



Centre local de développement

Plans d'action 2009

issus des

Comités stratégiques

industrie

tourisme

agroalimentaire-forêt

développement social

du Centre local de développement de l'Érable

Mars 2009



Centre local de développement

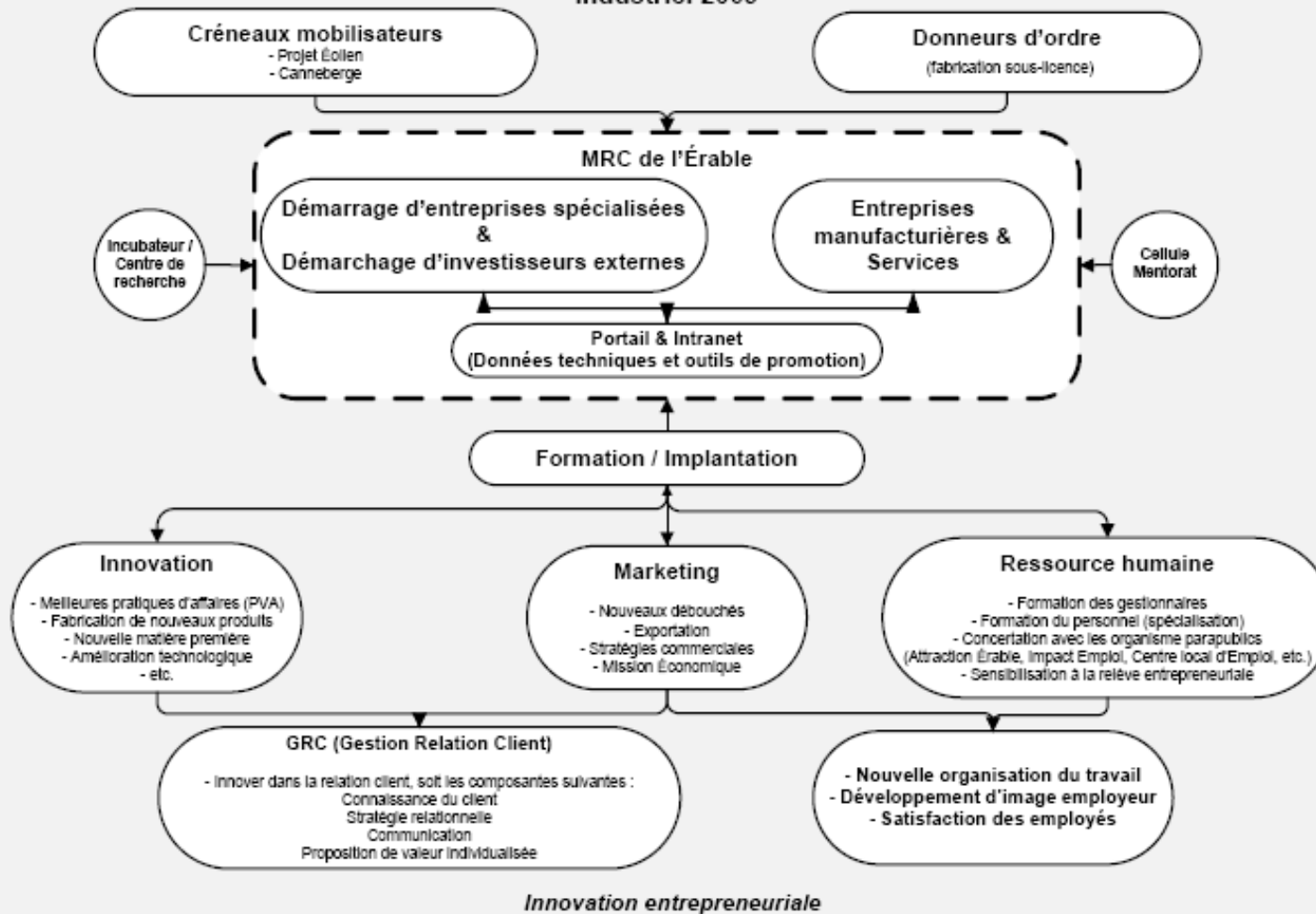
PLAN D'ACTION DU COMITÉ STRATÉGIQUE INDUSTRIE 2009

PRIORITÉS INTERVENTION	OBJECTIFS	ACTIONS	CIBLE 2009	INDICATEURS	PARTENAIRES
Développement de marchés					
Créneaux mobilisateurs	Mobilisation des entreprises manufacturières et de services de l'Érable afin d'attaquer des marchés nationaux et internationaux	Démarchage auprès des secteurs porteurs tels que le marché éolien (projet érable), la canneberge, etc.	Établir une relation d'affaires avec le fabricant d'éoliennes Enercon (projet érable) et bâtir une offre de service Érable afin de faciliter la prospection	Entente contractuelle avec des fabricants d'éoliennes et/ou autre créneau porteur	CLD, Comité stratégique Industriel (CSI), MDEIE, Investissement Québec (IQ)
Donneur d'ordre	Recherche de donneurs d'ordre majeurs afin d'alimenter les différents créneaux (voir ci-haut)	Représentation auprès de firmes de designer industriel, de compte majeur, etc.	Présentation de produits à fabriquer de la part des designers industriels, signature de contrat de fabrication sous-licence, etc.	Nombre de contrats signés	CLD, MDEIE
Exportation - maillage	Encadrer et inciter les entreprises manufacturières vers la diversification de marché	Créer des liens d'affaires avec les marchés extérieurs et mettre en place les éléments nécessaires pour faciliter les processus d'exportation	Augmenter les liens d'affaires avec les bureaux de la France et la Pologne (projet de la CRÉ). Miser sur les missions économiques ciblées en fonction des spécialisations des entreprises locales	Nombre de : <ul style="list-style-type: none"> • mission économique (Alberta - fev. 09) • mandats aux bureaux de la Pologne et France • lien d'affaires 	CLD, EDC, MDEIE, DEC
Services régionaux					
Démarrage d'entreprises spécialisées	Démarrage d'entreprises susceptibles de combler l'offre de service globale du ou des créneaux ou des besoins régionaux	Déterminer les secteurs à combler par rapport aux demandes des différents donneurs d'ordre ou selon les demandes des entreprises locales	Comblé les demandes	Nombre de besoins à combler vs ceux comblés !	CLD, CSI, SADC, IQ, DEC, CFE

PRIORITÉS INTERVENTION	OBJECTIFS	ACTIONS	CIBLE 2009	INDICATEURS	PARTENAIRES
Portail Intranet	Mettre en place un portail des entreprises locales représentant ainsi l'offre de service régionale aux futurs investisseurs et/ou donneurs d'ordre potentiels	Revoir la vision « virtuel » de la région (CLD, MRC, etc.) et intégrer la base de données des entreprises locales au portail régional	Bâtir la base de données clients. Réunir les différents intervenants afin d'établir une vision globale de l'offre régionale	Portail en place pour 2009	CLD, CSI, Impact Emploi, MRC
Cellule mentorat	Mettre en place une cellule mentorat pour les entreprises de l'Érable	Accréditation auprès de la Fondation de l'Entrepreneurship, recherche de mentor, montage de la structure financière	Cellule en place pour 2009. Intéresser 10 mentorés et 5 mentors	Nombre de dyades (union mentor & mentoré)	CLD, Fondation de l'Entrepreneurship, SADC, Caisse Desjardins.
Incubateur - centre de recherche	Mettre en place un incubateur virtuel ou physique dans le but d'inciter le démarrage de projets de recherche dans des créneaux ciblés ou le démarrage d'entreprises ciblées pour combler des besoins locaux	Études sur les besoins et le potentiel régional	Prendre action suite à l'étude et mettre en place la structure advenant un besoin positif	Structure en place et le nombre d'incubés ou projets de recherche démarrés	CLD, CSI, SADC, IQ, DEC, CFE, CLE, Impact Emploi
Sensibilisation & interventions en entreprises					
Défi Innovation	Supporter et augmenter la productivité en entreprise	Continuité des actions en cours, soit l'implication dans les 5 entreprises participantes aux programmes	Valider les résultats obtenus et advenant des résultats positifs, reconduire la même démarche vers d'autres entreprises de la MRC	Résultat obtenu pour les 5 entreprises participantes. Nombre d'inscriptions supplémentaires si le projet est reconduit	CLD, CLE
Colloque LEAN manufacturing	Sensibiliser les entreprises manufacturières à l'importance d'augmenter leur compétitivité par l'amélioration de leur processus interne	Organisation d'un colloque conjointement avec la CDEBF	Participation de 60 propriétaires d'entreprise au colloque	Nombre d'inscriptions et suivi post colloque	CLD, CDEBF, CFE, CSI, SADC, MDEIE
Midi du CLD	Rencontre ciblée d'information	Organiser des présentations en lien avec les interrogations et/ou objectifs de sensibilisation des entreprises de la MRC	9 présentations en 2009. 15 inscriptions chacune	Nombre d'inscriptions et suivi post activité	CLD, Firme de consultant

PRIORITÉS INTERVENTION	OBJECTIFS	ACTIONS	CIBLE 2009	INDICATEURS	PARTENAIRES
Relève entrepreneuriale	Sensibiliser les entrepreneurs à la préparation de leur relève et l'importance de cibler les bonnes ressources	Continuer les activités de sensibilisation déjà effectuées en 2008 (conférence)	Le maximum d'entrepreneurs	Quantité d'intervention (processus relève) avec les entrepreneurs	CLD, MDEIE, SADC, CLE
Formations					
Innovation	Augmenter le niveau d'efficacité des entreprises manufacturières et par le fait même leur rentabilité et leur compétitivité	Mettre en place des formations continues sur la PVA, les méthodes de gestion innovantes, etc.	6 formations (sujets à déterminer)	Nombre d'inscriptions et % d'augmentation de l'efficacité des entrepreneurs et leur entreprise	CLD, MDEIE, CLE
Marketing	Augmenter le niveau de profitabilité des entreprises par l'analyse de leurs produits vs l'analyse de leurs clients (Loi de Pareto 20/80)	Reconduire en 2009, la formation de groupe en marketing démarrée en 2008	participation de 8 entreprises	Nombre d'inscriptions et pourcentage d'augmentation de la profitabilité de l'entreprise	CLD, MDEIE, CLE
Ressources humaines					
Gestionnaire & personnel-cadre	Augmenter le niveau de leadership des cadres dans un contexte de crise économique et d'implantation des meilleures pratiques d'affaires	Formation des gestionnaires et/ou personnels cadre via les formations en innovation	Formations de 30 cadres	Nombre d'inscriptions et d'implantations au sein des entreprises	CLD, MDEIE, CLE
Culture d'innovation	Encadrer les employeurs dans l'instauration d'une culture d'innovation au sein de leur personnel	Mettre en place un programme d'aide (consultant ou autre) pour encadrer les employeurs	5 entreprises	Nombre d'inscriptions vs implantations	CLD, CSI, CLE, MDEIE
Attraction de main-d'œuvre	Contre la pénurie de main-d'œuvre par la mise en place d'outils d'intégration et/ou support pour les nouveaux arrivants	Travailler de concert avec les employeurs et les organismes parapublics afin de mettre en place un encadrement tant physique que moral pour les personnes intéressées à travailler dans la région	Évaluer les organismes déjà en place. Concerter les employeurs (5) du secteur manufacturier. Mettre un plan d'action en fonction des besoins et objectifs de la région	Plan d'action en place. Implication de 5 entrepreneurs. Augmentation du taux de placement des nouveaux arrivants	CLD, CSI, CLE, MDEIE

Plan d'action Comité Stratégique Industriel 2009



L'entreprise a deux fonctions essentielles, et deux seulement : le marketing et l'innovation. Le marketing et l'innovation produisent des résultats, le reste n'est que dépenses.

Peter Drucker.



PLAN D'ACTION DU COMITÉ STRATÉGIQUE AGROALIMENTAIRE FORÊT 2009

PRIORITÉS D'INTERVENTION	OBJECTIFS	ACTIONS	CIBLES	INDICATEURS	PARTENAIRES
Promotion des produits agroalimentaires régionaux	Rendre plus visibles et augmenter la consommation des produits agroalimentaires régionaux	Support à la 3e édition du marché public de Plessisville	15 entreprises participantes	Nombre de clients Valeur monétaire des produits transigés	CLD de l'Érable et entreprises participantes
		Support au projet de marché public virtuel du Centre-du-Québec – point de service de la MRC de l'Érable	8 entreprises participantes	Nombre de clients Valeur monétaire des produits transigés	Corporation de développement agroalimentaire-forêt du Centre-du-Québec et CLD de l'Érable
		Promotion du bottin de produits agroalimentaires régionaux pour les campagnes de financement des écoles et organismes	Évaluation des retombées auprès des entreprises participantes	Valeur monétaire des produits transigés	CLD de l'Érable et entreprises participantes
		Mise en place d'un présentoir de recettes faisant la promotion de l'utilisation des produits régionaux au marché public de Plessisville	À déterminer	À déterminer	CLD de l'Érable et entreprises participantes
		Support au développement du volet agroalimentaire de la Sucrerie d'antan	À déterminer	À déterminer	CLD de l'Érable, producteurs agricoles, entreprises de transformation agroalimentaire et CFP André-Morissette

PRIORITÉS D'INTERVENTION	OBJECTIFS	ACTIONS	CIBLES	INDICATEURS	PARTENAIRES
Diversification des activités agricoles, agroalimentaires et forestières	Identifier, promouvoir et développer des activités à fort potentiel de réussite	Poursuite de la démarche de réflexion du comité d'intervenants sur la diversification agricole et agroalimentaire et organisation d'activités, s'il y a lieu	À déterminer	À déterminer	CLD de l'Érable, Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, Comité stratégique agroalimentaire-forêt Érable, producteurs agricoles et entreprises de transformation agroalimentaire
	Collaborer à la mise en œuvre du Plan de diversification et de développement économique de la MRC de l'Érable	Délégation des représentants requis et participation aux activités du comité de pilotage et du chantier sur l'aménagement et le développement de la zone agricole	À déterminer	À déterminer	MRC de l'Érable, Union des producteurs agricoles, CLD de l'Érable, Comité stratégique agroalimentaire-forêt Érable et Commission de protection du territoire agricole du Québec
	Évaluer les structures et modes de fonctionnement des organismes de concertation agricoles et agroalimentaires dynamiques	Présentation du concept et échange avec les responsables de « Goûtez Lotbinière »	À déterminer	À déterminer	CLD de l'Érable, Comité stratégique agroalimentaire-forêt Érable et CLD de Lotbinière
	Développer une activité agrotouristique mettant en valeur des attraits de la région et faisant connaître l'agriculture	Explorer les différents projets et identifier les partenaires possibles	À déterminer	À déterminer	CLD de l'Érable, Comité stratégique agroalimentaire-forêt Érable et Comité stratégique tourisme

PRIORITÉS D'INTERVENTION	OBJECTIFS	ACTIONS	CIBLES	INDICATEURS	PARTENAIRES
Développement durable et optimal de la forêt	Soutenir les activités de mise en valeur de la forêt privée par des activités d'information	Coordination de la 13 ^e Journée de démonstration forestière	500 participants 40 conférenciers et exposants	Résultats financiers positifs Évaluation des visiteurs, des exposants et des conférenciers	CLD de l'Érable, Conseillers forestiers de la région de Québec, Agence forestière des Bois-Francis, Comité stratégique agroalimentaire-forêt Érable, Vexco, Ministère des Ressources naturelles et de la Faune du Québec et MRC de l'Érable
	Contribuer à la mise en valeur des lots publics intra-municipaux de la MRC	Participation au comité consultatif de la MRC sur les lots publics intra-municipaux	Participation aux réunions par les représentants du Comité stratégique	Présence d'au moins un représentant par réunion	Comité stratégique agroalimentaire-forêt Érable et MRC de l'Érable

PLAN D'ACTION DU COMITÉ STRATÉGIQUE TOURISME 2008-09

PRIORITÉS INTERVENTION	OBJECTIFS	ACTIONS	CIBLE 2007-2008	Indicateurs	PARTENAIRES
Améliorer l'offre et la mise en marché des différents produits touristiques du secteur du « voyage en groupe »	Sous différentes formes (publicités et forfaits), contribuer à commercialiser des entreprises, activités et événements touristiques du territoire auprès du marché et de la clientèle cible	Renforcer la concertation et poursuivre les actions (publicités, cahier de produits, contenu web) du comité de commercialisation touristique du voyage en groupe	Maintenir un partenariat avec une dizaine d'entreprises du territoire	Atteindre l'accueil de 25 à 45 groupes organisés	CLD de l'Érable et les entreprises participantes
	Maintenir le contact avec les agences et les organisateurs de voyages en groupe et favoriser la découverte et l'achat de forfaits touristiques chez les entreprises touristiques du territoire	Établir des contacts. Présenter des offres. Maintenir de bonnes relations avec les personnes contactées. Tenter de recruter des nouvelles personnes contacts. Produire un bottin des produits touristiques pour la clientèle scolaire. Organiser une activité de découvertes des nouveaux attraits (fam trip) pour les agences et organisateurs. Évaluer une participation au Salon Bienvenue Québec à l'automne 2009	Recruter 5 à 10 contacts et entretenir les autres	Augmentation de la liste de clients	CLD de l'Érable en partenariat avec des entreprises touristiques
	Renforcer l'offre touristique autour de l'offre existante et voir à positionner la région comme destination naturelle reliée à un attrait ou un produit d'envergure	Définir l'offre selon les produits existants et voir à développer et/ou à considérer un produit d'appel permettant d'associer à celui-ci d'autres activités et visites à faire	Développer des forfaits et établir un partenariat commercial (vente de forfaits, structure d'accueil etc.)	Augmenter le nombre de visites sur le territoire	CLD de l'Érable et les entreprises participantes
	Développer des nouvelles attractions afin d'améliorer l'offre touristique et de présenter de nouveaux produits touristiques	Contribuer au développement et à la consolidation des projets touristiques ciblés ayant fait l'objet d'analyse, d'étude et de concertation	Tenter d'atteindre une à deux nouveautés	Augmentation du nombre de visites sur le territoire	CLD de l'Érable, les promoteurs de projets, partenaires financiers

PRIORITÉS INTERVENTION	OBJECTIFS	ACTIONS	CIBLE 2007-2008	Indicateurs	PARTENAIRES
Améliorer l'offre et la mise en marché des différents produits touristiques du secteur du « voyage individuel »	Sous différentes formes (publicités et forfaits), contribuer à commercialiser des entreprises, activités et événements touristiques du territoire auprès du marché et de la clientèle cible	<p>Produire et améliorer, s'il y a lieu, des outils promotionnels touristiques. Voir à améliorer les activités promotionnelles ou, s'il y a lieu, en organiser des nouvelles. Voir à améliorer le réseau de distribution s'il y a lieu. Voir à poursuivre le positionnement de la Région de l'Érable</p> <p>Outils :</p> <p>Dépliants des circuits touristiques et pages web; Répertoire des restaurants; Bloc notes avec copilote (carte routière); Mise à jour du site Internet;</p> <p>Réseau de distribution :</p> <p>ATRCQ au Centre-du-Québec; Attrait, lieux d'hébergement, commerces et événements; Bureaux d'information touristique; Kiosque d'information touristique mobile</p> <p>Positionnement :</p> <p>Guide ATRCQ, Brochure des circuits ATRCQ; Guide des services cyclistes du Parc linéaire des Bois-Francis; Camping Québec sur le web et dans le guide; Achats de clics sur le web Voir aux hyperliens sur des sites Web voisins</p>	Cibler la clientèle selon un potentiel de visites à faire et concevoir une offre touristique attrayante dans le but d'attirer un maximum de visiteurs	Sonder la satisfaction des annonceurs, des partenaires et l'achalandage	<p>Le CLD et les entreprises participantes</p> <p>Le CLD et les entreprises participantes</p> <p>Le CLD et les entreprises participantes</p> <p>Le CLD, l'ATRCQ, la MRC et 5 municipalités, les entreprises touristiques</p>

PRIORITÉS INTERVENTION	OBJECTIFS	ACTIONS	CIBLE 2007-2008	Indicateurs	PARTENAIRES
Améliorer l'offre et la mise en marché des différents produits touristiques du secteur du « voyage individuel » suite	Renforcer l'offre touristique autour de l'offre existante et voir à positionner la région comme destination naturelle reliée à un attrait ou un produit d'envergure	Définir l'offre selon les produits existants et voir à développer et/ou à considérer un produit d'appel permettant d'associer à celui-ci d'autres activités et visites à faire	Développer des forfaits et établir un partenariat commercial (vente de forfaits, structure d'accueil etc.)	Augmenter le nombre de visites sur le territoire	CLD de l'Érable et les entreprises participantes
	Développer des nouvelles attractions afin d'améliorer l'offre touristique et de présenter de nouveaux produits touristiques	Contribuer au développement et à la consolidation des projets touristiques ciblés ayant fait l'objet d'analyse, d'étude et de concertation	Tenter d'atteindre une ou deux nouveautés dans l'année	Augmentation du nombre de visites sur le territoire	CLD de l'Érable, les promoteurs de projet, partenaires financiers
Développer et favoriser l'approche de forfaitisation individuelle	Favoriser le maillage entre les entreprises touristiques en les incitant à développer des forfaits individuels entre-elles. Augmenter la durée des séjours grâce à une offre structurée et complémentaire	Poursuivre la sensibilisation chez les entreprises Utiliser le site Internet qui permet de mettre en valeur les forfaits individuels	Développer l'offre et la mise en marché de forfaits individuels et les publier dans le Passeport Érable et sur le site web.	Augmentation du nombre de visiteurs. Prolongement des séjours	Le CLD de l'Érable et les entreprises participantes
Bureau d'information touristique saisonnier	Augmenter la popularité de ce service de distribution auprès des attrait Augmenter l'offre de dépliants des attrait pendant la saison touristique et pendant la saison morte (libre service)	Inviter les entreprises touristiques à acheminer leurs documents promotionnels au bureau d'information touristique	Augmenter l'inventaire de dépliants	Être en mesure de bien servir la clientèle	CLD de l'Érable, les offices de tourisme au Centre-du-Québec, les entreprises touristiques
	Bien informer les touristes et favoriser les réservations en ligne	Tirer profit de la centrale d'information et de réservation en ligne de bonjourquebec.com	Atteindre en 5 et 10 réservations	Être en mesure de bien servir la clientèle	CLD de l'Érable et Tourisme Québec
	Faire des préposés des ambassadeurs	Former le personnel. Faire une visite guidée du territoire	Favoriser les visites du territoire		CLD de l'Érable et entreprises touristiques

PRIORITÉS INTERVENTION	OBJECTIFS	ACTIONS	CIBLE 2007-2008	Indicateurs	PARTENAIRES
Les sorties du kiosque d'information touristique mobile	Poursuivre les sorties du kiosque d'information touristique mobile lors des divers événements touristiques rassembleurs	Établir un calendrier des activités populaires ayant lieu dans l'Érable et rechercher des événements cadrant dans la grille de disponibilité	Maintenir les sorties en 2009	Augmenter la notoriété de la région et favoriser les déplacements vers les annonceurs	CLD de l'Érable, les événements populaires qui accueillent le kiosque
Maintenir un réseau de communication	Favoriser la diffusion de l'information chez les médias	Tenir informer les journalistes de différents médias régionaux, nationaux et spécialisés en utilisant différents moyens (communiqués de presse, bulletins d'information, etc.)	Transmettre le plus d'information aux médias	Établir un recueil d'envois et un cahier de presse	CLD de l'Érable
	Diffuser l'information traitant de différents sujets en lien avec l'industrie touristique	Créer et entretenir un réseau de communication et transmettre l'information de façon régulière Utiliser le bulletin d'information sur Internet et le diffuser par la suite Créer un répertoire des bulletins d'information pour consultation ultérieure Créer une habitude chez les gens de l'industrie touristique en les informant de façon régulière	Transmettre l'info chez un maximum de lecteurs de l'industrie touristique	Vérifier l'impact via les données statistiques du site web	CLD de l'Érable



PLAN D'ACTION DU COMITÉ STRATÉGIQUE DÉVELOPPEMENT SOCIAL 2009-2010

Priorité 1 : L'habitation

Contexte : En septembre 2008, le Comité régional en développement social (CRDS) visitait les intervenants de la MRC de L'Érable dans le cadre de leur tournée des régions. Le thème était pauvreté et famille. Lors de cette rencontre, plusieurs intervenants invités ont souligné qu'un des besoins criant dans la MRC concernait la situation entourant les logements sociaux (non disponibilité, insalubrité, etc.). D'autres intervenants observent que la problématique (insalubrité, coût) s'étend aussi aux gens à faible revenu qui demeurent dans des logements non sociaux. C'est pourquoi le Comité stratégique en développement social (CSDS) désire faire l'analyse de la situation sous deux volets : le logement social et le logement privé en regard des aspects suivants : l'accessibilité, la qualité, la salubrité et la réglementation, la disponibilité, etc.

OBJECTIFS GÉNÉRAUX	OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	MOYENS/ACTIONS	ÉCHÉANCIER	PARTENAIRES
Mieux connaître l'état de situation du logement pour les personnes à faible revenu	Établir un portrait du logement social et privé dans la MRC	Recension des analyses qui ont déjà été faites pour la MRC de l'Érable	Solliciter partenaires, recherche de portraits : juin 2009	Partenaires potentiels : CSSSAÉ, CRE, CRES, Société d'habitation du Québec, Régie du logement, Coalition lutte pauvreté, OMH, municipalités, MRC, CDCÉ
		Ressortir les principaux constats de cette démarche de recension Compléter le portrait si nécessaire par d'autres données pertinentes. Pour ce faire engager une ressource	Avoir complété le portrait : octobre 2009	Partenaires potentiels : CSSSAÉ, CRE, CRES, Société d'habitation du Québec, Régie du logement, Coalition lutte pauvreté, OMH, municipalités, MRC, CDCÉ
		Identifier les partenaires et leur mandat en ce qui a trait au logement pour les personnes à faible revenu	Décembre 2009	Partenaires potentiels : CSSSAÉ, CRE, CRES, Société d'habitation du Québec, Régie du logement, Coalition lutte pauvreté, OMH, municipalités, MRC, CDCÉ
		Identifier les besoins non répondus et les problématiques vécues dans le milieu autant par les locataires que les propriétaires	Février 2010	Partenaires potentiels : CSSSAÉ, CRE, CRES, Société d'habitation du Québec, Régie du logement, Coalition lutte pauvreté, OMH, municipalités, MRC, CDCÉ
	Positionner l'action du comité stratégique en fonction du portrait	Établir une liste de moyens/actions possibles	Avril 2010	Membres du CSDS

Priorité 2 : **Mise en œuvre du plan d'action de la politique familiale de la MRC**

Contexte : Depuis 2006, le CLD, par le biais de l'agent de développement local, travaille à doter la MRC de L'Érable d'une politique familiale. Après tous ces mois de travail, la politique a été déposée au conseil des maires en octobre 2008. Afin de donner suite à cette adoption, une démarche pour favoriser la mise en œuvre du plan d'action doit être entreprise. Pour favoriser cette mise en œuvre, un comité de suivi a été mis sur pied.

OBJECTIFS GÉNÉRAUX	OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	MOYENS/ACTIONS	ÉCHÉANCIER	PARTENAIRES
Améliorer la qualité de vie des familles et par le fait même augmenter le caractère attrayant de la MRC	S'assurer de l'appropriation de la politique par les intervenants socioéconomiques	Rencontre avec les intervenants, les différentes tables de concertation		Partenaires potentiels : MRC de l'Érable, CSSSAÉ, CLD de l'Érable, CSBF, Table des aînés, CDCÉ, Table des ressources jeunesse, CLE, Sûreté du Québec, SSIRÉ, Municipalités, Partenaires 12-18, Maison des Familles de l'Érable, Impact Emploi-Carrefour Jeunesse Emploi, Table des ressources enfance-famille de l'Érable, Maison des jeunes, autres
	Inciter les municipalités à s'approprier la politique familiale	Appels et visites aux municipalités	Novembre 2009, avoir eu au moins une rencontre avec les municipalités intéressées	Les responsables des questions familiales et les municipalités
	Faire un suivi de l'implantation de la politique familiale dans les différentes municipalités	Identifier les municipalités qui se sont dotées d'une politique familiale Identifier l'état d'avancement d'implantation des politiques familiales Transmission d'un rapport d'avancée des travaux au CSDS	Rapport à toutes les réunions du CSDS. Poursuite durant les trois ans de la durée du plan d'action	Les membres du comité de suivi

Priorité 3 : L'enrichissement des milieux de vie

Contexte : Plusieurs municipalités vivent, depuis quelques années, une problématique de dévitalisation reliée au non renouvellement de leur population. Malgré cette problématique, les citoyens doivent continuer à bénéficier de services adéquats afin de pouvoir demeurer dans leur milieu. Pour ce faire, le CSDS propose une démarche à deux volets pour dynamiser ces milieux.

OBJECTIFS GÉNÉRAUX	OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	MOYENS/ACTIONS	ÉCHÉANCIER	PARTENAIRES
Mieux connaître les besoins locaux en créant des liens entre les communautés et l'agente de développement local	Offrir du soutien aux comités de développement	Rencontrer les membres des comités afin de connaître leurs besoins	Septembre	CDCÉ, Comités de développement, municipalités, organismes municipaux
		Élaborer un programme de soutien aux comités en fonction des besoins établis	Soumettre la liste des formations possibles : octobre 2009	CDCÉ
	Faire connaître aux comités de développement les possibilités de formations	Faire parvenir aux comités les offres de formations	Novembre 2009	Comités de développement, municipalités, organismes municipaux
	Outils les comités de développement	Tenir les séances de formation	De janvier 2010 à octobre 2010	Comités de développement, municipalités, organismes municipaux
Promotion de l'économie sociale et concertation des acteurs de l'économie sociale comme moyen de tendre vers l'autonomie	Faire connaître l'économie sociale auprès de la population	Arrimer les actions locales en fonction du plan d'action du CRES		CRES
	Identifier les besoins des communautés	Arrimer les actions locales en fonction du plan d'action du CRES		CRES
	Promouvoir le concept de l'économie sociale auprès des jeunes de 35 ans	Arrimer les actions locales en fonction du plan d'action du CRES		CRES
	Identifier et communiquer les impacts de l'économie sociale sur les communautés	Arrimer les actions locales en fonction du plan d'action du CRES		CRES

Priorité 4 : Les services de proximité

Contexte : Depuis plusieurs années, les services de proximité font partie des priorités des plans d'action du CSDS. Cette année n'y fait pas exception puisque les membres du CSDS ont décidé de continuer d'inclure cette priorité dans le plan d'action 2009-2010. Les services de proximité doivent répondre aux besoins des milieux c'est-à-dire être disponibles et accessibles sous différentes formes. Pour ce faire, il s'agit d'effectuer une vigie de ces besoins, trouver des solutions alternatives et de supporter les partenaires dans le développement de ces solutions.

OBJECTIFS GÉNÉRAUX	OBJECTIFS SPÉCIFIQUES	MOYENS/ACTIONS	ÉCHÉANCIER	PARTENAIRES
Services de proximité	Favoriser l'accessibilité aux services de proximité de toutes natures	Exercer une vigie concernant l'accessibilité des services, particulièrement au niveau des services de santé et de services sociaux, des services d'aide à l'emploi et des services à l'éducation	Action réalisée sur une base continue	MRC de l'Érable, CSSSAÉ, CLD de l'Érable, CSBF, Table des femmes, Table des aînés, CDCÉ, Table des ressources jeunesse, CLÉ, autres organismes et entreprises visées
		Trouver des alternatives afin de maintenir l'accessibilité des services, en concordance avec les besoins des milieux	Action réalisée au besoin. Promotion de la formule économie sociale	
		Supporter les partenaires dans le développement d'offres de services en lien avec les besoins, et ce, dans nos champs d'expertises spécifiques	Action réalisée au besoin	

Liste des acronymes :

CDCÉ : Corporation de développement communautaire de l'Érable

CLD : Centre local de développement

CLÉ : Centre local d'emploi

CRE : Conférence régionale des élus

CRES : Comité régional en économie sociale

CRDS : Comité régional en développement social

CSDS : Comité stratégique en développement social

CSSAÉ : Centre de santé et de services sociaux d'Arthabaska-et-de-l'Érable

CSBF : Commission scolaire des Bois-Francis

MRC : Municipalité régionale de comté

SSIRÉ : Service de sécurité incendie régional de l'Érable