

FONDS RÉGIONS & RURALITÉ

Volet 2 - Soutien à la compétence de
développement local et régional des MRC

FORMULAIRE DE PRÉSENTATION



TITRE DU PROJET	DÉVELOPPEMENT D'UNE IMAGE PROFESSIONNELLE - APLTI		
SECTEUR DE DÉVELOPPEMENT <i>Cochez le secteur qui s'applique et précisez au besoin</i>	Agroalimentaire Éducation X Social Autre (précisez)	X Aménagement du territoire/environnement Loisir sportif Tourisme	Culture et patrimoine Services de proximité
DATE DE RÉALISATION	Du : Date du projet approuvé Au : + 10 À 12 SEMAINES Action nouvelle Il s'agit d'une nouvelle action pour la municipalité ou la communauté visée. Bonification d'une infrastructure existante ou d'un service Améliorations significatives ou valeur ajoutée. Phase d'un projet Projet qui nécessite plusieurs phases de développement.		
COÛT TOTAL DU PROJET	14 746 \$	MONTANT DEMANDÉ	10 300 \$

(Le montant de l'aide ne peut excéder 70 % des coûts du projet)

RENSEIGNEMENTS SUR LE PROMOTEUR

Nom du promoteur	L'ASSOCIATION DE PROTECTION DU LAC À LA TRUITE D'IRLANDE (APLTI)
Adresse complète	151 ROUTE DINNING Irlande QC G6H 2N7
Municipalité	IRLANDE
Responsable du projet	RÉJEAN VÉZINA, président
Signataire autorisé (selon la résolution)	RÉJEAN VÉZINA
Téléphone	418-428-9133
Courriel	aplتي.org@gmail.com

DESCRIPTION DU PROJET

Description sommaire du projet

Présentez les grandes lignes de votre projet. À quoi va servir concrètement l'aide financière du Fonds régions et ruralité.

- À l'aube de ses 5 ans d'existence, l'Association de protection du lac à la Truite d'Irlande (APLTI) souhaite **développer une image professionnelle qui reflète le sérieux de l'organisme**. Cette nouvelle identité à la fois graphique et numérique a pour but de soutenir l'APLTI dans sa mission de mobiliser la communauté riveraine et non riveraine d'Irlande afin de protéger le lac à la Truite de son hyper eutrophisation, de son ensablement et de son envasement.
- En 2015, au moment de la création de l'organisme, **les outils promotionnels (logo et site web) ont été développés en grande partie bénévolement**. Notre logo actuel a été élaboré par une administratrice créative et notre site web par le frère d'un administrateur, à partir de WordPress. À l'époque, nous visions un « minimum viable » et la débrouillardise que nous déployons chaque jour a été mise à profit pour mettre en place des outils fonctionnels à très faible coût.
- Depuis, plusieurs actions ont été réalisées par l'APLTI : réalisations, études et archives sont entremêlées sur le site web, de sorte que la communauté a de la difficulté à suivre les actions posées par notre organisme. **Pour continuer à communiquer efficacement avec nos membres et la communauté locale, nous avons besoin d'un site et d'un accompagnement web professionnel.**
- Le logo actuel, quant à lui, ne répond pas au standard de l'industrie. **Les détails, trop fins, empêchent le logo d'être utilisé à son plein potentiel sur nos outils promotionnels.**
- Forte des actions mises de l'avant au cours des cinq dernières années ainsi que des résultats spectaculaires obtenus au cours de cette même période, l'APLTI saisit l'occasion pour faire peau neuve et développer une nouvelle identité visuelle. Résolument plus moderne et attrayante, **cette nouvelle identité sera plus à même de susciter la fierté de la région envers la protection de la rivière Bécancour et de ces lacs dans la Haute Bécancour.**
- Plus qu'un enjeu esthétique, **la refonte de notre logo et de notre site web est une priorité** pour permettre à l'APLTI de continuer à progresser et à être un acteur clé de la communauté régionale.

Objectifs poursuivis

Décrire les objectifs du projet. Utiliser des verbes d'action. Exemples : *Aménager un nouveau sentier pédestre de l'autre côté de la rivière. Sensibiliser les familles à l'adoption de saines habitudes de vie.*

- L'APLTI doit amorcer ce virage important. Le développement d'une nouvelle identité visuelle et la refonte des outils, notamment du site web, s'inscrivent dans une volonté de **renforcer la notoriété et la visibilité de l'organisme, d'augmenter les adhésions**, de mieux **faire connaître sa mission** et de **souligner le travail assidu des cinq dernières années**.
- L'objectif est aussi **d'adapter notre image et la rendre distinctive** afin qu'elle voyage mieux sur les médias sociaux et autres plateformes de communication.
- Grâce à ce projet, nous souhaitons également **renforcer notre crédibilité pour nos demandes d'aide financière** liées aux différents projets de mise en valeur de la rivière Bécancour et de ses lacs. Nous avons démontré que nous pouvons collaborer avec les milieux de la recherche comme l'ULaval et les différents intervenants dans la gestion des cours d'eau. Notre nouvelle identité doit refléter, elle aussi, le sérieux de notre organisme.

MOBILISATION ET ORIGINE DU PROJET

Plan d'action

Votre projet est-il issu d'un plan d'action (*planification stratégique, politique familles-aînés, plan de développement local, plan d'action annuel d'un organisme...*)?

Si oui, identifiez-le et joignez en annexe le plan ou l'extrait en question.

Lors des Audiences publiques du BAPE sur l'amiante, plusieurs organismes de la région (et sûrement la MRC des Appalaches) ont navigué sur notre site afin de retracer nos différentes études et rapports des cinq dernières années. Plusieurs fois, le président a reçu des appels téléphoniques afin de retracer certaines études ou certains documents. Vous trouverez d'ailleurs sur le site du BAPE plusieurs de nos rapports déposés par certains ministères.

Alors, en début d'année 2020, le conseil d'administration lors d'une réunion a convenu de faire des démarches afin de faire une refonte de notre site internet et d'une nouvelle identité visuelle.

La Ville de Thetford, deux ans auparavant, venait de dévoiler leur nouvelle identité visuelle créée par la firme Parallèle afin de leur permettre de se hisser parmi les villes aspirants à être vues et appréciées par le plus grand nombre. La Paroisse de Plessisville a suivi en septembre de la même année. En avril 2019, la Ville de Plessisville dévoila également sa nouvelle identité. Même en juillet dernier, la MRC de L'Érable a approuvé une offre de service pour la réalisation d'une identité visuelle pour «Communauté de fermiers de L'Érable» et pour la modification du site Internet «Ferme 59» qui y sera intégré.

L'APLTI a donc décidé, elle aussi, de mettre en action un rafraîchissement de son identité.

Problématiques et besoins répondus

Décrivez les problématiques, les défis ou les besoins qui motivent la réalisation du projet.

De quelle façon le projet permet-il de répondre aux besoins du milieu ?

Comme mentionné plus haut dans la Description sommaire du projet, **l'identité actuelle ne permet plus de soutenir correctement l'organisme dans la mise en œuvre de sa mission**. L'APLTI est de plus en plus présente sur la scène régionale et ses ambassadeurs de plus en plus nombreux : le logo doit être puissant et facilement déclinable et le site web doit devenir un outil d'information et de communication avec la communauté et les partenaires.

Voici les principales problématiques que nous rencontrons :

- Logo aux détails trop fins créé de manière amateur :
 - Difficile à utiliser sur les outils promotionnels
 - Empêche une compréhension rapide de la mission de l'organisme
 - Ne reflète pas le professionnalisme et le sérieux de l'organisme qui collabore aujourd'hui avec des institutions renommées comme l'Université Laval, Fondation Rivières, le Centre National de Recherche du Canada (CNRC)
- Site web désorganisé et non fonctionnel :
 - Navigation difficile et chaotique
 - Information manquante ou difficile à trouver
 - Design qui ne reflète pas le professionnalisme et le sérieux de l'organisme lors de ses demandes de financement
 - Impacts positifs de l'organisme dans la communauté mal vulgarisés
 - Impossible de payer la cotisation directement en ligne
- Outils graphiques chargés
 - Manque d'uniformité visuelle dans les outils déployés
 - Faible impact marketing
 - Message difficile à faire passer

Le projet que nous soumettons à votre attention aujourd'hui permettra donc de déployer :

- Un logo à la fois moderne, fort et durable
- Un site web informatif, intuitif et mobilisateur pour la communauté (avec une possibilité de paiement, la cotisation membre en ligne)
- Des outils promotionnels efficaces et ciblés
- Bref, une identité professionnelle qui inspire confiance et nourrit un sentiment de fierté régionale

Consultation du milieu

De quelle façon les citoyens, les organismes ou les clientèles ciblées ont-ils été consultés?

L'approche d'un membre lors de notre dernière Assemblée générale annuelle (AGA) soulignant la difficulté de naviguer sur notre site internet a suscité beaucoup de discussions ainsi qu'une recommandation au nouveau conseil d'administration d'améliorer notre image professionnelle.

Appuis du milieu

Quels organismes collaborent ou appuient votre projet?

Quelle est la nature de ces appuis (*Monétaire, en biens, en services ou en contribution bénévole*)?

Identifiez ces appuis.

Est-ce que des bénévoles sont impliqués dans la planification ou la réalisation de votre projet? Expliquez.

- Lors de notre dernier souper-bénéfice du 28 septembre 2019 (sur invitation et à guichet fermé) une trentaine d'entreprises de la région ont réservé ou partagé une table de 8 ou de 10 personnes. L'événement a permis un profit de 15 581 \$, sans compter beaucoup de bénévolat non comptabilisé.
- En février dernier, pendant quatre semaines, deux administrateurs de l'APLTI ont accumulé un profit net de 1 789\$ d'un moitié-moitié hebdomadaire pendant 4 semaines à 1\$ du billet. C'est un énorme bénévolat! Nous voulions que ces profits soient consacrés à notre nouvelle identité visuelle et à la refonte de notre site web.
- Nous avons l'appui de nos membres, de nos supporteurs, de notre conseil municipal, de Verte Irlande, d'un très grand nombre de citoyens corporatifs et de plusieurs autres organismes à but non lucratif qui aimeraient voir améliorer la qualité de l'eau de nos lacs et de la rivière Bécancour.

IMPACTS ET RETOMBÉES

Priorités de développement

À quelles priorités de développement de la MRC des Appalaches votre projet correspond-il? (*Pour être admissible, un projet doit correspondre au moins à deux priorités.*) Cochez.

Assurer la rétention de la population et de la main-d'œuvre.

Développer une vision commune et partagée sur l'ensemble du territoire de la MRC en en faire la promotion.

☒ **Assurer un développement économique, agroalimentaire, touristique, culturel, rural et technologique.**

Préserver et améliorer la qualité de vie et la qualité de l'environnement

☒ **Assurer l'accessibilité aux services (santé, transport collectif, éducation/formation).**

Impacts et retombées

Expliquez pourquoi votre projet rejoint les priorités d'intervention de la MRC.

Quelles sont les retombées de votre projet pour votre communauté, pour une partie ou pour l'ensemble de la région? (Impacts économiques, agroalimentaires, sociaux, environnementaux, culturels, technologiques...)

Depuis la création de notre organisme et au cours de ces cinq dernières années, sous toute réserve, nous croyons qu'il s'est vendu plus de propriétés riveraines que les cinq autres années précédentes. Sachant qu'il existe une association qui œuvre à la protection du lac à la Truite d'Irlande, les nouveaux acheteurs comme notre vice-président, Charles Desbiens, semblent plus rassurés.

La sensibilisation est la première étape pour un changement et c'est la recommandation n°1 de notre Mémoire « Le lac à la Truite d'Irlande en voie de disparition ». **Grâce à la refonte de notre site web et de notre identité visuelle, nous pourrions augmenter et faire connaître davantage notre territoire.** C'est où ça, Irlande ? C'est dans la MRC des Appalaches.

Tous nos efforts des cinq dernières années (actions, études et rapport) permettront prochainement d'**améliorer la qualité de notre lac, de notre environnement et la qualité de vie** sur notre territoire.

Pérennité de votre projet

De quelle façon allez-vous assurer la pérennité du projet?

S'il s'agit d'un projet d'équipement ou d'infrastructure, comment allez-vous en assurer l'entretien?

Le nouveau logo sera pensé pour traverser le temps. Simple, efficace et durable : la nouvelle image de l'APLTI devra soutenir l'organisme dans ses efforts promotionnels durant plusieurs années.

Le site web quant à lui sera développé dans une technologie universelle et durable. Le choix du partenaire web a d'ailleurs été influencé par la capacité de l'entreprise à nous accompagner au fil du temps, afin de maintenir un site à jour et performant.

ÉCHÉANCIER**Les étapes de réalisation votre projet**

Inscrivez les principales étapes, de la planification à la réalisation et les échéances prévues. Les projets devront être réalisés au plus tard le 31 décembre 2021, incluant le rapport déposé.

Étapes	Dates
Approbation du financement	15 octobre 2020
Signature de l'entente avec le partenaire web	16 octobre 2020

FONDS RÉGIONS ET RURALITÉ-VOLET 2 DE LA MRC DES APPALACHES

Site web Rencontre de lancement du projet	12 octobre 2020
Site web Recherches visuelles	19 octobre 2020
Site web Création des maquettes fonctionnelles	26 octobre 2020
Site web Rédaction des contenus & design des pages	21 octobre 2020
Création des fournitures professionnelles	9 novembre 2020
Site web Intégration	9 novembre 2020
Site web Programmation des gestionnaires de contenu	24 novembre 2020
Site web Mise en ligne	8 décembre 2020
Site web Référencement local (Fiche Mon Entreprise)	8 décembre 2020
Déploiement de la nouvelle identité	10 décembre 2020
N.B. : Visons comme objectif début décembre 2020	

AUTRES INFORMATIONS

Exploration des sources de financement

Est-ce que vous avez exploré les autres sources de financement possibles pour votre projet ?

Si oui, quels sont ces programmes et expliquez les résultats de vos démarches ?

La 4^e édition de notre souper-bénéfice initialement prévu le 26 septembre (sous la présidence de Monsieur Clermont Tardif, administrateur à la Caisse Carrefour des Lacs) était destinée à dévoiler la nouvelle identité visuelle et la refonte du site web, l'événement a été reporté à l'an prochain en raison de la COVID. Mentionnons que nos soupers-bénéfices ont permis de générer 15 000\$ de profit net par année au cours de nos trois dernières années.

Respect des normes et règlements

Est-ce que vous avez fait les vérifications nécessaires pour vous assurer que votre projet respecte les normes, les règlements et les lois en vigueur au Québec.

- Ne s'applique pas

Autres informations pertinentes au projet

Choix d'un partenaire régional

L'APLTI souhaite développer sa nouvelle identité avec Cynthia Brisson, une entrepreneure engagée de la région. Conjointe du copropriétaire du restaurant Le Pouce à Irlande et ancienne administratrice de l'organisme Verte Irlande, Cynthia a soutenu l'APLTI depuis ses débuts et son accompagnement bénévole en communication-marketing a été d'une aide précieuse pour l'organisme.

Propriétaire de l'agence DGK.ca, Cynthia a tous les outils en main pour accompagner l'APLTI dans son projet : 10 ans d'expertise en communication, une équipe de 15 employés qualifiés, une volonté sincère de promouvoir la protection du lac à la Truite, une excellente connaissance de nos enjeux et un engagement profond envers la communauté régionale.

La nouvelle identité que nous voulons élaborer avec Cynthia et son équipe exprimera les valeurs de l'APLTI, sa mission, sa vision, la créativité, le flair et l'intelligence, mais surtout elle exprimera la différenciation de l'organisme et ses diverses expertises.

Pour la création et conception de notre logo, l'APLTI souhaite le développer avec Suzane Chouinard, designer graphique, avec plus de 25 ans d'expérience dans le domaine du graphisme. Elle possède un portfolio impressionnant de logos, de dépliants, publicités et publications. Suzane a soutenu l'APLTI depuis ses débuts à des tarifs très accessibles et parfois en bénévolat. Elle possède une excellente créativité en plus d'être très disponible. Elle est riveraine du lac William et a une très bonne connaissance des impacts sur nos lacs.

D'autres importants fournisseurs comme Sumacom Inc. et Pro Design Enr. qui nous encouragent depuis le tout début seront sollicités pour nos nouveaux articles et fournitures promotionnels.

Irlande, municipalité limitrophe

Depuis sa création l'APLTI a pu bénéficier du support de deux régions, la MRC des Appalaches et la MRC de L'Érable, en raison de sa localisation limitrophe. Elle fut soutenue par des citoyens corporatifs de ces deux régions, ainsi que par des associations riveraines et l'Association Chasse et Pêches de Plessisville (ACPP). Notre visibilité est doublement déployée : un gage de réussite!

L'APLTI EN CHIFFRES

Depuis sa création l'APLTI a généré plus de 474 000\$ de revenus et a instauré la plus importante étude paléolimnologique en Amérique du Nord au coût de 350 000\$. Dans nos revenus, plus de 115 000\$ provient d'activités de financement tel que notre souper bénéfiques. Plus de 358 000\$ en subvention de tous genres, tel que : fédéral, MRC, entreprises, OBNL, municipale et remboursement de taxes. Plus de 400 000\$, en divers projets comme la restauration du barrage de l'étang Stater, études et analyses. Plus de 52 000\$, en dépenses consacrées à nos soupers bénéfiques.

RENSEIGNEMENTS FINANCIERS

DÉPENSES

Coûts du projet	Montant
Dépenses EN ARGENT	
CRÉATION DE LA NOUVELLE IDENTITÉ WEB – DGK.ca – Cynthia BRISSON	
VOIR OFFRE DE SERVICE - DEVIS	9 475 \$
CRÉATION D'UN NOUVEAU LOGO – Suzane CHOUINARD , Designer graphique	
VOIR OFFRE DE SERVICE (taxes non applicable)	500 \$
FOURNITURES PROMOTIONNELLES (Roll-up, bouteilles, tasses, casquettes, T-shirt, etc.)	
BUDGET	1 750 \$
SOUS-TOTAL	11 725 \$
TPS/TVQ sur 11 725\$	1 681 \$
SOUS-TOTAL	13 406 \$

FONDS RÉGIONS ET RURALITÉ-VOLET 2 DE LA MRC DES APPALACHES

Sous-total des dépenses en argent	\$
Dépenses EN SERVICES	
APLTI - COORDINATION ET PARTICIPATION DU PRÉSIDENT AU PROJET (Env. 70 heures)	840 \$
APLTI - PARTICIPATION DES ADMINISTRATEURS AU PROJET (Env. 10 hres chacun)	500 \$
	\$
SOUS-TOTAL	1 340 \$
Sous-total des dépenses en services	
GRAND TOTAL	14 746 \$

Voir les dépenses admissibles au point 5 du guide de présentation.

REVENUS

Financement du projet	Confirmation	Montant
Revenus EN ARGENT		
Montant demandé au Fonds régions et ruralité		10 300 \$
APLTI (Par les activités de financement dans le milieu avant la Covid-19)	Oui À venir	3 106 \$
	Oui À venir	\$
	Oui À venir	\$
	Oui À venir	\$
	Oui À venir	\$
	Oui À venir	\$
Sous-total des revenus en argent		13 481 \$
Revenus EN SERVICES		
APLTI	Oui	1 340 \$
	Oui À venir	\$
	Oui À venir	\$
	Oui À venir	\$
Sous-total des revenus en services		1 340 \$
GRAND TOTAL		14 746 \$

L'aide du FRR ne pourra excéder 70 % des coûts de l'ensemble du projet.

La contribution du milieu sous forme de ressources humaines (main-d'œuvre ou bénévolat) ne pourra excéder 10 % du coût total du projet.

Le budget doit être équilibré, sans surplus ou déficit.

PIÈCES À JOINDRE AU DOSSIER DE PRÉSENTATION

Une demande doit être complète, donc contenir tous les documents demandés et être signée par la personne désignée par le promoteur du projet.

Formulaire dûment rempli (en caractères d'imprimerie) et signé

Résolution de la municipalité ou de l'organisme promoteur autorisant le dépôt de la demande et mandatant une personne pour signer tous les documents

Résolution d'appui de la municipalité au projet soumis par un OBNL ou une coopérative.

Lettres patentes (pour les OBNL qui font une première demande à la MRC).

Lettres d'appui et de confirmation d'engagement des partenaires.

Tout autre document pouvant faciliter l'étude de la demande : plan d'affaires, soumissions, photographies, plan et croquis, document de présentation de l'organisme, etc.

J'atteste que les renseignements fournis sont exacts et complets :

Signature du responsable du projet

Date

Les demandes doivent être acheminées au plus tard **le vendredi 18 septembre 2020 à 16 h** ou **le vendredi 12 février 2021**, par la poste ou par courriel.

MRC DES APPALACHES

Édifice Appalaches - 233, boul. Frontenac Ouest, 2^e étage

Thetford Mines (Québec) G6G 6K2

À l'attention de M. Louis Laferrière, directeur général

llaferriere@mrcdesappalaches.ca

Notez bien que la signature est obligatoire.

Le dépôt de cette demande implique la conformité du promoteur aux obligations établies par la MRC des Appalaches concernant notamment les modalités de versement et de reddition de comptes.

Pour vérifier votre admissibilité, pour toute information supplémentaire ou pour obtenir une assistance technique, veuillez communiquer avec les conseillères en développement :

Mme Carole Mercier / 418 332-2757, poste 229 / cmercier@mrcdesappalaches.ca

Mme Louise Nadeau / 418 332-2757, poste 234 / lnadeau@mrcdesappalaches.ca
