

NRE² BUILDING RURAL CAPACITY IN THE NEW ECONOMY

De l'information au savoir : Trouver et utiliser les données sur les collectivités

Bill Reimer Directeur de recherche
Projet de recherche sur la nouvelle économie rurale
(www.nre.concordia.ca)

Ray D. Bollman Rédacteur
« Bulletins d'analyse – Régions rurales et petites villes du Canada »
de Statistique Canada
www.statcan.ca/english/freepub/21-006-XIE/free.htm

**Atelier dans le cadre de la Conférence rurale
nationale**
Red Deer, en Alberta, du 21 au 23 octobre 2004



- Remerciements :
- Secrétariat rural d'Agriculture et Agroalimentaire Canada
- Le projet sur la nouvelle économie rurale de la FCRR
- Le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada
- Statistique Canada

Matériel :

- Observations stratégiques X concernant les décisions sur les collectivités rurales
- Diapositives en PPT
- Feuilles de commentaires de la table ronde
- Fiche sur les ressources sur Internet
 - Information
 - DEC
- Outils sur Internet :
 - Pyramides des âges (Excel)
 - Production d'autres graphiques
 - Fiche des ressources sur Internet

NRE² BUILDING RURAL CAPACITY IN THE NEW ECONOMY

(Nos) objectifs

- Désigner les principaux enjeux sur les milieux ruraux
- Relever des exemples de décisions prises dans les communautés
- Recueillir l'information
 - Désigner les renseignements appropriés
 - Trouver ces renseignements
 - Analyser l'information
 - Enrichir les connaissances pour élaborer des stratégies locales

2

Objectifs

- Relever des exemples de certaines caractéristiques clés de la nouvelle économie rurale
- Trouver en groupe des exemples de décisions communautaires qui découlent de ces caractéristiques
- Préciser que l'information est utile LORSQU'ELLE s'applique à une décision
- Présenter aux participants les données offertes et leur utilisation concernant les décisions sur le développement local et les mesures prises à l'échelle locale
- Acquérir des compétences de base au moment d'utiliser les données pour combler les objectifs à l'échelle locale. Il s'agit notamment :
 - De relever l'information appropriée qui s'applique à des enjeux particuliers
 - De trouver l'information provenant de diverses sources
 - D'analyser l'information
 - De s'en servir pour établir des stratégies à l'échelle locale

De l'information au savoir

- L'information est significative seulement dans le cas d'un enjeu, d'un défi, d'une vision ou d'une question
- L'information est significative seulement lorsqu'elle permet d'enrichir la valeur d'une décision prise

(ou si elle permet de prévenir une « mauvaise » décision !)

3

Le savoir ne repose pas seulement sur l'information

- Il faut un contexte permettant de l'interpréter. Il peut s'agir :
 - D'un enjeu ou d'une perspective (p. ex. l'économie en évolution)
 - D'un défi, un changement ou un problème qui doit être traité (p. ex. l'exode des jeunes, le réchauffement de la planète)
 - D'une vision (p. ex., un milieu communautaire dynamique, l'adoption de mesures écologiques pour notre collectivité)
 - D'une question (p. ex. Pourquoi nos jeunes partent-ils? Comment pouvons-nous mieux adapter notre collectivité à la nouvelle économie? Comment pouvons-nous accroître le niveau d'emploi dans notre collectivité?)
- Elle devient utile ou précieuse si on peut prendre de meilleures décisions
 - Obtenir de meilleures décisions (p. ex. devons-nous utiliser notre argent pour une nouvelle question, un centre de formation des jeunes, un centre d'interprétation ou un centre de santé?)
 - Faire les bons choix

NRE² BUILDING RURAL CAPACITY IN THE NEW ECONOMY

3 grands enjeux :

- Adopter un mode de pensée mondial
- Le pouvoir des réseaux sociaux
- Changement démographique

4

- Compte tenu du peu de temps dont nous disposons pour cet atelier, nous avons relevé 3 grands enjeux à titre d'exemples de la façon dont l'information peut être utilisée pour enrichir les décisions communautaires
- Afin de relever l'information appropriée et de mener une analyse, il nous faut un enjeu, un contexte ou une question pour éclairer nos choix
- Stratégie : Poser une question (remettre une feuille portant sur les changements clés touchant le milieu rural au Canada)
- Compte tenu du temps, nous avons choisi quelques principaux enjeux
 - Surveiller le cadre dans lequel nous les traitons tous
 - Peuvent s'appliquer à d'autres sujets
- Principaux enjeux qui en découlent :
 - Adopter un mode de pensée mondial : Les collectivités locales ne sont plus isolées de l'économie mondiale
 - Le pouvoir des réseaux sociaux : Les réseaux et les établissements sociaux des régions offrent d'importantes ressources pour le développement économique et social des régions
 - Changement démographique : La composition démographique des collectivités locales change – et également les structures à exploiter

De l'information au savoir

- Quel est l'enjeu?
- Quelles sont les questions?
- Quels renseignements permettront de répondre aux questions?
- Où peut-on les trouver?
- Que présentent les renseignements?
- Quelles stratégies présentent-ils?

Sujet 1 : Adopter un mode de pensée mondial

Étape 1 : Désigner le contexte

- Quel est l'enjeu?
 - Quelles sont les questions?
 - Quels renseignements permettront de répondre aux questions?
 - Que présente l'information?
 - Quelles sont les stratégies qui en découlent?
- Table ronde :
- Adopter un mode de pensée mondial : les collectivités locales ne sont plus isolées de l'économie mondiale
 - Quels sont les enjeux?
 - Quelles sont les questions?
 - Quels renseignements permettront de répondre aux questions?
 - Où peut-on obtenir ces renseignements?

NRE² BUILDING RURAL CAPACITY IN THE NEW ECONOMY

Adopter un mode de pensée mondial : Enjeux

- Réduction de la main-d'œuvre par les industries primaires
- Services manufacturiers ou exportables
- Enrichissement du savoir
- Chute des coûts d'opération
- Les jeunes partent, les familles reviennent
- Augmentation de la concentration
- L'immigration se poursuit

6

Quels sont les enjeux? (matériel distribué sur les 10 observations)

- Réduction de la main-d'œuvre par les industries primaires
- Les services manufacturiers ou exportables sont concurrentiels
- Enrichissement du savoir
- Chute des coûts d'opération
- Les jeunes partent, les familles reviennent
- Augmentation de la concentration
- L'immigration se poursuit

Adopter un mode de pensée mondial : Questions

- Quelles sont les ressources locales?
- Comment notre collectivité est-elle branchée?
- Comment sera-t-elle branchée?
- Quelles sont les occasions à saisir?
- Que devons-nous traiter en premier?

7

- Quel est l'enjeu?
 - Adopter un mode de pensée mondial : Les collectivités locales ne sont plus isolées de l'économie mondiale
- Quelles sont les questions?
 - Quelles sont les ressources locales?
 - Comment notre collectivité est-elle branchée actuellement à l'économie mondiale?
 - Comment prévoit-on la brancher pour l'avenir?
 - Quelles sont les occasions à exploiter pour :
 - Le développement économique?
 - Le développement social?
 - Quels sont les éléments dont il faut s'occuper en premier?

NRE² BUILDING RURAL CAPACITY IN THE NEW ECONOMY

Adopter un mode de pensée mondial : Information

- Ressources locales
- Commerce
- Voyages
- Communication
- Tendances mondiales

8

Adopter un mode de pensée mondial : Quels renseignements nous permettront de répondre aux questions suivantes?

- Ressources locales
 - Économiques
 - Humaines
 - Sociales
 - Naturelles
 - Commerce
 - Les secteurs et l'emploi local : indice des exportations (p. ex. sites sur la NER)
 - Statistique Canada
 - CANSIM
 - Répertoire des entreprises : en particulier le commerce, les communications, la clientèle
 - Voyages
 - Population locale :
 - Sondages
 - Transport
 - Vacances (p. ex. les exposés japonais et locaux)
 - Bulletins locaux (histoire racontée : la rendre amusante)
 - Immigrants :
 - Comités de bienvenue, événements spéciaux (p. ex. Cap-St-Ignace)
 - Transport :
 - Statistique Canada
 - Visiteurs :
 - Enquêtes sur les plaques d'immatriculation
 - Livre des visiteurs (locaux et sur Internet)
 - Diaspora :
 - Bulletin communautaire
 - Bulletin sur Internet
 - Réunion et
 - Communication
 - Sondage sur les collectivités (p. ex. sondage sur la NER)
 - Bulletin communautaire
 - Activités relatives à une conférence (p. ex. Cap-à-l'Aigle)
 - Tendances mondiales
 - Internet (projets scolaires locaux?)
 - Bibliothèque
 - Revues sur le commerce
 - Expérience commerciale
 - Instituts de recherche – alliances universitaires
 - Conférences
- movers
- immigrants
- educ
- courses
- cont.ed
- commuting
- public trans
- priv.trans
- library
- bus.ownership
- employment
- customer base
- trade
- services-location
- services-use
- recreation-use
- travel-work
- travel-recreation
- travel-education
- worker-skills
- grants-fm
- where?

Démographie : Information

- Les « Profils des communautés » de Statistique Canada
- Les profils des communautés de l'agence de développement local
- Les chambres de commerce
- Les comités de réunion dans les écoles secondaires
- Le nombre et les caractéristiques des familles accueillies par un comité de bienvenue le mois dernier

The screenshot shows the Statistics Canada website interface. At the top, there are navigation links for 'English', 'Français', 'Contactez-nous', 'Aide', 'Recherche', and 'Site du Canada'. Below this is a search bar with the text 'Recherche dans le site' and a search button. A purple arrow points to the search bar. The main content area is divided into several sections: 'Aujourd'hui dans Le Quotidien' with a date of 'Le vendredi 3 septembre 2004', 'Indicateurs les plus récents' with a table of statistics, 'Nouveaux produits', and 'Parutions précédentes du Quotidien'. The website has a clean, professional layout with a white background and blue accents.

Indicateurs les plus récents	
Estimation de la population (Avril 2004)	31 825 416
Indice des prix à la consommation (Juillet 2004)	2,3 %
Taux de chômage (Juillet 2004)	7,2 %
Produit intérieur brut (PIB) (Juin 2004)	0,3 %

The screenshot shows a web browser window displaying the Statistics Canada website. The page title is "Bienvenue aux Profils des communautés de 2001". The main content area includes a search form with the following elements:

- Text: "Entrez le nom de la localité dans la case « Nom de localité » ci-dessous."
- Form fields: "Le nom de la localité commence par" (with a dropdown arrow), "Le nom de la localité comprend" (with a dropdown arrow), and "Nom de localité:" (with a text input field).
- Form element: "Province ou territoire:" (with a dropdown menu showing "-- Choisissez une province ou un territoire --").
- Buttons: "Recherche" and "Réviser".

Below the search form, there are several links for related profiles:

- [Profil de la population autochtone de 2001](#)
- [Profil des communautés de l'enquête auprès des peuples autochtones de 2001](#)
- [Profil des communautés agricoles de 2001](#)
- [Profil des communautés de 1996](#)

At the bottom of the page, there is a footer with the text: "Page d'accueil | Recherche | Contactez-nous | English | 1 oct 2004 08:11" and a "Site Imprimable" link.

The screenshot shows a web browser window displaying the Statistics Canada website. The page title is "Bienvenue aux Profils des communautés de 2001". The main content area features a search form with the following elements:

- A search box containing the text "Tweed".
- A dropdown menu below the search box with the text "... Choisissez une province".
- Two buttons: "Recherche" and "Réviser".

Two purple arrows are overlaid on the page: one points to the search box, and the other points to the "Recherche" button. The page also includes a sidebar with a "2001" logo and various links, and a footer with the text "Page d'accueil | Recherche | Contactez-nous | English | 1 mai 2004 08:15".

2001
Profils des communautés
ACCÈS / GGP
D'autres renseignements se trouvent au site Le Canada en statistiques

Statistique Canada
English / Français
Contactez-nous / Aide
Recherche / Site du Canada
Le Quotidien / Le Canada en statistiques / Profils des communautés / Nos produits et services / Accueil / Autres liens

Résultats de la recherche pour "Tweed"

Résultats de la recherche de nom de localité

Voici les résultats de la recherche de Tweed dans toutes les provinces et tous les territoires

Localité	Trouvé dans
Tweed	Tweed (Township), Ontario
Tweed	Tweed (Village [localité dissoute]), Ontario
Tweedside	Nouveau-Brunswick
Tweedside	(Municipal District), Alberta
Tweedside Brook	Nouveau-Brunswick
Tweedside	Parish), Nouveau-Brunswick
Tweedside	Hamilton (City - Cité), Ontario
Tweedonair	North Bay (City - Cité), Ontario

The screenshot shows the Statistics Canada website interface. At the top, there are navigation links for 'Statistique Canada' and 'Statistics Canada' in both French and English. Below this is a search bar and a navigation menu with options like 'English', 'Contactez-nous', 'Aide', 'Recherche', and 'Site du Canada'. The main content area is titled 'Faits saillants de la communauté pour : Tweed (ville (cote de l'eau)), Ontario'. It features a table with the following data:

Metric	Value	Link
Population en 2001	1,539	Population Page 2 Page 3
Population en 1996	1,572	Sc...
Variation de la population entre 1996 et 2001 (%)	-2,1	... Page 2
Superficie des terres (en kilomètres carrés)	2,38	... les et logements

A purple arrow points to the 'Population en 2001' value of 1,539. On the left side, there is a '2001' logo and a sidebar with links for 'Profil des communautés', 'ADE / GDP', and 'D'autres renseignements se trouvent au site Le Canada en statistiques'. At the bottom, there are links for 'Page d'accueil', 'Recherche', 'Contactez-nous', 'English', and 'Avis importants', along with the date 'Modifié le: 2004 06 15'.

Statistique Canada / Statistics Canada

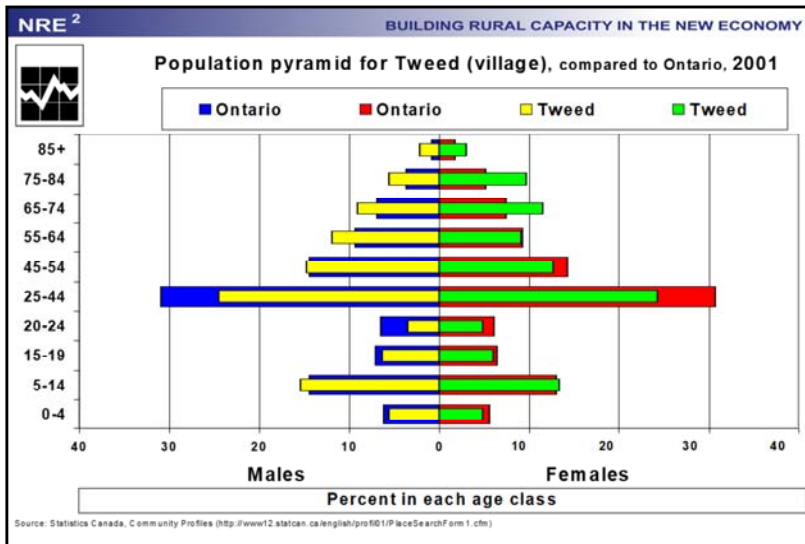
Canada

2001
Profil des communautés
AIDE / HELP

Statistiques démographiques pour :
Tweed (Village localité dissoute), Ontario

Caractéristiques	Tweed	Ontario
Population en 2001	1 539	11 410 046
Population en 1996	1 572	10 753 573
Variation de la population entre 1996 et 2001 (%)	-2,1	6,1
Total des logements privés	732	4 556 240
Densité de la population au kilomètre carré	646,6	12,6
Superficie des terres (en kilomètres carrés)	2,38	907 655,5

Caractéristiques	Tweed			Ontario		
	Total	Sexe masculin	Sexe féminin	Total	Sexe masculin	Sexe féminin
Composition selon l'âge de la population						
Total - Toutes les personnes	1 540	715	825	11 410 050	5 577 055	5 832 990
Âgées de 0-4 ans	00	40	40	671 250	343 340	327 905
Âgées de 5-14 ans	220	110	110	1 561 500	801 355	760 145
Âgées de 15-19 ans	95	45	50	769 420	394 915	374 500
Âgées de 20-24 ans	65	25	40	718 420	359 645	358 775
Âgées de 25-44 ans	380	175	200	3 518 010	1 724 535	1 793 480
Âgées de 45-54 ans	215	105	105	1 635 280	801 540	833 740



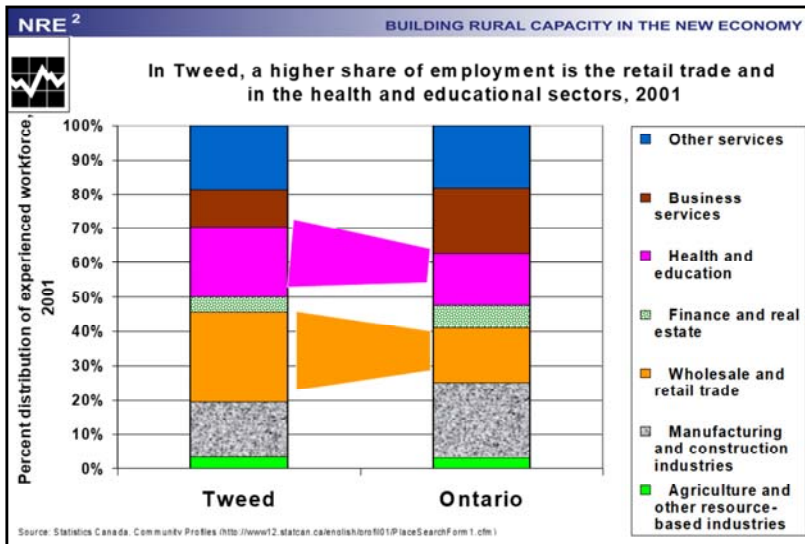
Population par catégorie d'âge

• Observations pour Tweed

- Pour l'ensemble de l'Ontario, la situation à Tweed indique:
 - Les enfants d'âge préscolaire (de 0 à 4 ans) représentent un pourcentage légèrement moins élevé que pour l'ensemble de la population
 - Les enfants d'âge scolaire (5 à 14 ans), les adolescents (15 à 19 ans), les jeunes adultes (20 à 24 ans) et les jeunes parents (25 à 44 ans) représentent tous un pourcentage nettement moins élevé que pour l'ensemble de la population
 - Les aînés (65 ans et plus) représentent un pourcentage plus important de la population

• Les effets pour Tweed

- Par rapport à l'ensemble de l'Ontario,
 - Les services de santé et de loisirs pour les aînés sont plus importants que les services offerts aux jeunes
 - Le nombre et la contribution des jeunes et des jeunes adultes à la main-d'œuvre est beaucoup moins élevés.



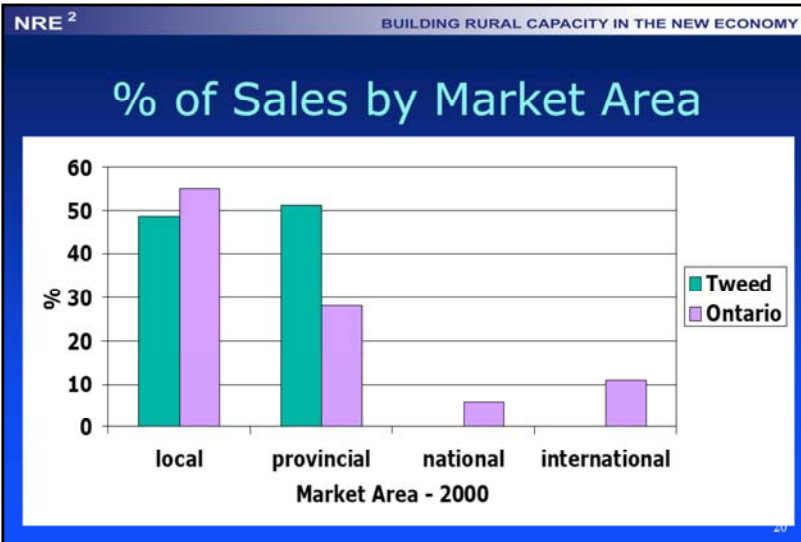
Main-d'œuvre par secteur industriel

- **Observations pour Tweed**

- Par rapport à l'ensemble de l'Ontario, la situation à Tweed indique qu'il y a:
 - un pourcentage moins élevé de personnes occupent un emploi dans la fabrication (un secteur exportable)
 - un pourcentage moins élevé de personnes travaillent en affaires (un secteur potentiel exportable)
 - un pourcentage plus élevé de personnes travaillent dans les services au détail. Tweed semble être un centre de services en raison du pourcentage relativement plus élevé d'emplois dans les services au détail. De plus, certaines ventes au détail seraient attribuables aux touristes de l'extérieur de la région et contribuent donc au secteur exportable.
 - un pourcentage plus élevé de personnes travaillent en santé et en éducation, ce qui indique que le village de Tweed répond aux besoins des personnes qui se rendent à Tweed pour obtenir des services d'éducation et de santé

- **Les effets pour Tweed**

- Par rapport à l'ensemble de l'Ontario,
 - Les secteurs exportables pour la fabrication et les affaires sont relativement modestes
 - Le taux d'emploi dans les ventes au détail, la santé et l'éducation à Tweed est tributaire de la force démographique des collectivités environnantes



Un « Profil des communautés » peut afficher

- Les tendances prévues en groupes d'âge
- Les ressources générales en matière d'enseignement / de compétences
- Le taux d'emploi dans des secteurs potentiels à la baisse et des secteurs potentiels à la hausse
- La diversité ethnique / immigrante qui pourrait être un avantage pour la collectivité

NRE² BUILDING RURAL CAPACITY IN THE NEW ECONOMY

Mode de pensée mondial : Analyse

- Utiliser des sources multiples
- Faire preuve d'imagination
- Faire des comparaisons
- Surveiller les changements
- Recueillir des renseignements

22

Mode de pensée mondial :

- Qu'indiquent les renseignements?
- À la lumière de ces renseignements, quelles stratégies devrait-on adopter? [Discussion ouverte sur les retombées stratégiques de ces renseignements.]
- NER : Avoir recours à des exemples de collectivités pour illustrer :
 - L'utilisation de multiples sources – quelles sont nos ressources et conditions actuelles? (p. ex. le profil sur la capacité du village Tweed)
 - Suggests assets that might not always be visible
 - Faire preuve d'imagination sur les ressources
 - p. ex. Ste-Paule
 - exploitation de l'anguille à partir de la chaleur thermique à Springhill
 - la fabrication de quilles à partir de pièces de contreplaqué
 - St-Clément: centre pour les enfants en difficulté
 - Lot 16 – endroit idéal pour les astronomes amateurs
 - La valeur de la comparaison (indice de connectivité mondiale - emploi) [tableaux à remplir pour certaines collectivités]
 - Identifies what is unique and what is shared
 - e.g. Tweed higher in health and education than Ontario in general (competitive advantage?)
 - Look for changes in the data (type of change)
 - Declines or increases signal changes in underlying conditions
 - e.g. Cap-St-Ignace: fewer child-based activities because smaller families
 - Set up systems for gathering intelligence of all types
 - e.g. Awano : établir de l'information sur les occasions d'affaires à l'aide de la diaspora
 - e.g. Doaktown : bulletins communautaires – échelle internationale
 - e.g. Cap à l'Aigle and use of lilac network
 -
 - Utilisation du profil : comparaison des entreprises et du commerce
 - Stratégies : désigner les entreprises locales stratégiques
 - Stratégies : désigner les occasions à exploiter (Ste-Paule et Matane – pour les écoles, les caisses de camions provenant des fermes de la Saskatchewan, la recherche à Ste-Françoise pour obtenir des occasions d'affaires internationales pour des bardeaux de cèdre)
 - Les changements relatifs au transport au fil du temps (Statistique Canada)
 - Stratégies : Les services locaux pour appuyer les banlieusards – aller-retour (p. ex. les garderies, l'épicerie, les soins des animaux domestiques, les loisirs, la large bande et l'infrastructure)
 - Stratégies : recherche des cycles – indice sur la stabilité économique
 - Inventaire sur les communications (NER)
 - Stratégies : établir de l'information sur les occasions d'affaires à l'aide de la diaspora (Awano)
 - Stratégies : bulletins communautaires – échelle internationale

Réseaux sociaux : Enjeux

- Enrichissement du savoir
- Chute des coûts d'opération
- Les jeunes quittent, les familles reviennent
- Services plus centralisés
- Nous vieillissons tous
- Le milieu rural perçu comme sécuritaire
- L'immigration se poursuit

23

Réseaux sociaux : Enjeux [Présenter après la discussion de la 2^e table ronde]

- Enrichissement du savoir
- Chute des coûts d'opération
- Les jeunes quittent, les familles reviennent
- Services plus centralisés
- Nous vieillissons tous
- Le milieu rural perçu comme sécuritaire
- L'immigration se poursuit

NRE² BUILDING RURAL CAPACITY IN THE NEW ECONOMY

Réseaux sociaux : questions

- Quels réseaux existe-t-il?
- Comment sont-ils utilisés?
- Comment pourraient-ils être utilisés?
- Quels réseaux vaut-il la peine de créer?

24

Réseaux sociaux : Questions [présenter après la discussion de la 2^e table ronde]

- Quels réseaux compte notre collectivité?
 - Entreprises
 - Secteur public
 - Bénévoles
 - Famille et amis
- Comment sont-ils utilisés pour la revitalisation locale?
 - Rattacher (à l'échelon local)
 - Raccorder (de l'échelon local à l'échelle régionale, provinciale, nationale, internationale)
 - Lier (dans les groupes traditionnels distincts : ethnies, religions, sexe, âge, etc.)
- Comment pourraient-ils être utilisés?
- Quels réseaux devrions-nous envisager d'établir?

Réseaux sociaux : Information

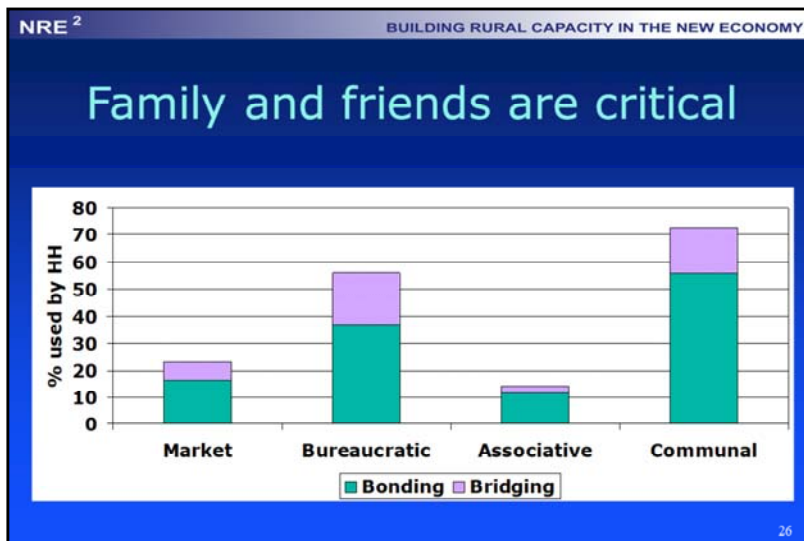
- Réseaux d'affaires
- Réseaux du secteur public
- Réseaux bénévoles
- Réseaux de famille et d'amis
- À qui se rapportent-ils? : rattacher, raccorder, lier

25

Réseaux sociaux : Information

- Réseaux d'affaires (marché)
 - Commerce d'affaires (données précédentes provenant des répertoires des entreprises)
 - Groupes d'affaires
 - Profil communautaire (p. ex. NER)
- Réseaux du secteur public (bureaucratiques)
 - Conseillers municipaux
 - Répertoire des établissements du secteur public (p. ex. NER)
 - Internet
- Réseaux bénévoles (associations)
 - Profil communautaire (p. ex. NER)
 - Dossiers et bulletins des établissements religieux
 - Babillards électroniques communautaires et répertoires des médias
- Réseaux de famille et d'amis (communs)
 - Événements communautaires
 - Dossiers et bulletins des établissements religieux
 - Réunions
- À qui se rapportent-ils?
 - Rattacher
 - Lier
 - Raccorder

population
 pop.growth
 movers
 immigrants
 educ
 language
 cont.ed
 commuting
 public trans
 priv.trans
 family structure
 ethnic diversity
 travel-work
 médias
 travel-recreation
 travel-education
 licences
 family networks
 diaspora
 markets
 voluntary groups



Levels of social support by 4 types and Origin

- Social support is only one component of social inclusion and exclusion
- Use of social support reflects:
 - Personal preferences and abilities
 - Relative levels of access to supports
 - Constraints imposed by:
 - Structures
 - Prejudice
 - Norms and entitlements
- (S) Bonding = within 30 minutes of site
- (S) Bridging = beyond 30 minutes of site
- Actual frequencies of use
 - Communal the most often used
 - Bureaucratic next
 - Communal and Bureaucratic also the most linking (note importance of weak ties)

NRE ²		BUILDING RURAL CAPACITY IN THE NEW ECONOMY		
Services: Tweed				
Services	NRE Sites (%)		Tweed	
	Canada	Ontario	In Site	< 30 min
Doctors	36	0		*
Nurses	36	25		*
Dentists	27	25	*	
Optometrists	18	0		*
VON	14	0		*
Social workers	23	25	*	
Public Health Nurse	32	0		*
Speech therapist	32	0		*

- Gathered from the 2003 Profiles inventory

NRE² BUILDING RURAL CAPACITY IN THE NEW ECONOMY

Réseaux sociaux : Analyse

- S'appuyer sur les forces
- S'appuyer sur les intérêts communs
- Réseaux de réseaux
- Le pouvoir des faibles liens

28

Réseaux sociaux :

- Que présente l'information?
- Quelles stratégies suggère-t-elle?
- NER :
 - S'appuyer sur des éléments de plus en plus forts (Cap-à-l'Aigle : des associations vers le marché)
 - S'appuyer sur les intérêts communs (comité du bassin hydrologique de Miramichi)
 - Les réseaux des réseaux s'élargissent de façon exponentielle (sur Internet)
 - Stratégies : former des réseaux dans les réseaux
 - Les gens utilisent différents réseaux (p. ex. de façon commune et bureaucratique) (l'école sert de centre du mieux-être – Springhill)
 - Stratégies :
 - Établir des réseaux à l'unisson
 - Établir des réseaux entre les divers types
 - S'appuyer sur les éléments forts
 - Le pouvoir des faibles liens (information, établissement de la confiance, occasions)
 - Stratégies : ne pas négliger les occasions ayant des rapports indirects (Carden : acquisition de terres fragiles sur le plan écologique au moyen de l'inventaire sur les oiseaux et les plantes et il existe des liens vers des groupes externes voués à l'environnement)
 - Les réseaux sociaux contribuent à la production économique
 - Stratégies :
 - S'appuyer sur les points forts
 - Créer des options transférables (porcheries de Ste-Francoise)

Resources

- www.statcan.ca -> «Profils des communautés»
- www.rural.qc.ca/cris/directories/programspr
OV
- www.ruralnovascotia.ca
 - Rural Tackle Box: links to Identifying Problems, Raising Awareness, Data sources, Using Research, Other Toolboxes

NRE² BUILDING RURAL CAPACITY IN THE NEW ECONOMY

Rural Communities Impacting Policy

DALHOUSIE University

Search This Site Search

[Get a Free Search Engine for Your Web Site](#)

- RCP Home
- Tackle Home**
- Identifying Problems
- Raising Awareness
- Become an Active Member
- Policy
- Government
- Using Research
- Community Internships
- RCP Workshops
- Sources of NS Statistics
- Other Toolboxes
- Science Shops (Community-University Links)

Rural Tackle Box

The Rural Tackle Box provides practical tools and information to help rural Nova Scotians influence and develop policy that contributes to the health and sustainability of their communities.



To use the tools, simply click on one of the topic headings contained within the menu along the side of the page.

Partners **AHPRC**   DALHOUSIE University

Website developed by **Chris Weir**

30

Sommaire

- De bons renseignements suscitent de bonnes décisions
- Tout d'abord, miser sur les décisions à prendre
- Puis, rechercher de l'information provenant de multiples sources
 - Organismes gouvernementaux et non gouvernementaux, Internet, les médias populaires, les bibliothèques
 - Connaissances locales
 - Ressources locales . . . Compétences locales . . . Connaissance des résidents . . . Recourir aux réseaux des résidents pour obtenir plus de renseignements . . . Connaissance des marchés métropolitains potentiels . . . Réunir le volet social local pour rassembler l'information afin de prendre une décision qui permettra à la collectivité d'aller là où elle veut aller . . .

NRE²

BUILDING RURAL CAPACITY IN THE NEW ECONOMY

De l'information au savoir : Trouver et utiliser les données sur l'unité communautaire


La Fondation canadienne pour la revitalisation
rurale

www.crrf.ca

Statistique Canada

www.statcan.ca



 Social Sciences and Humanities
Research Council of Canada Conseil de recherches en
sciences humaines du Canada

