



Une vision humaine, des actions durables.

Le Plan stratégique 2021-2025 a été distribué à toutes les adresses du territoire de Marieville par Postes Canada au printemps 2021.

Conception graphique : Créations Cité Graphique

Impression : Communication Globale Pub Cité

Tirage : 5 500

Photos : Ville de Marieville (sauf indication)

Dépôt légal : Bibliothèque et Archives nationales du Québec

Ville de Marieville

682, rue Saint-Charles
Marieville (Québec) J3M 1P9

450 460-4444

communications@ville.marieville.qc.ca

ville.marieville.qc.ca



facebook.com/villedemarieville

Ce document est imprimé sur du papier 100% postconsommation, sans chlore, accrédité « Choix environnemental » et fabriqué à partir d'énergie biogaz.

© Ville de Marieville, 2021



Mot de la mairesse	3
Mot du directeur général	4
Démarche	5



C'est avec une immense fierté que nous vous offrons ce tout premier plan stratégique, un projet né du désir de donner à Marieville la perspective d'un développement harmonieux, cohérent et ancré dans les besoins réels de la population.

Grâce à votre participation, nous avons pu dresser le bilan de nos forces et de nos défis actuels, de même que celui des opportunités qui s'offrent à nous en tant que communauté, en tant qu'entité territoriale, et en tant qu'administration. Comme vous, nous aimons Marieville et nous avons à cœur de la voir prospérer pour les années à venir. Avec ce plan stratégique élaboré dans un esprit de développement durable qui met de l'avant l'environnement, le développement économique, la communauté, le rehaussement du centre-ville et la saine gouvernance, nous sommes convaincus que la qualité de vie de notre milieu ne s'en trouvera que rehaussée.

Nous souhaitons que la réalisation du plan stratégique soit l'héritage des générations futures et qu'il inspire d'autres efforts de consultation, de planification et d'action.

Caroline Gagnon
Mairesse

Diagnostic	11
Cadre stratégique	12
Plan d'action	14



Résultat d'un travail de collaboration et de concertation de toutes les parties prenantes de notre communauté, le plan stratégique 2021-2025 « Une vision humaine, des actions durables » représente le carnet de route d'envergure qui nous guidera vers la vision commune que nous nous sommes donnée. Cet outil de planification assurera la cohérence et l'alignement de nos actions pour les prochaines années. Il nous donne des objectifs clairs qui dicteront l'affectation de nos ressources, et ce, dans un souci constant d'optimisation et d'amélioration continue.

Le plan stratégique 2021-2025 devient notre cadre de référence où s'aligneront nos 41 actions avec nos 13 orientations vers la réalisation des 5 grands objectifs stratégiques. Par sa vision porteuse et ses valeurs fortes, il permettra de donner un véritable sens au travail quotidien réalisé par notre équipe de grande compétence au service des citoyens.

À partir de maintenant, nous prenons l'engagement d'exécuter efficacement ce plan stratégique ambitieux. Guidés par des valeurs d'excellence, de collaboration, d'innovation et de bienveillance, c'est par un travail collectif et l'engagement de tous que nous réussirons à faire de Marieville une référence dans la région et au-delà.

Joël Bélanger
Directeur général

Située en Montérégie, à quarante kilomètres à l'est de Montréal, Marieville est le pôle de la MRC de Rouville.

Ville agricole, résidentielle, industrielle et commerciale, elle offre un milieu de vie à la fois naturel et urbain, paisible et dynamique.



POURQUOI SE DOTER D'UN PLAN STRATÉGIQUE?

La situation privilégiée de Marieville lui confère un potentiel unique de développement. Parce que la ville appartient d'abord et avant tout aux citoyens, le conseil municipal a voulu se doter d'un outil de référence pour développer une vision créative, cohérente et mobilisatrice pour Marieville, une vision qui répondrait aux besoins actuels et futurs de la population, de façon évolutive.

C'est ainsi qu'en février 2020, la Ville amorçait son tout premier processus de planification stratégique, accompagnée par la firme Raymond Chabot Grant Thornton.

Un processus de planification stratégique permet de valider la mission, la vision à long terme et les objectifs de la Municipalité.

Il permet d'avoir une lecture juste et objective de sa situation actuelle, de cerner ses principaux enjeux et d'élaborer les axes stratégiques de développement les plus porteurs pour l'avenir. Finalement, il permet à l'organisation de se doter d'un plan d'action concret en vue d'accélérer l'atteinte de ses objectifs et de concrétiser sa vision.

1

FAIRE LE PORTRAIT DE LA SITUATION ACTUELLE

Documentation de la situation actuelle
Enquête et consultation

2

DÉFINIR LA DESTINATION STRATÉGIQUE

Vision, mission et valeurs
Enjeux prioritaires et objectifs

3

DÉTERMINER LES ACTIONS À RÉALISER À COURT ET À MOYEN TERMES

Choix des actions
Établissement des échéances

4

RÉALISER LES ACTIONS PRÉVUES AU PLAN STRATÉGIQUE

Respect de la capacité de payer
Communication avec les citoyens

Enquêter

pour bien connaître le milieu

En plus d'une revue de la littérature qui a été effectuée pour tracer le portrait de la situation actuelle de la ville, une enquête par sondage en ligne a été lancée sur le site Web de la Ville ainsi que sur Facebook en mai 2020, attirant 203 participants.

SATISFACTION ENVERS LES SERVICES ET LES INFRASTRUCTURES DE LA VILLE

Des espaces publics de qualité et une offre événementielle appréciée

L'offre événementielle de Marieville est ressortie comme étant l'élément suscitant la plus grande satisfaction auprès des répondants, alors que 82% d'entre eux s'en sont dits satisfaits ou très satisfaits. La propreté des rues et des espaces publics ainsi que le mobilier urbain suivent de tout près.

L'offre commerciale et l'accès au transport collectif au cœur des préoccupations

On a constaté que l'accès au transport en commun est l'élément ayant obtenu la plus faible satisfaction moyenne. L'aménagement en bordure des plans d'eau ainsi que l'offre commerciale sont aussi préoccupants. La moitié des répondants se sont dits plutôt insatisfaits ou très insatisfaits de l'offre commerciale à Marieville. En ce qui a trait au transport en commun et aux aménagements aux abords des plans d'eau, ces proportions sont de 33% et de 31%.



87%

des répondants

se sont dits fiers de résider à Marieville

Le sondage portait sur les différentes dimensions du cadre d'analyse : environnement, mode de vie, économie, développement du territoire, transport, développement communautaire et la vision d'avenir de la ville.

DÉVELOPPEMENT DU TERRITOIRE

La vitalité économique du centre-ville : un enjeu important pour les citoyens

Plus de 80% des répondants ont considéré que la Ville devait redoubler d'efforts en ce qui a trait à la promotion des entreprises locales et à la revitalisation de ses artères commerciales. De plus, le tiers des répondants a placé la revitalisation du centre-ville comme priorité numéro un parmi plusieurs projets de développement du territoire. La construction d'une nouvelle bibliothèque a également été mentionnée comme premier choix par 29% des répondants. Les nouveaux commerces installés à Marieville répondaient aux besoins des répondants dans 56% des cas.

MOBILITÉ

L'amélioration des infrastructures cyclables et piétonnes comme priorité pour favoriser les déplacements sans véhicule à essence

Le tiers (33%) des répondants a priorisé l'amélioration du réseau cyclable alors que le cinquième (20%) a indiqué l'amélioration de l'état des trottoirs comme premier élément à renforcer pour réduire les déplacements en véhicule à essence.

BESOINS COMMUNAUTAIRES

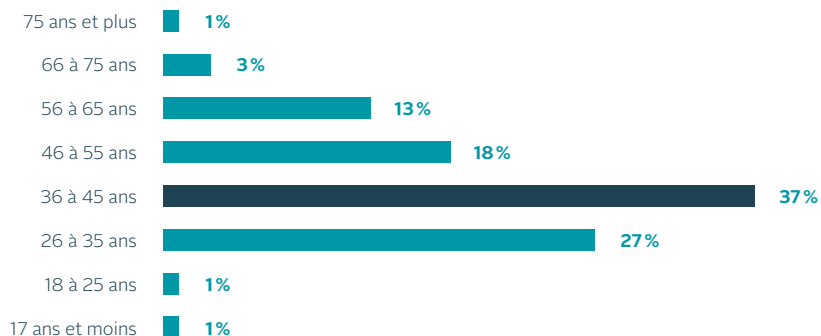
Lutter contre l'isolement social de certains groupes et favoriser l'aide à la petite enfance

Le quart des répondants (25%) a priorisé la lutte contre l'isolement social de certains groupes de la population alors que le cinquième (21%) a indiqué l'aide à la petite enfance comme besoins prioritaires sur le plan communautaire.

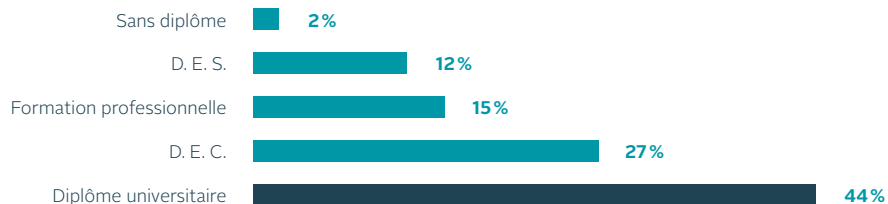
Profil des répondants



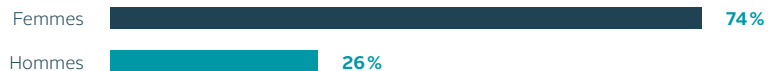
GROUPE D'ÂGE



ÉDUCATION



GENRE



RÉSIDENTS DE MARIEVILLE DEPUIS





Consulter

pour bien cerner les enjeux

Des consultations internes et externes ont été conduites autour de cinq thématiques. Pour chacune, les employés, gestionnaires, représentants d'organismes, commerçants et citoyens étaient appelés à répondre aux questions ouvertes et à donner leur perspective.

CONSULTATIONS INTERNES

Dans un premier temps, un atelier de réflexion avec l'équipe de direction a été effectué en février 2020. Celui-ci avait pour objectif de tracer le portrait de la situation actuelle de la ville (défis, forces et opportunités).

Dans un deuxième temps, quatre séances de consultation avec les employés de la Ville ont été réalisées de façon virtuelle en avril. Les participants étaient invités à partager leur point de vue et leurs pistes d'action en répondant à des questions ouvertes.

CONSULTATIONS EXTERNES

Des consultations externes ont été réalisées et ont permis de déterminer les enjeux liés à la Municipalité et à son environnement. Tant des forces et des faiblesses que des opportunités et des menaces ont été relevées afin de guider le choix des actions à mettre en place pour l'atteinte des objectifs stratégiques de la réflexion. Les consultations ont pris la forme d'entrevues individuelles et de groupe.

De plus, une consultation auprès du comité consultatif d'urbanisme et deux séances de consultations publiques ont été réalisées en mai 2020 en mode virtuel, une première pour la Ville de Marieville!

Thématiques abordées:



**Développement
économique**



**Développement
du territoire**



Environnement



Mode de vie



Vision d'avenir

Portrait dégagé du processus d'enquête et de consultation

DÉFIS

- Amélioration de la mobilité active locale et vers les pôles
- Peu de terrains disponibles à développer
- Renforcement des relations citoyennes et du service à la clientèle
- Fuite commerciale du centre-ville
- Relève bénévole
- Comblement des locaux commerciaux vacants
- Amélioration de la sécurité et de la signalisation routière, particulièrement au centre-ville
- Compétition commerciale des grands pôles urbains limitrophes

FORCES

- Fort sentiment d'appartenance et de communauté exprimé par les Marievillois
- Programmation de loisirs, de sports et du camp de jour de qualité
- Relation d'entraide bien établie entre la Ville et les organismes du milieu
- Offre de nombreux espaces verts bien répartis sur le territoire de la ville
- Situation géographique avantageuse près de grands axes routiers : A10, A30, R-112
- Engagement environnemental de la Ville
- Participation citoyenne au sein de comités consultatifs
- Complémentarité rurale-urbaine

OPPORTUNITÉS

- Renforcement du dialogue entre la communauté et l'administration municipale
- Redynamisation du centre-ville
- Diversification de l'offre commerciale (divertissements, restaurants, commerces de détail et de proximité)
- Stratégie d'attraction de main-d'œuvre et de familles
- Consolidation du sentiment d'appartenance des citoyens
- Promotion de Marieville à une échelle extra-locale

Les piliers du plan stratégique

MISSION

La raison de vivre de l'organisation

Marieville est une ville à dimension humaine qui offre des services de qualité et valorise son territoire de façon durable afin que les citoyens y vivent et s'y impliquent pour une meilleure qualité de vie.

VALEURS

Les croyances et convictions qui dictent le développement de l'organisation

En ayant les citoyens au cœur de nos actions, nous appliquons ces valeurs qui nous guident :

VISION

La projection idéalisée et désirable de l'entreprise dans l'avenir

En 2025, Marieville aura exercé un leadership régional innovant et aura intégré les perspectives du développement durable dans sa gestion, pour offrir une qualité de vie à sa communauté unie, inspirante et active.



Bienveillance



Famille
Enrichissement
collectif et individuel
Santé et éducation



Collaboration



Respect
Entraide
Esprit d'équipe



Innovation



Progrès
Reconnaissance
de l'histoire de
la communauté



Excellence



Dépassement de soi
Responsabilisation
Rigueur

Objectifs stratégiques

Le choix des objectifs stratégiques s'appuie sur l'enquête et les consultations publiques, qui ont permis de dégager les grandes orientations qui guideront le développement de Marieville.



1

CENTRE-VILLE

Revitaliser le centre-ville pour y créer un milieu de vie et susciter l'attraction commerciale adaptée

2

PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Agir comme leader en matière de protection de l'environnement

3

DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

Promouvoir le développement d'une économie durable et diversifiée

4

COMMUNAUTÉ

Aviver le sentiment d'appartenance et engager la communauté afin qu'elle soit unie, impliquée et responsable

5

GOUVERNANCE ET GESTION ADMINISTRATIVE INTERNE

Poursuivre la modernisation et l'optimisation de notre gestion municipale dans une perspective de ville intelligente



Objectif 1

Centre-ville

Revitaliser le centre-ville pour y créer un milieu de vie et susciter l'attraction commerciale adaptée

ORIENTATION 1.1

Consolider et diversifier l'offre commerciale au centre-ville

- 1.1.1 Compléter et bonifier l'offre commerciale au centre-ville
- 1.1.2 Faire connaître les établissements commerciaux du centre-ville
- 1.1.3 Offrir des incitatifs et des outils de développement
- 1.1.4 Développer une image distinctive du centre-ville de Marieville (identité économique)

ORIENTATION 1.2

Favoriser la mise en valeur du patrimoine bâti et naturel et inciter les investissements publics et privés sur celui-ci

- 1.2.1 Mettre en valeur l'architecture du centre-ville et inciter la rénovation durable des bâtiments
- 1.2.2 Favoriser une amélioration de l'affichage commercial au centre-ville
- 1.2.3 Aménager le centre-ville pour le rendre attrayant

ORIENTATION 1.3

Améliorer l'accessibilité et les déplacements au centre-ville pour l'ensemble des utilisateurs

- 1.3.1 Favoriser des aménagements sécuritaires pour les usagers
- 1.3.2 Améliorer la fonctionnalité et l'image urbaine des espaces de stationnement

Objectif 2

Protection de l'environnement

Agir comme leader en matière de protection de l'environnement

ORIENTATION 2.1

Adapter le milieu aux changements climatiques

- 2.1.1 Lutter contre les ilots de chaleur
- 2.1.2 Restaurer et mettre en valeur le ruisseau Saint-Louis sous l'angle de la biodiversité
- 2.1.3 Valoriser et améliorer l'indice de canopée dans la portion urbaine de la ville

ORIENTATION 2.2

Se positionner comme leader en développement durable

- 2.2.1 Se doter d'une politique interne en matière de développement durable
- 2.2.2 Soutenir les initiatives régionales de développement durable
- 2.2.3 Favoriser l'adoption de comportements de protection de l'environnement par notre population
- 2.2.4 Se doter d'infrastructures vertes et d'actifs municipaux écoresponsables

ORIENTATION 2.3

Favoriser le développement durable du territoire

- 2.3.1 Réviser le plan d'urbanisme
- 2.3.2 Favoriser les modes de transport actifs et durables
- 2.3.3 Mettre en valeur le territoire agricole

Objectif 3

Développement économique

Promouvoir le développement d'une économie durable et diversifiée

ORIENTATION 3.1

Développer l'identité économique de la Ville

- 3.1.1 Concerter le milieu d'affaires et les partenaires économiques
- 3.1.2 Définir la vision économique de la Ville

ORIENTATION 3.2

Renforcer la vitalité et l'attractivité économique de la Ville

- 3.2.1 Mettre en place une structure d'accueil des investisseurs et des entreprises
- 3.2.2 Favoriser l'innovation et la rétention des entreprises locales et l'émergence de nouvelles entreprises

Objectif 4

Communauté

Aviver le sentiment d'appartenance et engager la communauté afin qu'elle soit unie, impliquée et responsable

ORIENTATION 4.1

Promouvoir et faire rayonner la ville

- 4.1.1 Assumer concrètement le rôle de pôle régional de la MRC de Rouville
- 4.1.2 Développer une image de marque forte pour la Ville
- 4.1.3 Bonifier l'offre culturelle
- 4.1.4 Protéger et mettre en valeur notre patrimoine immobilier

ORIENTATION 4.2

Renforcer l'engagement et la participation citoyenne

- 4.2.1 Renforcer les relations avec la communauté
- 4.2.2 Renforcer le sentiment d'appartenance de la population
- 4.2.3 Consolider l'offre événementielle
- 4.2.4 Consolider les infrastructures et l'offre sportives





AA  Marievalle



Objectif 5

Gouvernance et gestion administrative interne

Poursuivre la modernisation et l'optimisation de notre gestion municipale dans une perspective de ville intelligente

ORIENTATION 5.1

Proposer une expérience citoyenne renouvelée

- 5.1.1 Améliorer nos stratégies de communication
- 5.1.2 Éliminer les points de rupture de l'expérience citoyenne
- 5.1.3 Accélérer la virtualisation des services aux citoyens (services en ligne)

ORIENTATION 5.2

Optimiser nos ressources et notre prestation de services

- 5.2.1 Adopter une gouvernance plus agile et efficiente
- 5.2.2 Intégrer les nouvelles technologies dans nos prestations de service
- 5.2.3 Optimiser l'allocation des ressources matérielles et financières
- 5.2.4 Implanter la gestion des actifs municipaux dans notre gestion globale

ORIENTATION 5.3

Développer notre marque Employeur

- 5.3.1 Augmenter le sentiment d'appartenance des employés
- 5.3.2 Valoriser le développement et l'accomplissement des employés
- 5.3.3 Définir puis valoriser notre culture organisationnelle



Marieville