

Nouvelle image pour l'Abitibi-Témiscamingue **MA RÉGION D'ÊTRE**



Rouyn-Noranda, le 4 novembre 2008 – C'est lors d'un 5 à 7 au Petit Théâtre du Vieux-Noranda que Valorisation Abitibi-Témiscamingue (VAT) a dévoilé la nouvelle image de l'Abitibi-Témiscamingue ainsi que les outils développés pour en faire la promotion, sous le thème *Ma région d'être*.

Ma région d'être

« Dans un contexte de pénurie de main-d'œuvre, nous avons voulu nous démarquer des autres régions qui misent davantage sur la beauté des paysages, la qualité de vie ou la présence de services afin d'attirer de nouveaux citoyens », explique Mme Karène Richer, présidente de VAT. L'Abitibi-Témiscamingue se distingue par la place qu'elle accorde à l'innovation, aux idées nouvelles, aux projets audacieux. « Nos héros sont des inventeurs ingénieux, des entrepreneurs courageux, des citoyens généreux. C'est pourquoi nous avons misé sur les gens qui FONT et qui SONT l'Abitibi-Témiscamingue, c'est-à-dire des personnes qui ont fait le choix de demeurer ici parce que l'Abitibi-Témiscamingue est leur *raison d'être... leur région d'être* », soutient Mme Richer. La campagne promotionnelle met en vedette dix Témiscabitiens qui présentent leur région d'être.

Ce qui fait que l'Abitibi-Témiscamingue se démarque, ce sont les gens et les projets qu'ils réalisent ici. Que ce soit pour les possibilités de faire carrière ou de vivre près de la nature, pour la place laissée à l'innovation, au développement, à l'implication ou à leurs ambitions, pour le milieu de vie propice pour fonder une famille, pour l'effervescence culturelle, économique ou sociale, chacune de ces personnes possède de multiples bonnes raisons de choisir notre région pour s'épanouir.

L'enquête

Cette campagne de promotion découle des résultats de l'enquête *Analyse de l'attraction et des perceptions de la région de l'Abitibi-Témiscamingue*, déposée au printemps dernier, et dont les résultats indiquaient que la population québécoise avait de fausses perceptions envers la région. Ces perceptions concernaient entre autres les opportunités d'emplois et étaient surtout associées à une profonde méconnaissance de la région. En fait, ceux qui disaient connaître la région en avaient une opinion plus favorable que les autres. Le message était clair : l'Abitibi-Témiscamingue avait tout intérêt à se faire connaître pour améliorer son pouvoir d'attraction.

« L'image et les outils étaient donc primordiaux afin de convaincre de nouvelles personnes de choisir notre région, de ramener nos jeunes qui ont quitté pour leurs études, ou pour les convaincre de demeurer ici, et d'augmenter le sentiment d'appartenance », explique Mme Richer.

... /2

Le site Internet et les autres outils

Plusieurs outils ont été développés pour permettre à l'équipe de VAT, ainsi qu'aux employeurs, de promouvoir la région. D'abord, le site Internet www.maregiondetre.com. Porte d'entrée de la région, il prend la forme d'un portail dynamique et innovateur. En plus de présenter sommairement la région, il comprend une *Foire permanente de l'emploi* qui recense en un seul lieu toutes les offres d'emploi relatives à la région présentes sur Internet. Le site permet également de découvrir, via une banque d'images, les différentes saisons de la région. On peut de plus consulter et publier nos raisons d'être et nos fiertés! À ce site s'ajoutent d'autres outils promotionnels, tels un kiosque, des paraposts, des dépliants ainsi que des objets promotionnels, tous sous le thème *Ma région d'être*.

Soyons fiers de vivre en Abitibi-Témiscamingue

« Maintenant, c'est à chacun de vous, au travail, à la maison, au quotidien, en voyage, de promouvoir cette image, de devenir un ambassadeur de l'Abitibi-Témiscamingue. Insérez le logo *Ma région d'être* (prochainement disponible sur le site) dans vos courriels et vos entêtes, faites connaître le site! Soyez fiers de vivre en Abitibi-Témiscamingue! », conclut Mme Richer.

Quant à l'équipe de VAT, elle sillonnera la province tout au long de l'année afin de promouvoir la région, surtout auprès des chercheurs d'emplois ainsi que des étudiants et finissants.

Une tournée des territoires se déroulera dans les prochains jours pour présenter cette nouvelle image et les outils. Rendez-vous le 5 novembre à Ville-Marie (15 h, Salle Augustin Chénier), le 6 à Amos (10 h 30, Palais des arts Harricana) et à La Sarre (15 h, Bistro La Maîtresse), ainsi que le 7 à Val-d'Or (10 h 30, Bar l'Entracte). Plus de détails sur cette tournée au www.valorisationAT.com.