

DEMANDE
DU GROUPE ETNA, COOPÉRATIVE DE SOLIDARITÉ

DANS LE CADRE D'UN

**« PROJET-PILOTE D'ATTRACTIVITÉ, DE RECRUTEMENT, DE FORMATION
ET DE QUALIFICATION D'UNE MAIN D'ŒUVRE PROFESSIONNELLE EN TOURISME
NORDIQUE FAISANT CARRIÈRE EN MINGANIE & BASSE-CÔTE-NORD »**

**EN VUE D'UNE PRISE EN CHARGE COLLECTIVE
DE L'INDUSTRIE DU TOURISME SUR LES 50^{ième} & 51^{ième} PARALLÈLES NORD-CÔTIERS
(COMMUNAUTÉS INNUES ET COLLECTIVITÉS QUÉBÉCOISES TRAVAILLANT ENSEMBLE)**

**PROJET-PILOTE TRIENNAL PRÉSENTÉ
AUX MRC DE LA MINGANIE ET DU GOLFE-SAINT-LAURENT**



15 Mars 2021

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION :	p. 3
PRÉSENTATION, MISSION, VISION ET SERVICES DU GROUPE ETNA :	p. 4
DES FAITS CONSTATÉS (24 OBSERVATIONS) :	p. 6
REGARDS SUR LA FORMATION PROPOSÉE DANS LE PROJET-PILOTE :	p. 10
EFFETS DU PLACEMENT, DU RECRUTEMENT vs IMPORTANCE DE L'APPROCHE DE FORMATION :	p. 13
FORMULATION DE LA DEMANDE AUX DEUX MRC AUXQUELLES S'ADRESSE LE GROUPE ETNA :	p. 15
DES CHIFFRES :	p. 16
ANNEXES :	<ul style="list-style-type: none">- Plan d'affaires (février 2021)- Dossier « Données »- Articles pertinents

Le Groupe ETNA, une coopérative et
⇕
∞ un chantier d'économie sociale ∞

INTRODUCTION

Depuis 2016, un groupe de personnes œuvrant en tourisme sur la Côte-Nord, consultants, gestionnaires et praticiens de l'industrie, se penche sur l'importante question de la main d'œuvre tout en notant le phénomène de la dévitalisation de nombreux villages, d'une part, et l'expansion, d'autre part, du bassin de population des communautés autochtones, analysant la situation des municipalités faisant partie des deux MRCs (Minganie et Golfe-Saint-Laurent) et de la Première Nation Innue, laquelle a aussi emprunté le chemin de la prise en charge de cette industrie émergente.

Ainsi naissait en 2018 le Groupe ETNA, initialement enregistré sous la dénomination de *Groupe d'Études et d'Enseignement en Tourisme Nordique des Nations* (autochtones et allochtones). Institué comme Coopérative de solidarité à but non lucratif, l'organisme parle dorénavant d'*Études et d'Essor en Tourisme Nordique* sur le territoire côtier au nord du 50^{ième} parallèle. L'ETNA, symbole on ne peut plus vivant de feu & d'activité, a dès le début établi des liens entre la Nation Innue et les collectivités acadiennes, québécoises et terre-neuviennes établies depuis le milieu XIX^{ième} siècle sur le Littoral; ETNA vise une prise charge, coopérative et en toute complémentarité, de cette industrie qui requiert des bases solides et des connaissances approfondies du territoire, certes, mais aussi de ses tendances, des bonnes pratiques de son fonctionnement et des différents métiers (connaissance des pratiques indiquées dans l'ensemble des professions); ensemble d'éléments du savoir, tous susceptibles d'ouvrir la porte pour nombre d'individus à faire carrière dans ce domaine.

Pour ce faire, en respectant les réalités prévalant au niveau des collectivités (l'esprit nord-côtier, le niveau d'instruction, le sentiment d'appartenance et taux de chômage), il ne convient pas de devoir s'exiler pour bénéficier d'une formation appropriée conduisant à des emplois durables en une industrie qu'on souhaite durable également, en développant l'attrait d'un tourisme multi-saisonnier. Le concept de formation préconisé par le Groupe ETNA favorise la mixité présentielle sur le territoire.

Au printemps 2020, le Groupe qui jusqu'alors avait été soutenu par des dons et des centaines d'heures de travail bénévole, encouragées par la vision et la foi du chargé de projet initial, lui-même soutenu par un comité provisoire, ETNA franchissait un nouveau pas avec l'arrivée de nouveaux membres et l'élection d'un premier conseil d'administration. En avril 2020, un protocole d'entente était enfin signé avec le *Chantier de l'Économie sociale* qui, par le biais de son *Programme de Préparation à l'Investissement* (aide fédérale), accordait au projet un soutien financier de 78 100,00 \$ sur un projet total de 97 570,00 \$. Objectif d'un tel apport complété par des remises en argent effectuées par les collaborateurs et d'un espace de bureau offert par la Coopérative de solidarité en tourisme équitable: que le Groupe ETNA, en phase de prédémarrage, développe plus à fonds son projet, crée des alliances avec diverses institutions autochtones et régionales, acquérant du même coup les équipements et une technologie de base pour fonctionner et ainsi passer à la phase de démarrage en planifiant ses actions prioritaires pour les années 2021 à 2024. Ce qui fut fait!

Aujourd'hui en ce mois de mars 2021, le projet-pilote est prêt à se concrétiser afin qu'en bénéficient les communautés et collectivités des régions côtières prioritairement visées. D'où la présente demande soumise aux élus des *MRC de la Minganie et du Golfe* pour la finalisation d'ententes à conclure et un prompt début des activités prévues au programme. Le printemps 2021 étant visé en vue de résultats concrets lors de la sortie des finissants de la première cohorte¹ à l'été 2022

Les membres du conseil d'administration du Groupe ETNA sont conscients que sans le soutien financier des MRC (lesquelles on souhaite voir couvrir un pourcentage substantiel du projet triennal), le projet-pilote risque de ne pas se concrétiser alors que le Groupe lui-même s'offre à collaborer à la formation (en tout ou en partie aux côtés des CSS, de Serv.-Qc et des MRC dans le cadre de la Session A). Le Conseil juge toutefois importants qu'il y ait équilibre au niveau des apports de façon qu'en 2024, entre 75 à 90 recrues issues des communautés québécoises et autochtones Innus soient au travail et favorisent l'épanouissement socio-économique régional, en plus du leur, en toute complémentarité.

¹ Cohorte débutant fin septembre/début octobre. Donc, phase de recrutement à lancer prestement et cohésion à promouvoir.

PRÉSENTATION

Le Groupe ETNA (Études et enseignement en tourisme nordique des nations) est une coopérative de solidarité à but non lucratif fondée en 2018 axée sur l'essor & le rayonnement de l'industrie touristique sur la Côte-Nord, débutant avec une phase d'expérimentation novatrice en Minganie & Basse-Côte-Nord.

MISSION

Avec les membres du Groupe ETNA, coopérative de solidarité et avec les communautés du milieu, susciter les partenariats et les actions nécessaires afin de former et fournir aux entreprises et organismes touristiques de la Côte-Nord, *les ressources humaines* nécessaires au développement à travers des services de planification, d'encadrement, de recrutement, de référencement et/ou de placement et de soutien, une approche d'enseignement adapté et un coaching approprié. Le tout dans un contexte d'un tourisme réellement durable pour les communautés québécoises et innues avec tous les défis des prochaines années : post-pandémie, rareté des ressources humaines et changements climatiques.

La base de notre coopérative de solidarité, le Groupe ETNA, sont les entités de notre milieu dans le contexte des spécificités du tourisme nordique et maritime de la région administrative 09, plus particulièrement au nord du 49e parallèle et du Golfe du Saint-Laurent, incluant l'île d'Anticosti.

Le Groupe ETNA entend donc regrouper les acteurs du milieu dans le but qu'ils se soutiennent collectivement afin de répondre à la première condition de succès du tourisme : les ressources humaines, si vitales aux opérations des entreprises et aux expériences touristiques authentiques permettant de différencier et positionner éventuellement la Côte-Nord sur les marchés nationaux et internationaux comme une destination de choix.

VISION

Nous sommes donc une organisation de la CÔTE-NORD tournée à 100% vers les RESSOURCES HUMAINES EN TOURISME et qui vise à devenir **LA référence sur la Côte-Nord**.

SERVICES

En complémentarité avec les autres joueurs de l'industrie et souvent en partenariat, l'ETNA souhaite être un acteur visant à combler la pénurie de main-d'œuvre et travailler pour que les entreprises actuelles et futures progressent, attirent de nouvelles clientèles rendant davantage concrète la notion de « destination touristique » qu'est la Côte-Nord. Pour atteindre cet objectif, nombre de témoignages, d'ateliers, d'observations, indiquent qu'il convient de se pencher en premier lieu sur les ressources humaines comme premier élément requis pour assurer la pérennité des entreprises actuelles mais surtout pouvoir soutenir l'immense potentiel de développement touristique de notre région.

Groupe ETNA, coopérative de solidarité, est une organisation qui regroupe des membres et partenaires de l'industrie touristique de la Côte-Nord. Ce secteur de l'économie offre un excellent potentiel de développement dans chacune des sous-catégories du tourisme :

- *La restauration/gastronomie;*
- *L'hébergement;*
- *L'événementiel;*
- *Les transports;*
- *Les attractions (ex : musée, centre d'interprétation);*
- *Les activités (ex : canotage, excursions, tours guidés);*
- *Les services connexes (ex : Bureaux d'information touristique, agence de voyages réceptive).*

Nos services se regroupent sous trois (3) catégories :

1. Encadrer

Par ses activités de concertation, d'animation, de mise en valeur des métiers et professions entre autres et de soutien aux entreprises et organismes par la coordination d'une offre de **formations adaptées** en collaboration, avec les Centres de services scolaires, le CREA, les Cegeps et les universités, l'ETNA verra à faire le pont entre les réalités vécues par ses membres et les communautés pour que des formations reconnues soient offertes aux **travailleuses/travailleurs et entrepreneurs (es) actuel(le)s/futur(e)s** et aux autres clientèles intéressées à faire carrière en tourisme sur la Côte-Nord et ce, en tenant compte des spécificités des territoires et des communautés. Par surcroît, ces formations devront être adaptées aux différentes clientèles.

2. Recruter

La valeur ajoutée d'ETNA est de connaître précisément les besoins en main d'œuvre des entreprises touristiques et d'anticiper les besoins futurs dans la région nordique unique qui comprend également le Golfe Saint Laurent. Avec cette connaissance pointue, nous serons en mesure d'orienter **les employés** résidents de la région, du Québec et même de l'étranger à venir y travailler en tourisme et/ou à s'y former et pourquoi pas, démarrer leur propre entreprise.

Bref, basé sur la réalité du tourisme, en collaboration avec les organismes voués à emploi de la région et à l'accueil des immigrants, nous nous assurerons d'être la courroie de transmission efficace afin de combler les attentes de part et d'autre.

Anticipant également les besoins en développement de l'offre touristique, ETNA suscitera également de l'intérêt régional, national et international auprès **d'entrepreneurs/investisseurs** aptes à participer au développement durable de notre région. Toujours en partenariat avec les organismes économiques dont les MRC de la région.

3. Structurer

Le tourisme en Côte-Nord représente déjà un secteur dynamique engendrant des centaines de millions de dollars en retombées directes et des centaines d'emplois, quoique répartis inégalement dans la région et souvent saisonniers. Cela étant dit, plusieurs études et constats² font état de l'énorme potentiel d'un développement durable de la région par la mise en place de nouvelles expériences et de nouveaux accès au territoire, en reconnaissant les particularités de ce territoire unique.

Tourisme Côte-Nord, les MRCs, Tourisme Québec et de nombreuses autres organisations sectorielles au Québec ont la responsabilité de soutenir le développement en tourisme. Cependant, nous constatons que l'ETNA offre une perspective de développement de l'industrie touristique nordique complète, intersectorielle et interculturelle, répondant à des initiatives privées ou locales incorporant une vision optimale des besoins et des potentiels réels.

ETNA, en amont du développement de l'offre touristique avec les communautés, va permettre de **dégager les grandes priorités** locales et régionales et **orienter** les entrepreneurs/organisations touristiques/communautés vers des actions réalistes, rentables et durables. Sur le modèle des créneaux d'excellence dans certaines régions du Québec. La valeur ajoutée d'ETNA consiste encore une fois à l'acquisition de connaissances hautement stratégiques conjuguant les tendances en tourisme avec le potentiel réel de la région pour ensuite recruter et soutenir des entrepreneurs/investisseurs aptes à répondre aux potentiels identifiés et actualisés régulièrement. Les organisations territoriales et sectorielles en tourisme présentes dans la région se chargent ensuite de la mise en œuvre et du support.

² Entre autres, 2 sondages tenus à 2 ans d'intervalle, spécifiquement sur les besoins relatifs aux métiers du tourisme dans la région

« Le tourisme étant un secteur d'exportation de premier plan et un important pourvoyeur, d'emplois, l'Organisation mondiale du tourisme faisait valoir en 2019 la nécessité d'une croissance responsable ». « Le moment est venu de faire une place centrale au tourisme dans les politiques de développement mondial et de lui assurer une plus grande reconnaissance politique pour qu'il se produise un impact sensible en cette Décennie d'action qui s'ouvre (2020 – 2030) ». – OMS 2019

Le secteur de l'Emploi en tourisme au Québec, ce sont

« 420 000 travailleurs dans l'industrie touristique (2018) » – Source : ministère du Tourisme du Québec

« Plus de 9% des emplois générés par l'économie québécoise et 12,2 % de toutes les entreprises (2018) »

« 30 159 entreprises liées à l'activité touristique dont plus des deux tiers se situent à l'extérieur des régions de Québec et de Montréal et son majoritairement des petites entreprises (82,4 % ont moins de 20 employés) » Source : ministère du Tourisme du Québec.

Des faits constatés, connaissances et observations notées au cours des 15 dernières années dans la région visée (priorité Minganie & Basse-Côte-Nord) sur lesquels a été élaboré le projet-pilote du Groupe ETNA :

1. Taux de chômage élevé dans nombre de communautés. Une façon de vivre particulière sur ce plan.
2. Autochtones et allochtones coopérant rarement ensemble sur le plan du tourisme;
3. Retard notable de certaines régions de la Côte-Nord en matière de développement touristique (situation particulière s'appliquant aux régions Basse-Côte-Nord³ & Minganie (à l'exception de l'attrait que constitue la Réserve de Parc national de l'Archipel des Îles-de-Mingan (profitable pour la rétention touristique à Longue-Pointe-de-Mingan et à Havre-Saint-Pierre), de la destination Natashquan et du défi de rouler jusqu'au bout de la route...), la chose prévalant aussi en ce qui a trait aux services de restauration et d'hébergement distinctifs par rapport aux autres régions du Québec maritime : Charlevoix, Haute-Côte-Nord, Bas-Saint-Laurent, Gaspésie, Îles-de-la-Madeleine.
4. La destination Anticosti suscitant touristiquement de plus en plus d'engouement aux yeux des québécois et de la clientèle internationale, en plus du volet chasse & pêche déjà fort prisées.
5. Une propension à ne considérer localement la saison estivale que comme seule saison touristique valable sur la Côte;
6. Manque de confiance et/ou hésitation apparente (retenue notable observée) au chapitre de l'entrepreneuriat local en tourisme (sauf quelques rares personnes qui ont osé aller de l'avant et qui souvent avaient les connaissances, les études, les moyens ou l'expertise pour le faire);⁴

³ Fréquentation touristique reliée presque uniquement au transport maritime (re. Desserte hebdomadaire du *Bella Desgagnés* laissant peu de retombées dans le milieu en termes de séjour, si ce n'est le volet « excursions », le temps de l'escale du navire, et le pôle Est de Blanc-Sablon et de Bonne-Espérance où l'occupation touristique saisonnière profite de la proximité des attraits et produits du Labrador et du lien quotidien maritime et aérien avec Terre-Neuve.

⁴ **Importante note au niveau de l'entrepreneuriat (à susciter pour la prise en charge de l'industrie du tourisme).** On peut comprendre aisément que l'esprit d'entrepreneuriat qui pourrait régner en certaines collectivités de la Minganie et possiblement aussi en Basse-Côte-Nord est ici plus faible qu'ailleurs au Québec (si on compare par exemple à la réputation de la région de Charlevoix, de Lanaudière, de la Gaspésie & des Îles et du Bas-Saint-Laurent en matière de tourisme ainsi que de Chaudière-Appalaches). C'est que, jadis, sur les 50^{ième} et 51^{ième} parallèles nord-côtiers, traditionnellement, la pêche était l'activité première de tel et tel villages qui, historiquement, avaient été fondés pour se tirer d'affaires avec ce moyen de subsistance qui est toujours d'actualité. Ce furent des communautés de pionniers où ceux qui se sont fait pêcheurs ont vite répondu à l'offre d'employeurs, de capitaines ou d'acheteurs de poissons et fruits de mer (pensons aux compagnies jersiaises et aux usines de ..

7. Un clivage – qu'on le veuille ou non – ressenti entre les communautés des Premières Nations et les collectivités québécoises (ex. On ne réfèrera pas nécessairement aux visiteurs un produit touristique autochtone, cette carence collaborative pouvant s'appliquer dans un sens comme dans l'autre alors que l'on se trouve dans une région où vivent deux < voire trois...> sociétés distinctes méritant d'être fréquentées pour l'authenticité et la diversité des produits et des expériences touristiques que l'on y trouve, dans la mesure où elles sont offertes avec qualité et de façon sécuritaire *Une formation interculturelle s'impose. De même une pleine connaissance des produits et services touristiques existants dans la région par tous les travailleurs du tourisme dans les MRC de Minganie & du Golfe;*
8. Des visiteurs voyageant par eux-mêmes débarquant sur un quai ou dans une aérogare et bien souvent laissés à eux-mêmes (clientèle éventuelle qui mériterait certainement d'être accueillie et pilotée avec professionnalisme et connaissance (exception faite de certaines municipalités dotées d'un bureau d'information ou d'accueil touristique / exception faite également des services d'excursions et d'agence réceptive fournis par la Coopérative de Solidarité en tourisme équitable, Voyages CoSte, agence que le chargé de projet au Groupe ETNA a initiée);
9. Absence courante de personnel autochtone dans nombre d'établissements et services touristiques à l'Est de la Ville de Sept-Îles, alors que le bassin de main d'œuvre est potentiellement là (formation donc définitivement requise), ceci s'ajoutant à la réserve observée chez nombre d'employeurs de se prévaloir des services de travailleurs autochtones pour des raisons se rapportant à la constance et la ponctualité (motifs souvent évoqués) – situation à laquelle une formation appropriée et la prise en considération d'expériences nouvellement effectuées pourraient certainement remédier);
10. Manque flagrant de connaissances chez les répondants et souvent chez des personnes en poste (travaillant de près ou de loin à l'industrie touristique) sur les divers aspects propres à la région mais qui sont néanmoins d'intérêt touristique : faune, flore, géologie, inter-culturalisme (souvent biaisé selon le/la témoinant/e consulté/e), sentiers et sites à découvrir, produits et services touristiques disponibles, attraits, activités de la semaine, éléments propres à la région des villageois et membres des communautés auxquels le public visiteur peut naturellement être porté à s'adresser. Noter que le Groupe ETNA est au courant de ces expériences et prône l'offre de conférences ouvertes à tous et non seulement aux étudiants inscrits;

Suite de la note de bas de page précédente /poissons et mammifères marins que la Côte a eu sur son territoire), le gagne-pain de leur famille s'en trouvant assurée pendant une partie de l'année. D'autre part, on sait qu'à Havre-Saint-Pierre, chef-lieu de la Minganie (tout comme c'est le cas d'une autre municipalité en amont), la Réserve nationale de Parc-Canada de l'Archipel des Îles-de-Mingan, en plus d'être un bon employeur, a suscité le développement de bateliers (bateaux d'excursion) et divers autres services qui répondent à la demande pour aller visiter les Îles, faisant généralement de bonnes affaires. De même, alors que la mine de Fer et Titane (maintenant Rio Tinto) génère beaucoup d'emplois (tout comme à Sept-Îles et Port-Cartier où les compagnies minières et l'Aluminerie Alouette constituent de très gros employeurs), Hydro-Québec et son méga-chantier hydro-électrique de la Rivière Romaine auront permis à des centaines de personnes de combler nombre de besoins en main d'œuvre et en personnel spécialisé au cours des dernières années. Grand bien ce fut! De plus Havre-Saint-Pierre jouit du potentiel d'emploi que les services de la MRC, de la municipalité, de la Commission scolaire (comme c'est le cas à Chevery et à Blanc-Sablon) et bien d'autres organisations de services publics représentent. Il demeure donc compréhensible que la tradition du « compter sur autrui » et/ou de bénéficier d'une garantie d'emploi a pu être de mise bien que d'intéressantes initiatives aient été mises sur pied, certaines en tourisme (chalets, hébergement, gîtes et services de restauration) en certains lieux mieux nantis, dotés d'aéroport et capables d'accueillir des navires de croisières. Avouons toutefois que la coutume est solidement ancrée à ce niveau tout comme nombre de personnes en Minganie ont la presque certitude qu'ils obtiendront un emploi en tourisme, été après été, du simple fait que l'habitude d'être engagés comme guides ou en d'autres métiers du tourisme peut être considérée à tort ou à raison comme un acquis. C'est alors qu'on doit se poser la question suivante : À quoi bon suivre une formation si on est sûr d'obtenir un emploi estival sans la suivre? Or, dans le projet-pilote du Groupe-ETNA, après des années d'observation, de participations à des événements où la problématique de la main d'œuvre en tourisme était évoquée, il est dorénavant question de « faire carrière en tourisme », c'est-à-dire d'être accrédité pour obtenir un emploi valable en ce domaine sur 7 à 10 mois par année plutôt que de travailler à une tâche qu'on peut aimer combler en belle saison, sachant qu'on obtiendra le nombre requis d'heures pour se qualifier à l'assurance-emploi tout le reste de l'année pour se la « couler douce » sinon vivre de l'air du temps avec tous les petits plaisirs que la vie peut offrir. Il y a donc une sérieuse réflexion à faire pour que les employeurs et associations ou corporations touristiques en viennent à décider d'exiger à partir de telle année (ex., dans le cas du projet-pilote ici soumis, à partir du moment où la 2^{ième} cohorte d'étudiants en tourisme nordique finira ses cours, ce qui serait le cas en 2023 comme il fut planifié), d'exiger donc une attestation ou une diplomation comme le Groupe ETNA souhaite faire reconnaître en matière de polyvalence acquise en tourisme nordique sur son propre territoire). Une sérieuse réflexion à faire dans le cadre de la table ad-hoc devant être sous peu relancée sous l'égide du bureau régional de Services-Québec. C'est ainsi qu'on devient cohérent!

11. Méfiance en certains milieux face à des idéologues, concepteurs ou consultants ayant la passion du tourisme. Nombre d'idées émises répondant à une vision différente et qui sont vite considérées à première vue comme irréalisables aux yeux de locaux alors qu'il ne peut être question que de différences générationnelles et/ou de bonnes ou mauvaises expériences vécues par les critiques, à des moments qui n'ont peut-être rien à voir avec la situation. De telles réactions peuvent répondre à des jugements préconçus (fait notable dans toute petite collectivité face à des nouveaux venus occupant trop vite une place susceptible de déranger certaines parties)⁵;
12. Plusieurs produits et services touristiques, le plus souvent localisés à l'Est de Sept-Îles manquant visiblement de professionnalisme, d'observation de normes de qualité ou de sécurité (sauf exceptions, bien sûr);
13. Manque de connaissance chez les non-Innus (québécois) quant à l'histoire et à la culture Innu en plus d'une méconnaissance des produits et sites touristiques développés ou planifiés par eux. L'inverse est aussi possible;⁶
14. Problématique du recours à l'assurance-emploi (visée par la plupart des gens sur la Côte) dès que le nombre d'heures ou de semaines de travail est atteint, ceci causant des problèmes sérieux aux entreprises prêtes à poursuivre la saison en plus de limiter éventuellement le développement de produits hivernaux ou la continuité de services touristiques qu'il serait bon d'offrir après telle ou telle date de fin d'été; toute considération étant alors exclue par le prestataire à l'effet que l'industrie du tourisme requiert des activités d'évaluation, de préparation, de réflexion, consultations et de promotion à la suite d'une saison ou en préparation de la suivante (un manque de personnel découle de cet état de fait pour la planification d'une clientèle à venir, d'un événement ou d'une saison à préparer);
15. Des services touristiques établis sur place n'ont pas toujours joui d'une bonne réputation à servir ceux et celles qui auraient pu constituer leur clientèle touristique. Furent entre autres notés : des manquements dans le retour des appels, un traitement des dossiers et des demandes qui n'en finissent pas, un sentiment d'avoir affaire à des entreprises qui ne répondent pas bien à ce qu'une clientèle qui a beaucoup voyagé peut s'attendre. Or, le problème découle, dans la très grande majorité des cas, à une surcharge du personnel en place, elle-même causée par un manque de personnel formé et en nombre suffisant.
16. Autre état de fait rapporté par le Bureau régional de Services-Québec : « Malheureusement, même si on indique que le meilleur moment pour offrir les formations est à la fin de la saison (saison touristique estivale), lorsque ces formations sont offertes, les employés d'été (profitant de l'assurance-emploi ou pour toute autre considération) refusent d'y participer car leur emploi saisonnier est terminé »⁷;

⁵ On observe ce genre d'attitudes ou de réflexions, tout à fait humaines, chez des personnes qui n'ont guère voyagé et qui n'ont pu voir tout ce qui se fait ailleurs en matière de développement et de variétés dans les produits et services touristiques développés ailleurs. Le changement souhaité peut être progressivement géré par des conférences de sensibilisation publique, le visionnement de documentaires avec une animation appropriée et à travers une campagne de promotion éclairée sur le plan de la psychologie de l'auditoire, du lecteur ou du téléspectateur. Lors d'une allocution de Paul Arseneault, alors directeur de la Chaire de Tourisme Transat, prononcée lors d'un Forum de Tourisme Duplessis, il y a nombre d'années, celui-ci affirma (lu sur son Power Point) que « Nous sommes les pires juges de notre offre touristique, parce que nous prétendons connaître les go

⁶ Le tronc commun (session A) inscrit dans la proposition de formation du Groupe ETNA vise à changer cet état de fait qui sans être général reste passablement répandu.

⁷ Le concept de carrière doit être développé au lieu de celui d'un simple emploi saisonnier qui provoque un roulement effarant de personnel au sein d'une seule et même entreprise, d'où une perte de temps et d'efficacité nombre de fois déclarées. D'autre part, il est connu que des individus savent et pensent qu'ils obtiendront leur emploi d'été même sans avoir suivi quelque formation que ce soit. Comme solution, il n'y a pas d'autre alternative que de s'assurer que les membres du Groupe ETNA, de Voyages CoSte et de Tourisme Côte-Nord à l'Est de la rivière Moisie, n'accepteront dorénavant que des employés formés en tourisme. De ce fait TCN, les MRC et Conseils de Bande devront reconnaître et procéder à l'accréditation de la formation proposée dans le projet-pilote ETNA. Certificats et attestations seront fournis. Quant aux entreprises membres, elles devront convenir de la chose par résolution dûment signée, afin que ce mode de pensée quitte l'esprit des locaux. Une période d'une seule saison (été 2022 dans le cas où la formation aurait lieu comme il est souhaitable entre l'automne 2021 et juin 2022) pourrait être tolérée (pas plus, sans détenir un certificat, DEP et/AEC pour obtenir un emploi dans l'industrie du tourisme qui vantera dorénavant l'avantage de faire carrière. Il y a ici nécessité d'obtenir un consensus pour être conséquents!

17. L'emploi d'étudiants en saison estivale comporte un défi du fait que cette catégorie de travailleurs quitte en août pour retourner aux études. Souvent, comme le rapportait la responsable du dossier tourisme à Anticosti, ce sont parfois des familles entières qui quittent avec leurs enfants pour l'année scolaire;
18. Nombre d'OBNL se vouant à l'industrie du tourisme sont souvent tenus « à bout de bras » et se voient annuellement confrontés à la recherche de fonds et/ou de personnel pour la saison suivante;
19. Absence de diversité quant aux moyens de transport utilisables à des coûts abordables par la clientèle touristique, particulièrement en Basse-Côte-Nord où prévaut cette situation entre villages non-reliés au réseau routier québécois: non-existence d'une navette maritime côtière rapide) / coûts trop élevés du transport aérien nuisant au développement touristique d'Anticosti et de la BCN;
20. Nombre de sites, de lieux, de rivières et de passages maritimes (comme le *Petit Rigolet* entre Gros Mecatina/La Tabatière et Saint-Augustin/Pakua Shipu méritant d'être mis en valeur et exploités avec clairvoyance en tenant compte des tendances de l'industrie. Un « resort » à cet endroit serait génial!)
21. Respect du patrimoine bâti face à la modernité. On fait souvent peu de cas du « pittoresque » de lieux ou de sites enrichis par des bâtiments méritant d'être restaurés plutôt que d'être détruits.⁸
22. Difficulté intrinsèque aux milieux des régions éloignées de voir venir, de planifier à l'avance et de s'ouvrir à l'expertise de personnes venant de l'extérieur qui seraient disposées à prêter main forte à l'ensemble de la collectivité (référons-nous ici au *Rapport de la mission Payne* du gouvernement du Québec qui, déjà, en 1968, préconisait la mise en valeur de la Basse-Côte-Nord à des fins touristiques (...));
23. Les décideurs gouvernementaux (ministres et autres) choisissent trop souvent de s'arrêter aux villes de Baie-Comeau et de Sept-Îles pour prendre le pouls de la région côtière en matière de tourisme;
24. À l'automne 2020, le préfet de la MRC de la Minganie affirmait sur les ondes de la radio publique que le tourisme est devenu le secteur économique prioritaire à développer pour la région.

Précisions nécessaires :

On notera que nombre d'éléments mentionnés plus haut, bien qu'ils dépeignent une situation et des attitudes peu reluisantes quoiqu'assez communes à divers milieux d'appartenances différentes vivant en région éloignée, ces mêmes éléments peuvent certainement trouver des issues de redressement et surtout laisser place à de nouvelles bases de pensée, d'acquisition de connaissances et de collaborations.

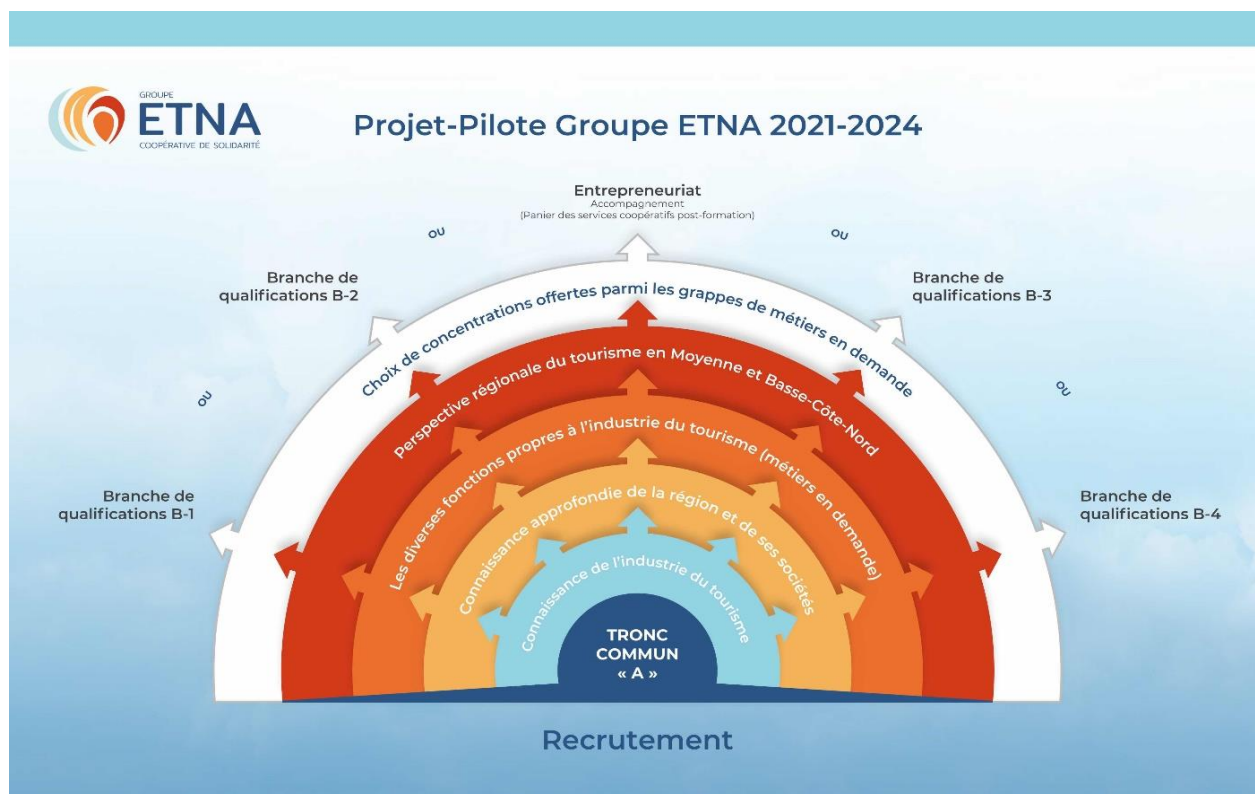
C'est ainsi que par ses activités d'animation, de partage solidaire des informations disponibles sur l'industrie du tourisme nordique, de conférences ouvrant des horizons et bonifiant les connaissances (certaines ouvertes non seulement aux personnes inscrites aux cours mais aussi au grand public des sociétés composant la région), de tels éléments se voulant une complémentarité à l'approche de formation proposée (celle-ci s'amorçant obligatoirement avec un tronc commun suivi d'en choix de concentrations permettant l'apprentissage pour chaque individu de 3 métiers du tourisme à l'intérieur du programme élaboré par le Groupe ETNA. Il y a lieu d'affirmer que les faits observés dans la région peuvent s'amenuiser et, ainsi, permettre de développer des emplois durables grâce à la polyvalence acquise par la clientèle étudiante, à travers ce projet-pilote s'étendant sur 3 années successives répétant annuellement le même programme d'enseignement (d'où émergeront 3 cohortes). En lieu et place d'emplois saisonniers, l'approche proposée vise bien plus des carrières dans une sphère d'activités (le tourisme) qui, en soi, est un secteur qui, pour certains, peut être source d'épanouissement personnel, plutôt que de voir se répéter les mêmes difficultés puisqu'il est connu que le roulement de personnel dans les entreprises pose de très graves problèmes.

Aucun dogme n'est prôné en ce projet-pilote si ce n'est le rassemblement mais plutôt une approche qu'il convient de prendre au sérieux (on y aura travaillé pendant trois années) et sans doute d'expérimenter, le long d'un territoire propice à une prise en charge commune d'une industrie prometteuse et créatrice d'emplois: concept voué au positivisme du climat social et au développement socio-économique rentable.

⁸ Lors d'un forum de l'ATR de Duplessis, Paul Arseneault, alors directeur de la Chaire de Tourisme Transat, faisait part verbalement de son propre constat (mis à l'écran : « Nous sommes les pires juges de notre offre touristique parce que nous prétendons connaître les goûts de nos visiteurs et parce qu'on voudrait qu'ils aiment ce que nous aimons. »

Suivre une formation itinérante (sur son propre territoire côtier avec possible incursion dans l'arrière-pays) sur à peine plus de 20 semaines en se rapprochant les uns des autres a certainement une attractivité supérieure au fait de suivre une formation en ligne ou, pire, de devoir s'exiler hors de sa région pendant un laps de temps beaucoup plus long, si on pense par exemple au Cours de Techniques en Tourisme s'étendant sur trois années scolaires complètes. Dans-ce cas-ci, en plus de former des cohortes de personnes qui seront appelées à collaborer dans le cours de leur carrière, des stages de travail-études sont proposés ainsi qu'une expérience qu'il y a lieu de considérer comme un atout.

Trêve de principes, alors que les besoins sont là, déjà exprimés (sondages à l'appui) et observés à de multiples occasions alors que des demandes de recrutement de personnel ont été émises par des acteurs du développement industriel et touristique de la région, jetons maintenant un regard sur le visuel de la formation proposée dans sa forme imagée telle qu'il apparaît dans l'illustration suivante :



CONTENU SOMMAIRE DE LA SESSION A (TRONC COMMUN)

- ✓ **Une connaissance générale requise de l'industrie du tourisme, au départ.** À travers le monde, au Canada, au Québec et particulièrement au niveau du Québec maritime. Le fonctionnement de l'industrie (TO, grossistes-réceptifs, agences, le web, etc.) Les tendances passées et actuelles avec pronostics. Les différents types de produits.
- ✓ **Une connaissance approfondie de la région** (littoral, îles et arrière-pays) sous tous ses aspects (géographie, formations géologiques, aspects faune et flore, climat subarctique, type de zone arborisée, de toundra et de taïga, son histoire en insistant sur les vagues de peuplement, activités traditionnelles et connaissance des Premières Nations en place depuis des millénaires et du peuplement venu de Gaspésie, Terre-Neuve et d'en amont du Saint-Laurent au milieu du XIX^{ième} siècle. Présentation de conférences et filmographie. Spécialistes de ces divers aspects.
- ✓ La session **A** présente en mi-période **un aperçu détaillé des diverses fonctions propres à l'industrie du tourisme** en notre région et des métiers en demande dans la perspective de susciter un choix éclairé chez l'étudiant en vue de la session B. Ainsi, au terme de cette session A (prérequis pour travailler en tourisme en Minganie et BCN), chaque étudiant/e aura fait le choix d'un sous-groupe de métiers qu'il

étudiera et pratiquera en session **B**. Quatre catégories de métiers sont proposés totalisant 12 métiers. On verra selon le nombre de candidats inscrits dans une catégorie à s'ajuster et à recruter à l'extérieur (ex. finissants Cégeps et travailleurs du tourisme intéressés à relever des défis en notre région) si le nombre d'inscrits est insuffisant. À faire, l'automne, en fonction de la saison estivale suivante. Le CQRHT est l'organisme le plus apte à donner cette partie du programme de la session A en 8-10 jours ouvrables (soit 2 sem. sur 6) incl. suffisamment de données et de prérequis (personnalités, goûts, aptitudes, compétences recherchées + défis reliés à chacun des métiers) pour que les choix posés soient éclairés.

- ✓ **Connaissance de l'industrie touristique dans sa perspective régionale sur la Côte-Nord et**, plus spécifiquement, à l'Est des centres urbains (50 & 51^{ème} parallèles);
- ✓ **Tournées de visites automnales de la région** avec animateur / coach et l'équipe des enseignants qui seront présents en session B. De Baie-Comeau à Blanc-Sablon...

APERCU DES MÉTIERS ENSEIGNÉS AVEC PRATIQUE EN SESSION B

1^{ère} branche de qualifications (session B-1) :

Cette Branche couvre les métiers ou fonctions de:

- **préposés à l'accueil et à l'information touristique** (dans les différents BIT et BAT se trouvant le long de la route 138, par exemple à Sept-Îles (1), en Minganie (5) et en Basse-Côte-Nord (1), que ce soit un bureau répondant au besoin des gens se dirigeant vers l'Est ou vers l'Ouest (2). Ce peut être aussi une officine sur les quais, à l'entrée des communautés, à certaines haltes routières (ex. Bureau de la Rivière Manitou), sinon en une formule d'information mobile (véhicule identifié) - Perspectives annuelles de 1 à 2 saisons d'embauche;
- **accueil et réception en hôtellerie, auberges, terrains de camping et autres formes d'hébergement** (chalets, unités en nature etc.), ce métier couvrant l'apprentissage de l'ensemble des tâches inhérentes à la pratique de la fonction et une connaissance des bases de la gestion d'une équipe (personnel en place, conciergerie, manipulation des bagages, service aux chambres ou aux emplacements) - perspectives annuelles d'embauche variant de 1 à 3 saisons;
- **guides-interprètes en centres d'interprétation, musées et sites écotouristiques** (Emplois sur 1 à 4 saisons selon les lieux).

À première vue et de l'avis des membres du Groupe ETNA, si nous obtenions 12 inscriptions dans ce sous-groupe B-1, on répondrait aux besoins les plus pressants des saisons estivale 2022 (saison entrevue comme post-pandémie) ou 2023. À suivre pour les années suivantes.

Seconde branche de qualifications (session B-2)

La session B-2 couvre les spécialisations ou métiers suivants :

- **conseillers en voyages** pour l'ensemble de la Côte (ex. territoire à l'Est de Tadoussac, de Baie-Comeau (traversier) en vue d'offrir aux voyageurs et visiteurs l'expérience (forfaits proposés) de la Côte des Premières Nations (rencontres avec des représentants incluant l'hébergement sous diverses formes et repas, selon 2 plans), des forfaits "terre et mer" (littoral et arrière-pays + excursions ou traversées vers les îles dont Anticosti incluant séjours), combo "Minganie / Basse-Côte-Nord »; expérience de la vie amérindienne, etc. Métier incluant la planification du transport aérien, terrestre, autotours, transport maritime, cabines, chambres ou autres unités d'hébergement telles que campement - perspectives d'emploi annuel pouvant s'étendre à 12 mois / année;

- **guides-accompagnateurs de groupes ou de particuliers** (à bord de véhicules de 25 pax ou moins, autocars, avions, bateaux), guides avec groupe de motoneigistes selon les saisons, relié à des thèmes d'intérêt ou en lien avec un forfait global couvrant les Moyenne & Basse-Côte-Nord incluant des contacts avec les nations établies sur place (l'objectif étant toujours, lorsque possible, d'amener les gens jusqu'aux 50 et 51^{ème} parallèles (ex : jusqu'à la Frontière du Labrador et même au-delà en faisant vivre aux voyageurs un maximum d'expériences des nations et communautés en place, au niveau de la nature, du mode de vie, des enjeux, des sites à ne pas manquer, etc. – fonction impliquant une connaissance plus approfondie du territoire en complément de la session A)- perspectives d'emploi sur 1, 2 ou 3 saisons annuellement;
- **Agent-e de communication et responsable du marketing** (promotion et marketing de destinations, de services ou produits d'appel touristique) pour les clientèles nationale et internationale et les groupes d'intérêt (distinction) / un métier offrant des perspectives d'emploi sur 8 à 10 mois par an et qui devient intéressant dans la mesure où l'on a soi-même été guide-accompagnateur/-trice.

À première vue et de l'avis des membres de l'ETNA, s'il y avait minimalement 7 inscriptions pour ce sous-groupe no 2 à chaque nouvelle cohorte, il y aura eu réponse aux besoins les plus pressants en fonctions des saisons estivales 2022 et hivernales 2023 et 2024 (besoin noté urgent chez la coopérative de solidarité Voyages CoSte (agence dédiée à la région) au moment de rédiger ce document.

Troisième branche de qualifications (session B-3)

La session B-3 couvre les spécialisations ou métiers suivants pouvant être relié à de l'entrepreneuriat et pouvant ainsi faire l'objet d'un accompagnement (coaching post-formation):

- **Organisation et livraison d'événements** (festivals, excursions pour groupes d'intérêt, marche, rencontres régionales, musique, soirées de filmographie à l'intention des visiteurs, repas-spectacles, etc.) / assistance à l'organisation - perspectives d'emploi sur 3 mois ou plus si le tout regroupe aussi les événements hivernaux;
- **Aventure douce et aventures de défi:** "tâches de soutien" consistant à participer à l'organisation de groupes à dates fixes et selon les saisons afin de leur faire vivre des expériences douces ou fortes (un type spécial de clientèle à connaître (ex: canots, kayaks, rafting, kitesurf, chars à voile sur plage, marches et/ou ski de fonds sur de longues distances, incl. prévision de relais, de repas, etc.). Préparation et organisation en équipe, matériel requis page 6 de 9 incluant véhicules au besoin, lois applicables pour la sécurité, etc. / - Cette fonction nécessitant un accompagnement subséquent (re. « coaching » requis tel que défini dans la présentation de ce sous-groupe B-3) peut s'adresser à des initiateurs de projets, à des personnes pratiquant déjà de telles activités et/ou voulant les rendre accessibles à des clientèles ciblées, etc. Il s'agit ici d'un travail d'équipe nécessitant des connaissances en développement et en marketing (éléments abordés dans ce sous-groupe). Une fonction pouvant occuper plusieurs mois par année de travail (entreprise à temps plein) et s'adresser à des clientèles aimant l'aventure;
- **Organisation et livraison d'excursions:** il s'agit ici d'une initiation à l'organisation d'excursions (tout comme pour les précédentes tâches de ce sous-groupe). Si on fait allusion à une certaine forme d'entrepreneuriat, il ne s'agit ici que de principes de base, impliquant un « coaching » ultérieur, post-formation, offert comme services en extra à la formation par le Groupe ETNA (équipe de consultants). Les excursions (incluant celles d'aventures douces) peuvent être terrestres, maritimes, par voie des airs, sur le territoire (ex. des remontées de rivières, excursions dans les îles, randonnées avec objectifs de découverte d'un point d'intérêt, etc.);

À première vue et à notre avis, si nous obtenons 8 inscriptions dans ce sous-groupe B-3, les besoins ou objectifs des saisons estivales et hivernales 2022 (et suivantes) seraient comblés pour les régions visées.

Quatrième branche de qualifications (session B-4)

La session B-4 couvre les spécialisations ou métiers suivants :

- **Cette branche de qualification est reliée à l'hôtellerie et à la restauration** avec connaissances et expérimentation des aspects suivants (pouvant nécessiter un coaching post-formation s'il y a démarrage d'une entreprise ou fonction de gérance accompagnée pendant une période donnée) - soutien aux opérations d'une auberge, d'un établissement hôtelier existant ou en devenir, camping, etc. bases et approches de la gérance (bases de la gestion hôtelière), les permis, les exigences et normes s'appliquant à l'administration de tels établissements, principes et introduction à la pratique de gestion du personnel, des horaires et quarts de travail, supervision, etc. / Il s'agit ici de tâches d'assistance pouvant s'échelonner sur 3 à 12 mois par année se conjuguant avec la pratique des métiers de préposés à l'accueil (voir B-1), aux réservations, de conciergerie et d'entretien, de services aux chambres et aux tables dans le contexte d'un établissement offrant le gîte et le couvert. Perspectives d'emplois sur 7 à 12 mois annuellement;
- **Acquisition des principes et pratiques de la forfaitisation de base, activité permise aux hôteliers, pourvoies** (incluant nuitée et 2 produits, ex: accès à une activité ou autre, tels qu'excursion, tour guidé, pêche, chasse, etc. Ceci vaut particulièrement dans le cas des pourvoies et auberges forestière ou établissements de villages accrédités, location de chalets incluant activités ou visites fournies, etc. Perspective d'occupation rémunérée de 3 à 8 mois par année selon le type d'établissement, tenant compte des saisons d'ouverture de l'établissement ainsi que de l'offre de produits & services touristiques offerts à proximité;
- **Vers une cuisine distinctive: bases des fonctions de cuisinier/-ère, d'assistant et/ou de traiteur** dans/pour un établissement offrant des repas (seuls ou en complément d'une autre activité professionnelle pratiquée dans un établissement hôtelier ou une auberge). Il s'agit dans ce cas d'innover, de créer des menus et de les réaliser dans des contextes particuliers. Service de restauration distinctif, ayant un accent spécial et s'arrimant avec les produits du terroir et les ressources tant halieutiques qu'autres comme les produits de la chasse, de la cueillette ou de la trappe (en milieu forestier ou côtier nordique), utilisant des éléments permis par le ministère de l'agriculture et de l'alimentation. Une discipline impliquant des heures de conception et de pratique (stages) et faisant appel à une institution d'enseignement spécialisée. Excellente perspective d'emplois annuels pouvant faire l'objet d'un coaching post-formation assuré par le service de consultants du Groupe ETNA. On notera que ce dernier aspect de la formation pourrait se prolonger au-delà des 22 semaines généralement prévues (comprenant le tronc commun A suivi de la session B).

Douze personnes s'inscrivant au départ dans ce sous-groupe B-4 permettraient de répondre aux besoins les plus pressants pour l'ensemble des saisons 2022 et 2023. Nombre minimum requis: 8 étudiants. Il y a lieu de prévoir qu'au terme du projet-pilote triennal, si 24 pers. ont été formées et coachées dans cette branche de métiers regroupés en cette session B-4, prétendant que 50 % d'entre elles se soient perfectionnées par la suite, il y a lieu d'affirmer que la région visée (communautés Innues + collectivités entre Sept-Îles et Blanc-Sablon prenant en charge de façon solidaire l'industrie du tourisme), récupérera dorénavant une grande part retard accumulé par rapport à d'autres régions du Québec maritime, comme il fut exprimé dans un constat qui fait pratiquement l'unanimité.

LE PLACEMENT :

Le placement et le référencement constituent des activités importantes pour le Groupe ETNA (services offerts) et encore plus pour les entreprises, OBNL, Conseils, Secteurs de développement économique et social et Municipalités de la région.

En effet, en collaboration avec les institutions d'enseignement (qu'elles soient attachées aux Centres de services scolaires, aux Cégeps, au CQRHT, au CRÉA et autres partenaires avec lesquels des liens ont été établis et des ententes discutées), le Groupe ETNA, en tant que coopérative, est nécessairement là pour répondre aux besoins de ses membres dont le nombre devrait atteindre 75 en 2021 et plus encore en 2022

et 2023 alors que les étudiants cohortes 1 et 2 auront complété leurs brèves études, leurs pratiques et que la 3^{ème} et dernière cohorte d'étudiants recrutés sera en voie d'amorcer sa formation.

Or, suite aux sondages effectués en 2018 et 2020 et aux tournées-contacts avec les entreprises et établissements reliés à l'industrie du tourisme qu'ETNA (tournées qu'on continuera à réaliser) il conviendra dès 2022 (année charnière) de voir, à la suite d'un processus d'évaluation des étudiants et de leur potentiel en rapport avec les choix de métiers qu'ils auront effectués, de recommander (référencer) et/ou de placer tel ou tel candidat à l'emploi chez tel ou tel employeur dans la mesure où tout candidat à l'emploi aura suivi et complété avec succès la formation livrée incluant les stages pratiques; ces derniers constituant des indices valables pour que les bonnes personnes trouvent des emplois valorisants aux bons endroits.

POURQUOI AVOIR TANT INSISTÉ DANS LES PRÉCÉDENTES PAGES SUR L'ASPECT FORMATION ?

Parce que l'éducation est le nerf de la guerre face au défi de prise en charge de l'industrie du tourisme sur un littoral étendu accusant des retards notables sur l'échiquier du tourisme maritime au Québec (tourisme international incl.). Parce que l'approche proposée par ETNA conduit à du travail chez nombre d'employeurs.

Il est question d'éducation populaire et d'éducation (ou cours) de groupes ciblés, mixtes sur le plan sociétal et sélectionnés après une phase d'animation et de recrutement pour être ensuite encouragés (*l'empowerment* faisant partie de la mission de la coopérative ETNA) dans leur cheminement accéléré (puisque il est question de cohortes annuelles de 24 - 36 personnes inscrites à une formation condensée de 22 semaines entre octobre et juin): des étudiants et étudiantes qui pourraient bénéficier au besoin d'un accompagnement (par des services de consultation « à la carte »; autre service qu'entend développer le Groupe ETNA) dans la mesure où ils seraient enclins à développer leur propre entreprise touristique.

Donc, on peut rapidement conclure que tout tourne autour de la formation et du placement des ressources humaines (main d'œuvre en tourisme) qui seront recrutées par le groupe ETNA à partir de tournées de sensibilisation sur le terrain, auprès de la clientèle des collèges (finissants des Cégeps), d'une campagne attractive lancée à l'échelle du Québec par le biais d'un ambassadeur ou d'une ambassadrice du projet choisi-e pour sa popularité auprès des 18-35 ans (une personnalité intéressée à épouser la cause du Groupe ETNA); promotion dans les communautés autochtones (nation ayant le français comme langue seconde) avec un/e porte-parole de choix. Ce recrutement sera également facilité par le biais du site web du Groupe ETNA (www.groupeetna.com), de sa page FB et autres médias sociaux et électroniques. Certaines jeunes personnes adhéreront par elles-mêmes, par intérêt ou du fait qu'elles seront encouragées par leur employeur actuel ou futur à suivre ladite formation pour mieux servir la clientèle des visiteurs.

Il y a effectivement matière à se lancer dans une carrière en tourisme nordique dans une région reconnue pour son potentiel de dépaysement, son attractivité au niveau d'un littoral exceptionnel, là où l'entrepreneuriat en tourisme est un élément recherché. Une région appelée à devenir à moyen terme LA DESTINATION par excellence au niveau du Québec maritime. Il convient de s'y préparer!

LE RECRUTEMENT ET SES EFFETS:

Cet élément fait partie de la mission d'ETNA. Les moyens utilisés ont été brièvement exposés ci-avant. Ainsi, pour la *Minganie*, de nouvelles ressources initiées à la vie en notre moyen-nord et à la fréquentation des membres des Premières Nations et autres gens du pays, initiées aussi aux bonnes pratiques des métiers du tourisme, pourraient s'attacher à notre coin de pays maritime où une majorité de jeunes familles pourrait trouver de l'emploi dans le secteur du tourisme international (bilinguisme aidant). Il est alors question de voir des couples ou individus s'installer et soutenir la revitalisation de certains villages qui méritent de se porter mieux. On se rappellera que la formation commençant par un tronc commun qui sera suivi en présentiel (pour une connaissance du milieu, de l'industrie et des spécificités de la région – voir visuel en page 10) ouvre vers des catégories de spécialisation menant à une rare polyvalence, éminemment souhaitable pour occuper des emplois sur plus d'une saison. Les objectifs du Groupe (collaboration requise) sont de créer des conditions favorables et attractives pour ces nouveaux venus contactés de diverses façons entre autres par des porte-paroles judicieusement choisis pour interpeller les jeunes et les plus de 35 ans.

FORMULATION DE LA DEMANDE À LA MRC DE LA MINGANIE ET À LA MRC DU GOLFE :

PRÉAMBULE :

Il a été compris que le Groupe ETNA, en tant que coopérative de solidarité, est le fil conducteur vers des emplois occupés par des gens qualifiés et qui le deviendront de façon attractive et collégiale (on parle ici de collégialité, de rassemblement collectif autour du projet-pilote développé). Point numéro 1 !

Il a sans doute été compris aussi que le projet-pilote présenté est innovateur sur plusieurs aspects : attractivité, connaissance approfondie de la région nettement favorisée, assistance aux sessions de formation en présence (hautement préférable pour les objectifs visés), au nom du rapprochement et en vue de collaborations futures; une approche conduisant vers un bilinguisme de base en tourisme, en ce qui a trait aux services offerts à la clientèle internationale. Point numéro 2 !

On aura saisi les aspects «recrutement» et «placement» des ressources humaines (ex. référencement aux membres de la coop.) sont des éléments non négligeables de la mission du Groupe ETNA qui se positionne comme un bloc-moteur-accessoire, bras droit des associations, institutions et organismes existants en termes d'une main d'œuvre vouée au succès d'une industrie en pleine construction: un des rares secteurs de l'économie mondiale qui, loin d'être parachuté de haut en bas, fait appel à une prise en charge de la part des pays, provinces et régions mêmes où il est plus facile de réussir. C'est le cas pour le tourisme en un Moyen-Nord maritime où cette expérience-pilote sera lancée en une approche et un esprit particulier (desquels il ne faudrait pas déroger mais plutôt voir au rapprochement des entités pour mettre à profit le concept) en cette région qui est nôtre, alors qu'il y a 45 ans, la *Minganie* (25 ans, dans le cas de *Natashquan*) vivait ce que la *Basse-Côte-Nord* vit encore en termes d'isolement. C'est ici que les mots solidarité, entraide & compréhension mutuelle prennent leur sens!

Les 3 points susmentionnés justifient – nous l'espérons! – une attention particulière de la part de nos 2 MRC (attention que nous présumons acquise avec les appuis émis depuis 4 ans). Ils font appel à une aide financière que nous avons établie à un montant minimum au départ, en lien avec le montage financier établi dans notre plan d'affaires. Certes, cette demande qui se fie sur des réponses positives que nous espérons recevoir des autres institutions contactées (voir plan d'affaires et page suivante) pourrait être plus élevée en termes de montant, dépendamment justement de « comment », hors de notre région, on répondra au « Projet-pilote ETNA », sans oublier l'apport de nos municipalités régionales de comté qui ont suivi ce projet depuis 2017, année où il en fut question pour la 1^{ère} fois.

DEMANDE FORMELLE

Ces éléments, portés à l'attention des préfets & conseils des maires de nos municipalités régionales sur un Littoral de 900 km et une Île colossale, là où il y a besoin de main d'œuvre qualifiée en tourisme, **...la Coopérative de solidarité, Groupe ETNA, fait, aujourd'hui, officiellement, demande aux deux MRC d'une contribution annuelle de 85 0000,00 \$, montant partagé entre l'une et l'autre des MRC suivant entente entre elles pour une somme totale de deux cent-cinquante-cinq mille dollars (255,000. \$) à affecter au projet triennal entre le 1^{er} avril 2021 et la mi-juillet 2024, moment où le projet-pilote prendra fin avec un rapport d'évaluation globale qui pourra être réalisée conjointement par la future direction de la coopérative en poste (cette personne étant en contact étroit avec les entreprises du milieu, par le bureau régional de Services-Québec, les MRC elles-mêmes via leurs propres ressources affectées au développement touristiques (éventuellement déléguées au sein de la coopérative) et Tourisme-Côte-Nord (secteur Duplessis).**

On comprendra aisément qu'avec seulement deux personnes permanentes en poste à compter du printemps 2021 (urgent pour livrer des ressources qualifiées en 2020, année post-pandémie), le fait de rédiger des demandes, année après année, à divers partenaires recherchés comme pourvoyeurs de fonds (svp voir le plan d'affaires soumis en annexe à ce sujet) nuirait au fonctionnement adéquat de la mission de la coopérative, considérant le temps requis pour ce faire versus les impératifs reliés aux activités à réaliser.

En guise de complément à la présente demande, le **Groupe ETNA** doit réclamer l'appui formel des MRC approchées afin que l'expérience-pilote qui sera livrée soit le plus conforme possible au Projet-Pilote.

GROUPE ETNA, COOPÉRATIVE DE SOLIDARITÉ
Plan d'affaires – projet pilote

1.3 Financement requis

Vous trouverez dans le tableau ci-dessous les besoins de financement relatif au projet pilote sur trois (3) ans. Ce besoin couvre quatre activités principales de l'entreprise : la formation, la structuration de l'offre touristique, le recrutement et la rétention de la main-d'œuvre, et l'administration de la coopérative. Le GROUPE ETNA désire également acquérir des actifs pour 25 000 \$. Ce montant sera inclus dans le tableau.

Comme l'organisation vise à équilibrer les revenus et dépenses, nous ne présenterons ici que les sources de revenus désirés. Vous trouverez l'état des revenus et dépenses détaillé à l'annexe 1.

Tableau 1.1 – Besoins de financement

	An- née 2021-22	An- née 2022-23	Année 2023-24
Revenus privés	56 000 \$	56 500 \$	57 500 \$
<ul style="list-style-type: none"> • Frais d'inscription • Accompagnement structuration • Dons des membres 			
Subventions fonctionnement			
<ul style="list-style-type: none"> • Société du Plan Nord • Secrétariat aux affaires autochtones • MRC Minganie et Golfe-Saint-Laurent • Services Québec et institutions d'enseignement 	60 000 \$	60 000 \$	60 000 \$
Subvention pour acquisitions d'immobilisations	20 000 \$		
Total des revenus	303 500 \$	284 000 \$	285 000 \$