

INVESTIR/STH

PLAN STRATÉGIQUE  
2017-2019



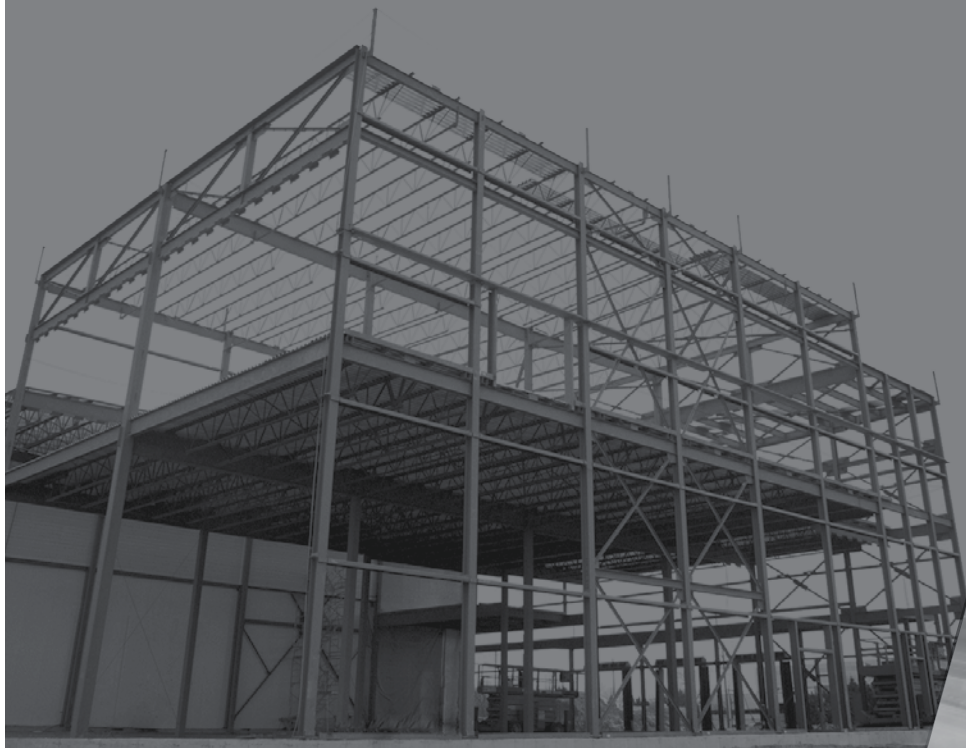
Saint-Hyacinthe  
Technopole

**INDUSTRIE**

**COMMERCE**

**TOURISME**

**ET CONGRÈS**





# TABLE DES MATIÈRES

<b>PRÉAMBULE</b>	4
<b>SAINT-HYACINTHE TECHNOPOLE EN UN COUP D'OEIL</b>	5
› Organisation	6
› Gouvernance	7
› Ressources humaines	8
› Vision - Mission - Mandats - Valeurs	9
› Champs d'intervention	10
› Services / Clientèle	11
› Partenaires	12
› Parc immobilier	13
<b>CONTEXTE ÉCONOMIQUE</b>	14
› Contexte économique global	15
› Contexte économique local	16
› Profil économique de Saint-Hyacinthe	17
<b>PRINCIPAUX OBJECTIFS</b>	20
<b>ENJEUX ET OPPORTUNITÉS DE CROISSANCE</b>	22
<b>CHOIX STRATÉGIQUES</b>	24
› Stratégie 1 : Servir : Assurer le leadership en matière d'activité commerciale	25
› Stratégie 2 : Développer : Mettre à profit l'expertise permettant de soutenir une offre commerciale équilibrée dans le respect des milieux de vie	26
› Stratégie 3 : Développer : Miser sur le développement du parc technologique la Cité de la biotechnologie agroalimentaire, vétérinaire et agroenvironnementale	27
› Stratégie 4 : Attirer : Cibler, prospecter et attirer de nouvelles entreprises	28
› Stratégie 5 : Gérer : Optimiser le parc immobilier	29
› Stratégie 6 : Gérer : développer les parcs et les espaces industriels de façon optimale	30
› Stratégie 7 : Développer : Mettre à profit l'expertise permettant de soutenir une offre touristique distinctive	31
› Stratégie 8 : Promouvoir : Positionner la grande région de Saint-Hyacinthe comme destination touristique	32
› Stratégie 9 : Accueillir : Assurer le leadership en matière d'accueil des visiteurs	33
› Stratégie 10 : Contribuer : Participer à la mise en œuvre de projets structurants	34
› Stratégie 11 : Rayonner : Développer une image de Saint-Hyacinthe Technopole comme leader du développement économique et comme destination d'affaires et de tourisme	35
<b>RÉSULTATS ATTENDUS</b>	36
› Indicateurs de performance	38
<b>ANNEXE : DÉCLARATION DE SERVICES</b>	40

# PRÉAMBULE

Ce plan est audacieux, mais propose une voie originale et innovante vers la création de richesse économique et sociale de notre milieu de même que d'emplois de qualité pour tous.

Le 21 avril 2015, l'Assemblée nationale du Québec adoptait la Loi 28 : Loi concernant principalement la mise en œuvre de certaines dispositions du discours sur le budget du 4 juin 2014 et visant le retour à l'équilibre budgétaire en 2015-2016. Québec confirmait de cette façon la nouvelle gouvernance municipale déjà annoncée en matière de développement local et dont la réorganisation avait pris forme au cours des mois précédents.

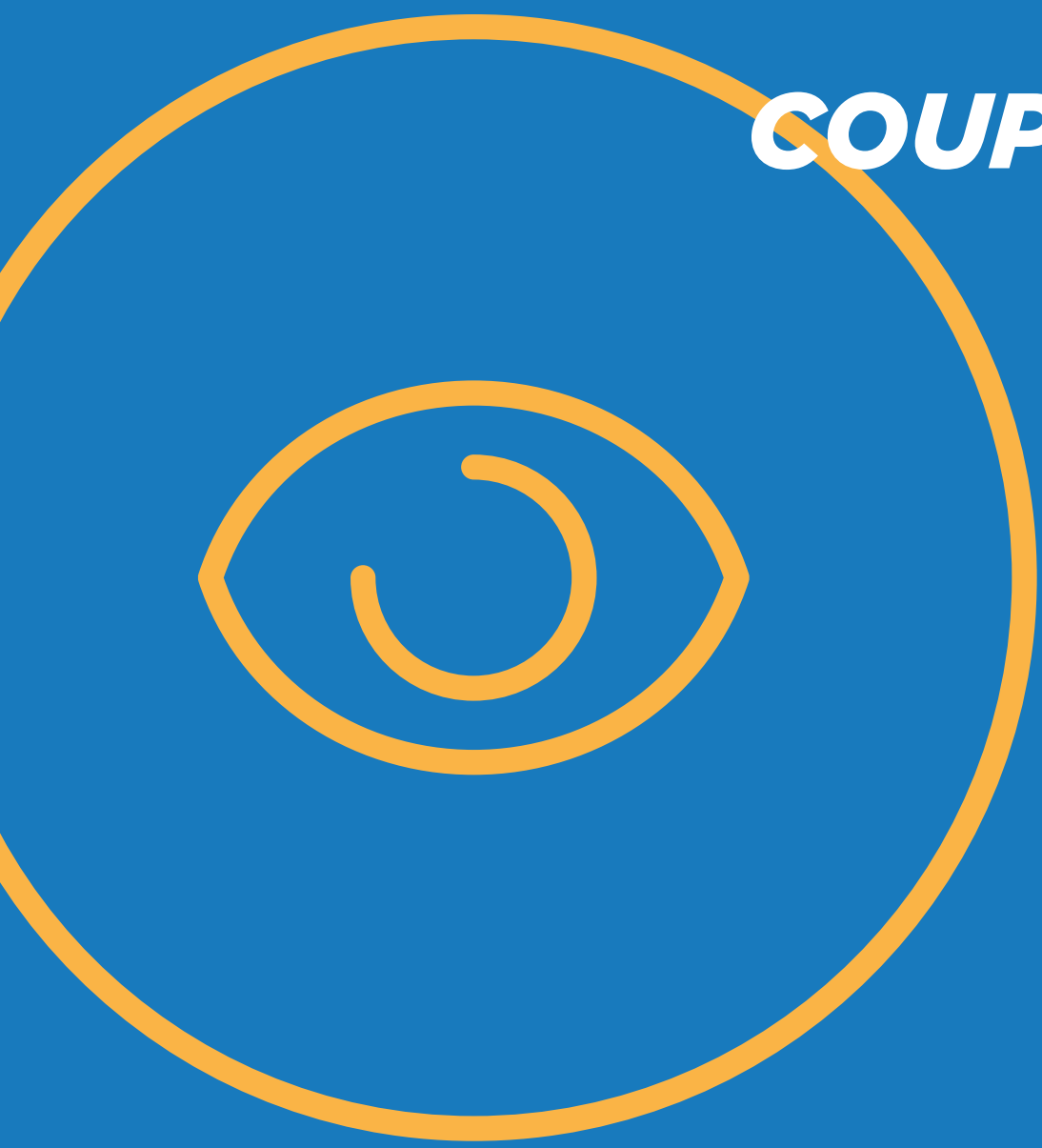
C'est dans ce contexte que les différentes organisations maskoutaines liées au développement économique ont entrepris, dès l'automne 2014 et sous l'initiative de la Ville de Saint-Hyacinthe, des discussions visant leur regroupement pour créer un nouvel organisme chargé du développement économique sur le territoire de la ville de Saint-Hyacinthe.

Ainsi, dès le 1<sup>er</sup> avril 2015, Saint-Hyacinthe Technopole a débuté ses activités et a amorcé une rapide période de transition. Cette nouvelle entité est issue de l'intégration dans la corporation de la Cité de la biotechnologie agroalimentaire, vétérinaire et agroenvironnementale, des actifs et des opérations de la Corporation de développement commercial et de Tourisme et congrès Saint-Hyacinthe. Pour la première fois de son histoire, Saint-Hyacinthe s'est dotée d'un outil de développement dont le mandat couvre désormais la globalité de ses activités économiques, à savoir l'industrie, le commerce et le tourisme.

Il s'agit donc de la toute première opération de planification stratégique de Saint-Hyacinthe Technopole dans sa forme actuelle. Elle est le résultat d'un rigoureux travail d'analyse et de réflexion réalisé par l'organisation et son équipe de permanents sur les priorités qui lui permettront d'atteindre, en collaboration avec ses partenaires, les objectifs liés à son mandat. Elle a été réalisée avec, en toile de fond, un contexte global où la compétition est féroce entre les différents pôles d'affaires et touristiques nationaux et internationaux et où les investissements sont de plus en plus mobiles.

SAINT-HYACINTHE  
TECHNOPOLE

***EN UN  
COUP D'OEIL***





# L'ORGANISATION

Saint-Hyacinthe Technopole est une corporation privée à but non lucratif incorporée le 1<sup>er</sup> avril 2015 en vertu de la Loi sur les compagnies du Québec - Partie III (L.R.Q., C.-38).

Elle est l'entité chargée du développement économique sur le territoire de la ville de Saint-Hyacinthe. Avec ses solutions d'affaires axées sur la réussite, elle est la porte d'entrée pour tous les projets industriels, commerciaux et touristiques réalisés sur son territoire.

L'organisation a pour mandat d'attirer de nouvelles entreprises sur le territoire de la ville de Saint-Hyacinthe, qu'elles soient industrielles, commerciales ou touristiques. De même, elle assure la promotion et le développement du tourisme de la région, notamment celui d'affaires.

Ainsi, l'une de ses principales tâches est de promouvoir la région maskoutaine auprès d'investisseurs potentiels. Elle travaille activement avec ceux-ci afin de faciliter leur implantation chez nous et d'assurer le succès de leur projet. Elle assume la gestion et le développement du parc technologique, la Cité de la biotechnologie agroalimentaire, vétérinaire et agroenvironnementale. De plus, à la suite d'un mandat attribué par la Ville de Saint-Hyacinthe, elle est responsable de la gestion et de la vente des terrains situés dans les parcs industriels.

L'organisation appuie aussi les entreprises déjà implantées dans les limites de la ville centre dans leurs projets de développement. Cela se fait à travers différents services tels que le montage financier ou encore l'accompagnement dans les différentes étapes liées à ces projets.

## MANDAT

- Travailler activement à l'implantation de nouvelles entreprises et institutions, autant industrielles, commerciales que touristiques, ou encore à la relocalisation ou à l'agrandissement de celles déjà existantes sur le territoire
- Participer à la création d'emplois sur le territoire de la ville de Saint-Hyacinthe grâce à la venue de nouvelles entreprises
- Promouvoir, développer et soutenir le parc technologique la Cité de la biotechnologie agroalimentaire, vétérinaire et agroenvironnementale de même que les parcs industriels du territoire de la ville de Saint-Hyacinthe
- Promouvoir, développer et soutenir la fonction commerciale sur le territoire maskoutain en favorisant un développement harmonieux des pôles et principaux axes commerciaux de la ville de Saint-Hyacinthe
- Assurer l'accueil, la promotion, le développement et le soutien du tourisme d'affaires et, de façon complémentaire, du tourisme d'agrément sur le territoire de la ville de Saint-Hyacinthe
- Promouvoir l'innovation et la recherche ainsi que les réalisations marquantes afin de faire rayonner la vitalité économique de Saint-Hyacinthe

# GOUVERNANCE

Saint-Hyacinthe Technopole est administrée par un conseil d'administration composé de onze (11) membres désignés de la façon suivante :

- Un (1) membre du conseil municipal de la Ville de Saint-Hyacinthe
- Deux (2) représentants du secteur commercial
- Deux (2) représentants du secteur industriel
- Deux (2) représentants du secteur touristique
- Quatre (4) représentants élus par les membres de la corporation pour leur expertise

Le conseil d'administration compte aussi deux (2) membres observateurs, à savoir le directeur général de la corporation ainsi qu'un représentant du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec.

Les administrateurs sont assistés, dans l'exercice de leurs fonctions, par trois comités consultatifs. Ceux-ci traitent des objets pour lesquels ils sont formés, conseillent les administrateurs sur les sujets qui sont de leur compétence et doivent lui faire rapport sur demande. Ces comités sont composés de la façon suivante :

## **Comité consultatif en développement industriel**

- Un (1) représentant de la Faculté de médecine vétérinaire de l'Université de Montréal
- Deux (2) représentants des institutions liées à la recherche et au développement ainsi qu'à la formation professionnelle (par exemple : Cégep, ITA, CRD Saint-Hyacinthe, etc.)
- Trois (3) représentants des entreprises industrielles (secteur privé), dont un provenant de l'industrie agroalimentaire, vétérinaire ou agroenvironnementale
- Deux (2) membres externes choisis pour leur expertise
- Un (1) membre du conseil municipal de la Ville de Saint-Hyacinthe

## **Comité consultatif en développement commercial**

- Un (1) membre du conseil d'administration de la SDC centre-ville
- Un (1) membre du conseil d'administration de L'Association des marchands des Galeries St-Hyacinthe inc.
- Un (1) représentant des commerçants du secteur Nord
- Trois (3) représentants des commerces de détail et des professionnels situés sur le territoire de la ville de Saint-Hyacinthe
- Deux (2) membres externes pour leur expertise
- Un (1) membre du conseil municipal de la Ville de Saint-Hyacinthe

## **Comité consultatif en développement tourisme et congrès**

- Un (1) représentant du secteur « Hébergement »
- Un (1) représentant du centre de congrès ou, à défaut, un deuxième représentant du secteur « Hébergement »
- Un (1) représentant d'Espace Saint-Hyacinthe
- Un (1) représentant du secteur « Activités touristiques »
- Un (1) représentant du secteur « Restauration »
- Un (1) représentant de la formation professionnelle liée au tourisme
- Deux (2) membres externes pour leur expertise
- Un (1) membre du conseil municipal de la Ville de Saint-Hyacinthe

# RESSOURCES HUMAINES





VISION

## MISSION

Assurer le développement économique de Saint-Hyacinthe par l'attraction de nouveaux investissements industriels, commerciaux et touristiques et contribuer à la croissance des entreprises déjà présentes sur le territoire

Saint-Hyacinthe Technopole est le leader du développement économique grâce à une équipe reconnue et engagée qui assure le rayonnement de son territoire

- › Leadership
- › Innovation et créativité
- › Service à la clientèle
- › Travail d'équipe

VALEURS ORGANISATIONNELLES

Saint-Hyacinthe  
Technopole

**On nourrit**  
de grands projets

- › Travailler activement à l'implantation de nouvelles entreprises et institutions, autant industrielles, commerciales que touristiques, ou encore à la relocalisation ou à l'agrandissement de celles déjà existantes sur le territoire
- › Participer à la création d'emplois sur le territoire de la ville de Saint-Hyacinthe grâce à la venue de nouvelles entreprises
  - › Promouvoir, développer et soutenir le parc technologique la Cité de la biotechnologie agroalimentaire, vétérinaire et agroenvironnementale, de même que les parcs industriels du territoire de la ville de Saint-Hyacinthe
  - › Promouvoir, développer et soutenir la fonction commerciale sur le territoire maskoutain, en favorisant un développement harmonieux des pôles et principaux axes commerciaux de la ville de Saint-Hyacinthe
- › Assurer l'accueil, la promotion, le développement et le soutien du tourisme d'affaires et, de façon complémentaire, du tourisme d'agrément sur le territoire de la ville de Saint-Hyacinthe
- › Promouvoir l'innovation et la recherche ainsi que les réalisations marquantes, afin de faire rayonner la vitalité économique de Saint-Hyacinthe

MANDATS

# CHAMPS D'INTERVENTION

## INDUSTRIE

## COMMERCE

## TOURISME

- Favoriser la prospection et l'accueil des investissements
- Contribuer au soutien, à la rétention et à l'expansion des entreprises
- Soutenir l'entrepreneuriat et le démarrage d'entreprise
- Offrir des services-conseils auprès des autorités publiques
- Favoriser la rencontre entre la communauté d'affaires, les autorités publiques et le milieu de vie
- Faciliter la mise en place de partenariats dans la communauté
- Être impliqué dans différents comités locaux et régionaux
- Assurer une vigie quant aux tendances des domaines industriel, commercial et touristique d'ici et d'ailleurs
- Animer le milieu et créer un sentiment d'appartenance et de fierté

- Faire rayonner l'image de marque de Saint-Hyacinthe en tant que Technopole en biotechnologie et en agroalimentaire
- Gérer le parc immobilier et construire des immeubles industriels pour des cas spécifiques
- Gérer les parcs industriels, densifier et valoriser les terrains et bâtiments
- Accompagner les projets d'agrandissement, d'investissement et d'innovation de nos clients
- Identifier et lancer des projets structurants pour la communauté industrielle

- Prendre en compte les attentes actuelles des citoyens et des nouveaux modes de consommation
- Réaliser des outils pour promouvoir la destination et informer les visiteurs, la population et les partenaires

- Identifier les tendances en matière d'aménagement et d'offre commerciale
- Favoriser la mise en place des conditions nécessaires à la vitalité des artères commerciales

- Développer le marché du tourisme d'affaires et offrir des services aux planificateurs de congrès et d'événements d'affaires
- Assurer la gestion et l'animation du lieu d'accueil de Saint-Hyacinthe
- Favoriser la concertation des organismes et entreprises concernés par la promotion de la destination auprès des visiteurs et de la population
- Représenter la destination à différentes activités spécialisées en tourisme d'affaires

# NOS SERVICES

Comme organisation de première ligne pour les gens d'affaires, Saint-Hyacinthe Technopole offre une gamme de services favorisant le succès des entreprises de nature industrielle, commerciale et touristique sur son territoire. Son équipe de professionnels détient une expertise reconnue et est à la disposition des investisseurs, des entrepreneurs et des organisateurs de congrès et d'événements à chacune des étapes de leurs projets.

## ACCOMPAGNEMENT STRATÉGIQUE

- › Identification des ressources et des opportunités d'affaires qui favorisent la réussite de même que la croissance des entreprises et de leurs revenus

## ESPACES INDUSTRIELS ET COMMERCIAUX

- › Recherche de terrains, de bâtiments, de locaux ou de places d'affaires pour implanter de nouvelles entreprises, qu'elles soient de nature industrielles ou commerciales
- › Fonds immobilier permettant à de nouvelles entreprises de devenir locataires d'un bâtiment ou d'un espace industriel développé spécifiquement pour leur projet

## SUPPORT À L'IMPLANTATION

- › Appui des conseillers à chacune des étapes de l'implantation d'un projet
- › Assistance dans les démarches auprès de toutes les instances, qu'elles soient publiques ou privées, impliquées dans le démarrage d'entreprises (financement, permis et réglementation, travaux, etc.)

## FINANCEMENT

- › Orientation vers les différentes sources de financement public et privé disponibles selon la nature des projets
- › Information sur les différents incitatifs fiscaux et financiers qui pourraient faciliter la réalisation d'un projet à Saint-Hyacinthe

## VEILLE STRATÉGIQUE ET INTELLIGENCE D'AFFAIRES

- › Identification de nouvelles opportunités de marché
- › Ciblage de partenaires d'affaires
- › Identification des tendances et données économiques permettant le développement des entreprises

## ACCUEIL D'INVESTISSEURS

- › Agenda d'affaires
- › Stratégie de réalisation de projets d'affaires

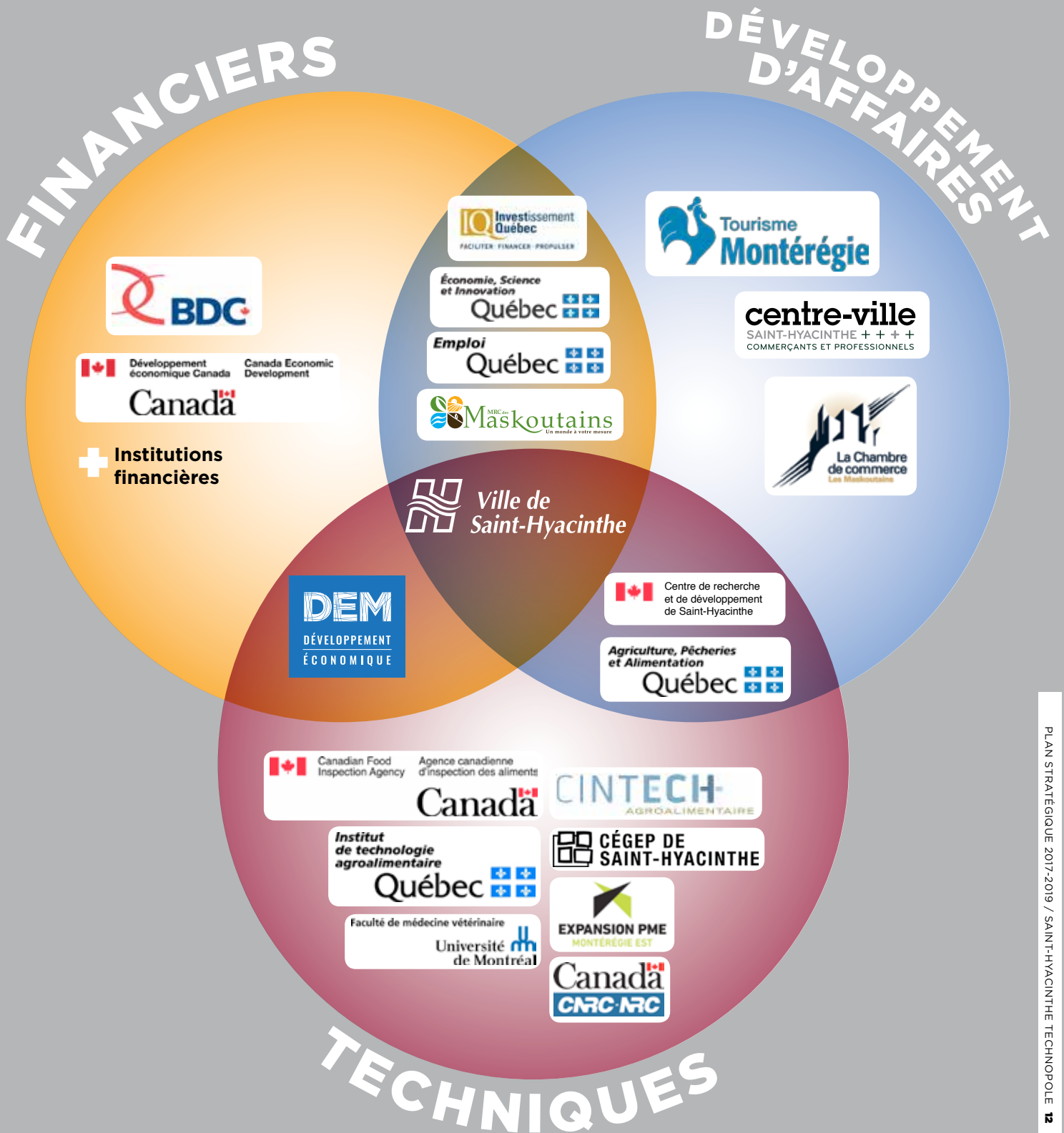
## SOUTIEN AUX ORGANISATEURS DE CONGRÈS ET D'ÉVÉNEMENTS

- › Aide dans la planification d'événements, que ce soit pour l'organisation logistique, la promotion ou encore pour l'accueil des congressistes et de leurs accompagnateurs

# NOTRE CLIENTÈLE

- Les entreprises (industrielles, commerciales ou touristiques) de Saint-Hyacinthe
- Les entreprises (industrielles, commerciales ou touristiques) de l'extérieur ayant un projet d'implantation ou de développement à Saint-Hyacinthe
- Les organisations, groupes ou individus ayant des projets structurants à Saint-Hyacinthe
- Les entrepreneurs en démarrage
- Les visiteurs (excursionnistes, touristes, congressistes et exposants)
- Les organisateurs de congrès et d'événements d'affaires
- Les entreprises et les organismes du territoire proposant une activité ou un service susceptible d'intéresser le visiteur
- La population
- Les autorités publiques

# NOS PARTENAIRES



# PARC IMMOBILIER

Saint-Hyacinthe Technopole est propriétaire de bâtiments qui servent de complexe d'accueil pour des entreprises émergentes spécialisées en agroalimentaire et en biotechnologie ainsi que du siège social situé au centre-ville de Saint-Hyacinthe

› **6 bâtiments** › **Valeur d'actifs de 20 millions de dollars**



## ■ Pavillon Saint-Hyacinthe Technopole

1000, rue Dessaulles (siège social)  
Année de construction : 1999  
Superficie totale : 9 300 pieds carrés  
Nombre de locataires : 2 (+ prop. occ)  
Pourcentage de location : 100 %  
Évaluation municipale : 1 177 200 \$



## ■ Pavillon Victor-Théodule-Daubigny

3405, boul. Casavant Ouest  
Année de construction : 2007 (agrandissement 2009)  
Superficie totale : 25 440 pieds carrés  
Nombre de locataires : 6  
Pourcentage de location : 87 %  
Évaluation municipale : 4 069 800 \$



## ■ Pavillons Édouard-Brochu A et B

4335 à 4375 et 4395 à 4415, av. Beaudry  
Année de construction  
Pavillon A : 2000 - Pavillon B : 2003 (agrandissement en 2011)  
Superficie totale : 41 263 pieds carrés  
Nombre de locataires : 8  
Pourcentage de location : 89 %  
Évaluation municipale : 4 857 200 \$



## ■ Édifice Natur+I XTD

2905, rue José-Maria-Rosell  
Année de construction : 2014  
Superficie totale : 18 163 pieds carrés  
Nombre de locataire : 1  
Pourcentage de location : 100 %  
Évaluation municipale : 2 294 200 \$



## ■ Édifice Zénith Lab

3000, rue José-Maria-Rosell  
Année de construction : en construction  
Superficie totale : 25 333 pieds carrés  
Nombre de locataire : 1  
Pourcentage de location : 100 %  
Évaluation municipale : à venir



LE CONTEXTE  
**ÉCONOMIQUE**



# CONTEXTE ÉCONOMIQUE GLOBAL

**2008 :** La crise financière américaine contamine rapidement l'économie mondiale. Comment faire autrement alors que la première économie de la planète adopte des mesures exceptionnelles afin de protéger son système financier sérieusement ébranlé par les pertes reliées à l'éclatement des valeurs immobilières (subprime).

L'Europe n'échappera pas à ce choc : finances précaires des pays du PIGS (Portugal, Italie, Grèce et Espagne), taux de chômage extrême en Espagne, quasi-faillite de la Grèce, manque de cohésion de la zone Euro avec une croissance économique inexistante, etc.

Toujours soutenus par des prix élevés pour les matières premières, les pays du BRIC (Brésil, Russie, Inde et Chine) affichent encore une croissance élevée, mais seront rattrapés plus tard par l'effondrement des prix qui suivent la courbe du prix du pétrole.

Pendant ce temps au Canada, l'économie s'en tire avec une récession et un taux de chômage accru, mais l'expansion revient rapidement grâce à la solidité du système financier canadien. Si l'ouest du pays est propulsé par le développement des ressources naturelles, l'est, quant à lui, traîne de la patte à cause de la concentration du secteur manufacturier en Ontario et au Québec.

**2016 :** Aujourd'hui, les rôles se sont inversés. Stimulé par la reprise économique américaine et supporté par un dollar canadien affaibli, le secteur manufacturier montre du tonus. Par contre, l'Ouest canadien souffre considérablement de l'effondrement des prix pétroliers et le chômage est en forte progression dans cette région.

Malgré des taux d'intérêt historiquement bas depuis plusieurs années, la quasi-absence d'inflation et l'écrasement du dollar canadien amorcé en 2014, le Canada affiche une faible croissance économique depuis plusieurs années ayant même traversé une courte récession technique fin 2015, début 2016. Plusieurs facteurs constituent des vents contraires pour l'économie canadienne : endettement élevé des ménages, population vieillissante, faible croissance de l'emploi et de la rémunération, faiblesse des investissements privés et publics, tout ça dans un contexte de faiblesse de l'économie mondiale. D'ailleurs, le FMI (Fonds monétaire international) a de nouveau abaissé ses perspectives de croissance économique mondiale le 12 avril dernier. Le FMI affirme que le PIB mondial devrait s'accroître de 3,2 % en 2016 et de 3,5 % en 2017, un niveau qu'il qualifie de « décevant ». Sa dernière prévision émise en janvier tablait sur une croissance de 3,4 % de la richesse mondiale en 2016.

# CONTEXTE ÉCONOMIQUE LOCAL

Résolument dépendant de sa performance à l'exportation, le Québec n'échappe pas aux conditions difficiles de marché à travers le monde. Outre les éléments identifiés précédemment qui affectent l'ensemble du pays, le Québec a aussi dû composer avec un gouvernement préoccupé par les finances publiques et qui a mis en place des mesures pour reprendre la maîtrise de ses leviers financiers.

Néanmoins, la Montérégie (grande région administrative qui comprend Saint-Hyacinthe) continue d'afficher des statistiques favorables depuis plusieurs années. Bénéficiant d'abord de la proximité de Montréal, la Montérégie affiche une croissance significative de sa population. L'économie y est diversifiée et les perspectives d'emploi dans de nombreux secteurs sont positives. D'ailleurs, le taux de chômage de cette grande région est largement sous la moyenne québécoise à 6,3% versus 7,5% pour la province et 8,4% pour Montréal.

La Grande région de Saint-Hyacinthe tire résolument son épingle du jeu et se place dans le peloton de tête en Montérégie en matière de création d'emplois. Tout secteur d'activité confondu, le territoire de la MRC des Maskoutains a connu un gain constant d'emplois dans la dernière décennie. Le recoupement des dernières données des recensements fédéraux disponibles en ce qui a trait au travail illustre une grande stabilité du marché de l'emploi à Saint-Hyacinthe. Ainsi, entre 2001 et 2011, le nombre total de personnes en emploi est passé de 39 675 à 43 525, soit un bond en avant de près de 10%. Les données du prochain recensement qui seront publiées dans les prochains mois devraient confirmer une nouvelle hausse. De la même façon, le taux de chômage dans notre région est passé de 6,3% en 2001 pour atteindre le seuil du plein emploi en 2011 avec 5,5 %.

## SAINT-HYACINTHE

19<sup>e</sup> ville du Québec par la taille de sa population, Saint-Hyacinthe présente des statistiques d'emploi similaires à celles de la région administrative de la Montérégie. La ville centre de la MRC des Maskoutains constitue un centre régional important et présente une économie bien diversifiée.

L'activité industrielle maskoutaine est dominée par le secteur agroalimentaire qui accapare 50% des emplois manufacturiers. Combinée à la production agricole, la transformation des aliments apporte une stabilité relative au secteur industriel. Habituellement, ce secteur manufacturier est moins affecté en période de ralentissement économique et inversement moins expansionniste en période de forte croissance. Toutefois, comme pour l'ensemble du secteur, l'avenir de cette industrie dépend de sa capacité à développer de nouveaux marchés d'exportation.

De 2010 à 2015 inclusivement, le secteur manufacturier a réalisé des investissements totaux de plus de un milliard de dollars. Ces investissements traduisent définitivement l'optimisme des dirigeants quant à l'avenir de la fabrication en sol maskoutain. Néanmoins, des défis se pointent à l'horizon, notamment, la disponibilité de terrains industriels de même que le recrutement de main-d'œuvre tant ouvrière que spécialisée.

Stratégiquement située en bordure de l'autoroute 20, Saint-Hyacinthe compte deux pôles commerciaux d'importance, le centre-ville qui comprend notamment le marché-centre ainsi que le pôle autoroutier incluant un centre d'achat régional.

Comme toutes les villes d'une certaine taille, Saint-Hyacinthe n'échappe pas au déplacement des activités commerciales en bordure des grands axes routiers. Toutefois, le secteur centre-ville présente un caractère à la fois historique, culturel et commercial distinctif. Le développement de deux pôles commerciaux distincts sur le même territoire constitue un défi alors que la population et le revenu disponible stagnent. De plus, la proximité de grands centres tels que le DIX30 génère des fuites commerciales appréciables. À cela s'ajoute le défi de compétitionner avec l'économie numérique où internet ne cesse de capturer une proportion croissante des dépenses.

Finalement, tant le secteur commercial que touristique ont été affectés par la fermeture de la principale infrastructure d'accueil pour les visiteurs qu'était l'Hôtel des Seigneurs en 2013. Le plus important centre de congrès et d'expositions à l'extérieur de Montréal et Québec était un puissant générateur de retombées économiques. Ne disposant d'aucun attrait touristique majeur permanent, Saint-Hyacinthe n'a pu compenser cette perte autrement. Non seulement cette fermeture a-t-elle entraîné la perte d'un grand espace de congrès mais également la perte de la plus grande capacité d'hébergement de la ville. Conséquemment, il est de plus en plus difficile d'attirer même des événements qui ne requièrent pas d'espace de congrès compte tenu de l'étroitesse de l'offre d'hébergement à proximité. Ce manque d'infrastructure sera toutefois comblé dans un avenir prévisible avec la construction annoncée d'un centre de congrès et d'un complexe hôtelier de plus de 200 chambres. L'entrée en opération du complexe est prévue pour l'automne 2017. Cette opération constitue néanmoins un défi d'importance pour Saint-Hyacinthe après une absence de plus de 4 ans sur le marché des congrès.



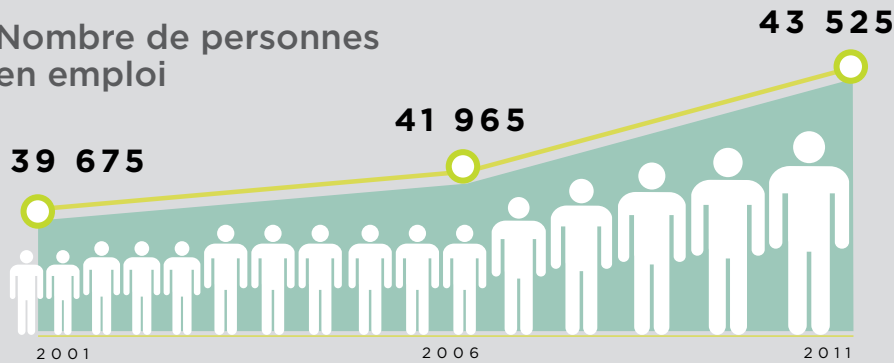
# PROFIL ÉCONOMIQUE 2015 DE SAINT-HYACINTHE

## L'EMPLOI

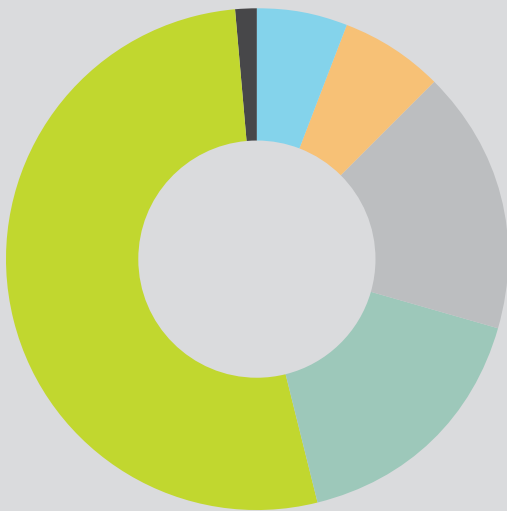
MRC DES MASKOUTAINS

\*Selon les dernières données du recensement disponibles

Nombre de personnes  
en emploi



Répartition de la population en  
emploi par secteur d'activité  
économique en 2011



Services	22 845 / 52,0%
Fabrication	7 355 / 16,9%
Commerce de gros et détail	7 300 / 16,7%
Construction	2 815 / 6,5%
Agriculture	2 635 / 6,0%
Autre	575 / 1,32%

\*source : Statistique Canada, Enquête nationale auprès des ménages de 2011

Taux de  
chômage



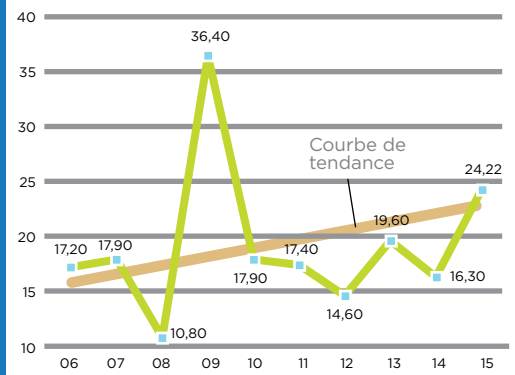
## VARIATION DE POPULATION

	Saint-Hyacinthe	MRC Des Maskoutains
Variation 2002 - 2016	3 288	6 423
Taux de croissance	6,4 %	8,0 %
% de la population	63,4 %	100 %

## LE SECTEUR COMMERCIAL

**24,2 M\$**  
d'investissements  
en 2015

(valeur totale des permis de construction)



**1 294**  
entreprises  
commerciales



**897**  
commerces de  
détail et de services  
à la personne



**397**  
bureaux



**5,6 millions**  
de pieds carrés  
de superficie  
commerciale



**90 %**  
taux d'occupation  
des espaces  
commerciaux  
(634 200 pieds carrés vacants)

# LE SECTEUR INDUSTRIEL

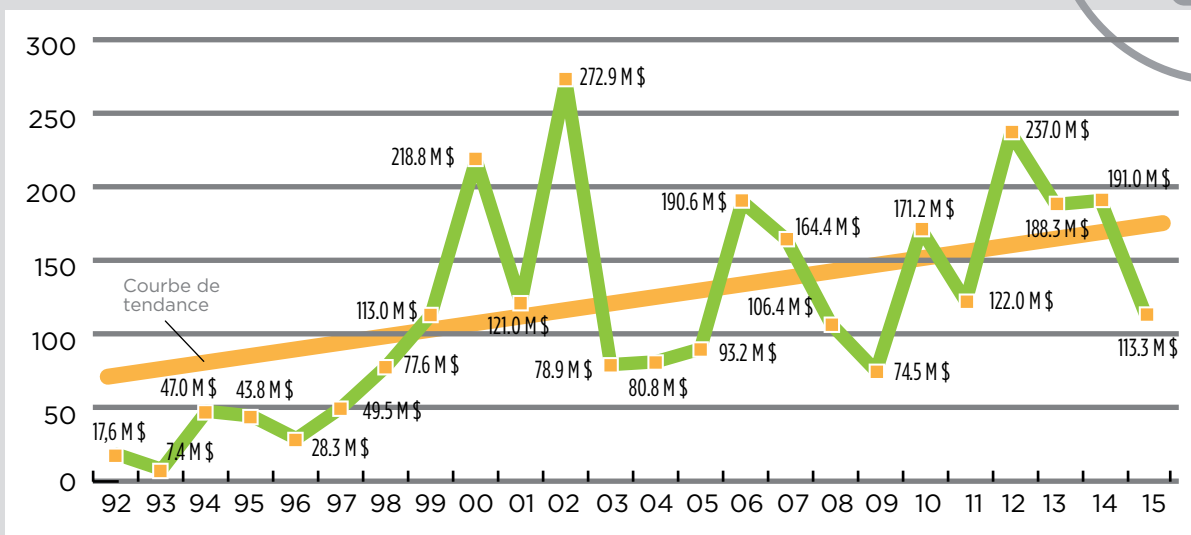
**NOMBRE  
D'ENTREPRISES  
MANUFACTURIÈRES**  
**212**

**NOMBRE  
D'EMPLOIS  
MANUFACTURIERS**  
**9 972**

## SECTEURS D'ACTIVITÉ MAJEURS

	Biotechnologie et agroalimentaire	Chimie - plastique
Entreprises :	75 / 35 %	26 / 12 %
Emplois :	6 122 / 61 %	782 / 8 %
Ratio emplois / entreprise :	81,62	30,07
Ratio moyen emplois / entreprise :	47,03	

**DE 1992 À 2015  
DES INVESTISSEMENTS DE**  
**2 829 656 510 \$**



# LE SECTEUR TOURISME ET CONGRÈS

## Congrès et événements de 50 nuitées et plus s'étant tenus à Saint-Hyacinthe

Année	Nombre total de nuitées	Nombre total de congrès et événements	Dépenses directes (1)
2015	2 248	16	460 840 \$
2014	3 556	20	761 140 \$
2013	15 016	64	3 415 296 \$
2012	28 636	96	7 107 010 \$
2011	25 721	105	6 285 856 \$
2010	25 228	106	4 749 984 \$
2009	24 464	109	4 555 944 \$
2008	22 327	107	4 396 980 \$
2007	21 383	98	4 129 848 \$
2006	24 994	106	4 719 096 \$
2005	27 388	107	4 379 820 \$

(1) Selon le barème de l'APCQ (Association des professionnels en congrès du Québec). Statistiques recueillies et compilées par Saint-Hyacinthe Technopole.

## Taux d'occupation moyen de la Grande région de Saint-Hyacinthe - Récapitulatif

Année	Taux d'occupation en pourcentage	Tarif moyen en \$
2015	60,23	97,87
2014	59,30	96,18
2013	48,31	92,32
2012	49,37	94,35
2011	46,82	97,23
2010	42,50	93,42
2009	44,56	92,94
2008	53,03	92,88
2007	53,10	86,01
2006	50,80	85,82
2005	51,80	N/D

## Le nombre de demandes reçues au Bureau d'information touristique

2015	5 060
2014	5 531
2013	6 596
2012	7 129
2011	7 775
2010	8 831
2009	9 307
2008	10 846
2007	13 415
2006	14 554
2005	15 813

## Fréquentation touristique

	Festivals / événements	Attraits
2015	249 938	32 797
2014	268 465	28 144
2013	258 017	24 018
2012	236 412	19 469
2011	253 179	13 284
2010	263 354	28 174
2009	233 594	26 471
2008	219 427	24 715
2007	232 412	23 542
2006	235 261	12 688
2005	270 827	19 026

# PRINCIPAUX **OBJECTIFS**



# PRINCIPAUX OBJECTIFS

## NOTRE OBJECTIF COMMUN

Refléter les valeurs de Saint-Hyacinthe Technopole, soit le leadership, l'innovation et la créativité, le service à la clientèle et le travail d'équipe

## SECTEUR COMMERCIAL

Promouvoir, développer et soutenir la fonction commerciale en valorisant l'expérience de vie urbaine, par un développement harmonieux des pôles et principaux axes commerciaux

## SECTEUR INDUSTRIEL

Soutenir et promouvoir le lancement, la croissance et l'implantation des entreprises de façon durable, efficace et intelligente. Gérer les parcs industriels, le parc technologique de la Cité de la biotechnologie agroalimentaire, vétérinaire et agroenvironnementale et le parc immobilier de Saint-Hyacinthe Technopole de façon optimale

## SECTEUR TOURISTIQUE

Développer et promouvoir le tourisme pour la région tout en accueillant et en informant les visiteurs dans le but d'augmenter les retombées économiques pour le milieu

# ENJEUX ET OPPORTUNITÉS DE CROISSANCE

## COMMERCE

### ENJEUX

- › Le taux élevé d'inoccupation des locaux commerciaux
- › Le ralentissement économique ne favorisant pas la consommation
- › Le clivage de plus en plus grand entre les riches et les pauvres influence les modes de consommation
- › Le manque d'intérêt ou de moyens de certains commerçants et propriétaires d'immeubles à rénover ou à améliorer leur image
- › Le surplus de l'offre commerciale par rapport à la demande dans plusieurs secteurs d'activités
- › Les fuites commerciales
- › La perturbation digitale, la force et la concentration du commerce électronique
- › La faible présence en ligne de nombreux commerçants
- › Les investissements requis par les commerçants indépendants afin de demeurer compétitif face aux grandes chaînes

### OPPORTUNITÉS

- › L'amélioration de l'expérience client, au travers d'une meilleure anticipation de leurs attentes
- › La disponibilité d'un bilan de l'offre et de la demande comme point de départ de l'analyse de l'armature commerciale
- › La densification du commerce de spécialité et de proximité au centre-ville et dans les quartiers
- › L'offre de terrains commerciaux vacants
- › La densification de la population comme vecteur de développement commercial
- › Le programme particulier d'urbanisme pour le centre-ville
- › La synergie entre le commerce, la culture, le divertissement et le tourisme

## INDUSTRIE

### ENJEUX

- › La pénurie d'espaces dans les parcs industriels et de terrains disponibles pour le développement
- › Le zonage agricole des terrains avoisinant le parc industriel Olivier-Chalifoux
- › Les restrictions à l'implantation des entreprises dans le parc technologique de la Cité de la biotechnologie agroalimentaire, vétérinaire et agroenvironnementale
- › La faible diversité du noyau industriel
- › L'insuffisance d'espaces de production de type C-1 ou conforme à la norme HACCP pour l'implantation ou l'expansion d'entreprises en agroalimentaire
- › La capacité financière limitée pour la construction de nouveaux bâtiments

### OPPORTUNITÉS

- › La renommée internationale de Saint-Hyacinthe comme pôle industriel et technologique
- › Le pouvoir d'attraction d'entreprises par les forces du milieu dans les secteurs de la biotechnologie et de l'agroalimentaire
- › Le fort taux d'expansion des entreprises locales
- › La possibilité de construire des bâtiments afin d'accroître le parc immobilier de Saint-Hyacinthe Technopole pour accueillir de nouvelles entreprises
- › La faiblesse du dollar canadien par rapport à la devise américaine favorisant la croissance des exportations
- › L'ouverture du marché européen grâce à l'Accord économique et commercial global (AECG)
- › L'augmentation du ratio d'occupation au sol des bâtiments industriels existants

# TOURISME

## ENJEUX

- › L'offre limitée d'activités et d'événements susceptibles d'intérêt pour le visiteur ou encore ayant une portée extraterritoriale
- › La faible offre d'activités et d'événements en période hivernale
- › Le nombre limité de chambres de catégorie 3 étoiles et plus disponible
- › Le budget et les ressources limités des attraits, activités, événements et entreprises pour développer et promouvoir leur produit à l'extérieur de la région
- › La forte concurrence en tourisme d'affaires sur le marché intra-Québec et l'absence d'infrastructures d'accueil en congrès pendant 4 ans
- › Un positionnement à définir pour la destination touristique qui rejoint à la fois le visiteur d'affaires et d'agrément
- › L'isolement de la Grande région de Saint-Hyacinthe quant à l'accessibilité de la Route verte du Québec – piste cyclable

## OPPORTUNITÉS

- › L'offre de nouvelles infrastructures d'accueil majeures en tourisme d'affaires de retour à Saint-Hyacinthe à l'automne 2017
- › La relocalisation du Bureau d'information touristique dans un lieu qui recevra un nombre considérable de visiteurs annuellement
- › La révision de la politique des lieux d'accueil du Québec, en réponse aux besoins des visiteurs, avec une utilisation accrue des technologies
- › La mobilisation et l'intérêt des organismes du milieu économique, des entreprises et de la population quant à l'ouverture du nouveau Centre de congrès
- › La valeur du dollar américain incitant les vacanciers à demeurer au Québec
- › La faiblesse du dollar canadien pouvant affecter de façon positive la venue de congressistes américains

LES CHOIX  
***STRATÉGIQUES***





## SERVIR :

### ASSURER LE LEADERSHIP EN MATIÈRE D'ACTIVITÉ COMMERCIALE

*L'activité commerciale constitue une base tangible de l'économie de Saint-Hyacinthe. Elle permet à celle-ci de se démarquer de sa périphérie et d'offrir à ses quartiers une meilleure qualité de vie.*

#### MESURE :

#### **Promouvoir et mettre en valeur l'expertise-conseil et assurer une prestation de service de qualité**

- Supporter les partenaires internes et externes
- S'assurer d'une bonne connaissance du terrain et des commerçants
- Identifier les besoins en matière de croissance commerciale
- Comprendre les enjeux des clients et aller au-delà des besoins exprimés
- Développer des outils de gestion répondant aux besoins de la clientèle



#### MESURE :

#### **Développer des partenariats stratégiques afin d'accroître la reconnaissance du commerce de détail**

- Multiplier les occasions de coopérer avec des organismes en mesure de contribuer à la mise en valeur du commerce et de l'achat local
- Participer à la concertation des forces vives du milieu
- Représenter Saint-Hyacinthe Technopole au sein de divers organismes ou comités

#### MESURE :

#### **Communiquer les informations pertinentes sur le marché et sur les meilleures pratiques en matière d'activité commerciale**

- Développer des outils de communication : guide des meilleurs pratiques, pochette de prospection, outils web, répertoire des commerçants, locaux vacants, géolocalisation, etc.

## DÉVELOPPER :

### METTRE À PROFIT L'EXPERTISE PERMETTANT DE SOUTENIR UNE OFFRE COMMERCIALE ÉQUILIBRÉE DANS LE RESPECT DES MILIEUX DE VIE

*L'analyse de l'armature commerciale permet de dégager une vision globale des besoins des entreprises locales, de diversifier l'offre, de stimuler les investissements, de favoriser l'achat local, d'améliorer le pouvoir d'attraction, de limiter les fuites commerciales et de rentabiliser les investissements publics.*

MESURE :

#### **Favoriser le recrutement de projets commerciaux**

- Recruter, accueillir et conseiller les promoteurs et investisseurs susceptibles d'influer sur la structure commerciale

MESURE :

#### **Analyser le comportement du consommateur**

- Procéder à une veille sur les tendances en matière de comportement du consommateur

MESURE :

#### **Contribuer à consolider l'armature commerciale**

- Dégager une vision commune de notre territoire
- Caractériser et planifier des pôles et des artères de développement commercial
- Promouvoir un mode de développement urbain bonifiant mutuellement le secteur résidentiel et commercial
- Développer une charte du développement commercial et de l'offre de bureau



# DÉVELOPPER :

## MISER SUR LE DÉVELOPPEMENT DU PARC TECHNOLOGIQUE LA CITÉ DE LA BIOTECHNOLOGIE AGROALIMENTAIRE, VÉTÉRINAIRE ET AGROENVIRONNEMENTALE

*La Cité de la biotechnologie est, depuis quelques années, l'un des moteurs du développement économique de Saint-Hyacinthe. Ce parc technologique a généré d'importants investissements et permis la création de nombreux emplois de haut niveau. Il a, de plus, donné à notre région un rayonnement national et international sans précédent et lui a conféré un pouvoir exceptionnel d'attraction d'investissements directs étrangers.*

MESURE :

### Accélérer l'implantation de nouvelles industries

- Promouvoir le parc technologique
- Cibler des entreprises ayant des projets d'implantation

MESURE :

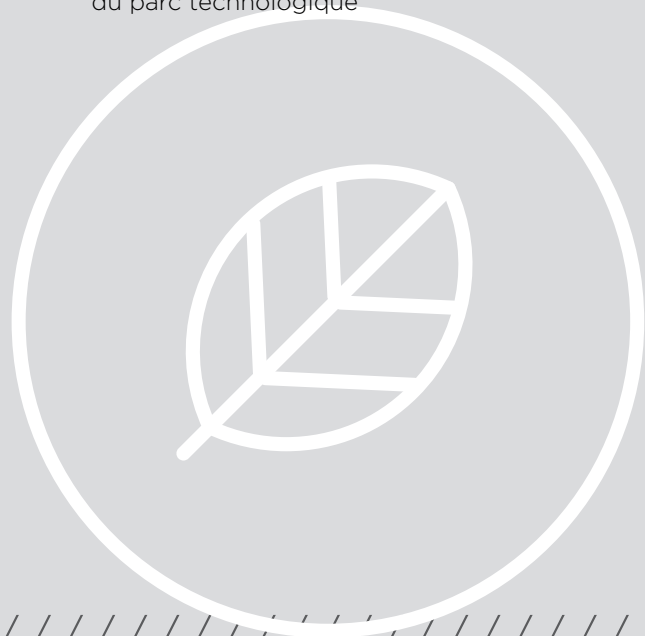
### Animer le milieu aux niveaux scientifiques et d'affaires

- Susciter des liens entre les centres de recherche et de formation et les entreprises
- Contribuer à l'augmentation d'applications industrielles des projets de recherche et développement
- Planifier un développement équilibré et durable du parc

MESURE :

### Consolider la reconnaissance de notre leadership en biotechnologie

- S'impliquer dans des événements avec les partenaires et multiplier les rencontres de maillage
- Stimuler le sentiment d'appartenance des résidents du parc technologique



## ATTIRER : CIBLER ET PROSPECTER DE NOUVELLES ENTREPRISES

*Convaincre de nouvelles industries de s'implanter à Saint-Hyacinthe permet de générer de la richesse économique et créer de nouveaux emplois. Cela contribue à l'attraction de nouveaux résidents et supporte l'accroissement de l'activité commerciale et des revenus fonciers pour notre territoire.*



MESURE :

### Élaborer un plan de prospection nationale

- Cibler les créneaux prioritaires
- Adapter l'approche de prospection en fonction des catégories d'entreprises
- Accroître la notoriété de Saint-Hyacinthe Technopole au niveau québécois
- Utiliser de façon optimale les réseaux de contacts nationaux

MESURE :

### Élaborer un plan de prospection internationale

- Entretenir et bonifier les alliances stratégiques internationales
- Utiliser de façon optimale les réseaux de contacts internationaux
- Cibler les entreprises des créneaux porteurs
- Intensifier les efforts sur les marchés prometteurs

## GÉRER :

### OPTIMISER LE PARC IMMOBILIER

*Le programme de construction sur mesure de nouveaux bâtiments pour les industries en implantation est fort attractif. Il constitue une offre qui différencie fortement notre région par rapport aux autres pôles technologiques et d'affaires. Il faut profiter pleinement de cette force et en mitiger les risques.*

MESURE :

#### Élaborer une stratégie de développement

- Évaluer le portefeuille immobilier (risques, baux, options)
- Déterminer les objectifs de construction et de mises en chantier
- Identifier les secteurs d'activité prioritaires et les critères de sélection des projets
- Évaluer une stratégie de financement (public - privé)
- Établir une vision de développement pour chaque bâtiment



MESURE :

#### Entretenir les bâtiments

- Structurer la gestion des locataires
- Planifier un fonds de prévoyance
- Structurer la gestion des immeubles

MESURE :

#### Développer des projets structurants

- Analyser la faisabilité technique et financière d'un bâtiment multilocatif pour la transformation alimentaire
- Analyser la faisabilité technique et financière d'une cuisine technologique

## GÉRER :

### DÉVELOPPER LES PARCS ET LES ESPACES INDUSTRIELS DE FAÇON OPTIMALE

*Les parcs industriels sont très importants pour leur effet levier sur la qualité des emplois offerts, le dynamisme commercial et le niveau de vie des citoyens.*

MESURE :

#### Densifier les activités sur le territoire

- Recenser des opportunités de densification pour les terrains et bâtiments
- Initier des collaborations avec le secteur privé pour densifier les parcs
- Solutionner les cas problématiques (taux d'occupation au sol de moins de 30 %)

MESURE :

#### Créer des espaces industriels additionnels

- Préparer un argumentaire pour soutenir l'importance de la modification de zonage (agricole à industriel)

MESURE :

#### Développer des projets endogènes

- Faciliter la croissance des entreprises de Saint-Hyacinthe (expansion, modernisation et innovation)
- Assurer une présence auprès des entreprises, animer le milieu
- Promouvoir l'innovation en procédés et produits
- Collaborer avec les partenaires économiques



## DÉVELOPPER :

### METTRE À PROFIT L'EXPERTISE PERMETTANT DE SOUTENIR UNE OFFRE TOURISTIQUE DISTINCTIVE

*Le succès d'une destination touristique passe par la connaissance de son milieu, la concertation des partenaires dans une vision commune, l'existence et la pertinence d'activités prioritaires autour desquelles se développe une offre distincte et attractive.*

MESURE :

#### Relancer le tourisme d'affaires

- Orienter, participer et partager notre expertise avec les différents comités de travail
- Identifier dans le milieu les individus et entreprises susceptibles de devenir des ambassadeurs de la destination
- Coordonner un comité de concertation des principaux acteurs

MESURE :

#### Dresser le portrait de l'industrie touristique maskoutaine

- Suivre l'évolution des résultats de la région, les comparer avec les données de la Montérégie et du Québec et ressortir les tendances et les enjeux
- Se munir d'un portrait des partenaires touristiques pour contribuer à l'élaboration du plan marketing
- Connaître la provenance, les dépenses et les activités des visiteurs de la région et ainsi mieux orienter nos stratégies
- Dresser le bilan des retombées générées par les congrès et événements
- Faire le portrait des visiteurs et des demandes pour adapter les actions et services si nécessaire
- Définir et mesurer les indicateurs clés de nos actions promotionnelles

MESURE :

#### Assurer un rôle-conseil auprès des partenaires touristiques

- Assurer une veille des meilleures pratiques
- Permettre aux partenaires de connaître les dernières tendances du marché touristique et d'adapter leurs produits et services

MESURE :

#### S'assurer d'une prestation de service de qualité pour le visiteur

- Identifier les activités, événements et services susceptibles d'intéresser le visiteur afin d'élaborer des expériences qui répondront aux besoins des clientèles
- Saisir les opportunités de partenariat et contribuer à la concertation des organismes du milieu
- Développer une vision commune du positionnement de la destination

# PROMOUVOIR :

## POSITIONNER LA GRANDE RÉGION DE SAINT-HYACINTHE COMME DESTINATION TOURISTIQUE

*Le tourisme est une vitrine exceptionnelle pour assurer le rayonnement de la Grande région de Saint-Hyacinthe de même que pour maintenir et développer sa notoriété. La promotion est le véhicule privilégié pour diffuser l'offre et les expériences proposées.*

### MESURE :

#### Se munir d'outils adaptés aux besoins des clientèles et des activités de représentation

- Définir les objectifs et les cibles
- Établir les marchés et clientèles cibles
- Identifier les éléments du positionnement, soit les atouts de notre offre, le positionnement des concurrents et les attentes du visiteur
- Identifier les outils pour joindre les marchés et les clientèles cibles
- Identifier les réseaux, les publications et les salons dans lesquels la région souhaite être visible
- Produire un plan marketing touristique triennal

### MESURE :

#### Élaborer des partenariats avec les acteurs touristiques du territoire

- Identifier de nouvelles façons de financer les outils et les actions promotionnelles pour la destination
- Favoriser la concertation entre les partenaires touristiques pour bonifier la visibilité de la destination
- Évaluer les critères de visibilité des partenaires dans les outils promotionnels de la destination



# ACCUEILLIR :

## ASSURER LE LEADERSHIP EN MATIÈRE D'ACCUEIL DES VISITEURS

*Élaborer une stratégie d'accueil permet à une destination de proposer aux visiteurs un accueil novateur, de créer des expériences mettant en vedette l'offre touristique pour ainsi prolonger le séjour et augmenter la clientèle excursionniste et de court séjour.*

MESURE :

### Définir et mettre en place le nouveau bureau d'information touristique (Espace accueil)

- Collaborer avec la Ville de Saint-Hyacinthe pour l'aménagement de l'Espace accueil
- Convenir de la vision et de la mission de ce nouvel espace
- Déterminer les facteurs critiques de succès

MESURE :

### Sensibiliser le personnel de première ligne à l'importance de l'accueil des visiteurs dans la création d'une expérience client

- Évaluer les besoins des visiteurs
- Prévoir les outils d'accueil
- Augmenter la connaissance de l'offre touristique maskoutaine

## CONTRIBUER: PARTICIPER À LA MISE EN OEUVRE DE PROJETS STRUCTURANTS

*Saint-Hyacinthe Technopole exerce son leadership au profit de différents projets en incitant les différents acteurs du milieu à se mobiliser autour d'un objectif commun, celui de trouver des façons de stimuler et d'appuyer collectivement l'activité commerciale, industrielle et touristique, de même que l'expérience de vie urbaine.*

MESURE :

### **Bonifier la stratégie d'accueil des entrepreneurs et des promoteurs**

- Mettre en place une structure d'accueil de projets en partenariat avec la Ville de Saint-Hyacinthe

MESURE :

### **Comité de coordination du tourisme d'affaires**

- Former le sous-comité commerce, culture, divertissement et tourisme
- Identifier les principaux enjeux et opportunités
- Développer un plan d'action mettant en valeur l'offre commerciale, culturelle, de divertissement et touristique
- Doter le milieu d'un outil de veille commerciale, culturelle, de divertissement et touristique

MESURE :

### **Chantier centre-ville**

- Participer à l'analyse et au diagnostic de la SDC centre-ville
- Dégager une vision commune du développement du centre-ville par tous les acteurs intéressés
- Tracer le bilan de l'offre et de la demande de stationnement du centre-ville
- Participer au comité de pilotage du chantier du 1555 Marché public

MESURE :

### **Participer au développement de notre image de ville intelligente**

- Faire un diagnostic du territoire en matière de gestion intelligente
- Identifier de meilleures pratiques de gestion intelligente
- Identifier des opportunités d'amélioration de notre offre informatique, principalement en ce qui concerne l'accessibilité aux services en ligne pour les promoteurs

MESURE :

### **Renforcer notre positionnement vert**

- Contribuer à développer les partenariats avec la Ville de Saint-Hyacinthe et le secteur privé
- Contribuer à la politique de reboisement et d'embellissement de la ville, de façon plus particulière des zones industrielles et commerciales
- Sensibiliser les entreprises aux normes de certification LEED et les inciter à y adhérer
- Privilégier des entreprises écoresponsables



## RAYONNER :

### DÉVELOPPER UNE IMAGE DE SAINT-HYACINTHE TECHNOPOLE COMME LEADER DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET COMME DESTINATION D’AFFAIRES ET DE TOURISME

*En augmentant sa visibilité et sa notoriété auprès de sa clientèle cible, Saint-Hyacinthe Technopole solidifiera ses bases comme principal outil de développement économique sur le territoire maskoutain, augmentera l’efficacité de ses actions auprès du milieu d’affaires local et maximisera les retombées de ses efforts de prospection d’investissements commerciaux, industriels et touristiques.*

MESURE :

#### **Promouvoir les services, les orientations et les actions de Saint-Hyacinthe Technopole**

- Maintenir un lien constant avec les clients et les partenaires de l’organisation
- Développer des outils promotionnels sur l’offre de service et l’expertise de l’organisation
- Assurer la diffusion des résultats de l’organisation
- Étendre la présence de Saint-Hyacinthe Technopole sur les réseaux sociaux

MESURE :

#### **Valoriser l’argumentaire présentant les avantages concurrentiels de Saint-Hyacinthe en matière de prospection d’investissements et de visiteurs**

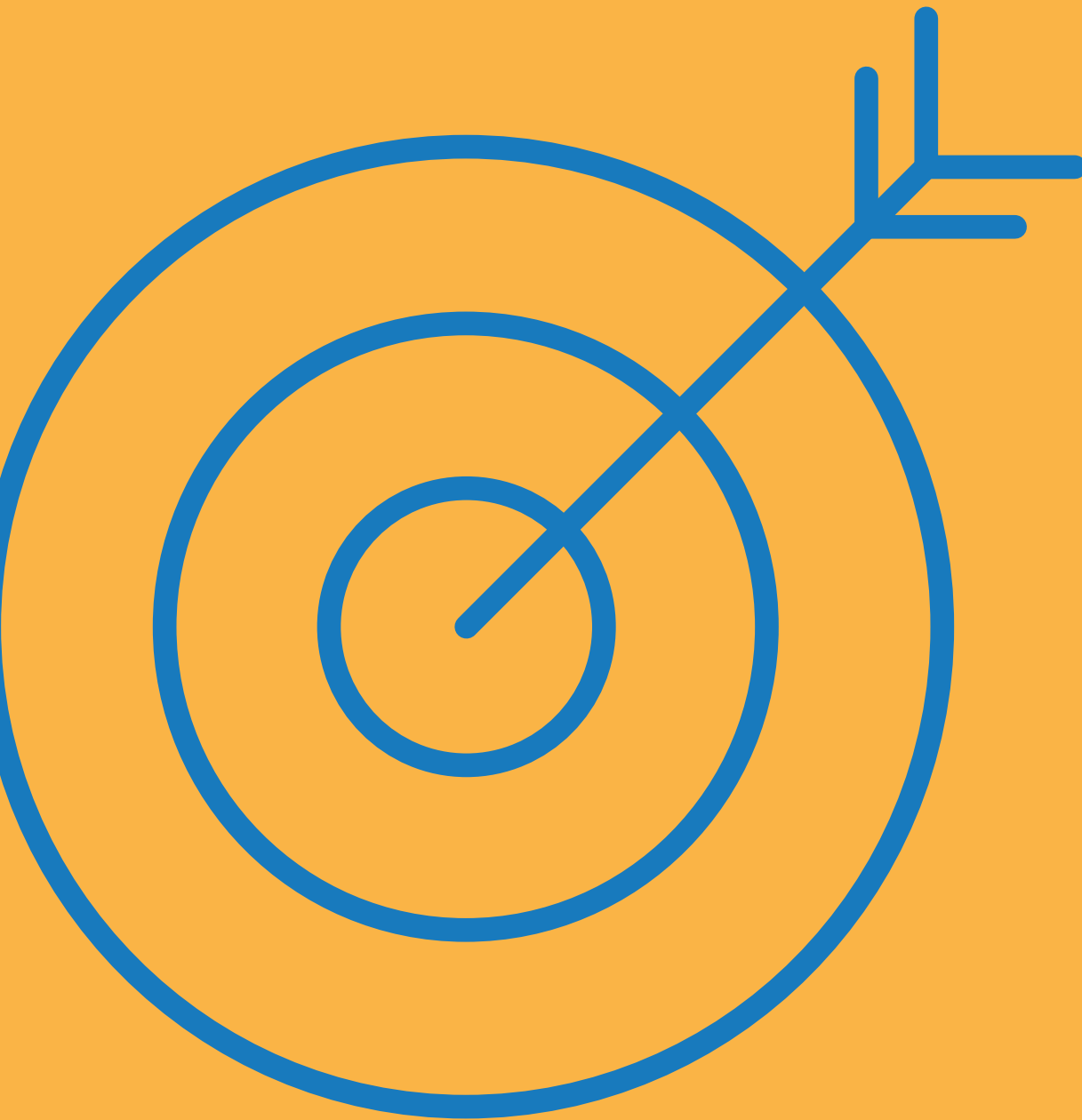
- Développer un coffre à outils adapté aux objectifs de promotion et de prospection

MESURE :

#### **Intensifier les actions marketing sur les marchés ciblés afin de maintenir la notoriété de Saint-Hyacinthe au niveau national et international**

- Réaliser une série d’opérations de presse aux niveaux régional et national
- Maintenir la visibilité et la participation de Saint-Hyacinthe Technopole sur les réseaux internationaux ciblés
- Assurer une cohésion avec les partenaires du milieu dans leurs efforts de promotion de la région
- Développer la capacité de diffusion des outils web

RÉSULTATS  
**ATTENDUS**



- › Une affirmation du leadership de Saint-Hyacinthe Technopole
- › Une structure d'accueil de projets efficace et performante
- › Un milieu habité d'un sentiment d'appartenance et de fierté
- › Une expertise accrue en matière de développement

## INDUSTRIE

- › Le maintien de la notoriété de Saint-Hyacinthe en tant que Technopole mondiale en biotechnologie et en agroalimentaire
- › L'attraction et l'implantation d'entreprises nationales et internationales
- › La croissance du parc immobilier de Saint-Hyacinthe Technopole de façon durable et soutenable
- › La densification des parcs industriels et la valorisation des terrains et des bâtiments
- › La concrétisation de projets d'agrandissement, d'investissement et d'innovation dans les entreprises
- › Le lancement de projets structurants pour la communauté industrielle

## COMMERCE

- › L'amélioration de la qualité de vie dans les quartiers, de l'image et de la vitalité commerciale de la ville
- › Une expérience de vie urbaine distincte
- › Un achalandage accru et des ventes additionnelles
- › Une veille permettant de mesurer l'évolution et les tendances de l'activité commerciale
- › Une augmentation du taux de branchement des commerces
- › Une réduction du taux de vacance des places d'affaires
- › Une combinaison optimale de commerces qui répond mieux aux besoins des résidents, travailleurs, étudiants et visiteurs
- › De nouveaux résidents qui s'installent dans la ville

## TOURISME

- › L'augmentation de la notoriété de la destination
- › Une industrie touristique performante, innovante et durable qui agit comme un levier économique pour le milieu maskoutain
- › Un positionnement enviable dans les destinations régionales en tourisme d'affaires au Québec
- › Une population et des entreprises ambassadrices de l'offre touristique disponible sur le territoire
- › Une diversité d'expériences en toutes saisons générant une augmentation de la clientèle excursionniste et de courts séjours

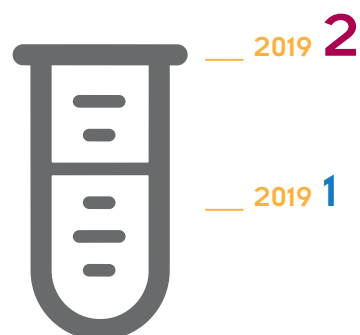
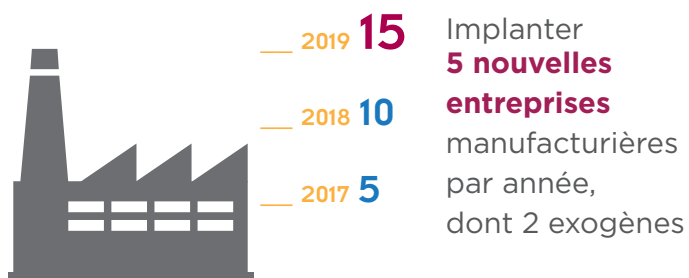
# INDICATEURS DE PERFORMANCE



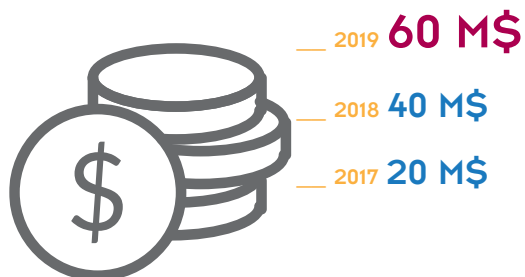
Créer **500 nouveaux emplois** manufacturiers par année



Maintenir un niveau d'investissement manufacturiers de **150 M\$ par année**



Implanter **2 nouvelles entreprises** dans la Cité de la biotechnologie agroalimentaire, vétérinaire et agroenvironnementale d'ici 2019



Maintenir un niveau d'investissements commerciaux de **20 M\$ par année**

*\*Excluant les investissements liés au nouvel hôtel et centre de congrès*

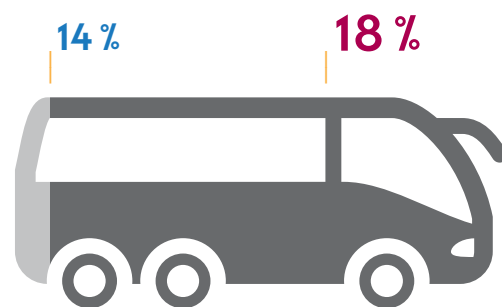


Avoir un taux d'occupation des établissements commerciaux **supérieur à 90 %**



Franchir le cap  
du **1 000 000**  
**de visites-personne\***

Visite réalisée par un voyageur (touriste et excursionniste), dont le lieu de résidence est situé à plus de 40 km de la destination.



Augmenter la part des **touristes**  
de 14 % à **18 %\***

Visiteurs d'une nuit ou plus qui ont utilisé de l'hébergement commercial ou privé.



Avoir un taux d'occupation  
des établissements hôteliers  
**supérieur à 5 %** de la moyenne  
provinciale\*



Atteindre une augmentation  
de **10 % l'achalandage**  
des attraits et événements  
touristiques (grand public)\*

Accueillir, sur une base annuelle,  
**80 congrès et événements** de  
40 nuitées et plus\*



\*Dans la grande région de Saint-Hyacinthe

# ANNEXE



# DÉCLARATION DE SERVICES

La déclaration de services aux citoyens, aux entreprises, aux organismes et aux visiteurs démontre l'engagement de Saint-Hyacinthe Technopole à répondre aux demandes et aux questions de ses clientèles avec courtoisie et rapidité. Cette déclaration est affichée, tant à la réception de l'organisme que sur Internet.

## NOS SERVICES

Comme organisation de première ligne pour les gens d'affaires, Saint-Hyacinthe Technopole offre une gamme de services favorisant le succès des entreprises de nature industrielle, commerciale et touristique sur son territoire. Son équipe de professionnels détient une expertise reconnue et est à la disposition des investisseurs, des entrepreneurs et des organisateurs de congrès et d'événements à chacune des étapes de leurs projets.

## NOS OBJECTIFS POUR DES SERVICES DE QUALITÉ

- Offrir un service courtois et respectueux en faisant preuve de politesse et en écoutant avec attention les besoins exprimés;
- Assurer un accès facile à nos services en offrant plusieurs modalités d'accès soit par téléphone, courrier postal, électronique ou Internet
- Fournir des renseignements clairs et concis
- Diriger rapidement le client vers le bon intervenant et le guider efficacement dans ses démarches
- Traiter toute demande avec diligence
- Faire preuve de transparence, d'équité et d'impartialité dans le traitement des demandes
- Assurer la protection des renseignements dans le respect des lois en vigueur.

## NOS ENGAGEMENTS À VOTRE ÉGARD

### Au téléphone

- Lors de l'accueil téléphonique, faire en sorte que l'interlocuteur se nomme dès le début de la conversation
- Lorsque vous accédez à une boîte vocale :
  - Offrir la possibilité de parler à quelqu'un, durant les heures ouvrables;
  - Rappeler dans la journée ouvrable suivante.

### À nos bureaux

- Saluer les clients dès leur arrivée, utiliser le vouvoiement, limiter le temps d'attente, adopter la langue de l'interlocuteur et sourire
- Faire en sorte que vous soyez accueillis par une personne en mesure de recevoir votre demande ou de vous diriger vers le bon intervenant
- Afficher et respecter les périodes d'ouverture, s'assurer que les lieux sont toujours propres et que les équipements sont en bon état, assurer un approvisionnement adéquat de la documentation
- Répondre adéquatement aux demandes exprimées par les visiteurs, donner des indications routières complètes et fiables, vérifier une information douteuse, connaître son milieu et les sources d'information à sa disposition et en maximiser leur utilisation.

## PAR COURRIER POSTAL ET ÉLECTRONIQUE

### Demandes d'information

- Adressées par courriel :
  - Transmettre un accusé de réception électronique dans un délai de deux jours ouvrables
- Adressées par courrier ou télécopieur :
  - Faire parvenir un accusé de réception dans un délai de cinq jours ouvrables

L'accusé de réception peut contenir la réponse attendue dans les cas simples comme la transmission d'informations générales. Dans les cas plus complexes, une réponse vous est expédiée dans un délai de douze jours ouvrables. Si, pour des raisons indépendantes de notre volonté, nous ne pouvons respecter ce délai, nous vous en informerons aussitôt.





# INVESTIR/STH



[st-hyacinthetechnopole.com](http://st-hyacinthetechnopole.com)



[info@st-hyacinthetechnopole.com](mailto:info@st-hyacinthetechnopole.com)



1000, rue Dessaulles  
Saint-Hyacinthe, QC



450 774-9000 • 1 877 505-1246



Saint-Hyacinthe  
Technopole

