

# RÉUSSITES EN DÉVELOPPEMENT SOCIAL

## L'ACHAT LOCAL... MOTEUR DE DÉVELOPPEMENT SOCIAL



Corporation de  
Développement  
Communautaire  
des Chenaux



MRC des Chenaux  
Naturellement dynamique



SADC

LE BULLETIN  
des Chenaux



Communauté  
entrepreneuriale  
des Chenaux

CDS des Chenaux



On l'a dit déjà, l'objectif du développement social est l'amélioration de la qualité de vie des citoyens de toutes classes et de toutes conditions, en favorisant leur participation active à l'atteinte de cette qualité de vie. Pour ce faire, le développement social prend différentes voies, dont celle de l'économie.

Vous remarquez certainement que dans cette édition du Bulletin des Chenaux, il est amplement question d'achat local. En effet ces jours-ci, la campagne d'achat local des Chenaux se déploie dans sa seconde phase, notamment avec le concours *J'me fais un cadeau!* qui se tient dans cette première semaine de décembre; que l'on veut dédier à l'achat local sur le territoire de la MRC des Chenaux.

C'est la MRC des Chenaux et sa Communauté entrepreneuriale qui portent la campagne d'achat local avec ses différents partenaires. Mais il faut savoir qu'elle est a été initiée par le Comité de développement social (CDS) des Chenaux.

En 2014, dans la foulée de fusions et de rationalisations dans nos institutions financières et dans un contexte où l'on prévoyait des fermetures de bureaux de postes, les membres du Comité de développement social ont initié un chantier de travail afin de trouver des pistes d'actions à entreprendre pour soutenir les services de proximité dans nos communautés (épiceries, dépanneurs, stations d'essence, institutions financières, bureaux de postes, etc.)

Un comité Services de proximité était formé de représentants du CDS, de la Corporation de développement communautaire (CDC) des Chenaux, de la MRC, de la Société d'aide au développement des collectivités (SADC) de la Vallée-de-la-Batiscan et du Bulletin des Chenaux.

Au départ, il a été proposé d'inciter principalement les municipalités du territoire à adopter une politique d'achat local pour leurs fournitures en biens et services. Il faut dire que certaines le faisaient déjà, mais on estimait qu'une telle démarche pouvait inciter d'autres organismes à emboîter le pas. Le comité a élaboré un modèle de politique à transmettre aux municipalités afin de les encourager à adopter ces mesures.

Rapidement, le comité en est arrivé à la conclusion que pour avoir plus d'impact il fallait créer un mouvement dans toutes nos communautés. C'est ainsi que l'idée d'une campagne d'achat local s'est imposée.

Une campagne d'achat local est une

jonction parfaite entre le développement social et économique, parce que c'est un moyen de sensibiliser et favoriser la consommation locale afin de permettre de conserver une offre commerciale intéressante dans nos communautés et éviter les fuites commerciales.

On veut soutenir le développement local par la consolidation des entreprises et des services de chez nous. Est-il besoin de rappeler en effet que dans nos communautés, les entreprises ont un impact important. En plus

Plusieurs partenaires financiers ont adhéré au projet, dont la MRC des Chenaux, par l'entremise du Pacte rural, ainsi que la SADC, les Caisses Desjardins, nos députés, ainsi que des entrepreneurs et commerçants qui ont été sollicités.

On a développé, et on développe encore, différents outils promotionnels arborant l'image de l'Achat local des Chenaux et Service local des Chenaux : pastilles autocollantes, électrostatiques, napperons et plus encore. Il y a d'ailleurs toujours davantage



Le lancement de la campagne d'achat local en octobre 2015, s'est fait en présence de trois ambassadeurs (à gauche) : Denis Dupont, Johanne Barrette et Daniel Brouillette. À droite, on voit David Gélinas, Marie-Andrée Lebel, co-présidente du CDS, et Gérard Bruneau, préfet de la MRC des Chenaux.

de fournir biens et services à la population, elles font partie du tissu social. En offrant des emplois, en soutenant, financièrement ou autre, les loisirs et événements locaux, mais aussi en étant parfois des lieux de rencontre entre citoyens.

Le but ultime d'une campagne d'achat local est donc de créer et alimenter un sentiment d'appartenance qui s'étend à nos commerçants, entrepreneurs, producteurs et divers fournisseurs de services.

Ainsi donc, des membres du Comité Services de proximité ont travaillé activement à l'élaboration d'une stratégie promotionnelle sur trois ans. Une représentante de la Communauté entrepreneuriale des Chenaux s'est jointe au comité et l'on s'est adjoint les services d'un consultant en image de marque, le Narcissois David Gélinas.

Dans sa première phase, entre 2015 et 2018, c'est la Corporation de développement communautaire des Chenaux qui était fiduciaire de la campagne d'achat local.

d'entrepreneurs qui l'arborent fièrement dans leurs commerces ou sur leurs produits.

On a également créé une page Facebook; puis plus récemment un site Internet ([www.lemilleursetrouvechezvous.ca](http://www.lemilleursetrouvechezvous.ca)), on a organisé des concours et fait différentes publications dans nos pages. Tout ça, afin que le concept d'achat local s'insinue en nous et influence nos habitudes de consommateurs.

Que notre consommation puisse devenir un levier de développement social.



Corporation de  
Développement  
Communautaire  
des Chenaux

AVEC LA PARTICIPATION FINANCIÈRE DE LA



MRC des Chenaux  
Naturellement dynamique

44, CHEMIN RIVIÈRE-À-VEILLET  
SAINTE-GENEVIÈVE-DE-BATISCAN (QUÉBEC) GOX 2R0  
TÉLÉPHONE : 819 840-3087