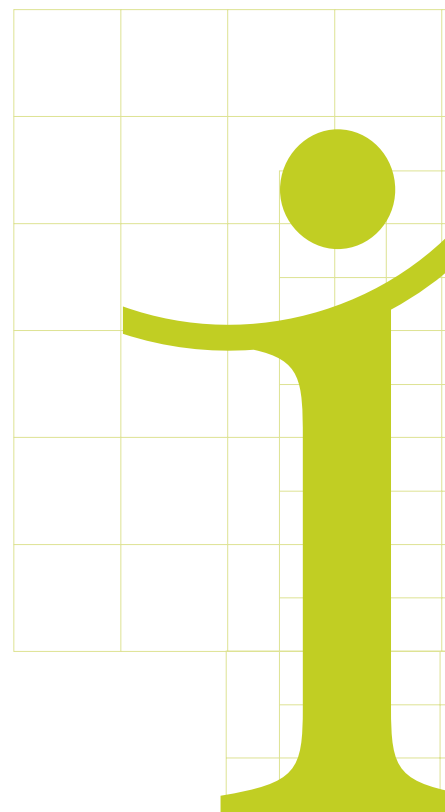
Une stratégie concertée

Des **cibles géographiques** ont ainsi été établies de sorte que les actions de prospection vont dorénavant être dirigées vers quelques régions du monde. Le nord-est des États-Unis sera privilégié de même que l'Europe de l'ouest et le Royaume-Uni. Les pays qu'on dit émergents comme la Chine et l'Inde seront l'objet d'une attention particulière.

De même, chacune des actions de prospection sera articulée autour des **trois grands secteurs de force** : les technologies appliquées, les matériaux transformés, les sciences de la vie, santé et nutrition. Et chacune sera documentée. Déjà, plusieurs études d'opportunités sont en voie d'être publiées : l'optique-photonique, la défense et sécurité, la deuxième transformation du bois.

« Ces études d'opportunités, a expliqué le directeur exécutif Promotion et Prospection des investissements de PÔLE, monsieur Philippe Gabelier constituent un outil précieux qui permet de cibler de manière très pointue les investisseurs puis de leur présenter l'éventail des raisons qui justifient leur implication chez nous. »

L'équipe a également entrepris une tournée de ralliement et de collaboration auprès de tous les partenaires : CLD, chambres de commerce, conférences régionales des élus, sociétés de développement économique et administrations municipales. Pour monsieur Gabelier « il est clair que plus notre approche sera partagée, plus notre message sera cohérent et plus nous frapperons fort. »



Parallèlement à ces travaux, PÔLE s'est appliqué à rechercher une image de marque pour l'ensemble de la ZONE, outil essentiel à la mise en place de la stratégie. Plusieurs groupes de discussion ont été organisés avec les principaux intervenants économiques de la région et un sondage a été mené auprès des filiales d'entreprises étrangères établies ici afin de déterminer la personnalité économique de cette ZONE.

Une image unique à partager

Trois forces ont ainsi été identifiées : **la puissance de l'innovation** – 600 millions \$ CA sont investis ici chaque année en R-D –, **la prospérité économique** – l'économie tourne à plein régime et les coûts d'implantation et d'exploitation sont parmi les plus bas au monde –, et enfin **le charme de notre région** – son histoire, son patrimoine, sa beauté, sa nature en même temps que sa vie culturelle.

Au centre de tout cela, ceux et celles qui font la différence, qui contribuent au charme, au plaisir de faire des affaires rentables ici et au succès de la recherche, les individus, l'humain.

La nouvelle image de la ZONE économique QCA est donc celle d'un humain les bras grands ouverts, qui dit aux investisseurs potentiels et à ceux qui songent s'installer ici que nous avons une région **invitante, innovante, inventive, ingénieuse, interactive, intelligente, incontournable** et **idéale** pour l'**innovation**, l'**investissement** et le rayonnement **international**.

« C'est une image colorée, dynamique, bien vivante, comme l'est notre économie », a commenté la directrice Promotion de PÔLE, madame Luci Tremblay. « Chacun des mots qui commence par la lettre i a été soigneusement choisi et correspond à une des caractéristiques de la région. Ingénieuse, pour nos secteurs de force, innovante pour la recherche, intelligente pour la qualité de la formation, inventive pour toutes ces idées de génie qui ont été développées ici. Nous pensons que c'est une image forte, une fameuse carte de visite, qui permettra de nous distinguer sur cette planète où la concurrence entre les villes et régions est vive. »

« Le monde est vaste », a conclu le président-directeur général de PÔLE « et les occasions d'affaires sont innombrables. Jamais elles ne se matérialiseront pour nous si nous restons là à attendre. Il faut agir et agir vite tandis que notre économie carbure et que nous avons autant d'atouts entre nos mains. C'est le moment idéal pour nous positionner. J'invite donc tous nos partenaires à s'approprier cette stratégie et cette nouvelle image et à la véhiculer. »

Source : Luci Tremblay
Directrice promotion
Tél. : 681-9700 poste 234
Courriel : luci.tremblay@pole-qca.ca

