

TITRE DU CHANTIER : **LE COMMERCE LOCAL**

NOM

Animateur-Rapporteur : Julie-Ève

Secrétaire :

Participants : Valérie, Jocelyne, Ginette, Diane, Nikole, Pierre, Thomas

1. ENJEUX AUXQUELS REpond CE CHANTIER

- Rétention de clientèle
- Développer un lien avec produits et producteurs
- Réseautage de ce qui existe
- Conscientisation du milieu
- Économique
- Social
- Durabilité
- Écologique

2. VISION IDEALE (INITIALE)

Quelle est la situation souhaitée, dans quelques années, lorsque le chantier aura porté ses fruits ?

- La volonté politique appuie une démarche de commerce local
- Incitatif pour ce type de commerce
- Information sur ce qui existe
- Association de marchands
- Mini centre d'achat sur la rue Commerciale
- On rejoint la diaspora
- Que le réflexe premier devienne achat local
- Produits d'ici qui n'existent pas ailleurs
- Fierté – Création LABEL Témis
- Être collectif dans notre promotion
- Mise en circuit
- Mise en valeur
- Création d'emplois
- Maintien des services
- Sentiment d'appartenance population et entreprise

3. CE QUI FREINE

Qu'est-ce qui pourrait empêcher, nuire ou compliquer l'atteinte de cette vision ou la réalisation de ce chantier ?

- Négativisme
- Milieu pauvre
- Les commerçants ne sont pas unis
- Manque de politique d'achat local
- Les achats importants ne sont pas au Témis
- Mentalité : c'est mieux ailleurs
- Illusion coûte moins cher ailleurs
- Diversité
- 47 % fuite commerciale

4. CE QUI AIDE

Qu'est-ce qui pourrait favoriser, faciliter, bonifier ou encourager l'atteinte de cette vision ou la réalisation de ce chantier ?

- Existe prise de conscience nécessité services locaux
- Maire pro-régional
- Une chambre de commerce
- Bons produits
- Un groupe de gens est déjà sensibilisé
- Lieu stratégique
- Attraites
- Gens compétents
- Service et sécurité : qualité de vie
- Vague québécois achat local
- Fierté
- Proche du milieu (accès à l'emploi, rencontres avec les gens)
- Rentabilité sociale

4. VISION IDÉALE (AJUSTÉE)

Est-ce que la réflexion du groupe sur les freins et les opportunités liés au chantier modifie la vision idéale ?

- Certaines choses sont liées à la mission de la chambre de commerce mais on peut le prendre en main
- Réflexion vers une vision unitaire
- Face à certains manques : créer moment sporadique d'achat avec magasins de Rivière-du-Loup ou Edmundston (ex. : chaussures, livres)
- Inclure le commerce de l'usagé dans la rétention d'acheteurs

TITRE DU CHANTIER : **LE COMMERCE LOCAL**

NOM

Animateur-Rapporteur : Julie-Ève Proulx

Secrétaire :

Participants : Valérie, Martine, Thomas, Yves (Gilles, Samuel, Sébastien)

1. VISION IDEALE (AJUSTÉE)

- Faire de l'achat local une priorité pour les consommateurs mais aussi pour les commerçants et entreprises
- Créer un label Témis sur tout

2. BRAINSTORMING DE SOLUTIONS

Des idées pour atteindre cette vision, pour ce chantier ?

- Développer le sentiment d'appartenance à travers l'achat de produit local
- Sensibiliser la Chambre de commerce aux enjeux de l'achat local
- Une campagne de promotion de l'achat local
- Communiqué
- Promotion / publicité
- Éduquer la population aux enjeux de l'achat local
- Sensibilisation sur l'impact de l'achat local (création d'emploi, maintien, etc.)
- Créer une association de marchands (réseautage promotion)
- Créer des coopératives pour les locaux du Témis
- Être collectifs dans la promotion de nos produits (mise en commun)
- Former une association de marchands
- Carte privilège
- Mise en valeur de ce qui est produit au Témiscouata
- Monnaie locale
- Répertoire des productions et des commerces
- Reconnaissance des organismes qui ont une politique d'achat local
- Politique d'achat local pour villes, organismes et entreprises
- Personnaliser les productions
- Inviter des marchands extérieurs à venir vendre des produits spécifiques pour combler les espaces vides (vente ambulante)
- Petits commerces de proximité sur la Commerciale
- Micro brasserie



3. RECOMMANDATIONS DE PROJETS POUR CE CHANTIER

Quelles sont les idées qui devraient devenir des projets portés par ce chantier ?

- Créer un label Témis
- Campagne de sensibilisation
- Association de producteurs et marchands
- Incitatif pour l'achat local (commerces et services locaux, producteurs locaux)
- Double campagne (commerces locaux et producteur locaux)