

L'Érable, Terre de créativité

Synthèse du rapport sur la tournée terrain 2010-2011

Buts poursuivis par la tournée terrain :

- Recueillir les témoignages de « bons coups » réalisés dans les différentes municipalités du territoire de l'Érable 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.

La tournée terrain en chiffres :

- 26 regroupements visités
- 115 intervenants rencontrés
- Consultation s'étalant sur une période de 6 mois
- Secteurs d'intervention couverts :
 - Industrie manufacturière
 - Commerces et services
 - Soutien à l'emploi
 - Développement social
 - Services à la petite enfance et aux familles
 - Éducation préscolaire, primaire, secondaire et professionnelle
 - Intervention jeunesse
 - Culture
 - Vie municipale

Constats généraux :

- La fibre entrepreneuriale des gens de l'Érable émane en partie de leurs racines agricoles. Qui dit agriculteur, dit entrepreneur, et qui dit entrepreneur, dit créateur!
- La population de l'Érable se démarque par sa capacité à se relever les manches en temps de crise. Elle démontre une aptitude toute particulière à se « réinventer » lorsque la conjoncture lui est défavorable, et cette audace devant l'adversité est à l'origine de nombreuses initiatives créatives.

- On observe une corrélation entre le degré d'implication des citoyens dans leur milieu et leur capacité à émettre des idées et des suggestions quant à la manière d'exploiter le potentiel créatif de la région à sa pleine mesure.
- La richesse du tissu social de l'Érable est une grande source de fierté pour ses résidents. Il existe sur le territoire un nombre impressionnant d'organismes communautaires et de tables sectorielles, qui démontrent la grande propension des gens de l'Érable à se mobiliser pour trouver des solutions concrètes et créatives aux problématiques observées sur le territoire.
- Les intervenants clés de la région sont sensibles à 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.

Principaux porte-étendards de la créativité :

- L'érable et la canneberge, symboles de notre leadership dans le domaine agroalimentaire.
- Le Musée du bronze d'Inverness, dont la renommée et le rayonnement suscitent une admiration partagée par l'ensemble des intervenants rencontrés.
- Les entreprises qui ont contribué à faire du territoire de l'Érable la MRC la plus industrialisée de la province.
- Le nombre record de PME qui ont pignon sur rue dans la région et qui se démarquent par leur originalité.
- Les organismes et structures nés de la mise en commun de nos ressources, comme les équipements supralocaux et les tables sectorielles.
- L'implication des jeunes en milieu rural.
- La qualité des infrastructures de loisirs érigées sur le territoire.
- La qualité de nos écoles, qui se démarquent tant par l'enseignement qui y est offert que par la diversité des activités parascolaires mises en place.
- Les efforts déployés par les municipalités afin de développer des services de proximité adaptés aux besoins des jeunes et des moins jeunes.

Attente des intervenants clés envers la démarche de positionnement :

- Impliquer les adolescents et les jeunes adultes dans la démarche;
- Donner à nos bons coups l'importance et la visibilité qu'ils méritent;
- Mieux faire valoir les entreprises, commerces et services du territoire;
- Créer une plateforme d'échange d'information permettant à l'ensemble de la population de savoir ce qui se passe dans la MRC;
- Mieux faire connaître notre patrimoine et les bâtisseurs de notre région;

- Outiller les organismes de promotion du territoire afin qu'ils puissent représenter adéquatement et efficacement la région;
- Favoriser la concertation et le travail d'équipe entre les municipalités et les secteurs d'intervention;
- Raviver la fierté de la population à l'égard de l'Érable.

Angles et approches à privilégier pour la phase de déploiement :

- Mettre en valeur les infrastructures de sport et de loisirs, essentielles pour attirer et retenir les jeunes familles.
- Miser sur notre complémentarité avec les villes de plus grande envergure et faire de notre proximité un atout.
- Cultiver le sentiment d'appartenance de nos citoyens dès la petite enfance.
- Mettre à contribution les travailleurs et les entreprises de la région.
- Mettre davantage en valeur nos produits de l'érable et nos racines acéricoles, si caractéristiques de notre territoire.

Prochaines étapes du projet de positionnement :

Élaboration de la stratégie de mise en œuvre du nouveau positionnement	Printemps 2011
Diffusion d'un <i>teaser</i> (annonce-mystère) imprimé et électronique	Été 2011
Lancement de la nouvelle image et du portail Web du territoire	Septembre 2011
Tournée de présentation du nouveau portail Web et de ses fonctionnalités	Automne 2011
Mise en œuvre du nouveau positionnement par l'entremise d'activités de mobilisation et d'outils de communication (kiosque, dépliants, présence sur les médias sociaux, etc.)	Dès l'automne 2011 En continu jusqu'en 2013