

BILAN

2023

Bilan de la Société de promotion économique de Rimouski

La soper



La Société de promotion économique de Rimouski (SOPER) joue un rôle prépondérant dans le **développement économique et la promotion touristique de la région**. Fort de l'expertise de son équipe et du soutien qu'elle offre aux entreprises locales, la SOPER **stimule la diversification économique et assure la vitalité des communautés de la MRC Rimouski-Neigette**, tant en milieu rural qu'urbain.

Structurée autour de trois volets principaux – le développement économique, le financement et le tourisme – la SOPER s'engage pleinement à dynamiser le territoire qu'elle dessert.

“

Stimuler le
développement sur le
territoire de la MRC
Rimouski-Neigette
dans une perspective
durable.

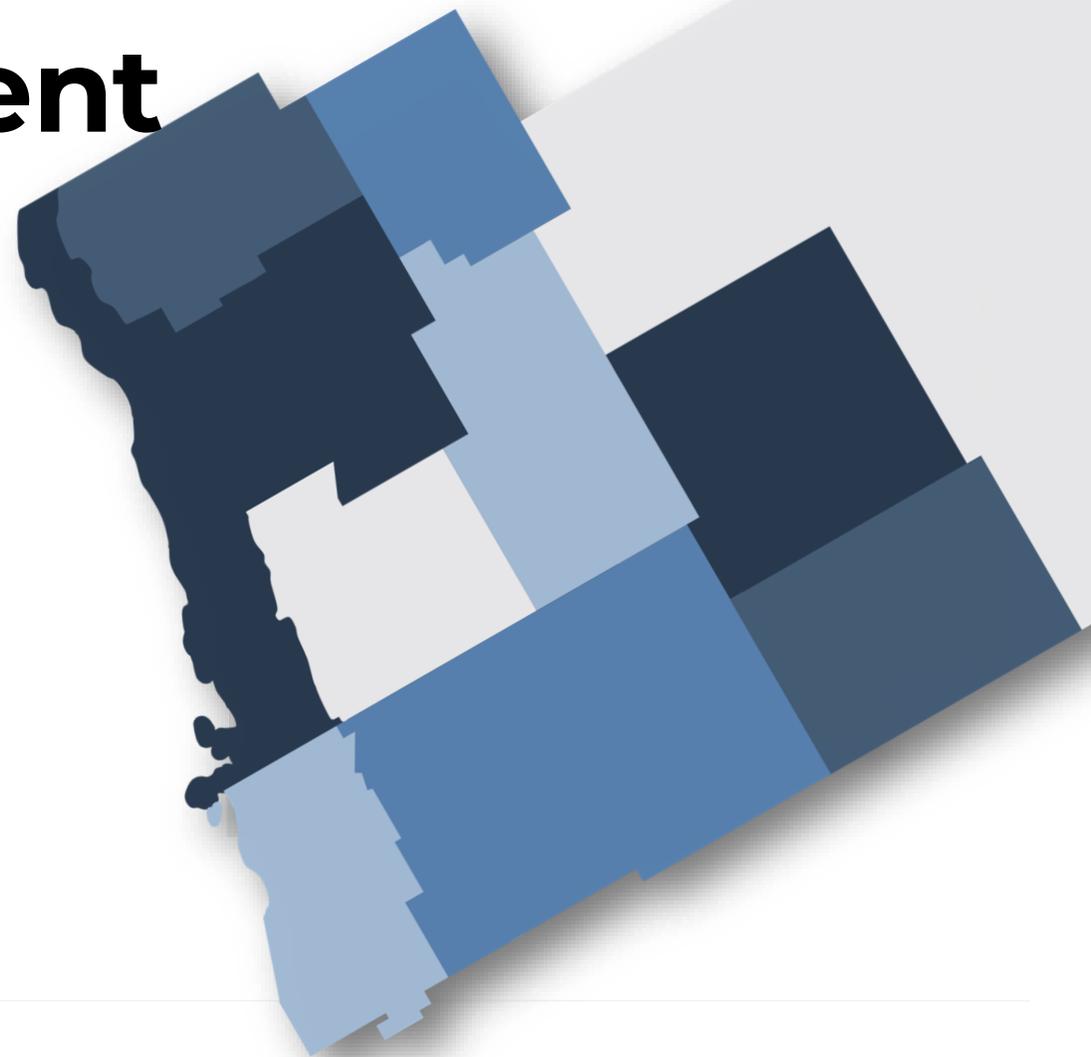
Développement **économique**

Développement **économique**

Dossiers d'accompagnement

139

dossiers
d'accompagnement
pour l'année 2023



Développement **économique**

Services **financiers**

Tourisme

Marketing

Dossiers d'accompagnement

139

dossiers
d'accompagnement
pour l'année 2023

Rimouski : 119 dossiers

Le Bic : 8 dossiers

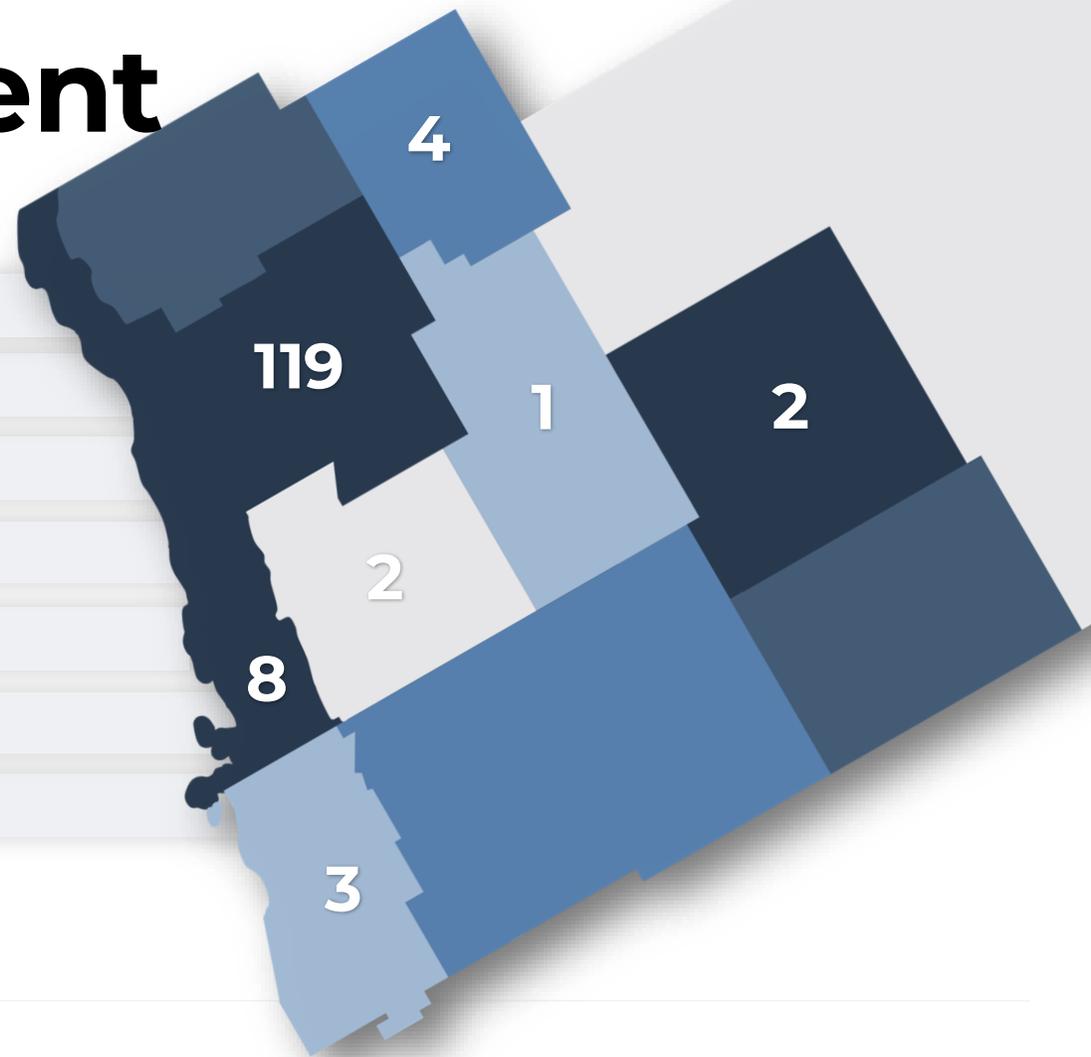
Saint-Fabien : 3 dossiers

Saint-Marcellin : 4 dossiers

Saint-Narcisse : 1 dossier

Saint-Valérien : 2 dossiers

Trinité-des-Monts : 2 dossiers



Exemples de clients accompagnés



Réseau Mentorat

La SOPER est fière d'assurer la gestion de la cellule du Réseau Mentorat, une initiative visant à favoriser le développement professionnel et personnel des entrepreneurs de notre région.

En date du 31 décembre 2023, la cellule se distingue par une dynamique active et croissante, comprenant 13 mentors dévoués, 18 mentorés engagés, 17 dyades en cours, ainsi qu'une cohorte dédiée au mentorat de groupe.

2 Mentors ayant reçus la **reconnaissance diamant**
Stéphane Giasson & Jean Pouliot



13 Mentors
actifs



18 Mentorés
actifs



17 Dyades
ouvertures



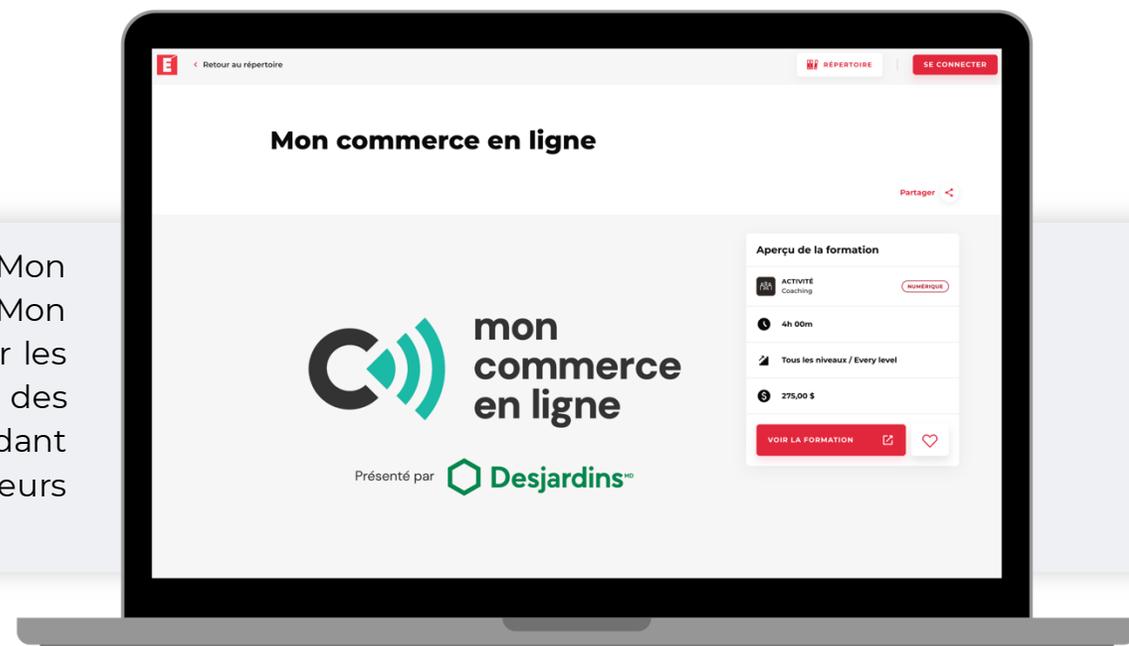
1 Cohortes
de groupe

+400 Heures de
bénévolat

Mon commerce en ligne

10 commerçants inscrits

En 2023, un total de 10 commerçants se sont inscrits à Mon commerce en ligne par l'entremise de la SOPER. Mon commerce en ligne est une initiative conçue pour soutenir les entreprises et organisations établies au Québec offrant des produits ou des services aux consommateurs, en les aidant à adopter les technologies numériques pour augmenter leurs ventes, leur visibilité en ligne et optimiser leurs opérations.



J'achète Rimouski campagne d'achat local



2023

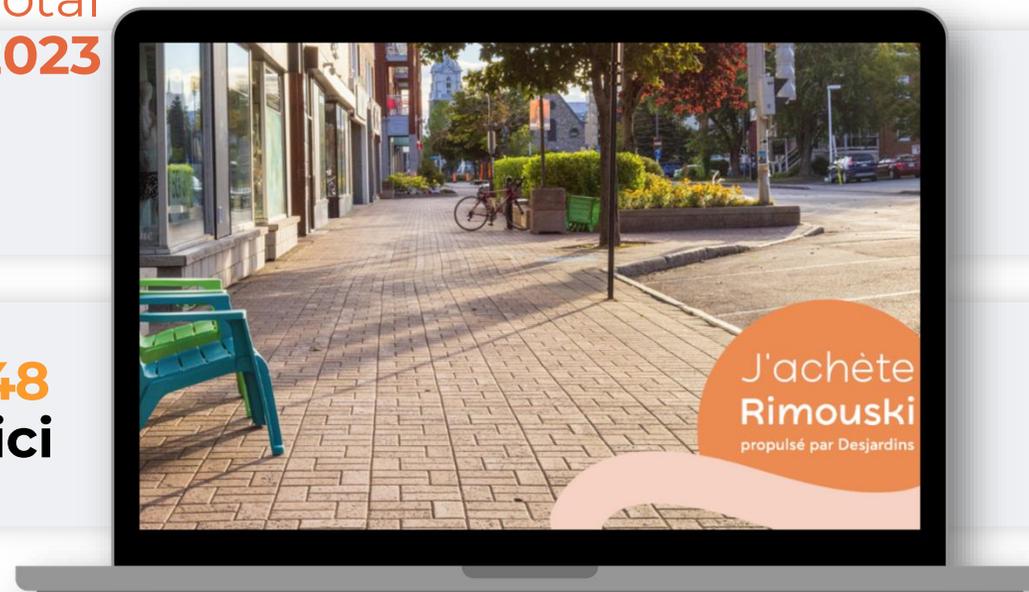
140 000\$ de bonification

400 000\$ d'impact sur 67 entreprises d'ici

J'achète Rimouski campagne d'achat local

260 000\$ de bonification
au total
2022-2023

>1M\$ d'impact sur 148
entreprises d'ici

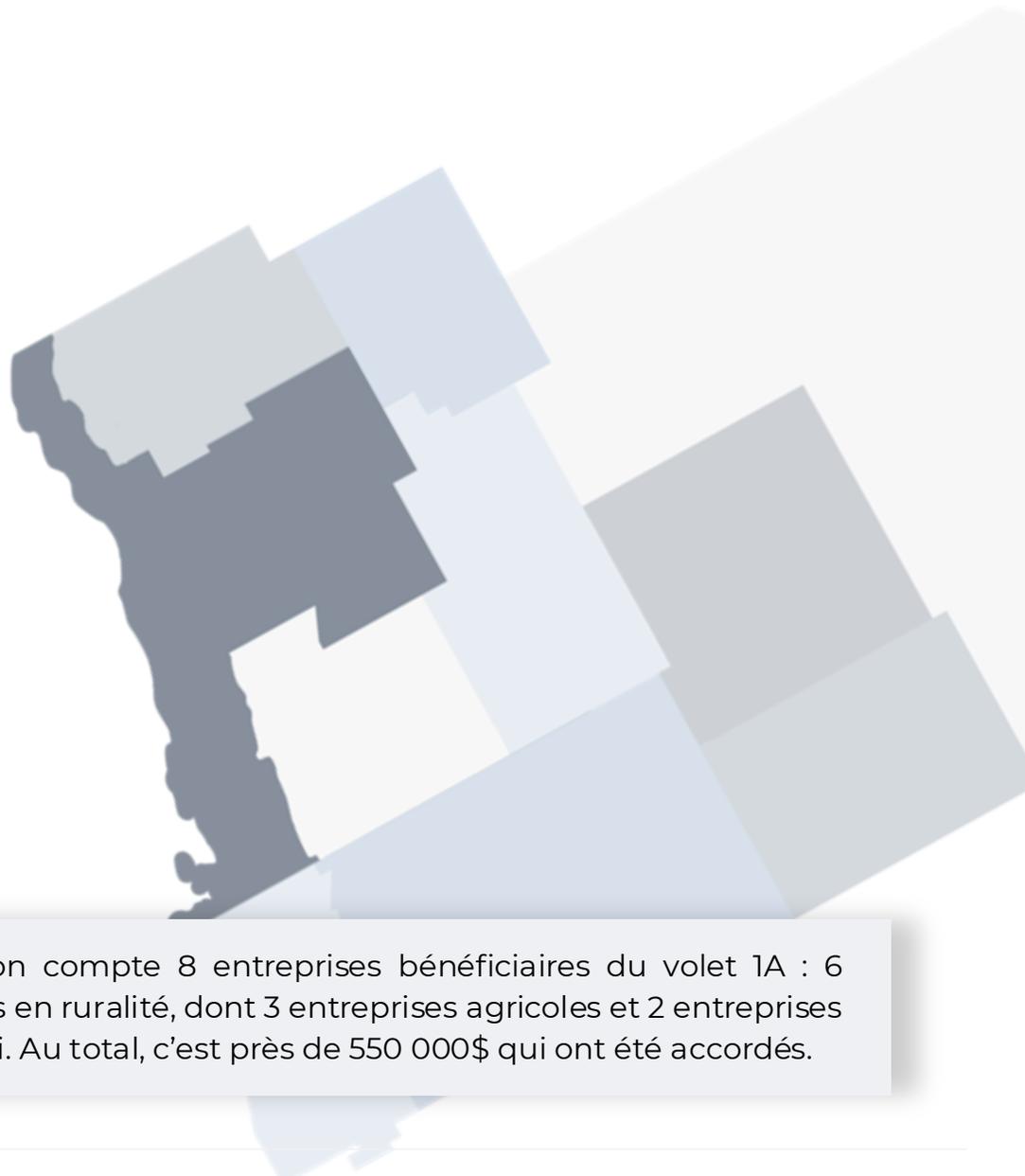


Fonds région et **ruralité – volet 1A**

8 entreprises
bénéficiaires

649 000\$
accordés

En 2023, on compte 8 entreprises bénéficiaires du volet 1A : 6 entreprises en ruralité, dont 3 entreprises agricoles et 2 entreprises à Rimouski. Au total, c'est près de 550 000\$ qui ont été accordés.



Fonds région et **ruralité – volet 1B**

28 entreprises
bénéficiaires

125 700\$
accordés

En 2023, on compte 28 entreprises bénéficiaires du volet 1B : 4 entreprises en ruralité et 24 entreprises à Rimouski. Parmi elles, on compte 3 entreprises en transformation alimentaire. Au total, c'est près de 125 700\$ qui ont été accordés.

Programme de soutien au travail autonome

4 entrepreneurs
bénéficiaires de la mesure STA

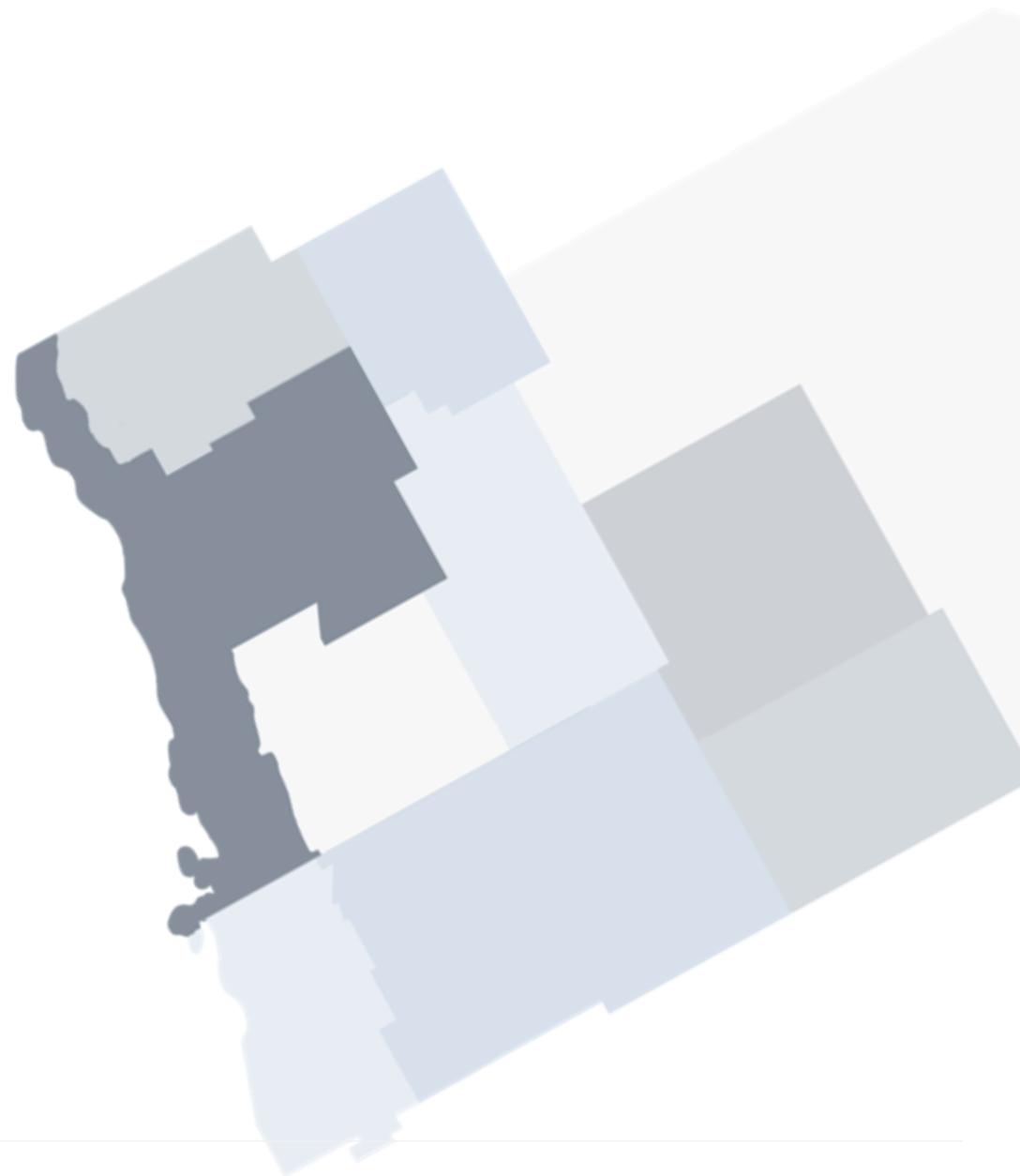
En 2023, quatre nouveaux entrepreneurs ont bénéficié du programme de soutien au travail autonome leur fournissant ainsi de l'aide sous forme d'encadrement, de conseils techniques et de soutien financier pour les soutenir dans la création de leur entreprise.



Fonds d'aide aux **entreprises (FAE)**

14 entreprises
bénéficiaires

Près de
40 000\$
accordés



Colloque et événements

En 2023, trois de nos conseillers ont obtenu leur attestation de Conseiller en innovation du Québec Niveau 1, marquant ainsi une étape importante dans le renforcement de leurs compétences professionnelles. De plus, l'ensemble de nos conseillers a participé à des formations continues, démontrant un engagement constant envers l'amélioration de leurs savoirs et pratiques.

Nos conseillers ont également pris part à de nombreux colloques et événements d'importance, tels que le Congrès de l'APDEQ, le Congrès de l'ADDELO, le Colloque du parc industriel PALME, le Forum Océan, ainsi que le Séjour exploratoire Innovation. Leur présence active à ces événements a permis de renforcer notre réseau professionnel et de rester à la pointe des développements dans nos domaines d'intervention.



Inter-Action culturelle

Au printemps 2023, l'équipe de conseillers en développement économique a suivi la formation **Approche interculturelle en milieu entrepreneurial**.

Ce programme de formation, conçu pour développer des compétences interculturelles, vise à mieux comprendre les dynamiques culturelles et à promouvoir des pratiques inclusives dans l'accompagnement des entrepreneurs de diverses origines.



Services **financiers**

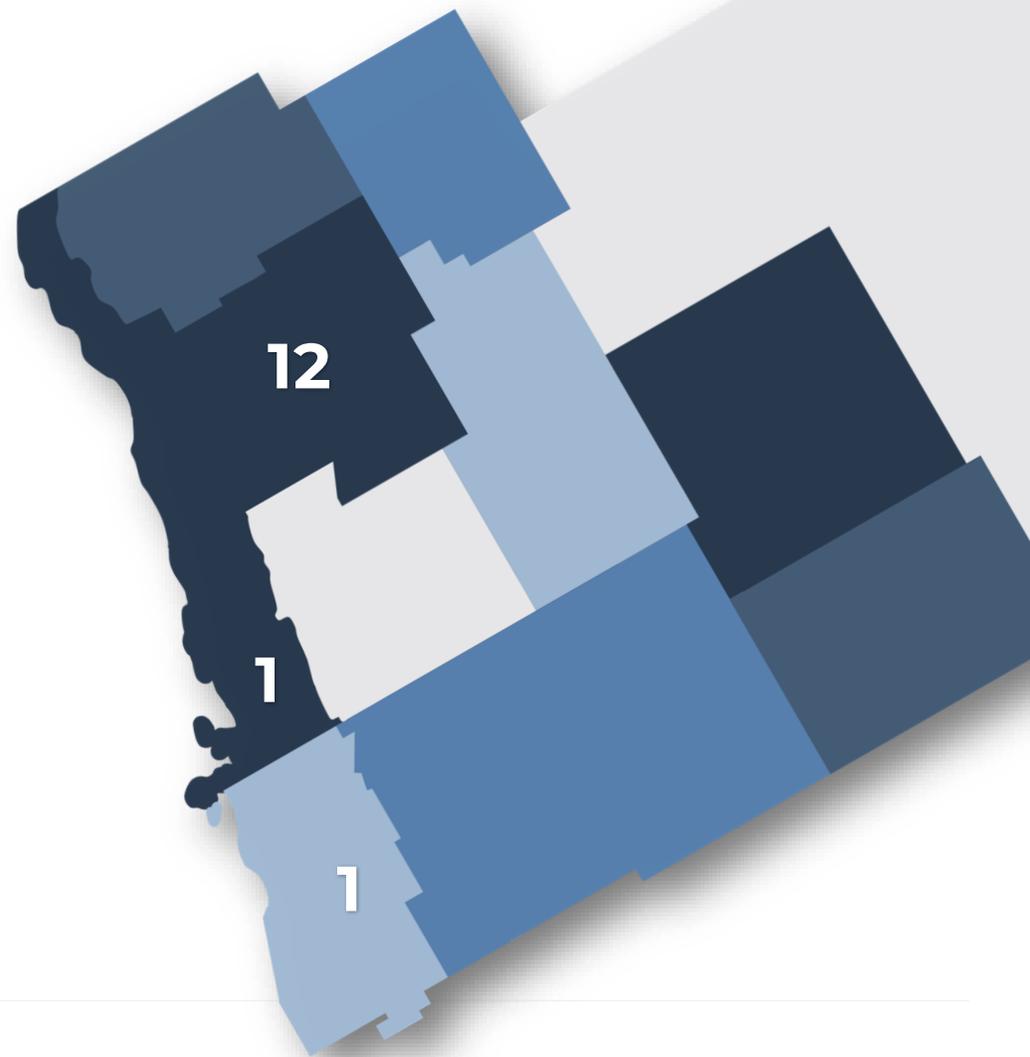
Nouveaux financements

Répartition par secteurs d'activités des nouveaux financements en 2023

	Nbr de dossiers	Investissements	Coût de projet
Hébergement et services de restauration	3	225 000\$	1 260 000\$
Services de restauration et débit de boisson	0		
Commerce de détail	3	198 000\$	1 593 000\$
Construction	1	90 000\$	225 000\$
Industrie de l'information et industrie culturelle	0		
Commerce de gros	1	75 000\$	95 000\$
Fabrication	1	30 000\$	64 500\$
Arts, spectacles et loisirs	2	150 000\$	1 016 227\$
Autres services	3	227 500\$	623 927\$
Total	14	995 500\$	4 877 654\$

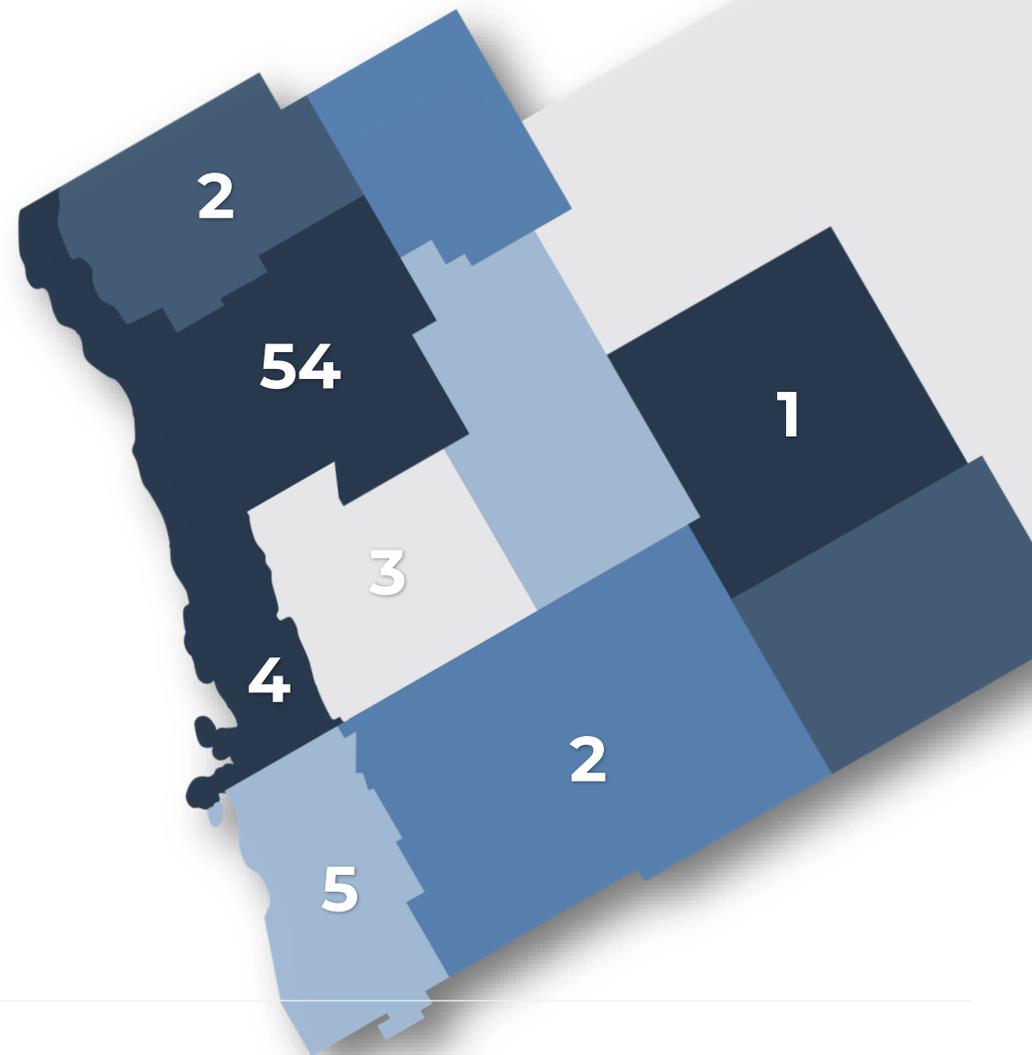
Nouveaux financements

Répartition des investissements
par municipalité en 2023



État du portefeuille en 2023

Répartition des dossiers listés
par municipalité



Exemples de **Clients financés**



Boulangerie Le Farinographe
Expansion/déménagement



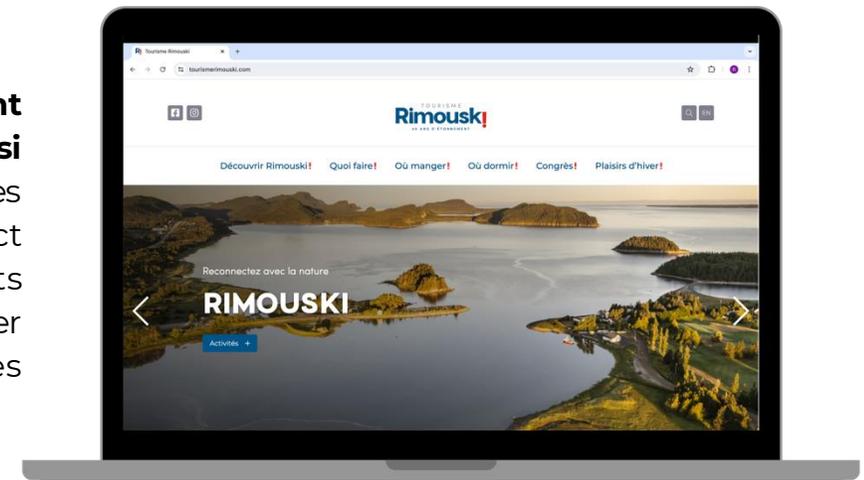
Cloutier Portes de garage
Relève

Tourisme

Actions et campagnes marketing

En 2023, Tourisme Rimouski a démontré un fort engagement dans **l'accroissement de sa visibilité et de son rayonnement à travers diverses actions et campagnes marketing tant au niveau national qu'international**. Notre stratégie marketing a été caractérisée par une participation active à des initiatives de promotion et de publicité, visant à renforcer notre présence et notre attractivité en ligne.

Parmi les réalisations notables, Tourisme Rimouski a **collaboré étroitement avec l'Association touristique régionale (ATR) du Bas-Saint-Laurent, ainsi qu'avec Québec maritime, pour mener des campagnes conjointes**. Ces partenariats stratégiques ont permis de maximiser notre impact promotionnel et d'atteindre un public plus large et diversifié. Nos efforts concertés avec ces partenaires régionaux ont été essentiels pour positionner Rimouski comme une destination touristique de premier choix, tant pour les visiteurs locaux que pour les touristes internationaux.



Dynamisation des réseaux sociaux

En 2023, Tourisme Rimouski a mis en œuvre une stratégie pour dynamiser ses plateformes de réseaux sociaux. L'intensification de ses activités sur les réseaux sociaux a conduit à une croissance exponentielle de sa communauté en ligne. **L'équipe a multiplié les contenus attrayants et interactifs, incluant des photos, des vidéos et des stories récurrents**, afin de maintenir l'engagement et l'intérêt de son audience.

En conséquence, nous avons observé une augmentation substantielle du taux d'interaction sur nos plateformes sociales. Les commentaires, **les partages et les réactions à nos publications ont atteint des niveaux sans précédent, témoignant de l'engagement accru et de la satisfaction de notre audience.**



2023

Nouveaux abonnés

1,4K

Couverture

410,9K ↑1,2K%

Interactions avec le contenu

18,9K ↑1,4K%



2023

Nouveaux abonnés

132

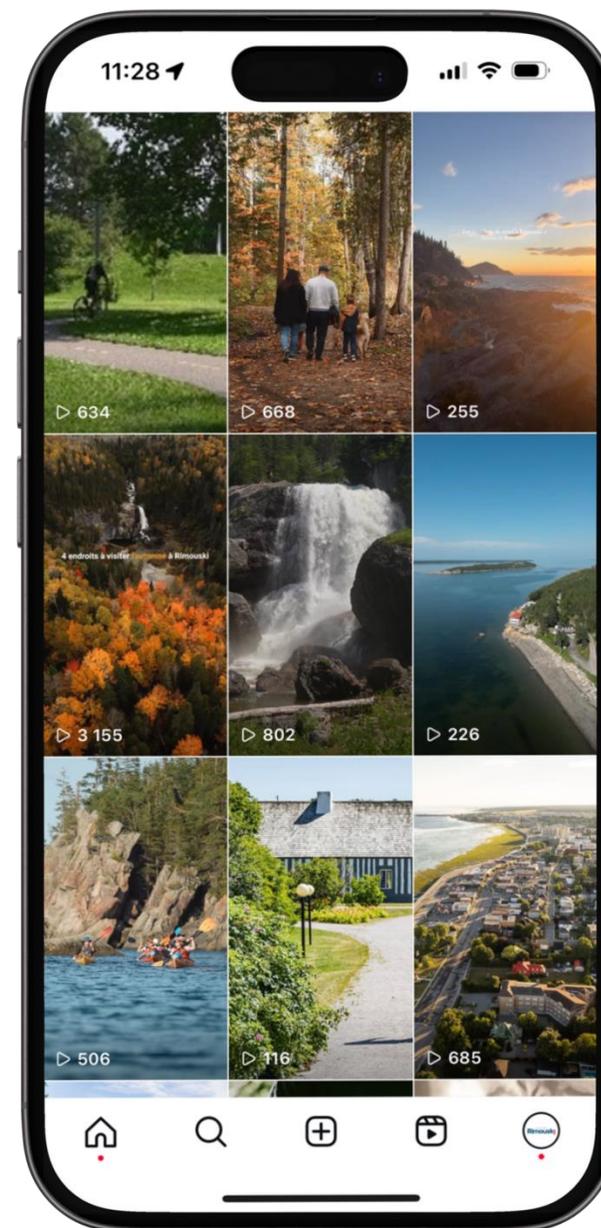
Couverture

12,2K ↑406%

Création de contenu vidéo

En 2023, Tourisme Rimouski a entrepris une initiative de **création de contenu vidéo afin de promouvoir la richesse et la beauté de notre région**. Cette démarche s'inscrit dans notre stratégie globale de communication, visant à **maximiser l'impact visuel et émotionnel de nos futurs campagnes promotionnelles**.

Les prises de vue ont été réalisées à la fois en **format horizontal et vertical**, nous permettant ainsi de créer une **base de données de vidéos brutes polyvalente**. Grâce à cette diversité de formats, nous pouvons **effectuer des montages adaptés pour une large gamme de plateformes**, y compris les réseaux sociaux, YouTube et la télévision.



Tournée journalistique Séjour gourmand

Tourisme Rimouski, en partenariat avec Le Vieux Loup de Mer, a eu l'honneur d'organiser une tournée journalistique visant à **promouvoir la richesse gastronomique de notre région**. Cette initiative s'est déroulée les 16, 17 et 18 octobre 2023, et a été conçue pour mettre en lumière le potentiel grandissant du tourisme gourmand à une période moins achalandée de l'année.

Nous avons invité **six journalistes et auteurs de renom**, sélectionnés pour leur qualité d'influenceur et leur rayonnement tant au niveau provincial qu'au-delà des frontières du Québec. L'objectif de cette collaboration était de faire découvrir et apprécier la qualité exceptionnelle des producteurs locaux de la MRC Rimouski-Neigette à travers un circuit Tourisme Gourmand soigneusement élaboré. Les journalistes qui ont accepté notre invitation et ont participé à cette tournée sont Marie-Julie Gagnon, Marie-Ève Blanchard, Nancy Bordeleau, Catherine Lefebvre, Manon Lapierre et Anne Pelouas.

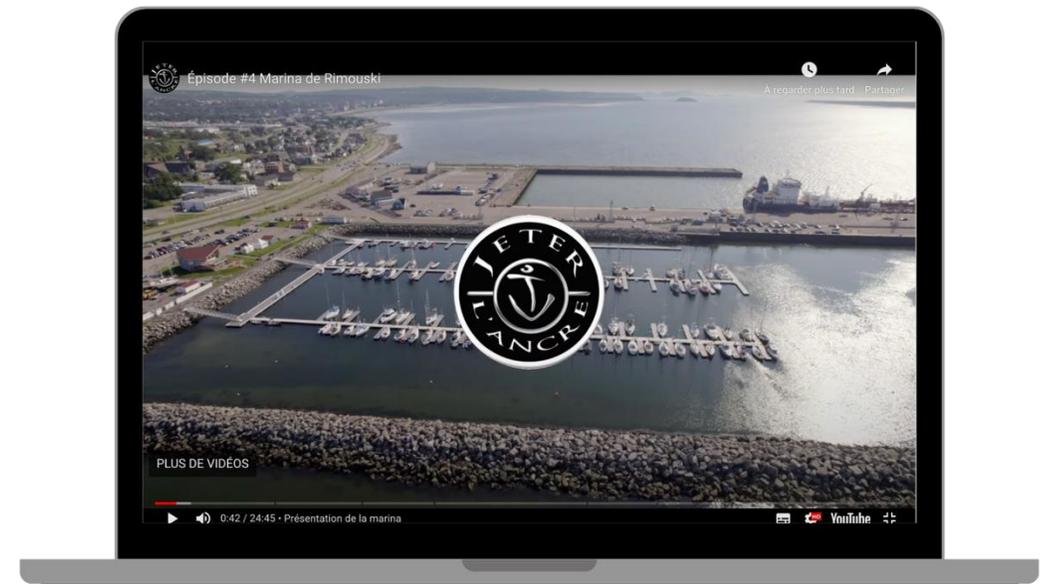
Cette tournée journalistique a non seulement permis de **renforcer la visibilité de notre région auprès d'un public plus large, mais a également contribué à valoriser le savoir-faire et la passion de nos producteurs locaux**. En promouvant le tourisme gourmand en dehors des périodes de haute saison, nous visons à encourager une fréquentation touristique plus équilibrée et à stimuler l'économie locale de manière durable.



Jeter l'ancre Marina de Rimouski

En 2023, **Tourisme Rimouski, en partenariat avec l'Association touristique régionale (ATR) du Bas-Saint-Laurent, a financé la venue de l'équipe de production de l'émission "Jeter l'ancre" afin de réaliser un épisode dédié à la Marina de Rimouski.** Cette démarche s'inscrit dans notre stratégie de promotion touristique visant à valoriser les infrastructures et les attraits de notre région auprès d'un public large et diversifié.

Diffusée en ligne ainsi que sur la chaîne RDS, l'émission "Jeter l'ancre" est reconnue pour sa capacité à mettre en lumière les marinas et les destinations nautiques de manière attrayante et informative. En finançant cette production, nous avons saisi une opportunité unique de faire découvrir la Marina de Rimouski.



Participation à divers salons

25 & 26 mars 2023

**Salon
Aventure
et Plein Air**

24 au 26 février 2023



3 au 5 novembre 2023



SALON DE LA **MOTONEIGE** ET DU **QUAD** DE QUÉBEC
POUR LES VRAIS PASSIONNÉS DE MOTONEIGE ET DE QUAD

Gestion de l'île Saint-Barnabé

En 2023, la SOPER a continué à assurer avec diligence la gestion de l'île Saint-Barnabé. Afin de diversifier et d'augmenter l'achalandage, nous avons lancé une nouvelle initiative visant à accueillir des groupes scolaires sur l'île. En outre, nous avons organisé deux grandes traversées à pied à l'île Saint-Barnabé soit le 2 août & le 2 septembre 2023.

2 Grandes traversées à pied

Près de **200** participants



Gestion du bureau d'information touristique

En 2023, notre organisation a continué d'assurer la gestion du Bureau d'Information Touristique (BIT), un point central pour l'accueil et l'orientation des visiteurs à Rimouski. Le BIT joue un rôle essentiel dans notre stratégie de promotion touristique, en permettant un contact direct avec les visiteurs et en facilitant leur expérience en région.

Plus de
6700 visiteurs



Marketing

Création d'un nouveau poste

En décembre 2023, le poste de **Coordonnatrice Marketing** a été créé au sein de la SOPER. Cette initiative vise à répondre à un besoin criant de gestion efficace des activités de marketing, de communication et de relations publiques, tant pour Tourisme Rimouski que pour la SOPER.

Le poste de Coordonnatrice marketing a été conçu pour être transversal, impliquant une collaboration étroite avec tous les départements de la SOPER. La personne en charge de ce rôle a pour mission de développer et d'implémenter des stratégies marketing intégrées, de gérer les communications internes et externes, ainsi que de renforcer les relations publiques de l'organisation.



Rosalie
Côté Dupuis

Cohérence visuelle & image de marque

En lien avec la création du poste de Coordonnatrice marketing, la SOPER a entrepris une réflexion approfondie sur l'évolution de son identité visuelle afin de renforcer sa culture organisationnelle.

L'examen de la charte de norme graphique et du logo actuel a permis d'identifier les éléments centraux de notre image de marque. Un nouveau concept visuel basé sur des formes géométriques carrées a été conçu, représentant ces éléments sous forme d'échiquier.

Cette analogie avec le jeu d'échecs reflète les qualités essentielles au succès entrepreneurial, telles que la stratégie, la planification, la prise de risques, l'adaptabilité, l'anticipation, la vision à long terme, la patience, la persévérance, l'apprentissage continu, la gestion du temps et l'importance de l'équipe.



MERCI

Bilan 2023 de la Société de promotion économique de Rimouski

