

PRIX INSPIRATION 2021

CARNET DE PROJETS INSPIRANTS

LES VILLAGES-RELAIS : UN RÉSEAU RAYONNANT!

Les villages-relais, c'est un réseau d'une quarantaine de municipalités situées dans toutes les régions du Québec :

- prêtes à accueillir tous les types d'usagers de la route, toute l'année : automobilistes, motoneigistes, vacanciers en véhicules récréatifs, conducteurs de véhicules lourds, cyclistes, etc.;
- dévouées, offrant des services essentiels de qualité à des heures minimales d'ouverture ainsi que des attraits pleins de charme;
- contribuant au développement et au dynamisme des communautés, des organismes et des commerces locaux;
- jouissant d'une visibilité sur tout le réseau routier québécois et d'une promotion au moyen d'une campagne de communication annuelle;
- engagées auprès du ministère des Transports et soutenues par la Fédération des Villages-relais du Québec;
- partenaires du gouvernement du Québec dans l'amélioration du bilan routier en offrant des lieux d'arrêt agréables et sécuritaires.

Informez-vous sur les avantages qu'offre le Programme de reconnaissance des villages-relais en visitant le site Web de la Fédération des Villages-relais du Québec au www.villages-relais.qc.ca. Pour en savoir plus sur le Programme de reconnaissance des villages-relais du Québec, consultez www.transports.gouv.qc.ca.





MESSAGE DU MINISTRE DES TRANSPORTS

LES VILLAGES-RELAIS AU CŒUR DE LA RELANCE ÉCONOMIQUE DES RÉGIONS

Huit ans déjà que le ministère des Transports s'associe fièrement à la Fédération des Villages-relais du Québec pour la remise du prix Inspiration. Cette reconnaissance souligne l'apport des municipalités et des commerces soucieux de se démarquer par la mise en œuvre de projets qui dynamisent leur communauté.

Cette année, les initiatives présentées reflètent bien le fort engagement des différents milieux pour relever les défis liés aux répercussions de la pandémie de COVID-19. Ces initiatives ont encouragé la promotion de l'achat local et le tourisme régional. Elles ont donc amené les municipalités à agir comme des maillons importants de la relance économique québécoise.

Concrètement, les villages-relais ont offert aux visiteurs et aux résidents la meilleure expérience possible malgré les mesures sanitaires en place. Tout cela nous démontre à quel point le réseau est vivant et que les acteurs de chaque ville et village se mobilisent avec brio pour mettre en valeur leur environnement.

Dans l'ensemble, les projets mis en candidature sont autant de preuves que les municipalités du Québec se montrent créatives et résilientes, peu importe le contexte auquel elles doivent faire face. Je suis très fier de la participation du réseau des villages-relais à la vitalité des régions du Québec et à la valorisation des attraits touristiques.

Félicitations à tous les lauréats et finalistes du prix Inspiration 2021 ! Vos projets contribuent au rayonnement des villages-relais et à l'essor de l'économie régionale partout au Québec. Je tiens à vous remercier pour votre dévouement à faire de votre municipalité un milieu attrayant et animé.

François Bonnardel

Ministre des Transports et ministre responsable de la région de l'Estrie



MOT DU PRÉSIDENT



Il y a déjà huit ans que le prix Inspiration a été lancé en partenariat avec le ministère des Transports!

Désireux de mettre en valeur les bons coups des villages-relais, nous souhaitons promouvoir les réalisations de nos membres et souligner la contribution des commerçants à la vitalité des communautés et à la sécurité des voyageurs.

L'année 2020 demeurera à jamais dans la mémoire des communautés partout sur la planète. La pandémie a fait basculer notre mode de vie et a bousculé notre quotidien avec la mise en place des consignes sanitaires. Tous ces mouvements ont causé une grande pression sur les organisations.

Les municipalités ont dû « se virer sur un dix cents », se retrousser les manches et imaginer des solutions à ces nouveaux défis. Nous ne pouvions donc pas passer sous silence les initiatives qui ont été mises de l'avant afin de préserver la sécurité des gens et la vitalité économique, lesquelles ont été durement mises à l'épreuve. C'est pourquoi le carnet de cette année est bien spécial. Il est rempli de projets réalisés dans le contexte de la COVID-19. De plus, avec cette édition, nous avons atteint le cap des 100 projets répertoriés depuis les 8 dernières années, dont 23 en provenance des commerces signataires de la charte de qualité.

Vous pourrez constater que les villages-relais et les commerces ont rivalisé d'ingéniosité pour s'adapter aux aléas du quotidien. Je suis toujours impressionné de voir les différents angles d'attaque choisis. Certaines organisations ont développé des stratégies d'achat local, d'autres ont déployé des programmes d'animation et des services pour préserver la santé physique et mentale de la population, et d'autres ont misé sur la culture, le patrimoine et la promotion touristique. Mais toujours, l'imagination et la solidarité ont été mises au service de la sécurité et de la vitalité des communautés.

Je remercie toute l'équipe de la Direction des parcs routiers du ministère des Transports pour sa précieuse collaboration dans l'organisation et la réussite de ce concours. Je salue également les membres du jury et nos homologues français des Villages étapes qui partagent leur expertise et collaborent assidûment à cette initiative.

Gilbert Simard

PROJETS INSPIRANTS

CATÉGORIE MUNICIPALITÉ/ORGANISME

- Acton Vale
- Baie-Saint-Paul
- Cap-Chat
- Chandler
- Danville
- Dégelis
- Forestville
- La Guadeloupe
- L'Anse-Saint-Jean
- Maniwaki
- Montebello
- Paspébiac
- Pohénégamook
- Saint-Siméon

ACTON VALE

MONTÉRÉGIE

Village-relais
depuis 2009

Population :
7790



L'ÉPICERIE POUR NOS AÎNÉS

Alors que l'administration municipale d'Acton Vale s'affairait à la préparation de la saison estivale 2020, la nouvelle du confinement est tombée. Avant que les affaires ne tournent complètement au ralenti, le statut des salariés de la Municipalité affectés aux tâches printanières devenait incertain. Dans un contexte où la main-d'œuvre se fait rare, la Municipalité souhaitait ardemment préserver son personnel.

Comment remédier à cette situation? C'est l'appel à l'aide d'une citoyenne âgée touchée par le confinement qui a mobilisé les troupes et permis la sauvegarde des emplois. Isolée, cette dame avait besoin d'aide pour aller faire ses emplettes et se demandait vers qui se tourner. De fait, il s'est avéré que d'autres citoyennes et citoyens étaient dans la même situation.

Soucieuse du bien-être et de la sécurité de sa population, Acton Vale a répondu à ce besoin par une solution créative. Un service sur mesure pour les personnes vulnérables a été implanté, mettant quatre employés ainsi que la trésorerie de la Municipalité à contribution.

En appelant au numéro général d'Acton Vale, une citoyenne ou un citoyen donne sa commande au personnel sur place et spécifie le marché d'alimentation de son choix. Les emplettes sont faites et livrées à la personne par les employés de la Municipalité. Témoignant de sa confiance envers sa population, la trésorerie a mis en place un système de paiement qui simplifie grandement les procédures puisque le paiement est fait directement à l'épicerie par la Municipalité. La citoyenne ou le citoyen la rembourse ensuite.

À Acton Vale, l'administration municipale a choisi de veiller sur la santé et la sécurité de sa population tout en sauvegardant ses emplois de façon ingénieuse.

BAIE-SAINT-PAUL

CHARLEVOIX



Village-relais
depuis 2009

Population :
7217

RELANCE DE L'ÉTÉ 2020

Confrontée à la pandémie, Baie-Saint-Paul était devant l'inconnu au printemps 2020. Rassemblant plusieurs acteurs du développement, le conseil municipal a adopté un plan d'action visant à activer la relance économique et à adapter le centre-ville pour offrir des espaces accueillants et sécuritaires à la population et aux visiteurs. Proactive, l'Association des gens d'affaires de Baie-Saint-Paul a tenu cinq consultations publiques virtuelles s'adressant à différents secteurs d'activité. S'appuyant sur les forces vives du milieu, une stratégie à plusieurs niveaux a été déployée.

Solidaire et créative, la collectivité a resserré ses liens dans le but d'offrir des activités variées, divertissantes et novatrices tout en tenant compte des mesures sanitaires en vigueur. Baie-Saint-Paul, qui s'active depuis longtemps à réduire son impact environnemental, a maintenu cette préoccupation dans le cadre de ses démarches d'implantation.

Parmi les faits marquants, notons le réaménagement et l'animation du centre-ville, la mise en place du marché public et l'ouverture d'un ciné-parc gourmand. De plus, l'assouplissement de certaines réglementations a favorisé l'affichage et de nouveaux aménagements. Un site Web a été conçu et une stratégie de communication a été déployée sur les réseaux sociaux. Un guide touristique a également été créé. La démarche a été soutenue par la campagne de sociofinancement « Baie-Saint-Paul tatouée sur le cœur ».

Outre la Municipalité, l'Association des gens d'affaires et nombre de bénévoles ayant participé à la relance, mentionnons l'engagement de plusieurs partenaires, dont l'École de cirque de Québec, Tourisme Charlevoix, Destination Baie-Saint-Paul, la Table agrotouristique de Charlevoix, le marché public de Baie-Saint-Paul et maints commerces.

Après s'être rapidement adaptée à la situation, la communauté de Baie-Saint-Paul a vu ses efforts récompensés puisque la municipalité a connu une excellente saison touristique 2020.



CAP-CHAT

GASPÉSIE

Village-relais
depuis 2012
Population :
2341

MARCHÉ PUBLIC

Ouvert en 2018 dans le but d'offrir à la population des produits locaux, frais et diversifiés, le marché public estival de Cap-Chat a connu un franc succès dès le départ. Attendu avec impatience, son retour en 2020 a été retardé en raison du confinement. Puis, le 16 juillet, la Santé publique annonçait que les marchés publics pouvaient se tenir dès... le 18!

Prenant rapidement les choses en main, un groupe du marché public, soutenu par la mairesse et des bénévoles, s'est mis à pied d'œuvre et a aménagé des espaces sécuritaires. Huit kiosques épurés, inspirants et durables ont été construits avec des matériaux achetés localement ou régionalement.

Avec fierté et émotion, les organisateurs ont été en mesure d'accueillir producteurs et transformateurs et de présenter une grande variété de fruits et légumes, de fleurs, de produits de boulangerie, de pâtisserie et de charcuterie ainsi que d'artisanat pour le plus grand bonheur de toutes et tous.

Beaucoup de leaders, de bénévoles et d'organismes ont participé au succès de cette activité. Mentionnons, entre autres, l'implication financière de la Ville de Cap-Chat, du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, du Centre local de développement de La Haute-Gaspésie, de la Municipalité régionale de comté de La Haute-Gaspésie et de la Démarche intégrée en développement social de La Haute-Gaspésie.

En cette période d'isolement et de confinement, les rencontres au marché ont, sans contredit, favorisé la résilience et la cohésion sociale de la communauté. Une sortie au marché public favorise une qualité de vie positive et permet de découvrir des produits exceptionnels. En 2020, 2 662 clients solidaires ont encouragé l'achat local et la créativité des artisans.

C'est prouvé, une sortie au marché public de Cap-Chat propage la joie :
13 jours de marché, 13 jours de bonheur!

CHANDLER

GASPÉSIE



Village-relais
depuis 2009

Population :
7 350

NOUS ADAPTER ET PRENDRE SOIN DE NOS CITOYENNES ET CITOYENS

La pandémie a bousculé le quotidien de tout un chacun. Sentant l'urgence de soutenir sa population, la Ville de Chandler a mis en place plusieurs initiatives pour la sécuriser et l'aider. Des interventions adaptées à différents groupes d'âge ont été déployées en tenant compte de la santé physique et mentale.

Afin de briser l'isolement, 500 plats préparés par un commerce de la région ont été livrés par des employés municipaux à des personnes de 70 ans et plus. Pour sa part, le Cercle de Fermières a confectionné plus de 200 couvre-visages.

Pour encourager la persévérance scolaire, des fruits ont été distribués dans des écoles primaires. À la bibliothèque, l'heure du conte a été offerte en ligne aux tout-petits. Par ailleurs, des publications sur les médias sociaux présentaient des activités ludiques et éducatives, des capsules de yoga ainsi que des liens vers des événements gratuits en ligne.

Chaque saison, les services de loisirs de la Municipalité s'adaptent aux consignes sanitaires afin de proposer des activités. Des initiatives pour garder les gens actifs ont été mises sur pied, dont un rallye-recherche et la prolongation de la saison de glace. La collaboration des services d'incendie, des loisirs et de l'urbanisme ainsi que de la direction et des élus a fait renaître une patinoire de quartier. Le concours *Un hiver féérique* a été organisé afin d'encourager les concitoyennes et concitoyens à décorer durant la période hivernale. Ce concours a suscité de la bonne humeur et mis de la lumière dans les cœurs.

Usant d'imagination et d'ingéniosité, chaque geste et chaque initiative témoigne de la bienveillance de l'administration municipale à l'égard de sa communauté.

DANVILLE

CANTONS-DE-L'EST

Village-relais
depuis 2008
Population :
3 889



19 DEGRÉS DE SÉPARATION

Confinement, isolement, couvre-feu, échanges virtuels... Pour les artistes, rien ne peut remplacer le spectacle vivant et la rencontre qui se vit au sein d'une représentation réelle. C'est pourquoi la compagnie de théâtre Effet V, en partenariat avec la Ville de Danville, a développé un concept adapté à la conjoncture de la pandémie et donné naissance au spectacle *19 degrés de séparation*.

L'après-midi du 18 juillet 2020, à Danville, Effet V a brisé le mur de l'isolement en offrant des prestations artistiques en direct dans des endroits insolites, le tout dans le respect des normes sanitaires!

Sept artistes professionnels de Danville ont offert chacun une performance de cinq à sept minutes à chaque groupe accueilli : chansons, sketches, poèmes, lecture d'extraits de livres, musique et capsules historiques. Dans leur garage, dans leur cour ou sur leur balcon, les artistes recevaient un groupe de spectateurs constitué préalablement sur réservation. Chaque groupe se déplaçait à pied d'un lieu de diffusion à l'autre selon un itinéraire et un horaire préétablis, évitant toute rencontre entre les différents groupes. La Ville de Danville a mis un espace ou un kiosque à la disposition des artistes qui n'avaient pas de « scène » adéquate et sécuritaire. Les spectateurs ont ainsi assisté aux performances d'une poète, d'une violoniste, d'un conteur, d'un historien, d'une romancière, d'un humoriste et d'un guitariste et chanteur.

Cette initiative culturelle rendant l'art accessible à toutes et tous a été offerte gratuitement à la population par la Ville de Danville. Grâce à l'originalité de la formule, le public a pu apprécier ces prestations de différentes disciplines artistiques, sortir de son isolement et découvrir une partie de la richesse culturelle dont recèle Danville.

DÉGELIS

BAS-SAINT-LAURENT

Village-relais
depuis 2008

Population :
2848



À DÉGELIS, ON S'EMBALLÉ POUR L'ACHAT LOCAL

Comme ce fut le cas ailleurs, la pandémie a malmené plusieurs entreprises de Dégelis. Dans le but de contribuer à la relance économique et de stimuler l'achat local, la Corporation de développement économique de la région de Ville Dégelis (CDERVD) a lancé, le 12 novembre 2020, une campagne d'achat local. D'une durée d'un mois, celle-ci se concluait par un marché de Noël, le seul au Témiscouata.

Les citoyennes et citoyens étaient invités à faire des achats dans cinq entreprises différentes pour un montant de 20 \$ et plus et à déposer leurs preuves d'achats dans des boîtes prévues à cette fin. Les incitatifs mis de l'avant ont permis à la campagne d'achat local de réellement dépasser les attentes.

Lors du marché de Noël, qui couronnait la campagne, huit bons d'achat d'une valeur de 250 \$ chacun étaient tirés. Ce marché, dont le thème était *À Noël, sous le sapin, c'est local!*, regroupait 14 producteurs et transformateurs agroalimentaires et 6 artisans des métiers d'art.

Dans une ambiance festive et respectueuse des mesures sanitaires, la journée a été remplie de magie. Décorations, tours de carriole en bulle familiale, trous de feu pour réchauffer l'atmosphère et animation musicale : tout était au rendez-vous pour les éclats de rire et le bonheur partagé. Le père Noël, fraîchement arrivé du pôle Nord, était de la partie lors de cette journée mémorable qui s'est terminée par un magnifique feu d'artifice.

Solidaires, les citoyens, les producteurs et transformateurs agroalimentaires, les artisans, les commerçants, les employés municipaux, les pompiers volontaires, la Ville de Dégelis, la CDERVD, les bénévoles, la Société d'aide au développement des communautés du Témiscouata et plusieurs commerces et entreprises ont soutenu ce projet qui a redynamisé le milieu.

FORESTVILLE

CÔTE-NORD

Village-relais
depuis 2009

Population :
2912



LA TOURNÉE DES AÎNÉS À FORESTVILLE

Certaines mesures mises en place par la Santé publique lors du confinement ont isolé fortement les personnes âgées. Pour contrer les effets néfastes de la solitude, la Municipalité de Forestville a imaginé *La tournée des aînés à Forestville*.

Formé de deux jeunes, Kim et Simon, le duo The Two Birdz a été engagé pour aller chanter à la porte des aînés pendant une journée au mois de juillet. Fort d'un vaste répertoire de chansons d'époque, le duo, composé d'une violoniste et d'un guitariste, a littéralement envoûté son public.

Saisie par l'engouement des spectateurs, la Municipalité a décidé de renouveler le contrat de The Two Birdz pour continuer à semer de la joie et à récolter du bonheur lors d'une autre journée en août. Le duo a été reçu devant des groupes d'aînés rassemblés à l'extérieur de la Villa Forestville, du Centre d'hébergement et de soins de longue durée et de deux centres d'hébergement ainsi qu'aux portes des résidences inscrites. Tout un défi pour les deux artistes de chanter une journée entière pour différents publics tout en se déplaçant de porte en porte!

Le projet a été rendu possible grâce à la conseillère en développement de la Municipalité, à la travailleuse communautaire du Centre de santé et de services sociaux ainsi qu'à tous les partenaires impliqués directement auprès des aînés. Le financement de Centraide Haute-Côte-Nord Manicouagan et l'Entente de développement culturel du gouvernement du Québec ont permis de payer le salaire et les déplacements des musiciens et chanteurs.

Reconnaissantes de cette attention, les familles ont été réconfortées qu'une activité soit organisée pour leurs parents ou amis âgés et seuls. À Forestville, on peut dire « On pense à vous! » de façon originale et amusante.

LA GUADELOUPE

CHAUDIÈRE-APPALACHES



Village-relais
depuis 2009

Population :
1 774

CONCOURS ACHETONS CHEZ NOUS

En plein cœur de la pandémie, afin d'aider les commerces, la Municipalité de La Guadeloupe a lancé le concours *Achetons chez nous*. Pour pérenniser cette initiative et instaurer une culture de consommation locale responsable, 3 000 \$ ont été injectés sur une période d'un an.

La mise en place de ce concours a demandé beaucoup d'efforts : rencontrer toutes les entreprises de vente au détail, expliquer le projet aux commerçants et leur remettre des boîtes de tirage ainsi que des coupons.

Afin d'être admissible au tirage qui avait lieu tous les mois, la consommatrice ou le consommateur devait dépenser au moins 25 \$ dans un commerce participant et déposer son coupon dans une boîte prévue à cet effet.

À partir de juin, puis une fois par mois, le tirage d'un prix en direct sur la page Facebook de la Municipalité avait lieu durant la séance du conseil municipal. Les gagnants devaient dépenser leur prix dans les commerces locaux sélectionnés. Ainsi, 10 prix de 200 \$ et 2 prix de 500 \$ ont contribué à soutenir l'économie locale.

Parmi les nombreux commerces et industries de la municipalité, ce sont 56 entreprises offrant des produits et des services qui ont été sélectionnées ! Afin que toute la population, sans discrimination d'âge ou de classe sociale, ait une chance de gagner, les épiceries, dépanneurs, stations d'essence et garages comptaient parmi ces commerces participants. Un projet inclusif dont les citoyennes et les citoyens peuvent être fiers !

Un village dont l'économie est prospère est un village où les gens veulent s'établir. Grâce à cette initiative, tout le monde est gagnant à La Guadeloupe !

L'ANSE-SAINT-JEAN

SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN



Village-relais
depuis 2009

Population :
1 235

LE FESTIVAL DU FOUR À PAIN

C'est en 2019 que l'idée d'organiser le Festival du four à pain est lancée. L'objectif est de mettre en valeur les nombreux fours à pain, héritage du patrimoine bâti, apparaissant à côté ou à l'arrière des résidences de L'Anse-Saint-Jean.

La première étape était de répertorier tous les fours à pain et de constituer une mosaïque de photos des 46 fours retracés. Par la suite, une recherche sur leur histoire et la vérification de l'existence d'un tel festival ailleurs ont été réalisées.

Plusieurs activités ont été pensées pour faire du Festival du four à pain de septembre 2020, une première mondiale selon les recherches, un franc succès : construction d'un four à pain communautaire, formation spécialisée pour la construction d'un four extérieur, embauche d'un boulanger expert, dégustation et vidéo promotionnelle.

Puis, l'annonce, au printemps 2020, de la pandémie et des possibilités d'une deuxième vague à l'automne est venue mettre le projet en péril.

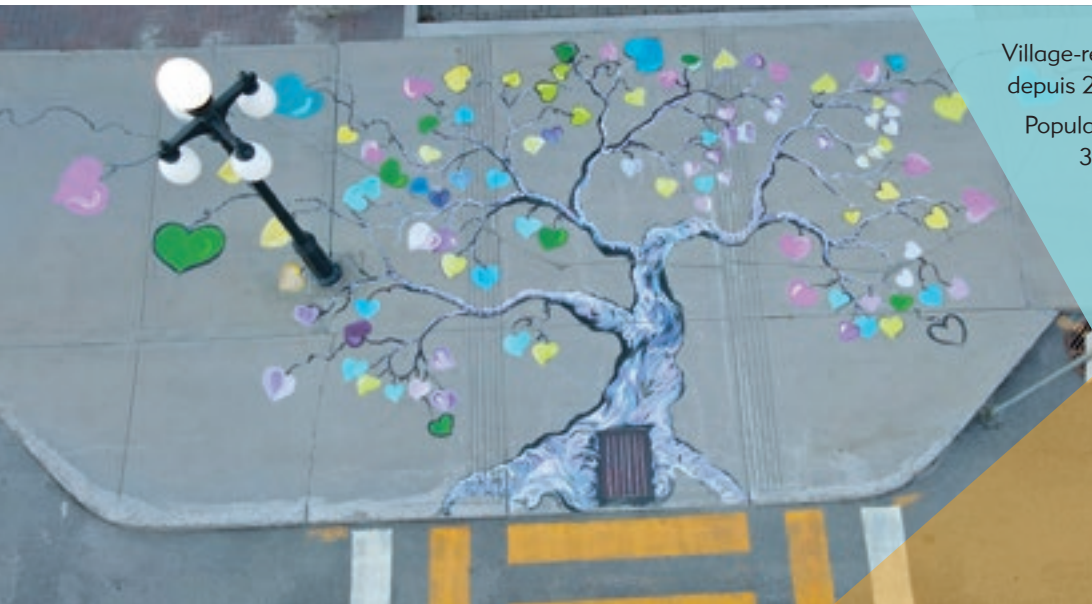
Toutefois, le comité organisateur a décidé d'aller de l'avant avec le festival en adaptant la formule initiale. Plutôt que de recevoir chez eux, les cuisiniers étaient invités à présenter leurs plats, qui avaient été préparés dans leur four à pain, et à faire déguster leurs mets à l'extérieur du Centre culturel. Les cuisiniers servaient les consommateurs et ceux-ci s'installaient dehors sur la terrasse, dans le respect des bulles familiales.

Plusieurs organismes se sont impliqués dans la création du Festival du four à pain de L'Anse-Saint-Jean. Une façon unique et originale de valoriser un bien culturel patrimonial et de renforcer l'appropriation territoriale!

FINALISTE

MANIWAKI

OUTAOUAIS



Village-relais
depuis 2008

Population
3814

ART URBAIN

Dans le cadre de son projet *Maniwaki s'expose*, amorcé en 2019, la Municipalité utilise l'art urbain pour égayer ses espaces publics. Malgré les contraintes liées au coronavirus, elle a poursuivi cette initiative lors de la saison estivale 2020 en collaborant avec l'artiste de renommée Janick Ericksen. Tout au long de l'été, Janick, assistée de son équipe, a illuminé les rues de Maniwaki de façon originale.

Traverses de piétons rigolotes, trompe-l'œil uniques, citations qui réchauffent l'âme, arbre de vie avec les noms de tous les occupants de la résidence pour personnes âgées et murale représentative de la population ont enjolivé les quartiers de la ville. Ces aménagements urbains ont engendré une augmentation du nombre de marcheurs qui, prenant du temps de qualité en famille, étaient curieux de découvrir les nouveautés.

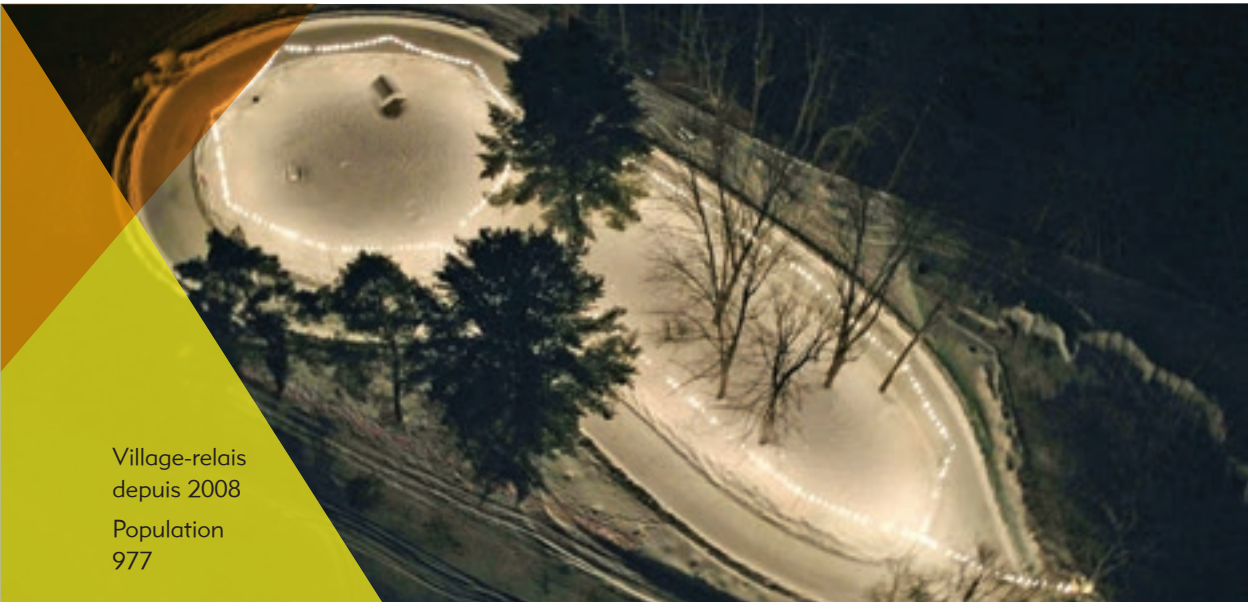
L'objectif premier de la Municipalité était d'apporter de la joie et de la gaieté à ses citoyennes et citoyens en ces temps difficiles. Preuve de sa réussite, les commentaires positifs ont afflué sur sa page Facebook et des appels de remerciement ont été reçus au bureau municipal.

Désireux de participer à ce mouvement, des bénévoles ont assuré le service de café à l'artiste et à ses aides tout au long de l'été. Mentionnons l'implication, aussi inattendue qu'appréciée, des résidents de La Belle Époque lors de la conception de l'arbre de vie dessiné en face de leur habitation.

L'art est une thérapie en soi et les œuvres artistiques éphémères peuvent être aussi importantes pour certains qu'une infrastructure permanente pour d'autres. Pouvoir suivre l'évolution quotidienne et le déploiement de ces œuvres uniques et originales est source de joie et de ravissement. Ces bienfaits se traduisent dans la fierté et l'accroissement du sentiment d'appartenance à Maniwaki.

MONTEBELLO

OUTAOUAIS



Village-relais
depuis 2008

Population
977

SENTIER GLACÉ ET REVITALISATION DU NOYAU VILLAGEOIS

Au début de l'année 2020, la Municipalité de Montebello cherchait de l'aide pour son développement et a fait appel à l'organisme Rues Principales. Il en est résulté un projet de dynamisation comportant plusieurs volets. Parmi ceux-ci, mentionnons l'aménagement de la marina, la promotion et l'organisation d'activités hivernales ainsi qu'une plus grande collaboration entre commerçants.

La mobilisation des commerçants, des citoyens et des employés municipaux était essentielle pour la concrétisation des projets. Afin de créer une synergie entre les entreprises, l'embauche d'une coordonnatrice au développement s'est avérée nécessaire. La pandémie amenait un défi de taille, car les rencontres devaient se tenir de façon virtuelle.

La mise en place d'un sentier glacé, illuminé et accessible gratuitement au cœur du village, a été l'une des premières actions. Celle-ci comportait deux objectifs : favoriser la pratique de l'activité physique auprès de la population et augmenter le nombre de visiteurs. Montebello a également collaboré avec la firme Anekdote afin d'offrir aux touristes une expérience de visite unique au moyen d'une application 100 % virtuelle.

À la mobilisation d'une cinquantaine de bénévoles s'ajoutent les liens tissés avec plusieurs partenaires, dont la Municipalité régionale de comté (MRC), la Société d'aide au développement des communautés, Tourisme Outaouais, des organismes communautaires et les municipalités environnantes. Pour la réalisation de différents projets, la Municipalité a obtenu le soutien financier du Comité des loisirs de Montebello, de la Caisse Desjardins, de Loisirs sport Outaouais, de Tourisme Outaouais et de la MRC de Papineau.

La vitalité du centre-ville est d'une importance capitale : il représente l'âme de la collectivité et l'ancrage de l'identité des Montebelloises et des Montebellois. Ce projet de dynamisation a eu d'importants bienfaits sur la communauté en mobilisant la population autour de la qualité de vie et en soutenant le développement économique et touristique.

PASPÉBIAC

GASPÉSIE



Village-relais
depuis 2009

Population
3 120

VILLAGE DU PÔLE NORD

S'il y avait une chose de certaine à Paspébiac, c'est que la pandémie n'arrêterait pas le père Noël! En effet, grâce à la mobilisation générale, des espaces publics extérieurs ludiques ont été conçus pour contrer l'isolement de la population, et ce, en toute sécurité.

Situé à la halte routière, le Village du pôle Nord était l'endroit à découvrir dans la Baie-des-Chaleurs du 1^{er} décembre 2020 au 7 janvier 2021. Petits et grands étaient conviés à s'y aventurer, de jour comme de soir, pour le visiter et vivre une expérience inoubliable dans l'émerveillement. Le Village du pôle Nord se voulait, en ce temps des Fêtes, mais surtout en ce temps de pandémie, un lieu où la féerie et la magie de Noël se conjuguent pour faire rêver et divertir les résidentes et les résidents.

Sur place, on pouvait apercevoir la maison du père Noël, un château de glace, le village des pingouins, la grange des rennes, l'atelier des lutins et, surtout, la boîte aux lettres du père Noël. Les enfants étaient invités à y déposer une lettre adressée au père Noël. Chacun d'eux a reçu une réponse du père Noël et un livre. Au total, 371 lettres ont été reçues... et 371 livres envoyés!

Un comité d'embellissement proactif, une équipe de réalisation talentueuse, des donateurs généreux, des partenaires engagés et des citoyens dynamiques : tous les éléments étaient en place pour que la magie opère.

Le Village du pôle Nord de Paspébiac, c'est un sentiment de fierté doublé d'une offre touristique sécuritaire et adaptée à la pandémie. La participation enthousiaste des citoyennes et des citoyens a contribué de manière significative au rayonnement de la municipalité et confirmé, une fois de plus, la vitalité de la communauté!

POHÉNÉGAMOOK

BAS-SAINT-LAURENT



Village-relais
depuis 2019
Population
2 469

PRIX AMBASSADEUR

La Ville de Pohénégamook a lancé, en octobre 2020, le concours Prix Ambassadeur, lequel visait à souligner les efforts de l'entreprise, de l'organisme ou de la personnalité ayant le plus fortement contribué au rayonnement positif de la municipalité au cours de la dernière année.

Le concours a été mis en place afin de positionner la municipalité en tant que destination accueillante et vivante. Un autre but était de maintenir un lien dynamique avec la communauté en ces temps moroses de pandémie.

Parmi les objectifs de ce concours, soulignons les suivants : encourager les acteurs du milieu à devenir de véritables ambassadeurs, soutenir financièrement les commerces, organismes ou citoyens dans un contexte économique difficile et favoriser le sentiment de fierté de la population envers sa communauté.

Pour participer au concours, les entreprises, organismes et citoyens devaient démontrer de quelles façons leurs actions avaient généré des retombées positives pour la communauté et fait rayonner Pohénégamook sur les scènes locale, nationale et internationale. En outre, il a été proposé à la population de se joindre à l'initiative en dévoilant son Coup de cœur Pohénégamook. Les citoyennes et citoyens étaient ainsi invités à partager, sur les réseaux sociaux de la Ville, une ou des photos montrant ce qu'ils aiment le plus de Pohénégamook.

Des entreprises des domaines alimentaires et des services ainsi que des organismes à vocation sociale, communautaire ou patrimoniale ont participé au concours. Des athlètes, des auteurs et des artistes y ont également pris part. Les lauréats se sont partagé la somme de 2 250 \$.

À Pohénégamook, l'administration municipale et sa communauté adhèrent vivement à des valeurs d'accueil et d'ouverture! Sans conteste, le Prix Ambassadeur a été un véritable succès puisque l'ensemble de la communauté a embrassé l'initiative.

JACQUES-HÉMOND

SAINT-SIMÉON

CHARLEVOIX



Village-relais
depuis 2008

Population
1 128

LA SANTÉ PHYSIQUE ET MENTALE DE NOTRE POPULATION NOUS TIENT À CŒUR

Dès le début de la pandémie, le bien-être et la sécurité des citoyennes et citoyens de Saint-Siméon ont été au cœur de la réflexion des administrateurs municipaux. Plusieurs actions ciblées et concrètes ont été menées pour que toutes et tous soient en mesure de passer à travers la crise.

La Municipalité a fourni des masques lavables et jetables à toute la population. Elle a aidé les familles dans le besoin en donnant des bons d'achat pour l'acquisition de produits essentiels. Une évaluation était faite par un comité restreint afin de préserver la confidentialité des familles touchées. La Municipalité a assuré les services de base à domicile aux personnes âgées avec divers partenaires. Elle a appelé chaque semaine ses citoyens de plus de 70 ans pour contrer l'isolement et déterminer s'il y avait de la détresse psychologique ou elle a tout simplement prêté l'oreille à des gens qui avaient envie de discuter. Elle a maintenu et entretenu le service de toilettes publiques pour les camionneurs, eux qui ont été privés de restaurants et de différents services, et a remboursé le dépanneur pour le café offert aux camionneurs de passage. De plus, un congé de taxes et d'intérêts a été offert aux citoyennes et citoyens!

L'auto électrique de la Municipalité a été mise à disposition pour les services de livraison de la pharmacie Brunet et du Marché Tradition ainsi que pour les bénévoles qui distribuaient les journaux.

À Saint-Siméon, pendant la pandémie, il ne fait aucun doute que tout a été mis en œuvre pour améliorer la qualité de vie de la population ainsi que sa sécurité. De la reconnaissance et un grand sentiment d'appartenance sont ressortis des différentes attentions mises en place.

FINALISTE

PROJETS INSPIRANTS

CATÉGORIE COMMERCE-AMBASSADEUR

- Chandler

CHANDLER

GASPÉSIE



Village-relais
depuis 2009

Population :
7 350

L'ALIMENTATION : UN SERVICE ESSENTIEL EN TEMPS DE PANDÉMIE

Devant la pandémie sévissant dans la région, les responsables de la Coop IGA de Chandler ont dû mettre les bouchées doubles afin de répondre aux nouvelles normes sanitaires et aux besoins de la population. Plusieurs rencontres d'information ont été tenues avec les employés pour assurer un service sécuritaire et déployer de nouvelles mesures d'intervention.

Instaurer de nouvelles façons de faire comportait un autre défi de taille : le recrutement de 16 personnes. Dix commis étaient nécessaires pour la désinfection et le contrôle du nombre de clients dans l'épicerie. Six autres employés étaient requis afin de servir les clients désireux de recevoir leur commande sans contact, donc pour la gestion des commandes téléphoniques et en ligne. À cet effet, mentionnons l'implication de livreurs bénévoles provenant d'organismes communautaires.

Dès le début, des visières, des couvre-visages et des barrières sécuritaires ont été fournis au personnel. En tout temps, un employé gérait la circulation vers les caisses en faisant respecter la distanciation. Toujours dans cette optique, un circuit à sens unique a été dessiné sur le plancher et les produits libre-service, comme le vrac et les légumes à l'unité, ont été emballés. La pénurie d'aliments sur les tablettes a été évitée grâce à l'instauration de limites d'achat.

Tout au long de cette aventure, la Coop IGA de Chandler a su mobiliser ses employées et employés. Ceux-ci se sont impliqués et ont fait partie de la solution. Le travail d'équipe et le souci de s'adapter pour répondre à chaque nouvelle demande ont permis de traverser cette bataille de façon exemplaire. Les Chandléroises et Chandlérois peuvent être fiers d'avoir relevé le défi haut la main!

- **Mention spéciale**

CHANDLER

GASPÉSIE



Village-relais
depuis 2009
Population :
7350

S'ADAPTER EN SITUATION PARTICULIÈRE, UNE STRATÉGIE GAGNANTE

Après avoir investi 800 000 \$ pour exécuter des travaux de rénovations majeures, l'entreprise propriétaire du Motel Fraser et du restaurant Le Sieur de Pabos s'est vue confrontée à un événement impensable : la fermeture des frontières de la Gaspésie et des restaurants ! La nouvelle s'est abattue sur l'entreprise comme une fatalité.

Plutôt que de courber l'échine, la direction ainsi que les équipes de la restauration et de l'hôtellerie se sont rapidement mobilisées et ont fait aller leur imagination afin de garder l'entreprise ouverte dans ce contexte. Pour mettre en place ces idées innovantes, la direction a décidé d'injecter 100 000 \$ supplémentaires.

Autre défi majeur : la fidélisation des membres du personnel. Après une réorganisation des tâches et le réaménagement des espaces afin de rendre l'environnement de travail plus sécuritaire, l'équipe s'est engagée pleinement dans l'aventure.

Un lavabo portatif avec système de distributeur d'eau autonome a été placé à l'entrée de l'hôtel. De plus, une première au Québec : deux bornes automatisées zéro contact permettant de réserver, de payer et de récupérer les clés magnétiques ont aussi été installées à l'entrée et les réceptionnistes sont demeurés en poste malgré cet ajout.

Le menu du restaurant a été adapté et diffusé sur les réseaux sociaux. Trois cents porte-clés *Ça va bien aller* ont été remis aux utilisateurs du service en ligne. Dans la salle à manger, des panneaux protecteurs amovibles ont été installés.

Toutes ces actions ont permis de maintenir des services à la communauté et aux voyageurs, de conserver les emplois et de mettre à contribution des entreprises locales tout en évitant la propagation du virus !



À PROPOS DU JURY

Nous voulons remercier le jury composé de membres de diverses organisations. Il s'agit de M^{me} Chantal Beauséjour, du ministère du Tourisme, de M. Dany Martin, de la Direction des parcs routiers du ministère des Transports, et de M^{me} Mathilde De Almeida, de la Fédération française des Villages étapes. Nous saluons leur rigueur et leurs généreux commentaires avisés lors de l'analyse des projets.

Pour déterminer les finalistes et les lauréats, le jury a travaillé à partir d'une grille d'analyse fondée sur six critères et un système de pondération :

- l'originalité du projet et de la démarche;
- l'engagement citoyen (mixité des personnes participantes, des partenaires, etc.);
- l'apport à la communauté, à la municipalité et à la clientèle, et les retombées positives;
- le portfolio;
- l'accessibilité;
- le plan d'action.

INSPIRÉS ?

Rendez-vous l'an prochain
pour le prix Inspiration 2022!

///

villages-relais.qc.ca

Sources des photos:
les municipalités participantes

En partenariat avec :

Québec 