



Plan de **développement** de la
zone agricole de la
MRC de Rouville (PDZA)

Le plan d'action

2014

Partie 3

TABLE DES MATIERES

DESCRIPTION DU TABLEAU DU PLAN D’ACTION	3
Actions.....	3
Activités et moyens.....	3
Porteurs et partenaires.....	3
Budget et ressources.....	3
Indicateurs de suivi (Projet, partenariat, résultat).....	3
Priorisation (phases de réalisation).....	3
Degré de faisabilité	4
Actions reliées aux documents de planification régionale	4
 LE PLAN D’ACTION.....	 5
 Annexe.....	 12
Extraits du Plan stratégique 2013-2018 de la MRC de Rouville	12
Extraits du Plan local pour l’économie et l’emploi du CLD Au cœur de la Montérégie (PALÉE 2013-2018).....	13

DESCRIPTION DU TABLEAU DU PLAN D'ACTION

Actions

La première colonne décrit les actions identifiées qui permettront d'atteindre les résultats attendus précédemment cités.

Cette colonne indique également quels enjeux sont touchés par l'action.

Activités et moyens

Cette colonne décrit les différentes activités ou moyens envisagés pour réaliser les actions.

Porteurs et partenaires

Dans cette colonne, le porteur de l'action, c'est-à-dire celui qui initie l'action, est souligné alors que les autres partenaires soutiennent cette action en étant partie prenante.

Budget et ressources

Cette colonne contient les principales ressources humaines et financières nécessaires à la réalisation de l'action ou de l'activité. Un symbole « \$ » indique une action demandant peu de ressources financières, soit principalement des ressources humaines. Inversement, trois symboles « \$ » indiquent que l'action nécessite la recherche de financement extérieur (subvention). Deux symboles « \$ » indiquent qu'une action peut se réaliser avec un investissement moyen en ressource humaine et un appui financier minime. Le budget prévu pour certaines activités peut osciller entre plusieurs valeurs dépendamment de l'ampleur que prendra l'action.

Indicateurs de suivi (Projet, partenariat, résultat)

Les indicateurs sont en quelque sorte des critères de réussite visant à mesurer soit l'avancement de l'action ou de l'activité. Ils permettent d'assurer un suivi des actions et de mesurer leur évolution et leurs effets. Ces indicateurs permettent d'ajuster les actions et de favoriser l'atteinte des résultats identifiés.

Priorisation (phases de réalisation)

La réalisation des actions proposées au plan s'échelonne sur un horizon de 5 ans (2014-2018). Ces actions sont classées par degré de priorité de mise en œuvre. La priorité 1

signifie que les actions sont déjà entamées ou qu'elles seront entamées en premier lieu, soit au plus tard, au cours de l'automne 2014. La priorité 2 comprend les actions ou projets devant débiter au cours de 2015-2016, alors que les actions de priorité 3 seront mises en œuvre une fois les actions de priorité 1 et 2 terminées ou bien amorcées. Cet ordre de priorité pourra être ajusté dans le temps en fonction des difficultés et des opportunités qui se présenteront.

Degré de faisabilité

La colonne faisabilité évalue la possibilité de mise en œuvre de l'action. Une action déjà entamée ou soutenue par la MRC ou qui se trouve dans le *Schéma d'aménagement révisé* ou autre document de planification (*Plan stratégique 2013-2018 de la MRC* et *Plan d'action local pour l'économie et l'emploi (PALÉE du CLD)* de la MRC aura un degré de faisabilité important (vert). La couleur rouge sera attribuée lorsque beaucoup de planification, de concertation, d'aides financières sont nécessaires pour mettre en œuvre l'action, tandis que la couleur orange sera attribuée aux actions qui demandent un investissement moyen en temps et en argent.

Actions reliées aux documents de planification régionale

Certaines actions du PDZA sont appuyées par les actions contenues dans les autres documents de planification tels que le *Schéma d'aménagement révisé* de la MRC, le document *Planification stratégique 2013-2018 de la MRC* ainsi que du *Plan d'action pour l'économie et l'emploi (PALÉE) du CLD* au Cœur-de-la-Montérégie. Les extraits de ces deux derniers documents se retrouvent à l'annexe.

À cet effet, la Plan stratégique 2013-2018 de la MRC identifie l'agriculture comme l'une des 5 grandes orientations de son plan : « positionner l'agriculture comme une force et un vecteur majeur de développement ».

LE PLAN D'ACTION

No	Nom de l'action et enjeux touchés	Activités ou Moyens	Porteurs/ Partenaires	Budget et autres Ressources	Indicateurs de suivi et de résultat	Priorisation	Faisabilité	Liens avec autres plans
1	<p>Mettre en œuvre le plan d'action du PDZA et l'orientation 4 du Plan stratégique de la MRC</p> <p>Tous les enjeux</p>	<p>Créer un poste d'agent agricole ou octroyer un mandat pour le positionnement de l'agriculture comme vecteur majeur de développement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Définir le rôle, le mandat et les responsabilités de l'agent • Mettre en place un processus de suivi du plan d'action (Échéancier, Indicateurs, cibles, bilan, etc.) 	<p><u>MRC (CCA et conseil des maires)</u> CLD</p>	<p>\$\$\$ MRC Pacte rural</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Échéancier de mise en œuvre • Satisfaction des partenaires • Atteinte des résultats identifiés • Nombre d'actions en cours et réalisées 	1		<p>Plan stratégique MRC Action 4.1.5 : « Évaluer la possibilité d'avoir une ressource dédiée au développement du secteur agricole »</p>
2	<p>Créer une dynamique de concertation locale entre les acteurs du milieu agricole</p> <p>Enjeux Concertation Cohabitation</p> <p>Autres enjeux selon les problématiques abordées</p>	<p>Former un comité de liaison MRC-CLD-Municipalités-UPA et autres partenaires afin de discuter des enjeux reliés au milieu agricole</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer le mandat du comité, nombre de rencontres/an, etc. • Recruter des membres • Organiser et animer les rencontres 	<p><u>MRC (CCA)</u> <u>CLD</u> <u>UPA</u> Agriculteurs Agri-durable Comité conservation sols MAPAQ</p>	<p>\$ Ressources internes MRC Frais de logistique</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfaction et implication des partenaires • Taux de participation • Nombre de rencontres tenues annuellement 	1		<p>Plan stratégique MRC 4.1 Miser sur le développement du secteur agricole comme un des vecteurs de développement du territoire 4.1.3 Développer des liens avec les différentes associations de producteurs agricoles</p>
		<p>Former des comités agricoles locaux dans les municipalités afin de favoriser une meilleure communication au sujet des problématiques locales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rencontrer les municipalités (élus, professionnels) • Déterminer le mandat, la composition du comité 	<p><u>MRC</u> <u>Municipalités</u> Agriculteurs</p>	<p>\$ Ressources internes MRC Ressources humaines des municipalités Frais de logistique</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfaction et implication des partenaires • Taux de participation • Taux de satisfaction • Nombre de comités formés (municipalités intéressées) • Nombre de rencontres tenues 	2		
		<p>Organiser annuellement une rencontre avec les agriculteurs en vue de poursuivre la concertation entamée par l'élaboration du PDZA</p>	<p><u>MRC</u> <u>Municipalités</u> UPA</p>	<p>\$\$ Ressources internes MRC Frais de logistique</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfaction et implication des partenaires • Taux de participation 	2		

No	Nom de l'action et enjeux touchés	Activités ou Moyens	Porteurs/ partenaires	Budget et autres Ressources	Indicateurs de suivi et de résultat	Priorisation	Faisabilité	Liens avec autres plans
3	Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication visant à mieux faire connaître le rôle de l'agriculture et des agriculteurs dans la MRC de Rouville Enjeux Concertation Cohabitation Agrotourisme Agroenvironnement Main d'œuvre Diversité des productions	Réaliser une campagne d'information et de sensibilisation auprès du public visant à faire connaître le rôle de l'agriculture et des agriculteurs	<u>MRC</u> UPA CLD MAPAQ	\$\$ Ressources internes Frais de graphisme et d'impression	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de chroniques • Nombre d'articles dans les journaux 	1		Plan stratégique MRC Action 4.2 : « Promouvoir l'importance du secteur auprès des citoyens » Action 4.2.1 Action 4.2.3
		Collaborer au projet de sensibilisation visant un meilleur partage de la route	<u>UPA</u> <u>MRC</u> MTQ	\$ Ressources internes et externes	<ul style="list-style-type: none"> • Mesures mises en place • Augmentation du nombre de pancartes 	1		
		Réaliser un plan de formation pour les élus, les municipalités et les citoyens (ex : Atelier d'information, visites guidées, fête dans le rang)	<u>MRC</u> CLD UPA <u>MAPAQ</u>	\$\$ Ressources internes Ressources externes (consultant)	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'outils • Taux de participation et de satisfaction 	2		
		Promouvoir ou mettre en place un programme dans les écoles (ex : programme « Je cultive ma citoyenneté »)	<u>UPA</u> <u>MRC</u> CLD <u>Écoles</u> <u>Je cultive ma citoyenneté</u>	\$ Ressources internes et externes	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation de l'outil • Nombre de trousseaux distribués 	2		
		Étudier la possibilité de mettre en place un processus de médiation pour la gestion des conflits	<u>MRC Via le CCA</u> Municipalités	\$ Ressources internes	Nombre de rencontres avec le CCA à ce sujet	2		

No	Nom de l'action	Activités ou Moyens	Porteurs/ partenaires	Budget et autres Ressources	Indicateurs de suivi et de résultat	Prio- risa- tion	Faisa- bilité	Liens avec autres plans
3	Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication visant à mieux faire connaître le rôle de l'agriculture et des agriculteurs dans la MRC de Rouville (suite) Enjeux Concertation Cohabitation Agrotourisme Agroenvironnement Main d'œuvre Diversité des productions	Réaliser ou promouvoir l'offre de formations aux agriculteurs (journées de formation, pratiques culturelles, règlements municipaux, provinciaux, etc.)	<u>Comité de conservation des sols</u> MRC Agri-durable Agriconseils	\$ ou \$\$ Ressources internes Ressources externes	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de formations réalisées • Diffusion de l'information 	2		Plan stratégique MRC Action 4.2 : « Promouvoir l'importance du secteur auprès des citoyens » Action 4.2.1 Action 4.2.3
		Faire la promotion de l'achat local en participant, entre autres, aux initiatives mises en place en place (ex : Montérégie : garde-manger du Qcm)	<u>MRC</u> <u>CLD</u> <u>Municipalités</u>	\$ Ressources internes Ressources externes	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'outils de promotion • Nombre d'articles dans les journaux 	2		
		Distribuer une trousse d'accueil pour les nouveaux résidents (guide au cœur des familles agricoles)	<u>MRC</u> <u>Municipalités</u>	\$\$ Ressources internes Ressources externes (graphiste)	<ul style="list-style-type: none"> • Taux de participation et de satisfaction • Nombre d'activités tenues • Nombre de guides « bon voisinage » distribués 	3		

No	Nom de l'action	Activités ou Moyens	Porteurs/ partenaires	Budget et autres Ressources	Indicateurs de suivi et de résultat	Prio- risa- tion	Faisa- bilité	Liens avec autres plans
4	Mettre en place une stratégie pour augmenter l'effet attractif des entreprises agrotouristiques présentes sur le territoire Enjeux Agrotourisme Concertation Agrotourisme Cohabitation Diversité des productions	Réaliser une campagne de promotion pour augmenter la visibilité des entreprises agrotouristiques (3.2.2 PALÉE)	<u>CLD</u> <u>Municipalités</u> MTQ MRC	\$\$\$ Ressources internes CLD Ressources financières externes	<ul style="list-style-type: none"> • Taux de satisfaction des entreprises • Meilleure signalisation 	1		PALÉE du CLD
		Développer le référencement entre les entreprises agrotouristiques (PALÉE 3.2.2)	<u>CLD</u> <u>Table touristique</u>	\$ Ressources internes	<ul style="list-style-type: none"> • Taux de satisfaction • Achalandage au BIT 	1		Action 3.1 : <i>Consolider le positionnement du Cœur de la Montérégie comme LA destination de choix en agrotourisme</i>
		Développer des outils promotionnels pour mieux faire connaître le BIT aux entreprises et aux touristes (PALÉE3.2.1)	<u>CLD</u> <u>MRC</u> Municipalités	\$\$ Subvention	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'outils promotionnels • Nombre de projets mis sur pied 	1		
		Faciliter la mise en marché des produits en leur offrant plus de visibilité (BIT, les inédits, marchés publics, etc.)	<u>CLD</u> MRC UPA	\$ Ressources internes	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de nouveaux emplacements d'achat 	1		Plan stratégique MRC Action 3.2 Soutenir le développement du tourisme excursionniste et agrotouristique
5	Mettre en place une stratégie afin de bonifier et développer l'offre d'activités complémentaires et l'offre de produits Enjeux Agrotourisme Concertation Cohabitation Diversité des productions	Donner suite à l'étude de faisabilité pour le développement d'une offre d'hébergement	<u>CLD</u> MRC	\$ ou \$\$\$ Ressources internes Ressources externes	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de rencontres • Nouvelles offres d'hébergement 	2		
		Appuyer financièrement ou techniquement de nouveaux projets agrotouristiques (ex : Réserver un montant pour un appel de projets)	<u>CLD</u> MRC MAPAQ	\$\$\$ Subvention	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de nouveaux projets 	3		PALÉE du CLD Action 3.3 : <i>Travailler avec les partenaires du milieu à la bonification et à la diversité de l'offre touristique</i>
		Développer des points de chute pour les fermes soutenues par la communauté (ASC)	<u>MRC</u> <u>Les jardins de la terre</u> <u>Équiterre</u>	\$ Ressources internes	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de points de chute 	3		

No	Nom de l'action	Activités ou Moyens	<u>Porteurs/ partenaires</u>	Budget et autres Ressources	Indicateurs de suivi et de résultat	Prio- risa- tion	Faisa- bilité	Liens avec autres plans
6	Mettre en place ou soutenir les initiatives et les projets visant à protéger l'environnement <u>Enjeu</u> Agroenvironnement	Reconnaître les bonnes actions qui visent à encourager les bonnes pratiques agricoles	<u>Agri-durable</u> <u>Comité de conservation sols</u> MRC	Ressources internes	<ul style="list-style-type: none"> • Nombres d'articles dans les journaux • Diffusion de l'information 	1		Plan stratégique MRC Action 4.2.2 <i>Mettre en valeur les bons coups, le potentiel de la région et l'importance du secteur pour les grandes entreprises sur le territoire</i> Schéma d'aménagement en révision
		Poursuivre le financement du Comité de conservation des sols	<u>MRC</u>	\$	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisations du Comité 	1		
		Étudier la possibilité de mettre en place un programme, de compensation pour protéger les ressources et les milieux naturels tels que les boisés (ex: bonification de Prime-vert)	<u>MRC</u> MAPAQ Municipalités UPA Agri-durable Comité de conservation sols	\$ ou \$\$\$ Subvention (CRRNT) Ressources internes Ressources externes	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de rencontres avec le CCA à ce sujet • Nombre d'heures travaillées • Nombre d'outils réalisés 	2		
		Étudier la possibilité de mettre en place un service pour améliorer la protection des bandes riveraines	<u>MRC</u> MAPAQ Municipalités UPA Agri-durable Comité de conservation sols	\$	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de nouvelles bandes riveraines 			
		Supporter les municipalités dans l'élaboration de leur plan de conservation des milieux naturels	<u>MRC</u> <u>Municipalités</u> <u>Autres (CRRNT)</u>	Ressources externes	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de plans réalisés 	2		
		Mise en place d'un projet pilote permettant de lutter contre les changements climatiques (ex : éolien via le schéma)	<u>MRC</u> MAPAQ UPA Club agri-durable	\$ ou \$\$\$	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'outils réalisés 	3		

No	Nom de l'action	Activités ou Moyens	Porteurs/ partenaires	Budget et autres Ressources	Indicateurs de suivi et de résultat	Prio - risa- tion	Faisa- bilité	Liens avec autres plans
7	Créer un service régional pour faciliter le recrutement et la rétention de la main-d'œuvre agricole Enjeux Main-d'œuvre	Établir des liens avec les écoles d'agriculture à proximité offrant un bon bassin de main-d'œuvre	<u>MRC</u> Écoles Jardins de la terre UPA CLD CEA		• Nombre de partenariats	1		
		Organiser un événement annuel pour accueillir les travailleurs étrangers afin de faciliter leur intégration	<u>MRC</u> CEA UPA	\$\$ Ressources internes	• Taux de participation	2		
		Étudier de la pertinence de mettre en place une CUMO, une banque de noms ou une banque d'hébergement pour les travailleurs	<u>MRC</u> CEA CLD UPA	\$\$ ou \$\$\$	• Nombre de rencontres	2		
		Faire des liens avec les villes avoisinantes pour pallier le problème de manque d'hébergement pour les travailleurs et travailler à la conformité des dortoirs pour les travailleurs étrangers	<u>MRC</u> UPA CLD CEA	\$ Ressources internes	• Nombre de liens créés	2		
		Promouvoir l'offre de formation ou offrir de la formation complémentaire pour les travailleurs agricoles et les agriculteurs • Accompagner les agriculteurs (formation, gestion des RH, etc.) • Offrir de la formation spécialisée aux employés ou simplement diffuser les offres. • Travailler avec les partenaires à l'amélioration des structures de formation scolaire	<u>MRC</u> <u>CLD</u> Agriréseau CRFA	\$\$ ou \$\$\$	• Nombre de formations • Nombres de partenariats	3		

No	Nom de l'action	Activités ou Moyens	Porteurs/ partenaires	Budget et autres Ressources	Indicateurs de suivi et de résultat	Priorisation	Faisabilité	Liens avec autres plans
8	Mettre en place une plate-forme d'échange d'expertise agricole pour encourager l'émergence de nouvelles productions et la diversité agricole et encourager la relève et les nouvelles pratiques agricoles	Créer un rapprochement entre les centres de recherche en agriculture et les agriculteurs afin de stimuler l'innovation	<u>MRC</u> Agri-durable UPA	\$\$\$	<ul style="list-style-type: none"> • Superficie en nouvelles cultures • (canola/quinoa/chanvre, argousier, kiwi, raisin, avoine nue, bio) • Implication dans des travaux de recherche • Nombre de nouvelles cultures • Nombre de nouvelles entreprises 	3		Plan stratégique MRC <i>Action 4.1.4 : « Favoriser le rapprochement avec les centres de recherche.... »</i>
		Étudier la possibilité de développer des projets agricoles innovants (jardins collectifs ou éducatifs, ferme hôte, groupe d'achat) visant à rapprocher les citoyens du monde agricole	<u>MRC</u> <u>Municipalités</u> CLD Organismes communautaires municipalités	\$\$\$ Ressources internes et externes	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de nouveaux projets/ services • Nombre de personnes rejointes 	3		

Annexe

Extraits du Plan stratégique 2013-2018 de la MRC de Rouville

Orientation 3 : Renforcer le développement des secteurs touristiques, agrotouristiques et industriels		
Stratégies	Actions	Partenaires
<p>3.2 Soutenir le développement du tourisme excursionniste et agrotouristique</p>	<p>3.2.1 Soutenir de façon proactive des projets qui permettent de renforcer le pôle agro-touristique de la Napa-Vallée de la pomme</p> <p>3.2.2 Poursuivre le travail de promotion et de concertation de l'agrotourisme et positionner la MRC de Rouville parmi les MRC les plus dynamiques</p> <p>3.2.4 Initier une étude de faisabilité pour le développement d'une offre d'hébergement</p> <p>3.2.5 Promouvoir et initier des projets touristiques et agrotouristiques intermunicipaux (ex : festival, itinéraire gourmand pour visiter la région, Mondial des cidres de glaces, etc.) et les mettre en valeur auprès des citoyens</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>CLD</u> • MAPAQ • Expansion PME • Tourisme Montérégie • MRC • Municipalités et ses comités locaux • Tourisme Rougemont
Orientation 4 : Positionner l'agriculture comme une force et un vecteur majeur de développement		
Stratégies	Actions	Partenaires
<p>4.1 Miser sur le développement du secteur agricole comme un des vecteurs de développement du territoire</p>	<p>4.1.2 Favoriser le développement de vecteurs de l'agriculture, dont ceux de l'agriculture biologique et de l'agriculture locale (paniers, marché public,...)</p> <p>4.1.3 Développer des liens avec les différentes associations de producteurs agricoles</p> <p>4.1.4 Favoriser le rapprochement avec les centres de recherche et de développement dans le secteur agricole réalisés à la technopole de St-Hyacinthe et avec des MRC ayant développé des services avancés d'intégration</p> <p>4.1.5 Évaluer la possibilité d'avoir une ressource dédiée au développement du secteur agricole</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>CLD</u> • MRC • MAPAQ • Financière agricole • Réseau agriconseils • Associations de producteur
<p>4.2 Promouvoir l'importance du secteur auprès des citoyens</p>	<p>4.2.1 Documenter le secteur et promouvoir le profil agricole de la MRC et l'importance des entreprises agricoles sur le territoire afin de créer de la fierté (ex: campagne promotionnelle sur une vision commune de l'agriculture dans la MRC)</p> <p>4.2.2 Mettre en valeur les bons coups, le potentiel de la région et l'importance du secteur pour les grandes entreprises sur le territoire (matières premières pour Industries Lassonde, etc.)</p> <p>4.2.3 Favoriser le développement de marchés publics et les manifestations axées sur une thématique agroalimentaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> • MRC • CLD • UPA

**Extraits du Plan local pour l'économie et l'emploi
du CLD Au cœur de la Montérégie (PALÉE 2013-2018)**

ORIENTATION 3 : ACCENTUER LE POSITIONNEMENT ET LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME ET DE L'AGROTOUTISME DANS LA MRC	
Stratégie	Action
3.1 Consolider le positionnement du Cœur de la Montérégie comme LA destination de choix en agrotourisme	3.1.1 Élaborer un plan de développement touristique et agrotouristique pour le Cœur de la Montérégie et y intégrer un bilan des activités 3.1.2 Établir des priorités d'action en collaboration avec la table sectorielle de concertation
3.2 Maintenir les efforts promotionnels du secteur touristique et agrotouristique	3.2.1 Assurer le maintien de la dynamique et de la qualité des services autour du BIT 3.2.2 Développer, bonifier et déployer des outils de communication et des outils promotionnels ciblés (ex. : sceau « Les inédits », livre de recettes, site Web, etc.)
3.3 Travailler avec les partenaires du milieu à la bonification et à la diversité de l'offre touristique	3.3.1 Entreprendre et appuyer le développement de projets visant à améliorer la qualité des produits et services offerts par les entreprises du secteur 3.3.2 Soutenir le développement d'activités et de projets touristiques susceptibles de compléter ou de bonifier l'offre actuelle 3.3.3 Promouvoir et instaurer des projets touristiques et agrotouristiques intermunicipaux (ex. : festivals, itinéraires gourmands pour visiter la région, Mondial des cidres de glace, etc.) et les mettre en valeur auprès de la population. 3.3.4 Mettre en place une étude de faisabilité pour le développement d'une offre d'hébergement.