
L'Érable, Terre de créativité

Rapport sur la
tourné terrain

CLD de l'Érable – juin 2011

L'Érable, Terre de créativité :

Rapport sur la tournée terrain

Les grands objectifs du projet de positionnement.....	3
Mise en contexte	3
Mandat de la coordonnatrice au positionnement de la MRC.....	3
Tournée terrain : le contexte des rencontres	4
Méthodologie	4
Constats sur la réceptivité et la disponibilité des intervenants rencontrés.....	4
Perception des intervenants à l'égard de la créativité.....	5
La trame de fond	6
Les origines de la créativité à la sauce « Érable »	6
Les sources de fierté.....	6
Forces créatives : nos fleurons	7
Secteur économique	7
Secteur communautaire.....	8
Secteur éducationnel.....	9
Secteurs jeunesse, famille et loisirs.....	10
Secteurs touristique et culturel.....	11
Leaders	12
Forces créatives : nos trésors cachés	14
Secteur économique	14
Secteur communautaire.....	16
Secteur éducationnel.....	16
Secteurs jeunesse, famille et loisirs.....	17
Secteurs touristique et culturel.....	18
Leaders de l'ombre et leaders en devenir.....	18
Des potentiels de créativité inexplorés.....	19
Les défis à relever.....	21

Les attentes et les besoins exprimés.....	22
Les publics ciblés	23
Les angles et les approches à privilégier	23
Les moyens de déployer efficacement la nouvelle image	24
Stratégie globale et outils destinés au grand public	24
Activités thématiques et outils destinés aux clientèles cibles	25
Conclusion : Cultiver la fierté... pour mieux rayonner!	26
Annexe I : Liste des participants à la tournée terrain	27
Annexe II : Liste des organisations, comités et organismes rencontrés	30
Annexe III : Feuillet de présentation et questionnaire distribués aux participants	31
Annexe IV : Quelques histoires à succès	33

Les grands objectifs du projet de positionnement

Mise en contexte

Vieillesse de la population, exode des jeunes vers les grands centres urbains, rareté de la main-d'œuvre : ces préoccupations sont le lot des régions rurales du Québec depuis plusieurs décennies déjà. La MRC de L'Érable multiplie les initiatives pour renverser la vapeur, mais en 2009, elle a choisi d'explorer une nouvelle avenue en entreprenant une réflexion sur l'image qu'elle souhaite projeter pour stimuler le sentiment d'appartenance de sa population et se distinguer des autres territoires.

Une firme de consultation stratégique de la région de Québec, le Groupe Dancause, a alors entrepris une enquête auprès des intervenants clés de l'Érable (tables sectorielles, élus municipaux, entrepreneurs, etc.) afin d'identifier les éléments qui différencient la région de ses semblables. Au sein de son rapport d'analyse, le Groupe Dancause met en lumière deux points fondamentaux :

- **Un grand dénominateur commun : la créativité.**
Les résidents de l'Érable exploitent de main de maître les différentes facettes de la créativité, qu'elle se manifeste sous forme de débrouillardise, d'inventivité ou encore, d'innovation. Cette réalité se traduit tant dans le secteur économique que dans celui de l'éducation, des services communautaires, du tourisme ou encore, de la culture.
- **Une stratégie à privilégier : la promotion interne.**
Les meilleurs ambassadeurs d'une région resteront toujours les gens qui y vivent. Avant de tenter de séduire les résidents de l'extérieur, la MRC de L'Érable a donc tout avantage à mobiliser sa propre population.

Mandat de la coordonnatrice au positionnement de la MRC

Pour donner vie à la stratégie élaborée par le Groupe Dancause, le CLD de l'Érable a été mandaté par la MRC afin d'embaucher une ressource entièrement dédiée à la coordination du projet de positionnement ainsi qu'à la conception et au déploiement des différents outils de communication qui y sont associés (logo, slogans, portail Web, campagnes publicitaires, etc.).

D'entrée de jeu, la coordonnatrice au positionnement a entrepris une nouvelle vague de consultation auprès des acteurs locaux avec, cette fois-ci, des objectifs différents en tête :

- Recueillir les témoignages de « bons coups » réalisés dans les différentes municipalités de la MRC qui font ressortir la créativité dont fait preuve la population;
- Dégager les grandes forces créatives du milieu, tous secteurs d'activité confondus;
- Identifier les potentiels de créativité inexplorés dans la région;

- Récolter les idées, opinions et suggestions des intervenants rencontrés quant aux meilleurs moyens de mettre en valeur les initiatives créatives des gens et organismes d'ici.

Ainsi, en date du 20 juin 2011, ce sont 27 regroupements incluant 122 personnes qui ont reçu la visite de la coordonnatrice au positionnement, dans le contexte d'une tournée terrain menée dans un esprit de partage et d'ouverture. Les résultats de cet exercice, qui se veut toutefois continu et qui se poursuivra selon les besoins tout au long du mandat de trois ans de la coordonnatrice, se trouvent dans les pages qui suivent.

Tournée terrain : le contexte des rencontres

Méthodologie

Les rencontres tenues dans le contexte de la tournée terrain se sont articulées autour d'un questionnaire figurant en annexe du présent document. Avant d'entrer dans le vif du sujet, la coordonnatrice s'est assurée de passer en revue avec les participants les grandes lignes du projet de positionnement, le contexte entourant sa mise en œuvre ainsi que le concept de créativité et les manières dont il se manifeste dans la région de l'Érable.

Par la suite, la coordonnatrice a joué le rôle d'animatrice de la discussion portant sur les interrogations amenées par son questionnaire. Selon la dynamique du groupe et sa composition, elle a adapté son approche, qui s'est révélée tantôt très structurée (réponses écrites aux questions suivies d'un tour de table), tantôt décontractée (discussion libre sur le thème de la créativité telle qu'exprimée dans l'Érable).

Une fois les rencontres terminées, la coordonnatrice a résumé les discussions au sein d'une « banque d'information », en s'efforçant de faire ressortir les faits saillants et les opinions dominantes exprimées par chacun des groupes rencontrés. Cette banque d'information constitue la base de travail du présent rapport.

Constats sur la réceptivité et la disponibilité des intervenants rencontrés

La très grande majorité des intervenants a réservé un bel accueil à la coordonnatrice au positionnement. En début de rencontre, la plupart d'entre eux ont eu du mal à identifier les forces créatives de leur milieu, et la coordonnatrice a souvent dû alimenter la discussion à l'aide de ses propres exemples; toutefois, une fois les premières idées lancées, les rencontres ont donné lieu à de beaux échanges et à l'issue de celles-ci, les participants ont semblé à la fois

surpris et fiers de constater l'abondance d'éléments créatifs issus de leur communauté et de leur région.

Les rares participants qui se sont montrés sceptiques ou peu réceptifs à l'égard de la démarche de la coordonnatrice ont évoqué le fait qu'ils ont souvent du mal à voir le lien entre de telles initiatives de la MRC, pour lesquelles des fonds de leur municipalité sont investis, et les résultats tangibles observés dans leur milieu. Cette insatisfaction a davantage été ressentie dans les petites municipalités de la MRC. Les participants ont insisté sur l'importance d'écouter les besoins exprimés par les citoyens et de les traduire en projets concrets qui auront des retombées positives au sein de leur communauté.

Enfin, la coordonnatrice a observé une corrélation entre le degré d'implication des participants dans leur milieu et leur propension à lui fournir des idées et des suggestions quant aux moyens de déployer efficacement le projet de positionnement. Ces gens sont manifestement conscients qu'ils peuvent faire une différence et possèdent souvent une vision d'ensemble qui leur permet d'identifier plus facilement nos lacunes ainsi que les façons d'y remédier.

Perception des intervenants à l'égard de la créativité

La créativité se manifeste, sur le territoire de l'Érable, par une multitude d'initiatives; la tournée terrain aura sans aucun doute permis de confirmer cet état de fait. Toutefois, les intervenants rencontrés éprouvent certaines difficultés à faire le lien entre les projets qui prennent vie sur le territoire et les manifestations de créativité qui en sont le moteur. Cette situation n'est sans doute pas étrangère au fait que la créativité est un concept abstrait si on le compare, par exemple, à l'érable, à la canneberge ou à tout autre produit ou industrie qui s'inscrit de façon concrète dans le quotidien de nos résidents.

Par ailleurs, beaucoup de participants associent instinctivement la créativité à l'art et à la culture et ont du mal à transposer le concept aux autres secteurs d'activité de la région (entreprises manufacturières, commerces, infrastructures de loisirs, etc.).

Par conséquent, la stratégie de déploiement du nouveau positionnement de l'Érable devra inclure un volet « éducatif », afin de sensibiliser la population et les clientèles cibles du projet aux différentes facettes de la créativité telle qu'elle se manifeste sur le territoire. Ce n'est qu'à la suite d'une exposition répétée à des exemples de créativité bien de chez nous que nos parties prenantes en viendront à associer d'emblée la créativité et la région de l'Érable.

La trame de fond

Les origines de la créativité à la sauce « Érable »

Sa trame urbaine ne comptant que pour 2 % du territoire, la région de l'Érable trouve ses racines dans l'agriculture. Comme chaque ferme est une PME en soi, nous pouvons affirmer sans crainte de nous tromper que les gens de l'Érable ont la fibre entrepreneuriale fortement développée et qui dit entrepreneur, dit créateur!

Ce constat est revenu à maintes reprises au cours de la consultation sur le projet de positionnement du territoire. Plusieurs des intervenants rencontrés ont souligné le lien entre le caractère rural de la MRC de L'Érable et l'aptitude de ses résidents à mettre sur pied des projets innovants à peu de frais et avec peu de moyens, que ce soit dans le domaine des affaires ou dans les secteurs communautaire, culturel, municipal et éducationnel.

À défaut d'être très scolarisée, la population de l'Érable est débrouillarde, ingénieuse et inventive. Cet état de fait se traduit entre autres par le nombre impressionnant de PME présentes sur le territoire – qui fait de l'Érable la MRC la plus industrialisée au prorata de la population – et par la multitude d'organisations qui y ont vu le jour afin d'assurer des services qui soient à la hauteur des besoins exprimés par les résidents.

Les sources de fierté

De façon générale, les résidents de l'Érable sont reconnus pour leur modestie, et certains les accuseront même de « penser petit ». Toutefois, ils semblent unanimement fiers de leur capacité à se relever les manches en temps de crise afin de se sortir du marasme ambiant : le phénomène des « bébés Forano », ces PME nées de la résilience d'employés remerciés à la suite de la fermeture du plus grand donneur d'emplois de la ville de Plessisville à la fin des années quatre-vingts, a été évoqué à de nombreuses reprises au cours de la tournée terrain. Les gens de l'Érable semblent avoir une aptitude toute particulière à se « réinventer » lorsque la conjoncture les empêche d'avancer, et cette audace devant l'adversité est à l'origine de plusieurs bons coups mentionnés par les participants à la consultation.

Les ressources en matière d'éducation, de santé et d'installations sportives semblent aussi transcender les désaccords quant aux forces du territoire de l'Érable. Les intervenants rencontrés ont tous évoqué avec fierté la qualité des établissements d'enseignement de la région, l'abondance de médecins de famille et de ressources visant le maintien à domicile sur lesquels la population peut compter en dépit de la crise vécue à ce chapitre à l'échelle nationale, ainsi que leur chance de pouvoir pratiquer leur sport favori par l'entremise d'installations dignes des grands centres urbains.

Enfin, la richesse du tissu social a été abondamment louangée tout au long de la tournée terrain. Certains ont même parlé de l'Érable comme de la « Beauce communautaire », tant les ponts y sont nombreux entre les différents organismes du milieu. La présence de nombreuses tables sectorielles a entre autres été citée comme une démonstration de la grande propension des gens de l'Érable à se mobiliser pour trouver des solutions concrètes aux problématiques observées sur le territoire.

Forces créatives : nos fleurons

Les initiatives créatives mises en œuvre sur le territoire de l'Érable et mentionnées au cours de la tournée terrain sont presque aussi nombreuses que le nombre d'intervenants rencontrés. Toutefois, certains piliers sortent du lot et interpellent davantage le sentiment de fierté et d'appartenance de la population. Ils méritent donc qu'on leur accorde une place de choix, tant au sein de ce rapport que dans la stratégie de positionnement qui sera mise de l'avant au cours des prochains mois.

Secteur économique

Citadelle, Coopérative de producteurs de sirop d'érable

Leader mondial de la production, de la transformation et de la commercialisation du sirop d'érable, Citadelle est sans contredit le plus grand ambassadeur de la région de l'Érable à l'échelle internationale. Représentant près du tiers des acériculteurs québécois, la coopérative se définit comme un regroupement de « producteurs de pures innovations ». En effet, Citadelle se renouvelle constamment et cultive les premières, la plus récente en lice étant le concept de bistro-boutiques Les délices de l'Érable et ses produits exclusifs, incluant entre autres une gamme de produits de soins corporels à base de sirop d'érable.

Fruit d'Or

Le plus important transformateur de canneberges biologiques au monde, Fruit d'Or a fait de la région de l'Érable la « Mecque » du petit fruit rouge si prisé pour ses vertus antioxydantes. Synonyme de qualité autant pour les producteurs de canneberges que pour les consommateurs, Fruit d'Or mise sur de multiples projets de recherche et de développement pour assurer sa croissance et explorer de nouveaux potentiels, notamment la transformation du cassis et de l'amélanche.

Princecraft

En Amérique du Nord, la marque Princecraft est un gage de qualité et de prestige pour tout amateur de sports nautiques. Présente dans le paysage de la région depuis plus de

50 ans, l'entreprise Princecraft a toujours mis de l'avant des technologies de pointe qui lui ont permis de consolider sa position de chef de file, même au plus fort de la crise économique.

Machinex

Fondée à Plessisville au début des années 80, Machinex a été la première entreprise canadienne à concevoir de la machinerie et des équipements destinés aux centres de tri des matières résiduelles. Aujourd'hui, sa réputation n'est plus à faire : l'entreprise a récemment construit, à Londres, l'un des centres de tri les plus automatisés du monde, au coût de 25 millions d'euros.

Éco-Délices

La famille Dubois, à la tête de la fromagerie artisanale Éco-Délices, allie agriculture et avant-gardisme depuis fort longtemps, pratiquant la culture biologique depuis plus de deux générations! Ses fromages de spécialité, dont le Mamirolle et le Louis Dubois, font le délice des grands chefs et la fierté de la région de l'Érable, partout en province.

Semican

Fondée en 1982, Semican prône l'émergence d'une nouvelle agriculture par le développement et la mise en marché de nouveaux cultivars et de productions de céréales à valeur ajoutée. Établie dans la paroisse de Plessisville, Semican possède également un important centre de recherche à Princeville, soutenu par une équipe de chercheurs et d'agronomes chevronnés.

Autres entreprises mentionnées à titre de forces créatives

Carbotech International, Plessitech, Les Atocas de l'Érable, Les fromages Princesse (Saputo), CBR Laser, Boutin Transport, Fruit d'Érable.

Secteur communautaire

Le Marathon de l'espoir

Un rendez-vous incontournable depuis maintenant 20 ans, le Marathon de l'espoir est devenu une véritable tradition qui fait partie intégrante de la vie communautaire dans l'Érable. Non seulement cet événement d'une journée permet d'amasser, bon an mal an, plus de 60 000 \$ pour les gens les plus démunis de la région, mais il constitue également un happening culturel et social grâce aux talents locaux et aux bénévoles de tous les horizons qui en assurent le succès.

Le transport collectif

Peu de régions rurales peuvent se vanter de bénéficier d'un service de transport en commun aussi développé et inclusif que celui qui est offert à la population de l'Érable.

Regroupant au sein d'une même offre les services de transport collectif, de transport adapté et de taxi collectif, le transport collectif de la MRC de L'Érable jouit d'une belle popularité, tant auprès des étudiants et des personnes à mobilité réduite que des citoyens qui souhaitent simplement bénéficier d'un service de transport à la fois économique, respectueux de l'environnement et pratique.

Le Service de sécurité incendie régional de l'Érable (SSIRÉ)

Créé en 2006 et comptant aujourd'hui 125 pompiers répartis dans les sept casernes du territoire, le SSIRÉ est un exemple probant de la capacité que possèdent les gens de l'Érable à mettre leurs ressources en commun pour assurer leur sécurité et leur bien-être et ainsi, améliorer leur qualité de vie. Cette initiative de régionalisation novatrice sert d'exemple partout en province, et permet au territoire de bénéficier d'une force de frappe pour combattre les incendies qui se compare à celles des grands centres urbains.

Autres organismes et initiatives communautaires mentionnés à titre de forces créatives

L'Organisme de récupération anti-pauvreté de l'Érable (ORAPÉ), la Société de développement commercial (SDC) de Plessisville, le Relais pour la vie de la Société canadienne du cancer de la MRC de L'Érable, Partage St-Eusèbe, la coopérative du Marché public de l'Érable, Impact Emploi/CJE de l'Érable, le Centre d'action bénévole de l'Érable (CABÉ).

Secteur éducationnel

Polyvalente La Samare

Dans le domaine de l'éducation, un fleuron s'impose et suscite une admiration incontestée dans tous les milieux : la Polyvalente La Samare. Au-delà de sa performance enviable au palmarès annuel des écoles établi par le magazine *L'Actualité*, l'établissement de Plessisville fait la fierté de la population de l'Érable grâce à l'avant-gardisme et à la variété des programmes et des activités parascolaires qu'elle offre à ses étudiants (ex. : Programme d'ouverture sur le monde, échanges internationaux, voie professionnelle, ligues sportives, troupes de théâtre, etc.). Plus encore, la Polyvalente La Samare se démarque par son ouverture à la différence, accueillant en ses murs tant les jeunes déficients intellectuels que les tout-petits des programmes préscolaires et les personnes âgées désireuses de se familiariser avec les nouvelles technologies.

Autres établissements mentionnés à titre de forces créatives

Centre de formation professionnelle et d'éducation aux adultes André-Morissette (PAM), école-entreprise Prince-Daveluy, prématernelle anglophone Le Mouton rose, Camion-école Roubec.

Secteurs jeunesse, famille et loisirs

Partenaires 12-18

Adapté à la réalité des jeunes des milieux ruraux et conçu ici, dans l'Érable, le modèle jeunesse proposé par Partenaires 12-18 est désormais « exporté » ailleurs en province. Des études ont démontré qu'une forte proportion de jeunes s'étant impliqué au sein de Partenaires 12-18 manifestent le désir de revenir dans l'Érable après leurs études, puisque ce projet leur a permis de prendre part activement à la vie de leur communauté et de développer un très fort sentiment d'appartenance envers leur milieu.

Les équipements supralocaux de la MRC de L'Érable

Si le Mont Apic, le Parc linéaire des Bois-Francs et le Centre aquatique régional de l'Érable connaissent aujourd'hui un engouement inégalé, c'est en grande partie grâce à la proactivité de la MRC de L'Érable qui, en 1998, a décidé de partager entre les 11 municipalités du territoire le financement de ces trois grands piliers du secteur loisirs de la région. Plus que jamais, la population de l'Érable bénéficie de cette initiative novatrice : le Mont Apic jouit depuis quelques années de pistes de glissade sur chambre à air et d'un parc à neige, le Parc linéaire cumule les distinctions au chapitre régional et provincial et le Centre aquatique offre une multitude d'options aux amoureux de la baignade, notamment une ligue de waterpolo et des cours d'« aquapoussette » pour les nouvelles mamans et leur poupon.

Le parc multisport de Princeville

Véritable symbole du virage famille entrepris par la municipalité dont la moyenne d'âge est aujourd'hui la plus basse de toute la MRC, le parc multisport de Princeville regroupe en un seul lieu des infrastructures de loisirs de pointe, comparables à celles retrouvées en milieu urbain. Cet ambitieux projet de développement a réussi le pari d'offrir des installations qui conviennent aux citoyens de tous les âges et de tous les horizons : terrains de balle molle, de soccer, de tennis, de pétanque, patinoire, aire de jeux pour enfants, *skatepark*, jeux d'eau... tout le monde y trouve son compte, et tout le monde en parle!

Le Festival de l'Érable

C'est le deuxième plus ancien festival de la province et plus de 50 ans après sa fondation, il continue de faire courir les foules et de servir de plaque tournante au secteur acéricole québécois. Reflet de notre patrimoine, le Festival de l'Érable a été, au fil des ans, le théâtre de plusieurs initiatives novatrices, notamment le concours provincial, national et international des produits de l'érable, le musée de l'érable et la traditionnelle partie de sucre en plein air réunissant des milliers de becs sucrés.

Autres organismes et infrastructures mentionnés à titre de forces créatives

Le Festival de la canneberge, le Festival du bœuf, le Carrefour de l'Érable, le *skatepark* de Plessisville, Arthabaska-Érable en forme, la Bibliothèque municipale de Plessisville, la Maison des familles de l'Érable, l'École de danse Doris Charland, les feux d'artifice hivernaux de Sainte-Sophie, le Demi-marathon Générations, le club de ski de fond La clé des champs de St-Ferdinand, les ligues de balle molle de Sainte-Sophie.

Secteurs touristique et culturel

Le Musée du Bronze d'Inverness

Aussi petite soit-elle, la municipalité d'Inverness fait figure de géante pour les amateurs et professionnels de l'art du bronze. Son musée, organisé sous forme de coopérative, est le seul lieu connu au Québec, voire en Amérique du Nord et dans le monde, à se consacrer exclusivement à la mise en valeur de ce fabuleux métal précieux.

Le Manoir du Lac William

La famille Lessard de Saint-Ferdinand peut être fière du chemin qu'elle a parcouru depuis qu'elle a acquis, en 1992, un petit manoir quasi-centenaire offrant huit chambres sur les rives du Lac William. Aujourd'hui, à l'aube d'une phase d'expansion qui le dotera d'une toute nouvelle section, le Manoir du Lac William est un hôtel accrédité 4 étoiles – le seul dans toute la MRC – abritant 34 chambres, un centre de santé, une salle à manger gastronomique et deux salles de réception multifonctionnelles. La qualité des services offerts au Manoir du Lac William a été récompensée à de nombreuses reprises, notamment par le titre de lauréat national des Grands Prix du tourisme québécois.

William Deslauriers

Jeune auteur-compositeur-interprète issu du phénomène télévisuel *Star Académie*, William Deslauriers est sur toutes les tribunes depuis qu'il a été révélé au grand public en 2009, alors qu'il n'avait que 18 ans. Parmi les faits marquants de sa feuille de route, notons le succès fracassant de sa chanson *Recommencer tout à zéro*, qui a battu un record de tous les temps en s'imposant en tête du Top 100 BDS francophone pendant 20 semaines. Malgré sa notoriété, William Deslauriers demeure un fidèle ambassadeur de la région de l'Érable et mentionne son attachement envers Plessisville, sa ville natale, chaque fois qu'il en a l'occasion.

Richard Boutin

Artiste-peintre de Notre-Dame-de-Lourdes, Richard Boutin a su transformer sa passion pour la peinture en une PME florissante qui compte aujourd'hui plus de 1100 points de vente partout au Canada. Son atelier touristique est ouvert à l'année, au grand plaisir des visiteurs et amateurs d'art qui peuvent y admirer ses œuvres dans un décor enchanteur.

Troupe de théâtre L'Éveil

Chaque année, le talent créateur des gens de l'Érable est mis en vedette grâce à la troupe de théâtre L'Éveil, formée de comédiens amateurs des quatre coins de la région. Fondée il y a 32 ans, la troupe jouit d'une renommée qui ne se dément pas et remplit l'auditorium de la Polyvalente La Samare à quatre reprises lors de chacune de ses productions. L'organisation voue un grand respect à notre patrimoine et n'hésite pas à le mettre en valeur, comme ce fut le cas en 2010 alors que la troupe a présenté une pièce inspirée du 175^e anniversaire de la Ville de Plessisville.

Autres attraits et artistes mentionnés à titre de forces créatives

Marie-Noëlle Cloutier (photographe), Mario Carrier (souffleur de verre), Ghislaine Pellerin (peintre), les traîneaux à chiens Les Grands versants, Guaitan Lacroix (artiste-peintre et sculpteur), la Fête des Orangistes d'Inverness, la Salle Firmin-Roy de Villeroy, le Carrefour de l'Érable, la Troupe Ensemble.

Leaders

Pierre Fortier

Ingénieur et avant-gardiste, Pierre Fortier s'est lancé dans l'exploitation d'une cannebergère en 1994, alors que la culture de ce petit fruit n'en était qu'à ses premiers balbutiements. Homme d'affaires aguerri et inventeur passionné par la recherche de nouveaux procédés, Pierre Fortier est également reconnu pour son implication communautaire et le grand respect qu'il voue à l'environnement.

Danielle Béliveau

Femme de cœur et d'action, Danielle Béliveau est à la tête de la Polyvalente La Samare, un établissement d'éducation secondaire qui suscite l'admiration partout dans l'Érable. Parmi les faits d'armes de la Polyvalente depuis qu'elle en est la directrice, notons l'intégration réussie des programmes d'éducation préscolaire au sein de l'établissement, les nombreux échanges internationaux rendus possibles par l'entremise du programme « Ouverture sur le monde » et le titre d'école secondaire publique canadienne comptant le plus grand nombre d'étudiants ayant reçu une Bourse du Millénaire.

Bernard Boutin

L'homme incarne l'entrepreneuriat : depuis plus de 25 ans, Bernard Boutin poursuit la tradition familiale et mène la destinée d'une des entreprises de transport les plus prolifiques du Québec, Groupe Boutin inc. Avec ses 450 employés et sa flotte de plus de 900 véhicules, l'entreprise de Plessisville fait la fierté de la région de même que son président, reconnu pour son implication philanthropique auprès du hockey mineur et du Club Richelieu, notamment.

Martin Le Moine

Martin Le Moine n'est pas seulement le président de Fruit d'Or, c'est aussi un visionnaire et un homme impliqué dans la communauté, notamment auprès de Partenaires 12-18, de la Fondation du CLSC-CHSLD de l'Érable et du CPE La Girouette et de son projet de garderie en installation pour les enfants de Notre-Dame de Lourdes. Martin Le Moine est également doté d'une conscience écologique hors du commun, comme le démontre son intérêt pour les cultures biologiques et son intention de produire, dans un avenir proche, une large part de son énergie à partir de biomasses naturelles.

Gilles Fortier

Son impressionnante feuille de route témoigne de sa passion pour la politique municipale : Gilles Fortier représente les intérêts de ses concitoyens à l'Hôtel de ville depuis maintenant 22 ans, occupant le poste de maire depuis 2004. Son équipe et lui ont été les maîtres d'œuvre du « virage famille » entrepris par la municipalité au cours des dernières années. Gilles Fortier est également reconnu pour son engagement communautaire exceptionnel : il est entre autres président du conseil d'administration du CLD de l'Érable et de la corporation de transport de personnes handicapées La Cadence et membre du comité de campagne de Centraide pour la MRC de L'Érable.

Famille Vigneault (Amex Bois-Francs/Scierie V.O.G.)

La famille, les affaires et le don de soi peuvent harmonieusement cohabiter... La famille de Réal et Lucie Vigneault en fait la preuve, elle qui fait partie du paysage économique et philanthropique de la région depuis près de 50 ans. Si elle a acquis ses lettres de noblesse dans l'industrie du transport et du bois, c'est davantage dans le domaine communautaire qu'elle est mise en valeur depuis quelques années : les frères François, Daniel, Pascal et David Vigneault ont été à la tête de l'offensive « Une campagne pour MA montagne », qui a permis au Mont Apic d'amasser pas moins de 250 000 \$ pour moderniser ses infrastructures. En famille, les Vigneault ont également appuyé la Fondation du CLSC-CHSLD de l'Érable et le Relais pour la vie de la MRC de l'Érable, entre autres.

Gilles Cayer

Fervent défenseur des intérêts des jeunes, Gilles Cayer a fondé Partenaires 12-18 à Lyster, en 1994. Si l'organisme est aussi solidement implanté dans la région de nos jours et qu'il fait même des « petits » à la grandeur du Québec, c'est en grande partie grâce au dévouement et à la détermination de cet homme qui se bat pour que l'on donne aux adolescents la place qui leur revient dans la communauté.

Autres leaders mentionnés à titre de forces créatives

Gilbert Bélanger (hommes d'affaires et chanteur), Jacques Thibodeau (Découpage Axis – Recnau - WES Industries), Rick Lavergne (MRC-CLD de l'Érable), Robert Plante (CLSC-CHSLD de l'Érable), Suzanne Corriveau (Coop IGA), Marie-Claude Chouinard (Impact

Emploi), Yves Lapierre (CDCÉ), Jean-François Labbé (attaché politique du ministre Laurent Lessard), Michel Vigneault (Tôles Vigneault), Denis Gagnon (Fonderie d'art d'Inverness), Jean-Luc Vigneault (Vexco), Jean-Félice Nadeau (conseiller municipal – Ville de Plessisville), Luc Dastous (conseiller municipal – Ville de Plessisville), Jean-Paul Bergeron (Carbotech International), Jean-Guy St-Pierre (Vibrotech), John Giannopoulos (Restaurant L'Agora), Chantal Tourigny (SDC de Plessisville), Pierre Tourigny (Camion-école Roubec), Gilles Bellemare (Pro-Nature Sports), Lyne Tourigny (Chaussures POP), Marc Goulet (SCA des Appalaches), Fernand et Marie-Michèle Fortier (Jardinerie Fortier), Francis Déry (Bois d'Action), Sylvain Labrecque (maire de Lyster), Stéphan Drolet (écoles primaires Vi-Va-Lo), Marie-Michèle Desfossés (Pharmacie Jean-Coutu), Marcel Côté (Celko), Nathalie Vachon (dentiste), Claude Beauvillier (CBR Laser), Audrey Pellerin (présidente du C. A. de la Maison des jeunes L'Express 12-18), Mario Fortin (conseiller pédagogique – Polyvalente La Samare), Éric Chartier (conseiller municipal – Villeroy), Sylvie Marcoux (Le Mouton rose), Pierre Caluori (ORAPÉ), Donald Langlois (préfet de la MRC de L'Érable et maire de Saint-Ferdinand), Rosaire Croteau (Comité de promotion économique de Saint-Ferdinand), Yves Paillette (enseignant et conseiller municipal – Notre-Dame-de-Lourdes), Michel Poisson (maire de Villeroy), Pierre Marcoux (agriculteur), Mélissa Marcoux (Cercle des jeunes ruraux de l'Érable), Clifton Glazier (ex-chef-mentor de la cellule de mentorat de l'Érable), Marie-Pierre Béliveau (productrice laitière – membre de la Relève agricole), Stéphanie Ruel (productrice laitière – membre de la Relève agricole), Christine Gaudet (productrice laitière et conseillère municipale – St-Pierre-Baptiste), Sylvain Dion (président du syndicat local des producteurs laitiers), Claire Vigneault (Librairie Lepage), France Fredette (SDC de Plessisville), Jean-François Côté (propriétaire de Vidéo-L et président du Mont Apic), Franco Lessard (Manoir du lac William).

Forces créatives : nos trésors cachés

Au cours de la tournée terrain, plusieurs initiatives soulevées par les intervenants se sont démarquées des autres, non pas grâce à leur notoriété ou à leur ampleur, mais par leur caractère unique et exceptionnel. Ces bons coups méritent une mention spéciale dans ce rapport, et gagneraient à être davantage connus de la population au cours de la phase de déploiement du nouveau positionnement régional.

Secteur économique

WES Industries

Fabricant de coffres de VTT, WES Industries a décidé d'innover au plus fort de la crise économique, alors que son secteur d'activité principal était en sérieux déclin.

L'entreprise de Princeville a ainsi développé une cabine de quadriporteur qui fait sensation partout où elle passe et qui est vouée à un brillant avenir.

Predimach

Lorsque l'on se spécialise dans la fabrication de machinerie sur mesure et que l'on personnalise ses produits en fonction des besoins de chaque client, on crée sur une base quotidienne! Voilà pourquoi le travail effectué par Predimach est digne de mention, d'autant plus que l'entreprise se démarque aussi par sa gestion innovatrice des ressources humaines; l'attention qu'elle accorde à ses employés a été saluée en 2011 dans le cadre de la soirée Alliances Érable et du prestigieux Panthéon de la performance.

Modèlerie GLT

Gilles Lemieux et son équipe travaillent dans l'ombre depuis des années, mais ils n'en demeurent pas moins célèbres dans leur domaine d'activité, le modelage. Les composantes de la Corvette Callaway C16, la coque du monorail de Disney World et un prototype de voiture électrique figurent parmi leurs plus belles réalisations.

Technofil

Malgré l'environnement économique hostile qui caractérise le secteur du textile depuis quelques années, Technofil, fabricant de pantalons d'uniforme, continue de tirer son épingle du jeu et de progresser. L'un des piliers économiques de Laurierville grâce aux 80 emplois qu'elle génère, l'entreprise accorde une grande importance à sa main-d'œuvre et a d'ailleurs remporté, en 2009, un prix de la CSST après avoir conçu un bras robotisé permettant de réduire les risques de blessures musculo-squelettiques chez ses couturières.

Attach-Matic

C'est à une petite entreprise de Sainte-Sophie d'Halifax que les agriculteurs doivent l'invention d'un système unique d'attaches automatiques pour machines aratoires. Commercialisés partout en Amérique du Nord, les produits d'Attach-Matic s'adressent désormais autant aux producteurs agricoles qu'aux entreprises manufacturières et à l'industrie maritime.

Global Récupération et Recyclage Ramtech

En phase avec les principes du développement durable, les deux entreprises d'Éric Poisson et de Sylvie Fortier, situées à Saint-Pierre-Baptiste, ont fait du recyclage d'antigel et d'autres matières dangereuses leur spécialité. Grâce à leurs technologies avant-gardistes, ils répondent à la volonté grandissante des entreprises de se défaire de leurs matières résiduelles tout en respectant l'environnement.

Vétoquinol

Entreprise d'envergure internationale, Vétoquinol a choisi Princeville pour établir sa seule usine de fabrication de produits de santé animale sur le territoire nord-américain. L'établissement princevillois est réputé pour l'excellence de ses produits et l'expertise de pointe de ses 80 employés.

Autres trésors cachés du secteur économique

Award Caoutchouc, Tôles UsiCAM, Métavic, Intral, Expo Rénovation, Ébénisterie Rénova, Les Cuirs Mario, projet de houblonnière de Jean Gosselin, Multidélites.

Secteur communautaire

Ressource intermédiaire de l'Amitié

Plessisville n'échappe pas au phénomène de vieillissement de sa population, aussi elle a décidé d'agir, en collaboration avec le CSSSAE, afin de fournir aux aînés en perte d'autonomie un cadre de vie chaleureux et en harmonie avec leurs besoins. La Ressource intermédiaire de l'Amitié, à mi-chemin entre le domicile et le centre d'hébergement traditionnel, est le premier établissement du genre à avoir pignon sur rue dans l'Érable.

Résidence de la Corporation des Aînés de Lyster

La municipalité de Lyster est soucieuse de retenir les jeunes dans son milieu, mais aussi de permettre à ses citoyens d'y vivre le plus longtemps et le plus confortablement possible. Avec l'appui de l'ensemble de ses concitoyens, la Corporation des Aînés de Lyster bâtit actuellement une résidence qui accueillera une quinzaine de personnes âgées en légère perte d'autonomie, de sorte que ces dernières pourront continuer de vivre là où elles ont passé leur vie plutôt que de devoir migrer vers les pôles urbains pour obtenir les soins dont elles ont besoin.

Coopérative de solidarité en développement social de Villeroy

Comptant plus de 90 membres, la coopérative est la réponse de la population villeraine à la dévitalisation de son milieu de vie. Depuis 2002, l'organisme s'efforce d'accroître les retombées économiques dans la municipalité; elle a entre autres construit une bâtisse commerciale qui appartient aujourd'hui aux Aliments Pro-Lacto et contribué au lancement des Délices de chez nous, une entreprise touristique qui redonne vie à l'ancien presbytère du village.

Association des riveraines et riverains du lac Joseph

Ce regroupement constitue un exemple remarquable de collaboration entre riverains, plaisanciers, agriculteurs et instances municipales et gouvernementales. Parmi ses accomplissements – qui ont toujours la protection de l'environnement comme dénominateur commun – notons la revégétalisation de la bande riveraine et la participation marquée des agriculteurs au plan d'intervention agricole gouvernemental, voué à améliorer la qualité de l'eau et à lutter contre les cyanobactéries.

Autres trésors cachés du secteur communautaire

La qualité des soins de santé et des soins à domicile offerts sur le territoire, les bénévoles, le Comité de développement social, les services de proximité offerts aux aînés par l'entremise du Centre d'action bénévole de l'Érable (CABÉ).

Secteur éducationnel

Programme d'anglais intensif offert aux élèves des écoles primaires Jean-Rivard, Notre-Dame et Saint-Édouard (Plessisville)

Bientôt obligatoire pour toutes les écoles du Québec, le Programme d'anglais intensif

est solidement implanté sur le territoire de l'Érable, et ce, depuis 1996. Notre région fait figure de pionnière nationale en la matière.

Écoles de village du territoire de l'Érable

Les écoles de village du territoire de l'Érable se démarquent par leur vitalité, qui passe par les partenariats qu'elles tissent avec la communauté. Ainsi, par exemple, l'école primaire de Villeroy partage ses locaux avec la municipalité pour épargner sur les coûts d'exploitation de la bâtisse, et l'école de Notre-Dame-de-Lourdes organise chaque année un carnaval d'hiver qui fait le bonheur de tous les Lourdinois, grands et petits.

Programme d'études professionnelles en cuisine du Pavillon André-Morissette (PAM)

Les apprentis-cuisiniers et la direction du PAM ont trouvé une manière originale de jumeler le développement des compétences professionnelles et l'aide à la communauté : ainsi, les étudiants participent chaque année à plusieurs soupers-bénéfiques et vendent une partie des mets qu'ils préparent à l'Organisme de récupération anti-pauvreté de l'Érable (ORAPÉ).

Autres trésors cachés du secteur éducationnel

Les programmes Voie professionnelle et Les Débrouillards offerts à la Polyvalente La Samare, qui sont destinés respectivement aux élèves du secondaire se dirigeant vers un programme d'études professionnelles (DEP) et aux jeunes de 7 à 21 ans vivant avec une déficience intellectuelle; le nouveau Comité passerelle, qui rassemble des intervenants des CPE, des services de garde en milieu familial et de la CSBF afin de faciliter l'entrée à la maternelle pour les tout-petits.

Secteurs jeunesse, famille et loisirs

CPE La Girouette

Coordonnant l'attribution et la gestion de plus de 400 places de garderie en milieu familial sur le territoire de l'Érable, le CPE La Girouette a aussi ouvert la porte à l'implantation de centres de la petite enfance en milieu rural. Les installations de Lyster et de Notre-Dame-de-Lourdes font la fierté de leur communauté, et contribuent grandement à accroître la qualité de vie des jeunes familles de ces deux municipalités.

Initiative « Bouger en famille »

Si l'importance de l'activité physique fait les manchettes depuis quelques années, cela fait 18 ans que la MRC de l'Érable en a fait une de ses priorités par l'entremise de l'événement annuel « Bouger en famille ». L'organisation de cette journée familiale sous le signe de la santé est confiée à une municipalité différente chaque année, et sa popularité ne se dément pas : en 2010, plus de 700 personnes ont pris part à la journée « Bouger en famille » de Notre-Dame-de-Lourdes, alors que la municipalité compte le même nombre habitants!

Maison des jeunes L'Express 12-18 de Plessisville

À l'affût des enjeux de société autant que des préoccupations des adolescents, la Maison des jeunes de Plessisville a entrepris un « virage santé » au cours des dernières années. L'établissement met entre autres à la disposition des jeunes une salle

d'entraînement, des ateliers de cuisine et des collations santé offertes à prix moindre que les grignotines habituelles.

Autres trésors cachés des secteurs jeunesse, famille et loisirs

Centre de conditionnement physique GymLyst de Lyster, Cercle des jeunes ruraux de l'Érable, courrier des enfants (une initiative du CABÉ destinée aux élèves du primaire), aménagement par la Paroisse de Plessisville d'un parc à la hauteur de la Halte Kelly du Parc linéaire des Bois-Francs.

Secteurs touristique et culturel

OBNL culturel de la MRC de L'Érable

Afin de mieux faire valoir leur potentiel et d'obtenir une visibilité qui soit à la hauteur de leur talent, les artistes de la région de l'Érable ont pris l'initiative de se regrouper au sein d'un organisme à but non lucratif. L'organisme vise également à créer des ponts entre les artistes et le public, notamment en orientant les citoyens vers les ressources culturelles pouvant répondre à leurs besoins.

Télévision communautaire de l'Érable (TVCE)

En phase avec l'ère technologique dans laquelle nous sommes, la TVCE se renouvelle constamment afin de présenter à ses auditeurs le nouveau visage de la télévision communautaire. Elle leur propose notamment un site Web multiplateforme où ils peuvent à la fois consulter les actualités régionales, visionner les reportages produits par la TVCE et accéder à son compte sur les réseaux sociaux.

Nouveau Théâtre de Saint-Pierre-Baptiste

Fondé en 1994, le théâtre de Saint-Pierre-Baptiste jouit d'un engouement renouvelé saison après saison. Récemment rénové, le théâtre offre une formule café-théâtre à ses spectateurs venus de partout pour passer une soirée agréable et profiter du charme pittoresque du petit village de Saint-Pierre-Baptiste.

Autres trésors cachés des secteurs touristique et culturel

Le Circuit patrimonial de la MRC de L'Érable, la Route celtique (Inverness).

Leaders de l'ombre et leaders en devenir

Denis Marois

Hommes d'affaires prolifique et ancien préfet de la MRC de L'Érable, Denis Marois est également de tous les projets qui visent à stimuler la vitalité de la communauté de Lyster. Il y est entre autres président de la Corporation des Aînés.

André Brassard

Un de nos pionniers dans le domaine de l'acériculture, André Brassard a entre autres conçu une machine fabriquant du sucre d'érable qui est unique au monde.

Jean-Noël Bergeron

Conseiller municipal à la Ville de Plessisville et professeur d'éducation physique à la Polyvalente La Samare, Jean-Noël Bergeron est reconnu pour sa grande implication dans une multitude d'activités touchant les jeunes et le sport. Il a d'ailleurs reçu, en 2007, le Prix du bénévolat en loisir et en sport Dollard-Morin pour la région du Centre-du-Québec.

Patrick Breton

Professeur d'Espagnol très apprécié des étudiants de la Polyvalente La Samare, Patrick Breton est en outre impliqué de multiples façons dans la vie parascolaire des jeunes : il est entre autres enseignant-animateur pour la Troupe Ensemble, animateur du Service d'animation spirituelle et d'engagement communautaire et responsable du groupe Jeunesse Sans-Frontières.

Frédéric Dubois

À la tête de la Fromagerie Écodélices et président du syndicat de base de l'UPA de la région de Plessisville, Frédéric Dubois se démarque par son leadership dans le domaine agroalimentaire. Il siège entre autres au conseil d'administration de la Coopérative de solidarité du Marché public de l'Érable.

Autres leaders de l'ombre et leaders en devenir

François Gingras (administrateur de Partenaires 12-18 et conseiller municipal – Villeroy), David Boissonneault (agriculteur et conseiller municipal – Lyster), Steeve et Martin Guillemette (Métavic – St-Pierre-Baptiste), Nathalie Vachon (dentiste – Lyster), Paul Piché (mentor et fondateur d'EPP Métal), Francine Benoît (Maison des familles de l'Érable), Richard Grégoire (Transport Grégoire).

Des potentiels de créativité inexplorés

Certains aspects créatifs de notre territoire sont laissés pour compte et mériteraient qu'on s'y attarde davantage pour accroître leur rayonnement. Voici ceux qui, au cours de la tournée terrain, ont été mentionnés de manière récurrente.

- Beaucoup d'initiatives créatives germent au sein des petites municipalités du territoire mais n'aboutissent jamais, faute de moyens. Les municipalités auraient intérêt à miser sur la force du nombre et à **se regrouper davantage** afin de mieux **partager leur expertise** et de se donner les moyens de leurs ambitions.
- **Nos aînés** méritent qu'on s'attarde davantage à eux, puisqu'ils sont plus actifs, plus longtemps. Tant les entreprises que les organismes en tout genre bénéficieraient de leur expérience et de leur savoir-faire.
- Les élus et les entreprises investiraient dans l'avenir **en interpellant directement les adolescents** par l'entremise, par exemple, des consultations publiques, des comités

bénévoles et des activités liées au choix de carrière. Si les jeunes sentent qu'ils peuvent participer activement à la vie citoyenne et que leur opinion compte, ils seront davantage portés à revenir dans leur région d'origine une fois leurs études terminées.

- Les arts sont accessibles aux enfants et aux adolescents, grâce entre autres à la multitude d'initiatives mises en œuvre dans les écoles, mais **peu d'occasions de diffusion et d'expression culturelles s'offrent aux adultes** qui souhaitent poursuivre dans cette voie.
- Nous jouissons d'une **très grande diversité agroalimentaire** qui mériterait d'être **davantage mise en lumière**, notamment par des journées portes ouvertes ou des circuits de découverte. Le même principe s'applique à nos **forêts publiques**, que l'on aurait intérêt à mettre davantage à l'avant-scène par l'entremise de projets environnementaux et touristiques.
- Les **jeunes des milieux ruraux** sont moins à même de faire valoir leur potentiel créatif, puisque leur éloignement des pôles urbains les isole. Nous gagnerions à trouver des moyens de leur **faciliter l'accès aux activités** qui se déroulent à Plessisville et à Princeville ou encore, à reproduire ce type d'activités dans leur propre municipalité.
- Les **jeunes adultes entre 18 et 25 ans** sont laissés pour compte dans l'offre d'activités et de services des municipalités. Ils ne bénéficient pas non plus de **lieux de rassemblement**, contrairement aux adolescents (Maisons de jeunes, Partenaires 12-18) et aux jeunes parents (Maison des familles) qui composent les tranches d'âge avoisinantes.
- **Nos bénévoles** font de petites miracles chaque jour, et leur créativité mériteraient d'être davantage soulignée et célébrée.
- Nous oublions trop souvent que notre région abonde de **panoramas à couper le souffle**... Les mettre en valeur permettrait à la population d'en redécouvrir la beauté.
- La **thématique « érable »**, si caractéristique de notre territoire, est **sous-exploitée** chez nous et manque de visibilité. Plusieurs participants ont remarqué qu'on voit plus de promotion sur nos produits de l'érable à l'extérieur de la région qu'ici-même! De plus, il n'existe aucun endroit sur le territoire où les touristes peuvent déguster des produits de l'érable et un repas de cabane à sucre tout au long de l'année.
- Beaucoup de **produits innovateurs** sont fabriqués ici, dans l'Érable, sans que la population ne le sache et en favorise l'achat.

Les défis à relever

La tournée terrain sur le projet de positionnement du territoire a également servi à cerner les grandes tendances ou problématiques qui nuisent à notre créativité, de manière à ouvrir la voie à des pistes de solution qui pourraient être déployées dans le contexte de la nouvelle stratégie d'image de l'Érable ou partagées avec les intervenants les plus en mesure de prendre le flambeau. Voici les principales préoccupations soulevées lors des échanges.

- Les lacunes sur le plan de la **communication de l'information**. De nombreux intervenants déplorent le manque de collaboration des médias locaux pour **mettre en valeur nos bons coups** et réclament une meilleure vitrine pour faire connaître les belles initiatives qui ont cours dans le milieu.
- **L'accès à Internet haute vitesse**, qui est encore un combat pour certaines petites municipalités du territoire et qui entretient leur sentiment d'isolement.
- La **proximité des grands centres** qui, si elle constitue un avantage dans de nombreuses situations, n'en demeure pas moins **nuisible pour le sentiment d'appartenance** de la population envers l'Érable. Trop de gens choisissent encore Victoriaville au détriment des municipalités de notre territoire pour avoir accès à un maximum de services et s'identifient autant à la région des Bois-Francs qu'à l'Érable.
- **L'isolement et le manque de visibilité des municipalités rurales** plus reculées, qui ont le sentiment d'être éclipsées par Plessisville et Princeville. Ces municipalités réclament de meilleurs outils pour faire valoir leurs bons coups et une plus grande écoute de la part des porteurs de projets régionaux.
- Le **travail en vase clos** qui, s'il a été remplacé par la concertation dans une majorité de contextes, subsiste encore dans certains milieux. Ce phénomène entraîne un dédoublement de services existants, l'éparpillement des efforts et empêche une synergie du savoir-faire des intervenants et des organisations.
- Le manque de **grands ambassadeurs** qui possèdent la disponibilité, la volonté et le leadership nécessaires pour porter des **projets rassembleurs**. Les leaders du milieu sont souvent essoufflés et sur-sollicités, et hésitent donc à se lancer dans de nouveaux projets.
- Le **manque de relève au chapitre du bénévolat**, que plusieurs attribuent à la **lourdeur de la bureaucratie** qui freine l'ardeur des volontaires qui souhaitent mettre sur pied de nouveaux projets.

- La **diversification de l'économie** doit demeurer une priorité, puisque tous nos efforts pour **attirer et retenir les jeunes** seront vains si on ne leur offre pas des **emplois de pointe** en lien avec leur domaine d'études.

Les attentes et les besoins exprimés

Parmi les questions qui ont été posées aux participants lors des rencontres de la tournée terrain, la coordonnatrice leur a demandé de lui partager leurs attentes envers le projet de positionnement. Les éléments suivants doivent être envisagés parmi les orientations à prendre pour déployer le projet avec succès et en symbiose avec les besoins exprimés par les acteurs locaux.

- **Impliquer les adolescents et les jeunes adultes** dans le projet, de sorte que les efforts de positionnement reflètent leurs préoccupations et les incitent à demeurer sur le territoire.
- **Donner à nos bons coups l'importance et la visibilité qu'ils méritent.** Plusieurs participants déplorent le fait que les médias rapportent davantage les situations négatives qui surviennent sur le territoire plutôt que les initiatives positives, pourtant beaucoup plus nombreuses.
- **Mieux faire valoir les entreprises, commerces et services du territoire** pour stimuler l'achat local et freiner les fuites commerciales vers les grands centres.
- **Créer une plateforme d'échange d'information** qui permettrait à l'ensemble des citoyens de savoir ce qui se passe dans la MRC.
- **Mieux faire connaître notre patrimoine et les bâtisseurs** de notre région afin de stimuler notre sentiment d'appartenance et notre culture identitaire.
- **Outiller les organismes de promotion** du territoire afin qu'ils puissent représenter adéquatement la région de l'Érable et véhiculer un message uniformisé.
- Favoriser, par l'entremise de notre projet, **la concertation et le travail d'équipe** entre les municipalités et les différents secteurs d'activité.
- Mettre en lumière la **qualité** de l'enseignement et des ressources de notre **système scolaire public**, qui fait en sorte que seulement 2 % des jeunes du territoire fréquentent l'école privée.

- **Raviver la fierté de la population à l'égard de l'érable** et de ses produits, puisqu'il s'agit d'une composante fondamentale de notre identité.

Les publics ciblés

Si la campagne d'image du territoire doit être la plus inclusive possible afin d'interpeler tous les segments de la population, nous devons toutefois nous adresser prioritairement à certaines clientèles cibles, de manière à servir les intérêts des acteurs locaux :

Les adolescents

Selon plusieurs intervenants consultés, il y a une corrélation directe entre la mobilisation des adolescents dans leur milieu de vie et la propension de ceux-ci à revenir vivre dans leur région d'origine après leurs études. Nous devons donc leur accorder une place de choix dans notre stratégie de positionnement et même, les impliquer dans son déploiement.

Les jeunes diplômés

Ce public cible représente un défi de taille, en raison de la rareté des emplois spécialisés actuellement disponibles sur le territoire et de l'attrait que représentent pour eux les grands centres où ils ont fait leurs études supérieures. Toutefois, le problème de relève est criant dans l'Érable et nous devons, de concert avec les municipalités et les entreprises, trouver des moyens originaux et des incitatifs attrayants afin qu'ils s'établissent sur le territoire.

Les familles

Elles constituent le pivot de toute stratégie de revitalisation du territoire, nous devons donc en faire des parties prenantes de premier ordre au sein du projet de positionnement. Les avantages que la région peut leur offrir doivent être mis de l'avant tout au long de la campagne.

Les angles et les approches à privilégier

Tout au long de la tournée terrain, les intervenants rencontrés ont fourni à la coordonnatrice des pistes de réflexion et des conseils qui pourront assurément servir d'inspiration pour la future campagne d'image. Voici une sélection des éléments les plus fréquemment abordés.

- Une attention particulière doit être apportée à la **mise en valeur des infrastructures de sport et de loisirs**. De l'avis de plusieurs intervenants, il s'agit d'un atout important pour retenir les jeunes et attirer de nouvelles familles.
- Nous devons **miser sur notre complémentarité avec les villes** de plus grande envergure – Victoriaville, plus particulièrement – plutôt que de tenter de compétitionner avec elles sur tous les fronts. Le concept de « ville à la campagne » est de plus en plus populaire,

alors il est avantageux de miser sur nos grands espaces ainsi que sur la tranquillité et la sécurité si caractéristiques de nos milieux tout en rappelant aux gens que la ville est à deux pas.

- Comme le sentiment d'appartenance se développe dès la petite enfance, il serait pertinent d'**organiser plus d'activités en partenariat avec les CPE et les écoles primaires** du territoire.
- Pour attirer de la main-d'œuvre, nous aurions tout intérêt à **impliquer les travailleurs des entreprises de la région** et à en faire nos ambassadeurs.
- Alors que le système de santé québécois est totalement embourbé, l'Érable peut compter sur un nombre impressionnant de jeunes médecins dans ses cliniques et son offre de services à domicile est très appréciée de la population. Nous devons faire de la **qualité de nos soins de santé un attrait majeur sur le plan de la qualité de vie.**
- Il serait intéressant, dans le cadre de la campagne de positionnement, de **solliciter la participation de personnalités connues** qui ont déjà œuvré dans l'Érable et qui ont un attachement particulier envers la région (ex. : Robert Brouillette, Raymond Garneau, Marie-Chantal Toupin, etc.).
- Nous devons nous assurer que les touristes et les visiteurs aient accès à l'année à une **expérience en lien avec l'érable**, bien au-delà de la période des sucres.

Les moyens de déployer efficacement la nouvelle image

Dans le contexte du projet de positionnement, plusieurs outils de communication et stratégies peuvent être privilégiés afin de diffuser efficacement notre message, parallèlement au portail Web qui en est le véhicule principal. Lors de la tournée terrain, la coordonnatrice a sondé l'opinion des participants à ce sujet; voici les idées et suggestions qui sortent du lot et qui mériteraient d'être approfondies.

Stratégie globale et outils destinés au grand public

- Miser sur des ambassadeurs ou des secteurs d'activité « vedettes » pour faire valoir le projet de positionnement à tour de rôle au cours d'une période donnée de l'année.
- Mettre la Télévision communautaire de l'Érable (TVCE) à contribution; elle pourrait par exemple diffuser des « capsules créatives », en collaboration avec les acteurs locaux.
- Concevoir un calendrier mettant en vedette des gens d'ici (entrepreneurs, bénévoles, etc.) et incluant les activités offertes à la population du territoire au cours de l'année.

- Concevoir un sceau « Fabriqué dans l'Érable » et/ou tenir un registre des différents produits de consommation fabriqués chez nous et des endroits où on peut se les procurer.
- Créer un journal communautaire indépendant pour pallier les lacunes des médias imprimés commerciaux.
- Concevoir une stratégie de diffusion sur les médias sociaux, puisqu'il s'agit d'outils de plus en plus populaires au sein de la population (73 % des Québécois possèdent un compte Facebook).

Activités thématiques et outils destinés aux clientèles cibles

- Organiser une journée de la mode impliquant à la fois les jeunes et les entreprises de la région qui œuvrent dans ce milieu (designers, artisans, boutiques, usines de textile...)
- S'allier aux nouvelles technologies pour rejoindre les clientèles jeunesse, en ayant par exemple recours aux messages textes, à la publicité en ligne, aux réseaux sociaux, à la publicité avant les projections de films dans les cinémas de la région et aux applications pour téléphones intelligents.
- Se servir de la halte-routière de Villeroy comme vitrine promotionnelle du territoire de l'Érable et de ses produits.
- Organiser un concours de dessin auprès des jeunes du primaire et/ou un concours de photo pour les 18-35 ans afin de mettre en valeur les gens et les attraits du territoire.

Conclusion : Cultiver la fierté... pour mieux rayonner!

Si la modestie et l'humilité peuvent constituer de belles qualités dans certains contextes, force est de constater que sur le territoire de l'Érable, ces traits distinctifs sont aussi omniprésents que nuisibles à la notoriété de la région. Toutefois, lorsqu'on leur offre une tribune pour ce faire, les acteurs locaux se font une joie de partager leurs bons coups, et leur fierté à cet égard est palpable... À la lumière de cet état de fait, un constat s'impose : le projet de positionnement du territoire de l'Érable doit servir de porte-voix aux citoyens qui, par leurs initiatives créatives, s'efforcent chaque jour – le plus souvent dans l'ombre – de dynamiser le milieu et d'en améliorer la qualité de vie.

Le lancement d'une nouvelle image de marque constitue également une excellente occasion de créer des synergies entre les différents intervenants et organisations de la région, par l'entremise d'activités et de projets rassembleurs. Concertation et mobilisation doivent demeurer des mots d'ordre tout au long de la réalisation du projet, ces deux aspects ayant clairement été identifiés comme des enjeux majeurs dans le succès des initiatives mises en œuvre sur le territoire. Aussi, la tournée terrain est appelée à se poursuivre, de façon ponctuelle, chaque fois que le projet de positionnement franchira une étape importante de son déploiement et nécessitera l'apport et le soutien des intervenants clés du milieu.

La seconde moitié de l'année 2011 servira à établir le plan d'action découlant des conclusions de cette première portion de la tournée terrain. Ce plan établira les meilleures stratégies à adopter, en termes d'outils de communication et d'offensives publicitaires, pour faire connaître la nouvelle image du territoire de l'Érable et faire en sorte que la population et les différentes clientèles cibles se l'approprient.

Les citoyens de l'Érable ont toutes les raisons d'être fiers de la créativité dont ils font preuve afin de se donner un milieu de vie et une prospérité qui soit à la hauteur de leurs aspirations. Le jour où ils en seront convaincus, il y a fort à parier que la renommée de l'Érable rayonnera bien au-delà de ses frontières!

Annexe I : Liste des participants à la tournée terrain

Daniel Baker	Municipalité de Villeroy
Bernard Barlow	Municipalité de Saint-Ferdinand
Francine Beaulieu	Fédération provinciale des télévisions communautaires indépendantes
Jocelyn Bédard	Municipalité de Notre-Dame-de-Lourdes
Pascal Bédard	Garage Bédard & Fils
Danielle Béliveau	Polyvalente La Samare
Francine Benoît	Maison des familles de l'Érable
Jean-Paul Bergeron	Carbotech International
Julie Bernard	Municipalité de Laurierville
Mélanie Blais	Centre de réadaptation InterVal
Dave Boissonneault	Municipalité de Lyster
David Boissonneault	Municipalité de Lyster
Gaith Boucher	Auteur-compositeur-interprète
Katy Boutin	Cercle des jeunes ruraux de l'Érable
Charles-Omer Brassard	Municipalité de Laurierville
Isabelle Cantin	Centre de formation professionnelle et d'éducation aux adultes André-Morissette
Gaétane Chauvette	Centre d'action bénévole de l'Érable
Dany Caron	CLD de l'Érable
Gilles Cayer	Partenaires 12-18
Nicole Champagne	Municipalité de Saint-Pierre-Baptiste
Éric Chartier	Municipalité de Villeroy
Marie-Claude Chouinard	Impact Emploi/CJE de l'Érable
Marie-Noëlle Cloutier	M. No. Papermoustache, photographes
Manon Cormier	Maison des jeunes L'Express 12-18 de Plessisville
Suzie Côté	Municipalité de Lyster
Rosaire Croteau	Comité de promotion économique de Saint-Ferdinand
Denis Daigle	Maison des jeunes L'Express 12-18 de Plessisville
Luc Dastous	Ville de Plessisville
Geneviève Demers	CPE Fleur de Soleil
Nathalie Desjardins	CLD de l'Érable
Bernard Dion	Municipalité d'Inverness
Marie-Pier Doucet	CPE Fleur de Soleil
Stéphan Drolet	Écoles primaires Vi-Va-Lo
Alain Dubois	Paroisse de Plessisville
Anne Dusseault	Accès Travail
Marcel Fontaine	Agence immobilière Universel
Gilles Fortier	Ville de Princeville
Guy Fortier	Municipalité de la Paroisse de Plessisville
Stéphane Fortier	Municipalité de Saint-Pierre-Baptiste
Martine Fréchette	Centre de santé et de services sociaux d'Arthabaska-et-de-l'Érable
David Gagné	Maison des jeunes L'Express 12-18 de Plessisville
Danielle Gagnon	Municipalité de la Paroisse de Plessisville
Gérard Garneau	Municipalité de Saint-Ferdinand
Christine Gaudet	Municipalité de Saint-Pierre-Baptiste
Angèle Germain	Municipalité de Villeroy
François Gingras	Municipalité de Villeroy
Réjean Gingras	Municipalité de Laurierville
Sylvie Gingras	CPE La Girouette
Yvon Gingras	Municipalité de Saint-Pierre-Baptiste
Mélanie Girard	Impact Emploi/CJE de l'Érable
Jean Gosselin	Jean Gosselin CGA
Jean Goulet	Municipalité de Sainte-Sophie d'Halifax
Marc Grenier	Fondalco

Céline Guérin	Centre de santé et de services sociaux d'Arthabaska-et-de-l'Érable
Denise Hinse	Caisse Desjardins de l'Érable
Simon Houle	CLD de l'Érable
Lynda Julien	Centre local d'emploi de l'Érable
Sylvain Labrecque	Municipalité de Lyster
Guy Laflamme	Municipalité de Sainte-Sophie d'Halifax
Sylvain Laganière	Municipalité de Sainte-Sophie d'Halifax
Donald Laliberté	Municipalité de Notre-Dame-de-Lourdes
Linda Laliberté	Espace Bois-Francs
Manon Lambert	Commission scolaire des Bois-Francs
Paul Lambert	Municipalité d'Inverness
Donald Langlois	Municipalité de Saint-Ferdinand
Yves Lapiere	Corporation de développement communautaire de l'Érable
Rick Lavergne	CLD de l'Érable / MRC de L'Érable
Gilles Lemieux	Modèlerie GLT
Yannick Lemire	Municipalité de Notre-Dame-de-Lourdes
Mario Lessard	Municipalité de Laurierville
Cynthia Manningham	CPE La Girouette
Christian Marcoux	Municipalité de Lyster
Jean-Paul Marcoux	Comité de promotion économique de Saint-Ferdinand
Mélissa Marcoux	Cercle des jeunes ruraux de l'Érable
Nadia Marcoux	Cercle des jeunes ruraux de l'Érable
Amélie Marois	MRC de L'Érable
Yvon Martineau	Municipalité de Lyster
Lise Mélançon	Municipalité de Villeroy
Rénaud Mercier	Municipalité de Saint-Ferdinand
François Messier	Comité de promotion économique de Saint-Ferdinand
Jean-Frédéric Morin	Municipalité de Saint-Pierre-Baptiste
Jean-Félipe Nadeau	Ville de Plessisville
Marc Nadeau	Municipalité de Sainte-Sophie d'Halifax
Élisabeth Nault	Cercle des jeunes ruraux de l'Érable
Rosemarie Nault	Cercle des jeunes ruraux de l'Érable
Réal Ouellet	Ville de Plessisville
François Parent	Municipalité d'Inverness
Yves Paillette	Municipalité de Notre-Dame-de-Lourdes
Yvan Paquet	Municipalité de Villeroy
Pierrette Payeur	Municipalité de Laurierville
Audrey Pellerin	Maison des jeunes L'Express 12-18 de Plessisville
Ghislaine F. Pellerin	Municipalité de la Paroisse de Plessisville
Réjean Perron	Municipalité de Villeroy
Nathalie Poiré	Impact Emploi/CJE de l'Érable
Annie Poirier	Municipalité de Saint-Pierre Baptiste
Yvan Poirier	Municipalité de Saint-Pierre-Baptiste
Michel Poisson	Municipalité de Villeroy
Normand Raby	Municipalité de Lyster
Suzanne Rioux	École nationale du meuble et de l'ébénisterie (campus Victoriaville)
Lorraine Rivard	Commission scolaire des Bois-Francs
Lucie Rodrigue	Corporation de développement économique d'Inverness
Guillaume Rondeau	EPP Métal
Geneviève Ruel	Municipalité de Lyster
Sophie Samson	Municipalité de Notre-Dame-de-Lourdes
Marc Simoneau	Municipalité de Laurierville
Gilles St-Pierre	Municipalité d'Inverness
Clermont Tardif	Municipalité de Saint-Ferdinand
Sonia Tardif	Municipalité d'Inverness
Sylvie Tardif	Municipalité de Saint-Ferdinand
Jacques Thibodeau	Découpage Axis – Recnau / Wes Industries

Chantal Tourigny
Sylvie Tremblay
Alexandra Turgeon
Jason Turgeon
Josée Turgeon
Éric Véraquin
Claire Vigneault
Luc Vigneault
Sandra Vigneault
Cindy White

SDC de Plessisville
Municipalité de la Paroisse de Plessisville
Cercle des jeunes ruraux de l'Érable
Cercle des jeunes ruraux de l'Érable
Desjardins – Centre financier aux entreprises de l'Érable
Ébénisterie Rénova
Municipalité de la Paroisse de Plessisville
Municipalité de la Paroisse de Plessisville
CLD de l'Érable
Municipalité d'Inverness

Annexe II : Liste des organisations, comités et organismes rencontrés

Attraction Érable

Centre de formation professionnelle et d'éducation aux adultes André-Morissette

Cercle des jeunes ruraux de l'Érable

Comité consultatif culturel de la MRC de L'Érable

Comité de promotion économique de Saint-Ferdinand

Comité stratégique commerce et services

Comité stratégique en développement social

Comité stratégique industrie

Conseil des maires de la MRC de L'Érable

CPE Fleur de Soleil

Découpage Axis – Recnau / Wes Industries

Écoles primaires Vi-Va-Lo

Maison des jeunes L'Express 12-18 de Plessisville

Municipalité d'Inverness

Municipalité de la Paroisse de Plessisville

Municipalité de Laurierville

Municipalité de Lyster

Municipalité de Notre-Dame-de-Lourdes

Municipalité de Sainte-Sophie d'Halifax

Municipalité de Saint-Ferdinand

Municipalité de Saint-Pierre-Baptiste

Municipalité de Villeroy

Partenaires 12-18

Polyvalente La Samare

Table des ressources enfance-famille de l'Érable

Ville de Plessisville

Ville de Princeville

Annexe III : Feuillelet de présentation et questionnaire distribués aux participants

Démarche de positionnement – MRC de L'Érable

Du côté du contexte...

Qu'entend-on par positionnement?

Il s'agit d'une stratégie de marketing et de communication qui vise à se définir par rapport à ses concurrents, quant au type de clientèle ou au segment de la population que l'on cible.

Rôle de la coordonnatrice au positionnement de la MRC :

Élaborer et mettre en œuvre un plan d'action visant à développer un nouveau positionnement pour le territoire de l'Érable. Pour ce faire, elle vise une démarche en trois étapes :

- Consultation des différentes parties prenantes de la MRC (entrepreneurs, commerçants, agriculteurs, organismes communautaires, élus, etc.) afin de s'assurer que le nouveau positionnement reflète leur vision.
- Participation à la formation d'un comité porteur chargé de soutenir le déploiement de la nouvelle image de la MRC.
- Promotion du nouveau positionnement à l'aide de différents outils de communication, incluant un portail Web, et mobilisation des acteurs locaux afin qu'ils s'approprient cette nouvelle image.

La créativité selon le dictionnaire :

Capacité, pouvoir qu'a un individu de créer, c'est-à-dire d'imaginer et de réaliser quelque chose de nouveau. Faire preuve de créativité, manquer de créativité. La créativité et l'imagination exigent d'apprendre à se poser des problèmes (B. Schwartz, *Réflex. prospectives*, 1969, p. 15).

La créativité à la sauce « Érable » :

Notre créativité découle de l'heureux mélange de notre côté débrouillard et de notre capacité d'innover. Elle se manifeste entre autres par le nombre impressionnant de PME sur notre territoire et par la grande diversité des entreprises implantées chez nous.

Les gens de l'Érable sont reconnus pour la facilité qu'ils ont à se lancer en affaires, mais aussi à mettre sur pied des projets structurants qui font appel à des solutions non traditionnelles, que ce soit dans les domaines communautaire, culturel, touristique ou encore, agroalimentaire. Le niveau de concertation y est également très développé, ce qui est un terreau propice à l'optimisation de l'utilisation des forces créatrices.

Du côté du contenu...

La parole est à vous! (*Exercice écrit suivi de tours de table et d'échanges*)

1. À votre avis, en quoi sommes-nous créatifs, ici, dans l'Érable? Quels sont les plus beaux exemples de créativité, de débrouillardise ou d'innovation qui vous viennent en tête?
2. Dans quel secteur devrions-nous être plus créatifs ou exploiter davantage notre créativité? Pourquoi?
3. Et vous (votre organisme/comité/entreprise)? En quoi êtes-vous créatifs et qu'aimeriez-vous faire connaître à la population en la matière?
4. À quels publics ou à quelles clientèles aimeriez-vous faire connaître vos bons coups en matière de créativité? À votre avis, quel est le meilleur moyen de rejoindre ces publics/clientèles?
5. Qu'attendez-vous du projet de positionnement de la MRC? En quoi pouvez-vous y contribuer?
6. Nous souhaitons former un comité porteur dont le mandat sera de mobiliser les acteurs locaux autour du nouveau positionnement. Selon vous, quels « ambassadeurs » de la région devraient en faire partie?

Annexe IV : Quelques histoires à succès

On cultive notre terre avec soin

Les Atocas de l'Érable

Dans la région de l'Érable, Pierre Fortier est reconnu tant pour sa passion envers son métier que pour son inventivité et son ardeur au travail. Voilà trois ingrédients qui ont certainement contribué à la recette gagnante derrière le succès des Atocas de l'Érable!

Un projet visionnaire et audacieux

Il faut parfois sortir des sentiers battus pour triompher de l'adversité; Pierre et son épouse Josée Poisson l'ont bien compris, et c'est la raison pour laquelle ils se sont lancés dans la production de canneberges en 1994. Le couple avait connu des années de culture maraîchère difficiles et était alors à la recherche d'un produit mieux adapté aux sols de la région. Dès les premiers balbutiements de leur nouvelle entreprise, Pierre et Josée se sont toutefois butés à des obstacles de taille : la complexité de ce petit fruit capricieux et surtout, la méconnaissance du domaine agricole à son endroit. « Au début des années 90, il n'y avait pas un seul agronome québécois qui connaissait assez la canneberge pour m'accompagner dans ma démarche et me conseiller », se souvient Pierre. « C'est dire à quel point nous avons dû prendre des risques et fonctionner par essais et erreurs! »

L'audace et l'ingéniosité de la famille Fortier a porté fruit... dans tous les sens du terme! Lors de la première année d'exploitation de la cannebergère, les Atocas de l'Érable comptaient quatre champs pour une production totale de 15 acres. Seize ans plus tard, l'entreprise a franchi le cap des 700 acres et lorsque ses nouveaux champs atteindront leur pleine maturité, elle générera entre un et deux pourcent de toute la production mondiale de canneberges.

Le « patenteux »

Cet essor fulgurant, Pierre Fortier le doit à sa débrouillardise et à son imagination débordante. Il s'efforce constamment de « patenter » des machines adaptées à ses besoins, avec pour objectif de réduire le temps et la main d'œuvre nécessaires à la plantation et à la récolte des canneberges. Sa démarche se réalise toujours dans le respect de l'environnement, comme en témoigne son accréditation ISO 14001; les Atocas de l'Érable est d'ailleurs la seule cannebergère au monde à détenir cette prestigieuse certification environnementale.

Une relève assurée!

Au-delà des succès récoltés par sa cannebergère au fil des ans, l'implication de ses fils Michaël et Charles dans l'entreprise familiale demeure l'accomplissement ultime aux yeux de Pierre Fortier. Il est aussi très fier de ses 40 employés saisonniers et de sa douzaine d'employés permanents, d'autant plus qu'une majorité d'entre eux ont choisi de s'établir dans l'Érable et d'y fonder leur famille. Comme quoi le sentiment d'appartenance de cet homme de cœur est contagieux!

On cultive la vitalité commerciale

Le Magasin Coop de Plessisville

De la vision, de l'audace et le désir profond de répondre aux besoins de la population de l'Érable : tel était le profil des bâtisseurs qui ont fondé, en 1939, le Magasin Coop IGA de Plessisville, l'un des plus beaux fleurons de l'économie sociale de notre coin de pays.

Des valeurs partagées

Parce que la solidarité et l'entraide sont des vertus bien ancrées chez les Plessisvillois, le modèle coopératif était tout désigné quand le temps est venu, à la fin des années trente, de doter le pôle urbain de l'Érable d'un marché d'alimentation de grande envergure. Le choix de cette avenue peu commune et rassembleuse sera récompensé par un succès éclatant : l'entreprise, qui arborait un chiffre d'affaires de 435 \$ et une poignée d'employés en 1939, a déclaré un chiffre d'affaires record de 38,7 millions \$ en 2010 et compte désormais plus de 200 employés! Cette réussite, la direction de la Coop l'attribue en grande partie à l'implication et à la loyauté de ses quelque 6500 membres, qui génèrent environ 75 % de ses recettes.

Reconnue par ses pairs, la Coop IGA de Plessisville a obtenu deux fois, au cours de la dernière décennie, le titre de « coopérative de l'année » lors du Gala du Mérite Coopératif Centre-du-Québec et Mauricie. Selon la Fédération des coopératives d'alimentation du Québec, le magasin de Plessisville figure annuellement dans le « top 5 » des 63 coopératives alimentaires du réseau.

À l'affut des tendances...

Aujourd'hui, la concurrence est plus féroce que jamais dans le domaine de l'alimentation où plusieurs géants américains se font la guerre. Pour conserver sa position de tête dans l'Érable en dépit de conditions de marché hostiles, le magasin Coop IGA de Plessisville se doit de constamment innover. C'est dans cet esprit que la direction a procédé à deux investissements majeurs au cours des dernières années, soit l'acquisition du Dépanneur Coop Boni-Soir/Sonic de Plessisville et la construction d'un second supermarché IGA dans la municipalité voisine de Princeville. Cette stratégie a entraîné des résultats dépassant largement les attentes de l'organisation, les bilans financiers des deux nouveaux établissements devançant les estimations initiales de cinq ans en termes de rendement.

... À l'écoute des besoins!

Malgré l'envergure qu'elle a prise au cours de ses soixante-dix années d'existence, la Coop IGA continue de miser sur une relation étroite avec sa clientèle et sur sa présence active dans la vie des gens de l'Érable afin d'assurer la popularité de ses trois commerces. Fière de sa bannière « IGA Extra », son offre inclut notamment un vaste éventail de produits prêts à manger, un coin bistro-café ainsi qu'une grande variété de produits régionaux et de nourriture biologique. De quoi faire rougir bien des supermarchés des grands centres urbains!

On cultive la beauté

Le Musée du bronze d'Inverness

L'histoire d'amour qui unit le bronze à la petite municipalité d'Inverness est la preuve qu'allier culture et entrepreneuriat peut être synonyme de vitalité économique pour l'ensemble d'une communauté.

Une passion contagieuse!

Inverness est reconnu comme étant l'un des plus beaux villages du Québec, et c'est pour s'inspirer de sa nature apaisante et de la richesse de son patrimoine que plusieurs artistes s'y sont installés au début des années quatre-vingts. Parmi eux, Gérard Bélanger, peintre et sculpteur renommé qui peaufinera à Québec une technique de fabrication d'œuvres d'art en bronze avec son confrère Aristide Gagnon avant de l'importer à Inverness. C'est ainsi qu'il a ouvert, en 1987, l'atelier-école appelé à devenir la Fonderie d'art d'Inverness.

Pendant les cinq années suivantes, Gérard Bélanger s'est appliqué à transmettre les secrets de son art aux apprentis qui ont investi son atelier, de sorte que les fonderies d'art se sont multipliées à Inverness. Le phénomène s'est mis à attirer à Inverness de plus en plus de visiteurs curieux d'en apprendre plus sur le bronze... D'où la création, en 1995, du Musée du bronze d'Inverness, un centre d'interprétation consacré à cet art millénaire.

L'union fait la force

Dès le départ, l'idée d'un musée du bronze a suscité un engouement dépassant largement les frontières d'Inverness et trouvant écho jusqu'aux instances gouvernementales, si bien que c'est un projet initial d'un million de dollars qui s'est mis en branle dans le petit village d'à peine 1000 habitants. Les artistes d'ici et d'ailleurs ont aussi porté cette initiative à bout de bras, et plusieurs d'entre eux ainsi que leurs héritiers ont accepté de céder les droits de certaines de leurs œuvres afin qu'elles puissent être reproduites pour soutenir la cause du Musée du bronze. Enfin, en guise d'appui au projet, les élus municipaux d'Inverness ont fait don d'un bâtiment historique afin que le Musée du bronze puisse avoir pignon sur rue en plein cœur du village.

Quinze ans plus tard, le Musée du bronze d'Inverness demeure la seule institution connue dans le monde à se consacrer exclusivement à la diffusion et à la mise en valeur de l'art du bronze. Véritable pont entre le passé et le futur, le musée donne un second souffle aux œuvres des grands sculpteurs québécois en plus d'offrir une vitrine de choix aux artistes de demain. Empruntant de nouvelles avenues comme la création d'œuvres d'art corporatives sur mesure et l'organisation d'ateliers d'initiation au bronze, son équipe transmet sa passion à de nouveaux adeptes et conforte un peu plus chaque jour la renommée d'Inverness à titre de haut-lieu du bronze en Amérique du Nord.

On cultive l'entrepreneuriat

Carbotech International

Fondée en 1987 à Plessisville, Carbotech International s'est rapidement imposée comme un chef de file dans la fabrication de matériel de scierie. Alors que cinq employés ont assisté aux premiers balbutiements de l'entreprise, ils sont maintenant une centaine à contribuer au rayonnement de Carbotech à l'échelle internationale.

Faire les choses différemment pour faire face à l'adversité

Au tournant des années 2000, l'organisation a dû composer avec la crise sans précédent qui a secoué l'industrie forestière. Déterminée à ne pas subir le même sort qu'une bonne partie de ses clients, l'équipe de Carbotech a usé d'ingéniosité en se réorientant vers de nouveaux champs d'expertise et en multipliant les démarches d'amélioration continue. L'entreprise s'est entre autres dotée d'équipements à la fine pointe de la technologie et de logiciels ultraperformants pour augmenter sa productivité tout en réduisant ses coûts, et elle a misé sur la formation de ses employés et sur une stratégie de marketing soutenue afin de solidifier les assises de sa réputation d'excellence.

Repousser les limites

Toujours soucieuse de se distinguer de ses concurrents, Carbotech continue de faire les manchettes avec ses équipements et ses procédés toujours plus rapides et précis. Un bon nombre de ses produits sont d'ailleurs brevetés et font en sorte que le carnet de commandes de l'entreprise est toujours bien garni.

Soucieuse de contribuer au développement de son milieu, la direction de Carbotech s'implique dans la communauté et collabore avec plusieurs organismes; elle fait entre autres équipe avec Accès-Travail afin de remédier à la rareté de la main-d'œuvre par l'embauche de travailleurs immigrants.

On cultive l'avenir **Partenaires 12-18**

« On ne commence pas à développer le sentiment d'appartenance des citoyens envers leur milieu de vie une fois qu'ils ont atteint l'âge adulte. Il faut entreprendre le travail bien avant! » Tels sont les propos de Gilles Cayer, coordonnateur de l'organisme Partenaires 12-18 et fervent défenseur des intérêts des adolescents. Fondé en 1994 à Lyster, Partenaires 12-18 est un modèle d'intervention jeunesse adapté aux jeunes ruraux. À la base du modèle : redonner aux jeunes le pouvoir d'organiser des activités qui répondent à leurs besoins et en faire des partenaires à part entière du développement de leur milieu de vie.

Au fil des ans, Partenaires 12-18 a cumulé les prix et marques de reconnaissance, si bien que sa renommée dépasse désormais nos frontières. L'organisme est entre autres récipiendaire du Prix belge de la citoyenneté Condorcet-Aron et il a récemment été cité en exemple dans le livre *Un million d'espoirs*, portant sur le programme fédéral des Bourses du millénaire. Partenaires 12-18 a appuyé un nombre impressionnant de plus de 20 boursiers du millénaire, qui se sont partagés plus de 170 000 \$.

Parmi les initiatives qui sont nées de Partenaires 12-18, notons :

- Les projets d'entrepreneuriat jeunesse du Groupe de la Relève Entrepreneuriale Coopérative (GREC), qui permettent chaque année à des adolescents de milieux ruraux de créer leur propre emploi d'été.
- Le Groupe de Pairs Aidants au Travail (GPAT), qui initie les jeunes aux principes de la relation d'aide et qui leur permet de soutenir les adolescents en détresse et de les diriger vers les ressources appropriées.
- Les camps « Le Cadeau », destinés à stimuler l'estime de soi des jeunes.
- La création du groupe « Mentors 12-18 », formé de jeunes adultes qui soutiennent les adolescents de milieux ruraux dans leur implication bénévole.

Une implication qui fait toute la différence!

Pour mener à bien leurs projets, les jeunes membres des comités 12-18 sont encadrés par des parents qui ont à cœur leur réussite, par des intervenants jeunesse sensibles à leurs besoins et par des personnalités des domaines municipal et des affaires qui s'impliquent de façon soutenue dans leur communauté. Cette mobilisation du milieu autour de la cause des jeunes a pour heureux résultat la revitalisation des municipalités rurales, dont bénéficie ensuite l'ensemble de la population.

Une forte proportion de jeunes ayant participé au projet Partenaires 12-18 manifestent le désir de revenir dans leur région natale après leurs études. En plus d'avoir développé un fort sentiment d'appartenance envers leur municipalité, ils deviennent pour la plupart de jeunes citoyens socialement engagés et soucieux de faire une différence dans leur milieu de vie.

Bon an mal an, les activités de Partenaires 12-18 impliquent 150 adolescents directement et près de 900 indirectement.

On cultive le leadership

Gilles Fortier

Ce n'est un secret pour personne : les politiciens sont particulièrement mis à mal par l'opinion publique depuis quelques années. Gilles Fortier, qui cumule 21 ans de carrière sur la scène municipale, est la preuve vivante que politique peut rimer avec plaisir et succès lorsqu'elle est jumelée au respect des citoyens et à une vision claire de l'avenir.

Maire de Princeville depuis 2004, Gilles Fortier s'est alors donné comme mission de changer la perception des gens envers sa municipalité, reconnue d'abord et avant tout pour son potentiel industriel et son activité manufacturière. Il a donc entrepris un grand virage famille qui, sept ans plus tard, continue de porter fruit et de susciter un engouement grandissant auprès des jeunes adultes à la recherche d'un milieu de vie à la fois paisible et stimulant pour élever leurs enfants.

Une offensive qui rapporte!

Cette transformation s'est d'abord traduite par des efforts soutenus en matière de développement domiciliaire. Depuis 2008 seulement, plus de 100 unités d'habitations ont vu le jour à Princeville, notamment en raison d'incitatifs innovateurs. Par exemple, un prix de 15 000 \$ est tiré parmi les nouveaux propriétaires pour chaque tranche de cinq terrains résidentiels vendus. Gilles Fortier et son équipe ont également misé sur le développement d'infrastructures de loisirs de qualité, comme en témoigne le nouveau parc multisport à la fine pointe de la technologie, qui offre entre autres aux résidents une patinoire extérieure, des terrains de soccer et un terrain de balle éclairés, des sentiers pédestres et un parc de jeux pour enfants.

Aujourd'hui, grâce à la vision de ses décideurs, Princeville peut se vanter d'être la municipalité la plus « jeune » de la MRC de L'Érable, avec une moyenne d'âge de 39 ans. Selon M. Fortier, l'une des clés du succès de cette offensive jeunesse a été de vanter la proximité des grands centres tout en offrant aux Princevillois des services qui rivalisent avec ceux de la ville, dans un milieu de vie paisible et accueillant.

Un homme de cœur

Toujours à l'écoute des besoins des citoyens, Gilles Fortier se fait un point d'honneur de s'impliquer dans la collectivité, tant au niveau municipal que régional. Président du conseil d'administration du CLD de L'Érable, il est également membre du comité de campagne de Centraide pour la MRC de L'Érable et président du conseil de la corporation de transport de personnes handicapées La Cadence, pour ne nommer que quelques-uns de ses engagements. Un tel dévouement n'est certainement étranger à l'appréciation que ses électeurs lui témoignent, depuis plus de deux décennies!