

**MÉMOIRE
DE LA
CHAMBRE DE COMMERCE ET
D'INDUSTRIE MAGOG-ORFORD**

**PRÉSENTÉ À
MADAME CLAUDETTE JOURNAULT
PRÉSIDENTE
BUREAU D'AUDIENCES PUBLIQUES
SUR L'ENVIRONNEMENT (BAPE)
AYANT TRAIT AU
PROJET D'UN ÉCHANGE DE TERRAINS
SUR LA BIODIVERSITÉ ET L'INTÉGRITÉ
DU
PARC NATIONAL DU MONT-ORFORD**

FÉVRIER 2005

CONTENU

Introduction	3
1.00 Présentation de la Chambre de commerce et d'industrie Magog-Orford	4
2.00 Résumé de l'évolution du devenir touristique contemporain de la région Magog-Orford	5
2.1 Le point de départ	5
2.2 L'étude de SORES Inc.	5
2.3 La Commission pour l'agrandissement du parc Orford (1974-1985)	6
3.00 Le projet de Mont-Orford Inc. : une question de survie touristique	7
4.00 Le développement durable : un incontournable en tourisme	9
4.1 Les tendances à venir des comportements touristiques	9
4.2 Pour réussir, il faudra répondre aux besoins de la demande	10
5.00 Impact économique 2003 issu des dépenses des touristes dans la MRC de Memphrémagog	11
5.1 La fréquentation 2003	11
5.2 Les recettes touristiques 2003	11
5.3 L'impact sur l'emploi	12
5.4 Horizon touristique 2013	12
6.00 Nous avons l'expertise pour réaliser le développement touristique durable.....	14
7.00 La diversité économique pour la MRC de Memphrémagog	15
8.00 Appui au projet de Mont-Orford Inc.	16

Annexe A

INTRODUCTION

Madame la présidente,

Bienvenue à vous et à votre équipe dans la belle région de Magog-Orford et merci pour votre considération, en nous donnant cette occasion de vous énoncer nos opinions relativement à l'objet principal de tenue de ces audiences publiques touchant au devenir du parc national du Mont-Orford.

Nous, la Chambre de commerce et d'industrie Magog-Orford, appuyons le projet de développement du Mont-Orford tel que présenté par le promoteur. De ce fait, nous désirons souligner plusieurs facteurs qui viennent appuyer la réalisation du projet :

- Impacts économiques positifs ;
- Nécessité d'offrir un produit diversifié qui correspond à l'orientation nature et culture de notre région touristique (orientation visée par le projet) ;
- Consensus régional qui situe le Mont-Orford comme un moteur économique et touristique régional ;
- L'incapacité de rentabiliser les opérations du Mont-Orford sans ajout d'activités complémentaires ;
- Volonté du promoteur de s'engager dans un processus de partenariat avec les entreprises et intervenants de la région (l'exemple de collaboration avec le trolleybus qui fait la navette entre la montagne, Orford et Magog est concret et révélateur) ;
- Qualité, expérience et sérieux du promoteur ;
- Création d'emplois : des milliers d'emplois créés en phases de construction et d'opération, auxquels il faut ajouter les emplois indirects qui en découleraient dans la région ;
- Protection de l'environnement : les lois et règlements du gouvernement en matière d'environnement et l'application des normes du PAE de la municipalité du Canton d'Orford viendront encadrer rigoureusement le projet, et peuvent donc sécuriser les intervenants et la population.

Ce mémoire sollicitera votre attention particulière sur un bref historique du tourisme contemporain dans Magog-Orford, sur l'indispensabilité du projet de Mont-Orford Inc., sur notre vision du développement durable, sur l'économie du tourisme dans la municipalité régionale de comté de Memphrémagog, sur la capacité du Québec de concrétiser une station touristique durable et rentable et sur notre appui au projet de Mont-Orford Inc.

En vous soulignant d'avance, madame la présidente, notre plus grande appréciation, pour la généreuse attention que vous porterez à ce mémoire.

Respectueusement vôtre
au nom de la Chambre de commerce
et d'industrie Magog-Orford

Pierre Lefebvre
Président

1.00 PRÉSENTATION DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE MAGOG-ORFORD (CCIMO)

La Chambre de commerce et d'industrie Magog-Orford fut fondée en 1961, afin de redémarrer l'économie magogoise.

Étant à caractère régional sur l'ensemble du milieu de Magog-Orford, au cours des années, notre organisme s'est impliqué avec conviction et dévouement dans de nombreux projets salutaires pour notre population.

A titre d'exemples, nous aimerais citer :

- 1964 Création d'un fonds industriel pour l'implantation d'une nouvelle zone de production manufacturière ;
- 1970 Intégration du tourisme dans nos activités ;
- 1974 Contribution pour la construction de la polyvalente La Ruche à Magog ;
- 1980 Support à la mise sur pied de l'Association des marchands du centre-ville de Magog ;
- 1987 Organisation du premier Gala d'excellence afin de reconnaître les entreprises locales ;
- 1994 Organisation du Salon Inter-Action pour favoriser l'achat local
- 1996 Leadership principal pour l'implantation d'un casino de villégiature dans la région ;
- 2001 Participation au projet « Mission compétence » pour faciliter l'intégration des jeunes diplômés dans le milieu du travail ;
- 2003 Crédit au Comité commerces et services qui vise à stimuler le développement commercial ;
- 2004 Poursuite des actions de développement économique d'actualité, dont par exemple le projet de développement du Mont-Orford.

Présentement, la Chambre de commerce et d'industrie Magog-Orford est une force dynamique de plus de 325 membres répartis dans six secteurs d'activités vitaux pour la région, soit :

- agriculture et ressources énergétiques
- commerce (gros et détail)
- entreprises manufacturières
- entreprises de services
- communications
- membres individuels

2.00 RÉSUMÉ DE L'ÉVOLUTION DU DEVENIR TOURISTIQUE CONTEMPORAIN DE LA RÉGION MAGOG-ORFORD

Pour les fins de la cause, trois aspects seront élaborés à ce sujet c'est-à-dire :

- 2.1 le point de départ
- 2.2 l'étude de SORES Inc.
- 2.3 la Commission pour l'Agrandissement du parc Orford

2.1 Le point de départ

Le global du processus débute en juillet 1968, où l'Association touristique Magog-Orford (ATMO) prend connaissance d'un mémoire¹, extrapolant l'orientation possible du développement récrétouristique du milieu magog-ordfordois.

Parmi les diverses suggestions, on y parle entre autres d'un concept de « Terrain touristico-industriel » pour favoriser le développement du tourisme, de la création d'un festival d'automne, d'une course automobile d'une durée de 24 heures, de la mise en place d'un casino de villégiature comme point central et d'un fonds de développement touristico-industriel.

C'est en véhiculant ces idées et leurs possibilités, qu'apparut le désir, de faire réaliser un schéma d'aménagement touristique pour la région « Magog-Orford », qui fut communément désigné sous l'appellation « Rapport SORES ».

2.2 L'étude de SORES Inc.

Pour obtenir cette étude, l'intensité des démarches alliait l'Association touristique Magog-Orford, le Conseil économique régional des Cantons-de-l'Est (CERCE), la Chambre de commerce Magog-Orford, le Triangle touristique du Québec et plusieurs éléments actifs de la région dont monsieur Georges Vaillancourt, député-ministre du comté d'Orford, messieurs Jacques Boisvert de Magog et Réjean Beaudoin de Sherbrooke, ainsi que monsieur Michel Cloutier, le doyen du temps de la faculté d'administration de l'Université de Sherbrooke.

Toute cette dynamique, de 1968 à 1972, a permis à un moment donné, le déblocage requis, de la part du gouvernement du Québec, des fonds pour réaliser le schéma d'aménagement touristique « Magog-Orford », par la firme de planification SORES Inc. de Montréal.

C'est donc avec cet outil qu'apparaît le sentiment d'agrandir le parc du Mont-Orford.

¹ Beaudoin, Réjean, Esquisse pour une méthode de développement d'une station balnéaire à Magog, Association touristique Magog-Orford, 6 juillet 1968 .

2.3 La Commission pour l'agrandissement du parc Orford (CAPO)

La Commission pour l'agrandissement du parc Orford fut fondée en 1974 pour terminer ses activités en 1985.

C'est en s'inspirant du « Rapport SORES », que les membres de la Commission ont rallié un énorme volume d'appuis, et ce, avec le support constant de monsieur Georges Vaillancourt, député d'Orford et ministre d'état à l'Agriculture de l'époque (voir Annexe A).

Cette commission audacieuse était formée de ces personnes, à savoir :

Monsieur Jean-Louis Langlois, président
Maître Léonard Bergeron, vice-président
Monsieur Marcel Bousquet, Club de conservation
Monsieur Guy Fortin, village de Stukely Sud
Monsieur Roland Gendron, Chambre de commerce Magog-Orford
Monsieur Léonard Turgeon, ATMO
Monsieur Henri Lacasse, Club de motoneiges Memphrémagog
Monsieur Réjean Beaudoin, conseiller en tourisme

La conservation/récrétourisme était l'axe privilégié de ces personnes, tenant compte qu'un territoire délabré n'attire pas de touristes et qu'un territoire bien aménagé en attire. Et ils en étaient fort conscients.

La force de leurs actions, qui a duré une décennie, a permis l'augmentation de 45 % de la superficie du parc national du Mont-Orford, soit 3 000 acres de plus lors de la publication du « Rapport SORES » en juin 1973.

3.00 LE PROJET DE MONT-ORFORD INC.: UNE QUESTION DE SURVIE TOURISTIQUE POUR LA RÉGION

Autant le « Rapport SORES » ou les mémoires qui l'ont précédé ou suivi, parlent sans équivoque de l'importance du parc national de Mont-Orford, comme pôle récréo-touristique d'importance pour la région de Memphrémagog et le Québec. Il doit devenir un attrait fréquenté à longueur d'année, ce qui est essentiel pour les entreprises gravitant dans sa zone d'influence socio-économique.

Lors du Sommet touristique hivernal qui a eu lieu en l'an 1999, les intervenants de la région avaient insisté sur le fait que le milieu de Magog-Orford pouvait bénéficier encore plus de l'évolution du tourisme. OUI ! Il y a le ski alpin, mais il y a également une intéressante gamme d'activités émergentes qui pourrait être aussi profitable à la région et des activités pouvant s'exercer sur le territoire du parc national du Mont-Orford et sa périphérie.

Voici, selon Statistique Canada, des exemples d'activités touristiques pratiquées par l'ensemble des visiteurs² québécois en 2003, en termes de dépenses :

2003 Touristes québécois Échelle du Québec	
Activités	Dépenses** - en millions \$
Observation des oiseaux ou de la faune	244,5
Marche ou randonnée pédestre	1 271,8
Bicyclette	332,1
Ski de fond	78,9
Ski alpin/planche à neige*	171,8
Golf	176,0
Parc national/provincial naturel	861,4
Activités sportives /plein air	2 469,6

Source : Statistique Canada

* Surtout un marché régional

** Ces dépenses englobent celles effectuées au Québec, ainsi que les frais de transport interurbain pour des voyages réalisés à l'extérieur du Québec (avion, train, préparation de l'auto).

Ainsi, une relance récréo-touristique est inévitable pour la zone du parc national du Mont-Orford, afin de diversifier et de qualifier encore plus les activités et services touristiques nécessaires en accord, bien sûr, avec un développement durable. De bons marchés existent.

Actuellement, la MRC de Memphrémagog a une marge accentuée de fréquentation touristique moindre durant la saison hivernale par exemple comparativement à l'ensemble du Québec, ce

² Pour être classé touriste par Statistique Canada, un voyageur doit parcourir 80 km ou plus de son lieu de résidence.

qui est des plus fragiles pour les entreprises touristiques de la région et ce qui confirme les préoccupations des intervenants lors du Sommet hivernal de 1999.

ANNÉE 2003
Fréquentation touristique par saison

SAISONS	Aires géographiques	
	MRC Memphrémagog	Le Québec
Hiver	19,99 %	29,77 %
Printemps	26,24 %	24,78 %
Été	30,37 %	23,14 %
Automne	23,39 %	22,32 %
TOTAL	100,00 %	100,00 %

Source : Statistique Canada

La saison d'été est fort performante pour la MRC de Memphrémagog comparativement à l'ensemble du Québec et quasi sur un même pied d'égalité en ce qui concerne les saisons du printemps et de l'automne. Quant à la saison hivernale, la région de Memphrémagog est de 9,78 points plus bas que le pourcentage québécois. En somme, la performance estivale est annulée par la basse performance hivernale. Une situation à corriger rapidement.

Pour ce faire, le développement durable du site du parc national du Mont-Orford se révèle des plus justifiables, pour mieux soutenir la rentabilité des entreprises touristiques de la région dépendant de son dynamisme.

4.00 LE DÉVELOPPEMENT DURABLE : UN INCONTOURNABLE EN TOURISME

Sur ce plan, nous parlerons des tendances à venir du tourisme et la nécessité de répondre aux besoins de la demande.

- 4.1 Les tendances à venir des comportements touristiques
- 4.2 Pour réussir il faudra répondre aux besoins de la demande

4.1 Les tendances à venir des comportements touristiques

Les touristes de demain auront, selon les prospectives présentes, les balises touristiques suivantes³, soit :

- Baby-boomer dans la quarantaine et la cinquantaine et des aînés;
- instruits;
- urbains;
- en bonne santé;
- ayant de bons revenus;
- où la décision de voyage est surtout prise par les femmes;
- désirant effectuer des voyages où la nature, la culture, l'authenticité et les possibilités d'augmenter ses connaissances primées et ce, dans un contexte géosocial sécuritaire;
- voulant vivre une **EXPÉRIENCE TOURISTIQUE** mettant en relief leur implication physique, leur émotivité et leurs capacités intellectuelles, et combler avec adéquation leurs désirs de vivre des expériences personnalisées et mémorables;
- choisissant des destinations touristiques reflétant un vrai développement durable, dans le cadre d'une concurrence mondiale ardue caractérisée par un vaste choix ; donc des touristes mobiles;
- des touristes expérimentés;
- exigeant la qualité et en cas de déception, les destinations concurrentes seront les bénéficiaires;
- enclins aux voyages individuels plutôt que ceux en groupe.

La demande touristique de demain sera progressiste, expérimentée, soucieuse de l'environnement et mobile.

³ Commission canadienne du Tourisme
Tourisme Québec
Organisation mondiale du Tourisme

4.2 Pour réussir il faudra répondre aux besoins de la demande

En fait, il n'y a rien de nouveau sur ce plan. Pour attirer des touristes, il faut répondre à leurs besoins. C'était vrai hier, c'est vrai aujourd'hui et ce sera beaucoup plus vrai demain, les consommateurs étant de plus en plus conscientisés.

Le touriste d'aujourd'hui et celui de demain étalement qu'ils vont fréquenter des destinations où le développement durable est conforme. Dévier de cette voie, un projet récréo-touristique ne pourra pas subsister. Et aucun promoteur de la classe de ceux de Mont-Orford Inc. n'aspire agir ainsi, puisque l'échec et les pertes financières en seraient le résultat.

Le projet de Mont-Orford Inc., considérant sa localisation sera régit par la qualité de ses promoteurs et un ensemble articulé de règlements et de lois voués à la protection environnementale d'un parc national québécois, en plus de l'application des normes du PAE de la municipalité du Canton d'Orford qui viendra encadrer le projet. Ce sont là de bonnes assises hermétiques pour le projet de Mont-Orford Inc. et son succès qualitatif.

5.00 IMPACT ÉCONOMIQUE 2003 ISSU DES DÉPENSES DES TOURISTES DANS LA MRC DE MEMPHRÉMAGOG.

- 5.1 La fréquentation 2003
- 5.2 Les recettes touristiques 2003
- 5.3 L'impact sur l'emploi
- 5.4 Horizon 2013

5.1 La fréquentation touristique 2003

En vertu des données touristiques de Statistique Canada, en 2003, la MRC de Memphrémagog a connu cette fréquentation touristique :

ORIGINES	VISITES-PERSONNES ⁴	%
Le Québec	1 086 000	77,0 %
Canada hors Québec	46 000	3,2 %
Etats-Unis	265 500	18,0 %
Outre-mer	12 300	0,8 %
TOTAL	1 409 800	100,0 %

En 2003, la MRC de Memphrémagog a accueilli en moyenne par jour près de 3 900 touristes, les visiteurs résidant dans un rayon de moins 80 km en sus.

5.2 Les recettes touristiques 2003

Les 1 409 800 touristes venus en 2003 dans la MRC ont dépensé une somme de 139,3 millions de dollars, soit une somme moyenne de 98,85 \$ par séjour/personne.

Qui en bénéficie : voici, à titre d'exemple, la ventilation des dépenses des touristes québécois :

Fonctionnement d'un véhicule privé/loué	12,31 %
Transport local	0,01 %
Restaurants et bars	30,14 %
Aliments et boissons (magasins)	8,31 %
Hébergement	35,24 %
Loisirs et divertissements	10,02 %
Vêtements	1,41 %
Autres dépenses	2,57 %

⁴ Selon les critères de Statistique Canada, pour être classé touriste, le voyageur doit parcourir 80 km ou plus 1 sens de son lieu de résidence.

Aussi, les dépenses touristiques de première ligne sont réparties dans plusieurs secteurs et ceux qui ont des revenus de ces dépenses touristiques effectuent des dépenses de deuxième ligne pour se loger, se nourrir, se divertir, s'habiller, etc. Pour l'ensemble du Québec, l'industrie touristique a un impact direct ou indirect approximatif auprès de 57 types d'entreprises différentes.

5.3 L'impact sur l'emploi

Selon l'économétrie touristique du Québec, il se crée dans notre province près de 26 emplois directs ou indirects par chaque million de dollars de recettes touristiques découlant directement des visiteurs.

Ainsi, en 2003, les 139,3 millions de dollars de recettes des touristes dans la MRC de Memphrémagog ont une valeur de près de 3 600 emplois directs ou indirects exprimée en personne-année, le tourisme étant un généreux créateur d'emplois reconnu depuis longtemps.

5.4 Horizon touristique 2013

Pour effectuer cette projection, nous avons utilisé comme base les anticipations de Tourisme Québec.

En 2003, les dépenses des touristes au Québec sont estimées à 8,1 milliards de dollars et celles de la MRC de Memphrémagog à 139,3 millions de dollars.

Relativement à un Horizon 2013 sur ce plan, Tourisme Québec prévoit que ses recettes des touristes graviteront autour de 12 milliards de dollars, soit une augmentation de 47 %. À partir de ce pourcentage on peut penser qu'en 2013, les recettes provenant des touristes dans la MRC de Memphrémagog pourraient se situer autour de 204 millions de dollars si la région suit la cadence de l'ensemble du Québec et développe ses attraits :

MRC de Memphrémagog
Projection* des recettes touristiques en 2013

AIRES GÉOGRAPHIQUES	ANNÉES		VARIATION 2003-2013
	2003	2013	
Le Québec	8 168 000 000 \$	12 000 000 000 \$	+ 47 %
MRC Memphrémagog	139 300 000 \$	204 000 000 \$	+ 47 %

* Si la région de Memphrémagog suit le rythme de progression de l'ensemble du Québec. Toutefois, ce résultat peut-être soit plus haut ou soit plus bas. Le tout repose sur la dynamique du milieu.

Impact sur l'emploi en 2013

En 2003, l'industrie touristique québécoise représentait une valeur de 26 emplois directs ou indirects par chaque million de dollars provenant des dépenses découlant directement des touristes, soit 3 600 emplois exprimés en personne-année pour la MRC de Memphrémagog.

Vers 2013, avec une automatisation et autres facteurs robotiques qui seront introduits dans les opérations de l'industrie québécoise du tourisme, nous prévoyons que 23 emplois directs ou indirects seront alors créés au Québec, par chaque million de dollars de recettes touristiques découlant des touristes. Ainsi, en 2013, près de 4 700 emplois directs et indirects exprimés en personne-année seraient créés par la voie du récréo-tourisme dans la MRC de Memphrémagog.

Nous considérons qu'un tel impact sur l'économie et les emplois serait beaucoup moindre dans un contexte où il y aurait peu de développement dans la région et que l'offre touristique ne serait pas alimentée. Pour atteindre un tel objectif, un projet comme celui du Mont-Orford est nécessaire et souhaitable.

Horizon 2013
MRC de Memphrémagog
Projection de l'emploi en tourisme
Exprimé en personne-année

AIRE GÉOGRAPHIQUE	ANNÉES		
	2003	2013	Variation 2003-2013
MRC Memphrémagog	3600	4700	+ 1 100 + 30 %

Source : Pragma
Tourisme-conseil

6.00 NOUS AVONS L'EXPERTISE POUR RÉALISER LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DURABLE

Au Québec, peut-on développer une station récréo-touristique de montagne durable, rentable et créatrice d'emplois ? Si OUI ! Allons de l'avant avec le projet de Mont-Orford Inc. Si NON ! Élaborons les formations nécessaires, afin de réaliser ce projet et par la suite exporter ce savoir chez nous et à l'étranger.

D'après nous, la région de Magog-Orford, les Cantons-de-l'Est et le Québec ont présentement l'expertise avouée pour concrétiser ce projet sous ses diverses formes, et cette expertise va se qualifier plus amplement au cours des dix années qui lui sont prévues, les connaissances du monde doublant à presque tous les six ou sept ans.

La réussite d'un milieu étant équivalente à la somme des talents qui le compose, nous avons ces talents pour concrétiser un remarquable projet dans la zone du parc national du Mont-Orford.

Donc, profitons du défi de Mont-Orford Inc. de concrétiser ensemble une station touristique durable, rentable et créatrice d'emplois pour développer plus notre SAVOIR et notre SAVOIR FAIRE en cette matière pour l'exporter, et ce, tout en permettant au milieu magog- orfordois de bénéficier d'un impact socio-économique mérité, pour le mieux-être de sa population et de ses visiteurs.

Plus on prendra de l'avance, plus on sera concurrentiel et créateur d'emplois.

Autour des années 50, le Canada était au quatrième rang du monde en terme de puissance économique . . . de nos jours, il est au quinzième rang. Un virage d'attitude s'impose, le Canada étant parmi les pays les moins innovateurs de l'OCDE, sinon le moins innovateur.

Notre unité dans le SAVOIR et le SAVOIR FAIRE sera notre force d'avenir, le contraire sera notre stagnation ou notre recul.

7.00 LA DIVERSITÉ ÉCONOMIQUE POUR LA MRC DE MEMPHRÉMAGOG

Dans l'optique d'un développement durable, l'économie d'une région n'est jamais trop diversifiée.

Au cours des années 70 et une partie de la décennie des années 80, la population magog-orfordoise et une grande part des villégiateurs du temps étaient peu enclins au développement du récréo-tourisme.

Si les initiateurs avaient flanché face à l'opposition du devenir touristique à cette période, la région Magog-Orford et celle de la MRC Memphrémagog n'auraient pas atteint son stade actuel. Il est probable que la population serait moindre, peu de maisons ancestrales du temps n'auraient pas connu leur prestance actuelle en devenant des gîtes touristiques, le parc commercial de la région n'aurait pas cerné sa présente importance (amélioration du centre-ville de Magog, implantation de centres commerciaux, multiplication des restaurants, plus grande variété de commerces . . .), les arts sous diverses formes n'auraient pas connu l'épanouissement évolutif qu'on leur connaît, des collectivités des Cantons-de-l'Est n'auraient pas perçu à son mérite la valeur et l'avenir du tourisme.

Néanmoins, il y en avait qui croyait en la progression tourisme-villégiature du milieu, percevant plus que d'autres le déclinement de l'industrie du textile identifiant depuis longtemps la nature économique principale du territoire.

La région de la MRC de Memphrémagog doit à l'industrie de la villégiature et du tourisme, une bonne partie de son évolution socio-économique dont la création de centaines d'emplois . SOYONS EN FIER ! Ce développement doit se poursuivre à l'intérieur, bien sûr, d'un développement durable SINON la décroissance marquera la région sur le plan touristique.

Rien faire sera néfaste et trop faire le sera aussi, ce qu'il faut c'est l'équilibre d'un développement durable, et c'est réalisable, et nous avons cette expertise.

Ainsi, la diversité économique est une bonne garantie d'avenir pour une région. Pour Magog-Orford, cette diversité essentielle est incontournable vis-à-vis sa progression touristique.

8.00 APPUI AU PROJET DE MONT-ORFORD INC.

- Tenant compte que le Québec a l'expertise nécessaire pour développer d'une façon durable le projet de Mont-Orford Inc. ;
- Considérant la qualité et le sérieux des promoteurs impliqués dans le projet ;
- Reconnaissant le dévouement lié aux tenants du développement durable ;
- Plaidant pour l'importance de la diversité économique pour la région de Magog-Orford ;
- Constatant la valeur socio-économique et récréo-touristique du projet de Mont-Orford Inc. ;
- Sollicitant l'unité régionale afin que puisse se réaliser une station récréo-touristique durable, enviable et recherchée dans la zone du parc national du Mont-Orford ;

Nous, la Chambre de commerce et d'industrie Magog-Orford, appuyons fortement le projet de Mont-Orford Inc., et ce, pour le mieux-être socio-économique de la population de Memphrémagog et de ses visiteurs.

Pierre Lefebvre
Président
Chambre de commerce et d'industrie Magog-Orford