

DÉCEMBRE 2021
V.11 - N.2

EN COLLABORATION AVEC
COURRIER
LAVAL.com

PROFONDÉMENT
LAVALLOIS

LE MAGAZINE ÉCONOMIQUE RÉGIONAL DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LAVAL

ACHAT LOCAL

**L'ACHAT LOCAL,
UN CONCEPT BIEN
DE SON TEMPS**

Portraits des quartiers
**À LA DÉCOUVERTE DES
COEURS VILLAGEOIS**

Ville de Laval
**UNE LEÇON DE LA CRISE:
IL FAUT MISER DAVANTAGE
SUR L'ACHAT LOCAL!**



À Laval et la Rive-Nord, en commercial c'est nous!

IMMODEV
AGENCE IMMOBILIÈRE
Commercial - Industriel

Marc Vadeboncoeur | Courtier immobilier agréé, D.A.

450 975.2112 | IMMODEV.CA



Services aux entreprises

Préparer une relève qualifiée et performante

Formations sur mesure pour votre entreprise

- Découvrir Microsoft Teams et Zoom
- Stratégie pour implanter ou améliorer le télétravail
- Choix et gestion des plateformes transactionnelles
- Outils de gestion de relation clients
- Optimiser le référencement de votre site afin de propulser vos ventes
- Les meilleures pratiques en marketing numérique

450 975-6222



**COLLÈGE
MONTMORENCY**

Direction de la formation continue
et des services aux entreprises

formationentreprise@cmontmorency.qc.ca

www.fcontinue.qc.ca

4 CHRONIQUE
L'achat local, un concept bien de son temps

DOSSIER
ACHAT LOCAL

6 Un choix d'appartenance

8 PORTRAITS
DES QUARTIERS

À la découverte des cœurs villageois

10 Commerce local : comment attirer les consommateurs?

11 VILLE DE LAVAL
Une leçon de la crise : il faut miser davantage sur l'achat local!

14 PROX-COMMERCE

18 DUNAMIS 2021
Le Gala Dunamis – Un succès depuis 40 ans!

21 LE MOT DES PRÉSIDENTS

ÉDITORIAL

Un simple geste. Un impact important.

Dans l'ère où nous vivons présentement, nous parlons constamment de changement, d'évolution, de développement durable, de virage vert, que nous devons innover dans nos façons de faire et dans nos méthodes de travail, ou encore, que nous devons investir dans notre patrimoine. Tout cela nous semble parfois bien loin et hors d'atteinte à titre individuel. Toutefois, il existe un moyen bien accessible et fort simple de participer à ces changements, et ce, à l'aide d'un simple geste, et c'est en achetant localement.

En effet, en prenant la décision de s'approvisionner dans un commerce de proximité, il est possible de participer au changement et d'investir dans le développement économique de sa région. Acheter québécois, acheter local, encourager local, valoriser l'achat local etc. Il y a plusieurs façons de parler du sujet le plus populaire du moment. Mais, en réalité, ce que nous faisons en achetant local, que ce soit au niveau du simple citoyen ou d'une entreprise, c'est investir dans la pérennité de notre économie tout en modifiant, parfois, certaines de nos habitudes en faveur d'un développement durable et profitable. Acheter chez un commerçant local, augmente également le sentiment d'appartenance car il est possible de connaître l'histoire derrière les produits que l'on achète. L'expérience est optimisée et ouvre davantage la porte à la fidélisation de la clientèle, à tous les niveaux. Les entreprises d'ici génèrent plus de revenus et le fait d'acheter local augmente aussi les revenus de nos gouvernements. Ce qui ouvre la voix à davantage d'argent réinvesti dans les services pour la collectivité.

L'achat local est une bonne chose et une expérience à valeur ajoutée, mais aussi un investissement à plus long terme.

Des gestes concrets pour aider les commerçants locaux

Ayant à cœur son rôle de soutien, la Chambre de commerce et d'industrie de Laval travaille avec force afin de trouver et offrir des solutions pour contribuer au développement et à la pérennité de l'économie lavalloise. Elle garde un œil sur ce qui se passe ici et ailleurs afin d'offrir une vue d'ensemble de la situation.

Avec l'appui et le soutien de la FCCQ et du programme Mes achats à quelques pas, ainsi que de la ville de Laval, PROX-Commerce, un projet de valorisation de l'achat local, offre une campagne de promotion intensive partout dans la ville pour maximiser le rayonnement des commerces lavallois.

La campagne est visible d'un peu partout; sur les réseaux sociaux, journaux locaux et près d'une centaine de surfaces d'affichage partout à Laval.

Cette campagne de visibilité ainsi que tous les avantages qu'elle comporte sont offerts gratuitement aux commerçants.

Repérez les drapeaux aux couleurs de la campagne partout en ville et chez votre commerçant local.

PROX-Commerce
www.proxcommerce.ca

Symbiose Laval
www.ccilaval.qc.ca/symbioselaval

PROX-Industriel
www.prox-industriel.ca

Restez informé au sujet de toutes les initiatives de la Chambre, visitez le www.ccilaval.qc.ca et abonnez-vous à notre infolettre.



Mélodie Houde

Directrice des communications, CCILaval

«L'achat local est une bonne chose et une expérience à valeur ajoutée, mais aussi un investissement à plus long terme.»

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE LAVAL

1455, rue Michelin
Laval (Québec) H7L 4S2
Tél.: 450 682-5255 | Téléc.: 450 682-5735
info@ccilaval.qc.ca | ccilaval.qc.ca



5 000 copies | DÉPÔT LÉGAL
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Bibliothèque et Archives Canada
ISSN 1927-7458

Éditeur:
Rédactrice en chef:
Journalistes:

Chroniqueur:
Coordination:
Infographie:
Impression:
Ventes/Publicités:
Correction:

CCILaval
Mélodie Houde, CCILaval
Denise Proulx, Adèle Surprenant, Stéphanie Robillard-Sarganis
Naïla Houde et Jade Bergeron
Jean-François Vinet
Mélodie Houde, CCILaval
Martin Richard
Transmag TC • média
Stéphane Houle
Âtma Communication

Le magazine MAG est publié cinq (5) fois par année.

PARTENAIRES DE LA CHAMBRE



PLATINE



OR



ARGENT



BRONZE



shipmot.ca



L'ACHAT LOCAL, UN CONCEPT BIEN DE SON TEMPS

Par
Jean-François Vinet
Chroniqueur, auteur et enseignant

Depuis l'avènement du Panier bleu lancé au printemps 2020, l'idée d'acheter localement a fait du chemin. Aujourd'hui, des programmes novateurs tels que PROX-Commerce, une initiative visant à promouvoir le commerce local de la ville de Laval, trouvent un écho chez bon nombre de commerces et d'industries. Malgré cet engouement certain, il reste néanmoins encore beaucoup à faire.

Une question de motivation

De tout temps, il aura fallu de grands bouleversements pour que l'être humain daigne changer ses habitudes. Si rien dans son entourage immédiat ne justifie de modifier sa manière de faire les choses, il se contente presque systématiquement du statu quo.

Ce phénomène s'observe au cœur de la vie elle-même. Charles Darwin, illustre naturaliste et père de la fameuse théorie de l'évolution, a constaté lors de son voyage aux îles Galápagos que les espèces s'adaptaient selon le milieu dans lequel ils évoluaient, mais sur de très longues périodes, soit des milliers, voire des millions d'années.

Avec l'activité soutenue de l'homme dans un contexte d'industrialisation, les changements du milieu se font dorénavant à vitesse grand V.

En à peine quelques décennies, le climat s'est réchauffé avec une rapidité jamais vue dans toute l'histoire de l'humanité. Et les longs mécanismes qui sous-tendent l'évolution naturelle ne peuvent dorénavant plus être tenus pour seuls générateurs de changement.

Justement, l'histoire nous a appris — très récemment, d'ailleurs — que des solutions adaptées aux problèmes et aux enjeux d'une époque donnée peuvent être mises de l'avant avec une efficacité déconcertante, pour autant qu'émerge une réelle motivation de l'ensemble des intéressés.

Mondialisation

Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, la plupart des États industrialisés, ne désirant à aucun prix sombrer à nouveau dans une dépression comme celle qui a sévi dans les années 30, ont ouvert peu à peu leur économie au monde. Ainsi, au fil des ans, les pays riches comme le nôtre ont pu bénéficier d'une plus grande diver-

sité de produits tout en voyant diminuer les coûts de main-d'œuvre, tandis que les pays en voie de développement se sont vus obtenir davantage d'emplois. Mais aujourd'hui, dans la conjoncture mondiale actuelle, un tel modèle est-il encore viable?

Réveil et retour aux sources

Si la pandémie a mis en lumière les défaillances de notre système de santé, elle a aussi favorisé une prise de conscience en ce qui a trait notamment à notre manière de voir notre chaîne d'approvisionnement. Outre le fait que le transport coûte cher et contribue à l'augmentation des gaz à effet de serre (GES) responsables du réchauffement climatique, notre trop grande dépendance aux pays tels que la Chine nous place dans une situation des plus précaires. Il semble évident qu'une telle dépendance n'est plus (l'a-t-elle déjà été?) souhaitable en ces temps d'incertitude. Dans ce contexte, le retour à une économie locale prend, plus que jamais, tout son sens.



Voir à long terme

Pour réussir, c'est connu, un entrepreneur doit non seulement être en mesure de prévoir à court et à moyen terme, mais il doit surtout voir loin.

En choisissant des partenaires locaux, on s'affranchit des impondérables inhérents aux fournisseurs éloignés qui ne partagent pas notre réalité, on stimule l'économie de proximité tout en favorisant la stabilité, on augmente la qualité de nos produits tout en fidélisant une clientèle de plus en plus consciente du monde qui les entoure.

Mais surtout, on lègue une terre en meilleur état aux générations futures, on laisse un héritage à nos enfants et à nos petits-enfants.

Comme le disait Sir Winston Churchill: « Il n'y a rien de négatif dans le changement, si c'est dans la bonne direction. » Et la bonne direction, elle est juste ici.

Elle est chez nous.

« Si la pandémie a mis en lumière les défaillances de notre système de santé, elle a aussi favorisé une prise de conscience en ce qui a trait notamment à notre manière de voir notre chaîne d'approvisionnement. »

SFL
Gestion de
patrimoine

**PENSER.
AGIR.
PROSPÉRER.**

sfl.ca

Partenaire de Desjardins

Un partenaire de confiance

**ENTREPRENEURS
DE LAVAL Montez
au 710**

2540 Boul. Daniel-Johnson, bur. 710
Laval (Québec) H7T 2S3

450-686-8880

infosflnordouest@sfl.ca



«En choisissant des partenaires locaux, on s'affranchit des impondérables inhérents aux fournisseurs éloignés qui ne partagent pas notre réalité»



DIMINUER LE PRIX DE VOS LIVRAISONS



Shipmoi.ca
www.shipmoi.ca

Solutions de livraisons économiques



Transformez l'abstrait en concret
Créer une expérience en ligne incomparable pour vos clients



API et intégrations eCommerce



Inscription gratuite

(450) 622-2888



UN CHOIX D'APPARTENANCE

Par
Denise Proulx
Journaliste

Après presque deux ans à subir les soubresauts de la pandémie, comme des milliers de Québécois, les Lavallois et Lavalloises ont modifié leurs habitudes de consommation. Plusieurs adhèrent au concept de l'achat local, au grand plaisir des commerçants et du gouvernement québécois. Mais au juste, qu'est-ce que cela veut dire l'achat local, lorsqu'on l'applique au quotidien?

Sans grande difficulté, tous comprennent que l'achat local c'est choisir de privilégier des produits en provenance de nos entreprises d'ici et qui assurent un revenu à nos travailleurs. Le concept dépasse de beaucoup le fait de manger des aliments issus des fermes québécoises. C'est encourager nos créateurs, découvrir le talent et l'ingéniosité de nos entrepreneurs québécois, avant ceux d'ailleurs.

«... il s'agit d'explorer ce qui se trouve à l'intérieur de notre territoire»,

- Frédéric Choinière dans le livre

L'achat local, réflexions et conseils sur la vie en bleu.

On ne parle pas de protectionnisme ni d'une consommation repliée sur nous-mêmes, avec des produits importés mis à l'index.

L'achat local repose sur des valeurs de solidarité, l'intégration des règles du développement durable et d'économie circulaire. Ce sont des initiatives logiques et payantes en termes d'économie, d'environnement et de société.

À titre d'exemple, le Panier Bleu, lancé par le gouvernement du Québec au printemps 2020 offre dorénavant l'accès par internet à plus de 25 000 commerces et à tout près de 475 000 produits québécois. Pour la seule région de Laval, 3 000 commerçants proposent une variété infinie de produits et de rabais promotionnels, en boutique ou en ligne.

«...il s'agit d'explorer ce qui se trouve à l'intérieur de notre territoire»,

- Frédéric Choinière dans le livre *L'achat local, réflexions et conseils sur la vie en bleu.*

En fait, «il s'agit d'explorer ce qui se trouve à l'intérieur de notre territoire», écrit Frédéric Choinière dans le livre *L'achat local, réflexions et conseils sur la vie en bleu.* Selon l'auteur, il consiste à comprendre tout un écosystème qui prend soin d'une communauté.

C'est inévitablement adopter une politique des petits pas, tant pour les entrepreneurs que pour les consommateurs. C'est faire des choix plus pointus, plus engagés. En ce sens l'achat local, «c'est bien plus que de penser à notre monde», comme le suggérait le premier ministre François Legault.

C'est faire sa petite part pour diminuer les impacts des changements climatiques en modifiant de vieilles habitudes de déplacement pour privilégier les circuits courts pour les besoins du magasinage ou pour obtenir les matériaux nécessaires à la production de ses propres fabrications.

C'est pourquoi l'achat local est un maillon de l'économie circulaire. Un outil pour contrer le gaspillage des ressources. Un outil de croissance en calculant différemment le coût de ses intrants.

C'est aussi encourager nos gouvernements du Québec et du Canada à poursuivre leurs objectifs de haut standard de qualité et de respect des normes environnementales que nous nous sommes donnés comme société moderne. Faut-il rappeler que le Québec est la seule région en Amérique du Nord à avoir adopté en 2006 une Loi et un Plan d'action sur le développement durable?

DE CHEZ-NOUS À CHEZ-NOUS

ENCOURAGER UN COMMERCE D'ICI, C'EST PAYANT!
POUR DÉCOUVRIR TOUS LES RABAIS À PROXIMITÉ

PROXCOMMERCE.CA

**VOUS VOULEZ FAIRE VOIR
VOTRE COMMERCE DANS
L'ENSEMBLE DE LA VILLE?**

Devenez un commerçant
PROX-Commerce!

C'EST GRATUIT!

PROXCOMMERCE.CA

Les regroupements
**PROX
COMMERCE**
Propulsé par la CCILaval

CHAMBRE
DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE
DE LAVAL

LAVAL

MES ACHATS
À QUELQUES PAS

FCCQ





L'achat local à Laval

« C'est extrêmement important de créer une relation de proximité avec le membre. On fait travailler les gens ensemble, en synergie. (...) mais chaque regroupement est appelé à se développer en fonction de son propre ADN »

- Patrick-Claude Caron - au sujet de PROX-Commerce

Le secrétaire de la Chambre, Patrick-Claude Caron, avocat fiscaliste chez Caron Avocats et co-président du comité Prox-Commerce, rappelle que déjà avant mars 2020, le concept d'achat local s'installait dans l'esprit des commerçants du boulevard des Laurentides, grâce à une vision avant-gardiste commune entre la Chambre et la Ville de Laval. « Avec le confinement, on a immédiatement compris l'ampleur des effets sur les gens d'affaires. La Chambre s'est mise à pied d'œuvre pour trouver des solutions ».

Une des premières actions a été de renforcer les interactions dans la chaîne d'approvisionnement. « On a pris le temps de mettre en place une structure solide, une boîte avec une armature en béton, pour créer une résilience chez nos entreprises », relate-t-il.

Depuis, des commerçants des rues principales de Sainte-Dorothée, Sainte-Rose, du Boulevard des Laurentides et de Saint-Vincent-de-Paul sont interpellés de manière pro-active pour donner un visage à l'achat local.



« C'est extrêmement important de créer une relation de proximité avec le membre. On fait travailler les gens ensemble, en synergie.(...) mais chaque regroupement est appelé à se développer en fonction de son propre ADN »

- Patrick-Claude Caron - au sujet de PROX-Commerce

« C'est extrêmement important de créer une relation de proximité avec le membre. On fait travailler les gens ensemble, en synergie. C'est une partie de ce travail qui en fait un projet fascinant, car chaque secteur se développe en fonction de ses caractéristiques propres et des individus qui composent ce noyau commercial. On applique certains ingrédients communs, mais chaque regroupement est appelé à se développer en fonction de son propre ADN », explique Patrick-Claude Caron.

Les efforts déployés visent à ancrer ces nouvelles manières de vivre dans le temps. Des animations, des campagnes promotionnelles, des activités spécifiques à chacun des secteurs seront lancées au cours des trois prochaines années pour qu'ils deviennent une destination pour les consommateurs. « On se documente, on consulte, on est en pleine ébullition sur un grand nombre de points », poursuit Patrick-Claude Caron.

Le co-président du comité Prox-commerce ne cache pas que la Chambre veut être un leader en développement durable et en économie circulaire. Elle a compris que l'achat local en est un pilier essentiel.

« J'encourage la population à prendre 5 minutes pour étudier la carte [interactive] et voir les offres de nos commerçants, dans le cadre de notre campagne actuelle. C'est enlevant et ça donne le goût d'aller les visiter. C'est une action qui va être extrêmement plaisante, conforme au temps des fêtes que l'on aime », conclut-il.

EM

ESPACE MONTMORENCY

ESPACE BUREAUX DISPONIBLES



LE 9 À 5 RÉINVENTÉ.

Groupe
Sélection

MONTONI

FONDS
Immobilier de solidarité FTQ

À LA DÉCOUVERTE DES CŒURS VILLAGEOIS

Portraits des quartiers, par Stéphanie Robillard-Sarganis - Blogueuse de Ma Banlieue et blogueuse officielle de la Campagne PROX-Commerce, Mes achats à quelques pas.

Les derniers mois nous auront à la fois découragés et rendus plus forts. J'écris ces quelques mots, à peine quelques semaines suivant le Gala Dunamis et c'est ce même message qui nous a été répété par l'ensemble des lauréats de cette quarantième édition. Ces derniers se sont succédés sur la scène, le trophée bien en vue, pour remercier tous ceux qui les auront épaulés durant cette rude épreuve sans oublier de partager le courage et la force qui les poussèrent à se relever.

La campagne Mes achats à quelques pas ne pourrait être déployée à un meilleur moment. Les allègements des dernières semaines et le temps des fêtes qui arrive à grands pas auront gardé nos commerçants bien occupés. Des mois passés à se réinventer pour un retour aux sources grandement anticipé. Les clients auront certes abondamment magasiné en ligne mais je peux témoigner du retour en force de ces derniers dans les restaurants et les commerces de proximité. Michael Bublé joue en boucle, les sapins sont montés, les lumières éclairent nos artères principales qui bourdonnent de gens festifs et heureux de finalement se retrouver. Initiative de la Fédération des chambres de commerce du Québec et propulsée par la Chambre des commerce et d'industrie de Laval, la campagne Mes achats à quelques pas bat son plein dans les nombreux commerces de l'île. Bien que cette dernière ait une des offres les plus riches et diversifiées de la province, la première édition de cette campagne a visé quatre quartiers de Laval qui seront mis en valeur et ce, jusqu'au 25 décembre 2021. La grande majorité de ma vie, je l'ai passée en tant que fière insulaire et j'ai eu la chance de vivre de magnifiques moments dans chacun des quartiers ciblés soit St-Vincent-de-Paul, Ste-Rose, Ste-Dorothée et Pont-Viau, dans le coin du boulevard Des Laurentides où je dévorais des romans dans l'autobus qui m'amenait au terminus Henri-Bourassa à une époque où notre métro n'était qu'à l'étape des pourparlers.

PONT-VIAU – BOULEVARD DES LAURENTIDES



J'ai parcouru ce boulevard, du nord au sud, alors que j'habitais encore chez mes parents à Auteuil. J'embarquais au coin de St-Saëns et sonnais la cloche tantôt à Vimont pour des soirées chez des amis, tantôt au bout de la route pour un arrêt obligé au terminus. Quand je n'avais pas le nez plongé dans un bouquin, j'observais les commerces, zieutais les restos et prenais en note les adresses à visiter. Quartier en pleine effervescence, Pont-Viau n'est plus qu'une transition vers la métropole mais un arrêt incontournable pour des produits locaux et des repas copieux. La diversité est au rendez-vous; vous y trouverez des commerces proposant une offre alimentaire unique, des bâtisses abritant la même boutique depuis plus de 30 ans sans oublier les petits nouveaux récemment installés qui amènent avec eux un vent de fraîcheur pour ce quartier.

Les Insulaires Microbrasseurs ont pris d'assaut Pont-Viau, il y a de cela tout juste 3 ans. Rapidement devenus ambassadeurs de leur quartier d'adoption, le couple d'entrepreneurs Marilène Barale et Guillaume Ouimet ont gagné leur pari soit celui de transformer l'ancien bar du coin en un lieu rassembleur pour les familles avoisinantes.

« Quand la pandémie a frappé et que nous avons dû fermer nos portes, les gens du quartier étaient tous au rendez-vous. Nous avons reçu des lettres manuscrites, des courriels de support sans oublier toutes les commandes pour emporter de nos voisins qui nous ont littéralement sauvés. C'est aussi ça la réalité d'un commerce de proximité; une relation de confiance réciproque et nécessaire et ce, autant quand ça va bien que lorsque le ciel nous tombe sur la tête. » Marilène Barale, copropriétaire des Insulaires Microbrasseurs

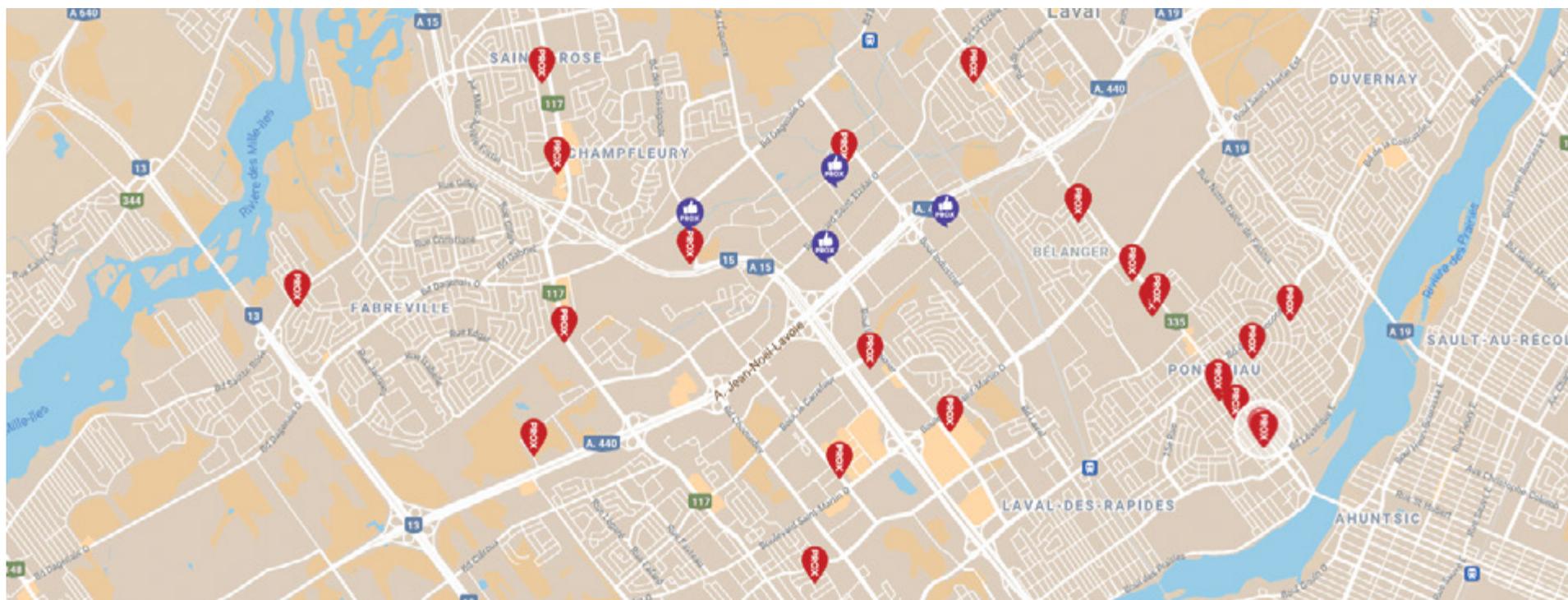
Pont-Viau a développé, au cours des dernières années, un fort sentiment d'appartenance de ses citoyens envers leur quartier et plusieurs initiatives en sont nées dont le groupe RUI Pont-Viau, fondé et mené de front par ces derniers. Cet esprit de famille transparait jusque dans les différents commerces qui incluent des produits locaux dans leur menu ou qui en font la promotion sur leurs tablettes dont le marché de Noël éphémère de l'épicerie Alterrenative qui propose un vaste éventail d'items d'ici, parfaits pour le bas de Noël.

SAINT-VINCENT-DE-PAUL



Saint-Vincent-de-Paul a été le quartier qui m'a servi de tremplin vers ma vie d'adulte. J'y ai résidé durant quelques années, j'y ai vu naître bon nombre de commerces et adopté plusieurs d'entre eux. Situé dans l'est de l'île, Saint-Vincent-de-Paul est un des plus beaux quartiers de la région lavalloise. Son histoire, ses bâtiments datant d'une certaine époque et ses espaces ludiques spécialement aménagés pour la marmaille du coin font de ce quartier un endroit idéal pour y élever ses enfants en toute quiétude.

Vous y trouverez, entre deux arbres matures et un site patrimonial, des commerces issus de la diversité comme Le Uptown, restaurant proposant un menu typique congolais, le Vieux-Four, institution établie du quartier offrant de la pizza cuite au four à bois ou encore le Yalla Taouk qui nous offre le meilleur du Liban! Tous ces excellents restaurants ne pourraient si bien nous nourrir si ce n'était des ingrédients frais qui garnissent leurs garde-mangers. Saviez-vous que Saint-Vincent-de-Paul est également le fier quartier de l'entreprise Les Champignons, située en plein cœur du quartier industriel et qui produit les meilleurs champignons de la région. Ouverte au public et maintenant distributrice dans plusieurs épiceries de la région, la ferme urbaine lavalloise spécialisée dans la fungiculture et entreprise familiale est en pleine ascension: « Notre plus grand défi est de contrôler la demande de notre produit assez unique au Québec. Nous débutons la distribution au moment où on se parle et sommes déjà dans plus de 25 épiceries (ce but était fixé pour mars 2022 et en moins de 2 semaines nous avons dépassé cet objectif) un peu partout au Québec ainsi que dans plusieurs restaurants; la demande croît à une vitesse vertigineuse! » racontait Annie Fournier, copropriétaire de l'entreprise Les Champignons et fière ambassadrice lavalloise.



STE-DOROTHÉE



Il y a un je-ne-sais-quoi de très spécial et de nostalgique quand on se rend dans les commerces de proximité pour y acheter des produits frais et locaux. Avec plus de 30% de son territoire en zone agricole, Laval est de loin une des régions les plus propices à l'achat local. La saison estivale explose de touristes et de lavallois qui se déplacent dans les différents quartiers de l'île dont Ste-Dorothée pour y faire leurs emplettes hebdomadaires. L'autocueillette de tulipes et de tournesols au printemps, de cucurbitacées à l'automne sans oublier les serres qui regorgent de poinsettias en hiver ne nous donnent pas trop le temps de nous ennuyer.

Le quartier Ste-Dorothée est reconnu pour sa richesse agroalimentaire, ses grands espaces et ses boutiques hors-pair. Les convives se dirigent régulièrement dans l'ouest de la ville pour une bouffe en bonne compagnie et Gabrielle Dougnon, propriétaire de l'Antre-Nous Crêperie Bistro peut témoigner de l'engouement pour ce quartier. Anciennement situé dans le Vieux Ste-Dorothée, le restaurant a dû se trouver un nouveau local, toujours à Ste-Do, ayant une plus grande superficie afin d'y accueillir l'ensemble de sa clientèle. Comme l'ensemble des entrepreneurs de la région, Gabrielle est en constante de recherche de main d'œuvre qualifiée pour son commerce mais n'est pas au bout de ses peines et se dit fière du travail accompli et de la résilience de son équipe : « Ma plus grande fierté est de continuer à servir nos clients à la hauteur de nos standards et ce, de l'accueil de nos clients en passant par le service et la qualité des plats que nous leur servons. Une campagne comme Mes achats à quelques pas est essentielle et nous permet de grandir en plus de ramener les clients dans les commerces de proximité et les artères principales, ce qui est plus que primordial en cette période de relance économique ».

STE-ROSE



Tous ont été durement touchés dans les derniers mois mais certains ont poussé la barre de l'audace et ont décidé de se lancer en affaires au moment où on recommence à se pointer le bout du nez à l'extérieur. Nos sens sont à nouveau émoussés par les effluves de pain frais du boulanger du coin, par les feux extérieurs des cours arrières et les fous rires des groupes d'amis qui boivent du rouge et trinquent à leur santé. Le quartier Ste-Rose a tout récemment accueilli Isabelle Sauriol, cheffe et propriétaire de Mam'zelle Joséphine, chocolaterie de quartier qui a rapidement été adoptée par les résidents du coin.

« Je voulais créer un environnement accessible pour tous ; du monsieur qui a cinq dollars à dépenser par mois à la cliente qui veut gâter ses employés pour Noël. Chacun d'entre eux est précieux pour mon équipe et moi, et c'est un privilège de pouvoir leur offrir des produits d'une grande qualité tout en les interpellant par leur prénom. Avoir un commerce sur le boulevard Ste-Rose, c'est aussi avoir un pied dans le passé de la région, une vue imprenable sur cette artère principale et un contact direct avec les clients qui nous demandent quelles sont nos nouveautés alors que nous sommes encore en ouverture graduelle » - Isabelle Sauriol, propriétaire de Mam'zelle Joséphine

Nouvelle membre de la famille du Vieux Ste-Rose, Isabelle joint son talent aux nombreux commerces de proximité, tous reconnus pour la qualité de leurs produits et le cachet de leurs boutiques ayant pignon sur rue. C'est indéniable, une petite marche sur le boulevard Ste-Rose, café en main et croissant dans l'autre, a de quoi de très romantique. Les lumières de l'église, les passants qui se saluent et les liens tissés serrés entre les commerçants et leurs clients. Partez à la découverte de ces quatre quartiers prisés de notre belle région, repérez les drapeaux et les bannières et n'oubliez pas de balayer les codes QR pour un accès privilégié à la carte interactive qui vous mènera vers tous les commerces de proximité participant à la campagne Mes achats à quelques pas.

COMMERCE LOCAL : COMMENT ATTIRER LES CONSOMMATEURS?

Par
Adèle Surprenant
Journaliste

Si l'achat local est une tendance à la hausse chez quatre Québécois sur cinq depuis le début de la pandémie, d'après un sondage de la firme Navigator, les commerces locaux continuent à faire face à la compétition féroce des multinationales et des grandes surfaces. Entrepreneurs, soyez rassurés! Il existe des stratégies pour attirer les consommateurs vers vos commerces et fournisseurs locaux.

Avec l'achat local, tout le monde est gagnant: il favorise la création d'emploi et stimule l'économie, dont les retombées profitent à l'ensemble de la société. Mais le prix souvent plus élevé des produits et services « Made in Québec » peut refroidir certains consommateurs.

D'après Laurie Fossat, directrice des opérations pour Le Panier Bleu, les commerçants locaux doivent donc « miser sur leurs forces et sur leur saveur distinctive, ne pas essayer de se fondre dans la masse et de copier-coller des modèles », que pourrait réaliser une grande entreprise avec des moyens plus importants.

Valoriser la communauté

« On remarque que, souvent, les commerçants ne mettent pas de l'avant leur fierté locale québécoise », affirme Mme Fossat. Selon elle, les consommateurs cherchent à développer un sentiment d'appartenance avec les commerces qu'ils fréquentent. « C'est ce qui donne envie d'y retourner! », soutient-elle.

Pour se distinguer, les commerçants peuvent aussi parier sur l'adhésion à des valeurs globales en insistant sur les dimensions éthique et écologique de l'achat local. Elles donnent au consommateur l'impression d'appartenir à quelque chose de plus grand et peuvent aider à légitimer une facture plus élevée.

Les réseaux sociaux jouent également un rôle majeur dans l'attraction et la rétention de la clientèle. « Avoir une bonne synergie en ligne, ça permet de garder le client dans notre boucle » et de nourrir une communauté d'utilisateurs susceptibles d'avoir une présence en magasin, croit William Dupont, conseiller en commerce intelligent au Cercle api.

Maximiser les avantages du numérique

Actif à Laval, le Cercle api a pour mission d'« accompagner les commerçants dans leur transformation numérique pour favoriser l'achat local », souligne M Dupont.

Le secret d'une entreprise qui fonctionne? « C'est toujours de réduire le plus possible les irritants du consommateur », dit-il, encourageant les commerçants à « réfléchir à des solutions collectives plus qu'à des solutions d'attraction à l'échelle individuelle ».

Parmi les initiatives mises de l'avant par M Dupont et ses collègues, on compte la prise de rendez-vous en ligne pour les entreprises de prestation de service, qui permet de diminuer le temps d'attente en magasin. Les données



récoltées sur le client durant la prise de rendez-vous peuvent ensuite être recyclées pour l'envoi de courriel promotionnel, favorisant la fidélisation des clients.

La fidélisation peut aussi être consolidée par un service après-vente personnalisé et l'utilisation de cartes de fidélité numérique, qui permettent de récompenser les consommateurs pour leur loyauté et les encouragent à répéter l'expérience d'achat.

Autre astuce afin de réduire les délais de livraison, particulièrement longs pour les achats du temps des fêtes et sur les plateformes de magasinage en ligne: « encourager la cueillette dans les commerces de proximité », propose Laurie Fossat. Le « click and collect » permet aussi de réduire les frais, un avantage non négligeable pour les consommateurs aux listes interminables de cadeaux de Noël!

Penser le « B2B » à l'ère de la pandémie

Les mêmes principes s'appliquent au « Business to business » (ou « B2B »), d'après William Dupont: « réduire les irritants et simplifier l'achat », voilà tout!

L'approvisionnement à l'étranger a été compliqué par le contexte pandémique et les entrepreneurs d'ici savent désormais qu'ils ne sont pas à l'abri d'une pénurie. Pour s'en prémunir, quoi de mieux que de mettre fin à la dépendance aux fournisseurs étrangers en choisissant de s'approvisionner localement?

Ainsi, même si la capacité de production au Québec est limitée, les entreprises qui souhaitent tremper dans le B2B peuvent miser sur d'autres atouts: savoir bien s'entourer et se faire connaître en participant à des activités de réseautage, en adhérant à des associations de commerçants ou en collaborant avec le réseau des Chambres de Commerce, par exemple.

Si c'est votre cas, n'hésitez pas à avoir recours à la publicité géolocalisée pour viser spécifiquement les consommateurs à proximité. Remplacez la localité au centre de votre culture d'entreprise, en passant par des initiatives telles qu'un réseau de monnaie locale numérique, par exemple. Surtout, gardez en tête qu'il faut offrir un produit ou un service différent, quelque chose qui vous distingue des plus grandes entreprises, mais aussi des autres commerces locaux.

défi Concours québécois en entrepreneuriat
osentreprendre^{MD}
LAVAL

24^e
édition

Propulsez votre entreprise.

Inscrivez-vous d'ici le 15 mars 2022, 16 h | osentreprendre.quebec

800 000 \$ en prix au Québec

- Scolaire
- Réussite inc.
- Création d'entreprise
- Faire affaire ensemble

Besoin d'aide pour vous inscrire?

450 978-5959
lavaleconomique@laval.ca

Responsable régional



Développement économique

UNE LEÇON DE LA CRISE: IL FAUT MISER DAVANTAGE SUR L'ACHAT LOCAL!

Par
Laval économique

Il y a à peine plus de 20 mois, la crise provoquée par la COVID-19 frappait de plein fouet. Laval n'y a pas échappé. Elle a toutefois su reprendre son élan économique rapidement grâce notamment à une remarquable mobilisation de ses partenaires d'affaires. Sous le leadership du Service du développement économique, ils ont ensemble préparé un plan de relance : Laval, capitale des opportunités qui traçait la voie à suivre pour juguler la crise et en préparer les lendemains.

Opération réussie à ce jour : les signes vitaux de l'économie lavalloise sont revenus à leur niveau pré-pandémie et même les surpassent.

Une des clés de cette réussite s'est avérée l'achat local et responsable, un des axes identifiés visant à stimuler l'économie vers une création de richesse immédiate. Du même souffle, on soutenait le secteur du commerce de détail et de gros si important dans l'économie de Laval avec ses quelque 42 200 emplois, sa part de 17% du PIB estimée, en plus de sa valeur foncière. Les fermetures temporaires des entreprises et des commerces ainsi que les ruptures dans les chaînes d'approvisionnement mondiales ont accéléré la sensibilisation vers une plus grande autonomie du territoire.

L'idée de valoriser davantage le potentiel de nos commerçants et fournisseurs s'est imposée rapidement. Nous avons aussi déjà constaté, bien avant la pandémie, le besoin croissant de prendre le virage au numérique. Malheureusement, encore trop d'entreprises tardaient à l'entreprendre, selon Lidia Divry, directrice du Service du développement économique de la Ville de Laval.

La crise leur a toutefois rappelé que le statu quo est de plus en plus intenable. Les anciens modèles d'affaires ne tiennent plus la route ou nécessitent une réflexion en profondeur. Dans le secteur du commerce en particulier, l'accélération des transactions en ligne change la donne considérablement. Les entreprises n'ont guère plus le choix que de passer à l'action pour demeurer concurrentielles et survivre. Encore faut-il savoir comment s'y prendre.

Les réponses n'ont pas tardé à émerger. Dans le cadre du plan de relance, près de 800 mille dollars est consacré à la mise en œuvre de diverses initiatives visant un commerce local mieux reconnu et dynamique, résolument engagé dans une nécessaire transformation numérique.

Achetons plus ici (API)

La forte poussée du commerce électronique depuis quelques années déjà, mais tout particulièrement dans le contexte de la pandémie, démontre clairement que susciter l'achat local passe par le numérique. Laval économique en collaboration avec le Centre québécois d'innovation en commerce, a mis en place l'initiative Achetons plus ici (API) pour épauler les commerçants dans leur virage numérique de manière à faire rayonner davantage les produits et les solutions d'ici.

Les retombées à ce jour montrent à quel point les commerçants lavallois ont bien répondu. Près de 3 000 entreprises ont été rencontrées ou rejointes. Une cinquantaine ont exposé leurs produits dans un local dédié, le Cercle API, et certaines ont même mené des séances de liveshopping!

Mon commerce en ligne

Soucieuse de soutenir encore davantage le virage numérique de son important secteur du commerce de détail, Laval est devenue la première ville au Québec à signer un partenariat stratégique avec l'Association québécoise des technologies (AQT) dans le cadre du programme Mon commerce en ligne. Ce partenariat a notamment pour objectif de faciliter l'accès au programme à 250 détaillants lavallois pour les initier et leur permettre d'amener leurs activités commerciales en ligne et leur transformation numérique à leur plein potentiel.

Dans ce cadre, chaque commerçant bénéficie de : 4 heures de coaching de l'École des entrepreneurs du Québec, 10 heures d'accompagnement par un conseiller spécialisé, une formation adaptée à sa situation, ainsi qu'un accès à une plateforme afin de dresser un bilan numérique, enrichir ses connaissances et mettre en œuvre des actions planifiées.

Réseau de casiers connectés

En complément, Laval Innov va déployer dans la prochaine année le concept de casiers connectés. Comment cela fonctionne? Les achats des consommateurs effectués auprès de commerces de proximité seront livrés gratuitement dans une douzaine de casiers électroniques de 20 portes chacun positionné stratégiquement dans un quadrilatère de 10 km carrés au centre-ville de Laval. La distribution des paniers se fera par transport entièrement électrique et sera sans frais pour les commerçants et les consommateurs. Ces derniers pourront ramasser leurs paniers de manière sécuritaire et facile, 24/7.

Saveurs de Laval

On le sait, le secteur agroalimentaire tient une place importante dans l'économie lavalloise. Ainsi, dans le cadre des travaux de la Table de développement agroalimentaire de Laval, on compte miser encore davantage sur un label qui a déjà fait sa marque sur le territoire, Saveurs de Laval. Une bonne façon de mettre en valeur le réseau de quelque 40 kiosques fermiers du territoire.

Par ces initiatives, nous transformons l'enjeu en une opportunité en profitant de notre proximité et en accompagnant les commerçants dans la révision de leur modèle d'affaires. De cette manière, nous contribuons à maintenir notre secteur du commerce en meilleure santé et à le mettre en valeur sur des bases durables. Avec nos partenaires, nous allons clairement dans la direction souhaitée. Laval économique est la porte d'entrée pour accompagner les entreprises à identifier des solutions à leurs défis conclut Lidia Divry.



Développement économique

Lavaleconomique.com

lavaleconomique@laval.ca

450-978-5959

**Remplir les bas de Noël.
En magasinant à pied.**

Achetez local.

 laval.ca, sous Affaires / Achat local



Un appel à la générosité des entreprises lavalloises :

En 2021, plus de 11 000 citoyens ont fait appel au service d'aide alimentaire du Centre de bénévolat et moisson Laval (CBML). Par mois, il s'agit de plus de 100 familles lavalloises qui bénéficient de nos services.

La 37^e campagne de Paniers de Noël du CBML est entamée. Étant notre plus importante campagne de l'année, elle s'inscrit dans cette volonté de permettre d'offrir à quelque 2 300 familles lavalloises un panier de denrées équivalent à une épicerie d'une semaine.

Jusqu'à la fin de décembre, les entreprises lavalloises sont invitées à réaliser au sein de leur environnement de travail, une campagne participative de collecte de dons à l'effigie de notre campagne de paniers de Noël. Faites de votre entreprise, une organisation ancrée dans sa communauté et créer votre propre collecte de fonds au profit de notre campagne annuelle ! Communiquer avec nous à l'adresse suivante : philanthropie@benevolatlaval.qc.ca

Nous vous accompagnerons à réaliser votre campagne participative en créant pour vous un formulaire de don en ligne à l'image de votre entreprise. Vous aurez l'occasion de voir en temps réel les dons monétaires amassés. Grâce à notre plateforme, chaque donateur recevra automatiquement par courriel un reçu de charité officiel du CBML.

Soyez fiers de contribuer, par votre générosité, aux repas du temps des fêtes de familles lavalloises dans le besoin.

Pour un don rapide, c'est par ici!



Fierement propulsé par:



Symbiose Laval,

UNE AUTRE FAÇON DE VALORISER LES ÉCHANGES À L'ÉCHELLE LOCALE



Symbiose Laval, un projet en économie circulaire de la Chambre de commerce et d'industrie de Laval, vous accompagne et vous aide à vous développer pour être plus rentable et profitable.

En effet, en intégrant l'économie circulaire dans votre modèle d'affaires, vous améliorez la conception de vos produits, développez de nouveaux services et de nouvelles façons de faire tout en réduisant au maximum les matières qui n'ont pas valeur ajoutée. Tout cela, en favorisant les échanges locaux.

Pourquoi participer au projet?

Participer au projet Symbiose Laval, c'est se donner l'occasion de se mobiliser et de prendre un virage durable qui améliorera votre environnement mais aussi celui de vos employés et de la communauté d'affaires lavalloises.

L'implantation de pratiques durables apportent aux entreprises des avantages concurrentiels et financiers importants, en voici quelques-uns :

- Une reconnaissance de gestionnaire écoresponsable
- Des coûts de levées de conteneurs diminués
- Des coûts de production revus à la baisse, etc.

L'intérêt pour les entreprises envers cette nouvelle forme d'économie est donc grandissant.

Ayez l'esprit ouvert et soyez déterminé.

Symbiose Laval, avec le soutien de ses partenaires, vous aidera à prendre connaissance de toutes les possibilités de l'économie circulaire et vous aidera à entamer un virage vert tout en le rendant stimulant.

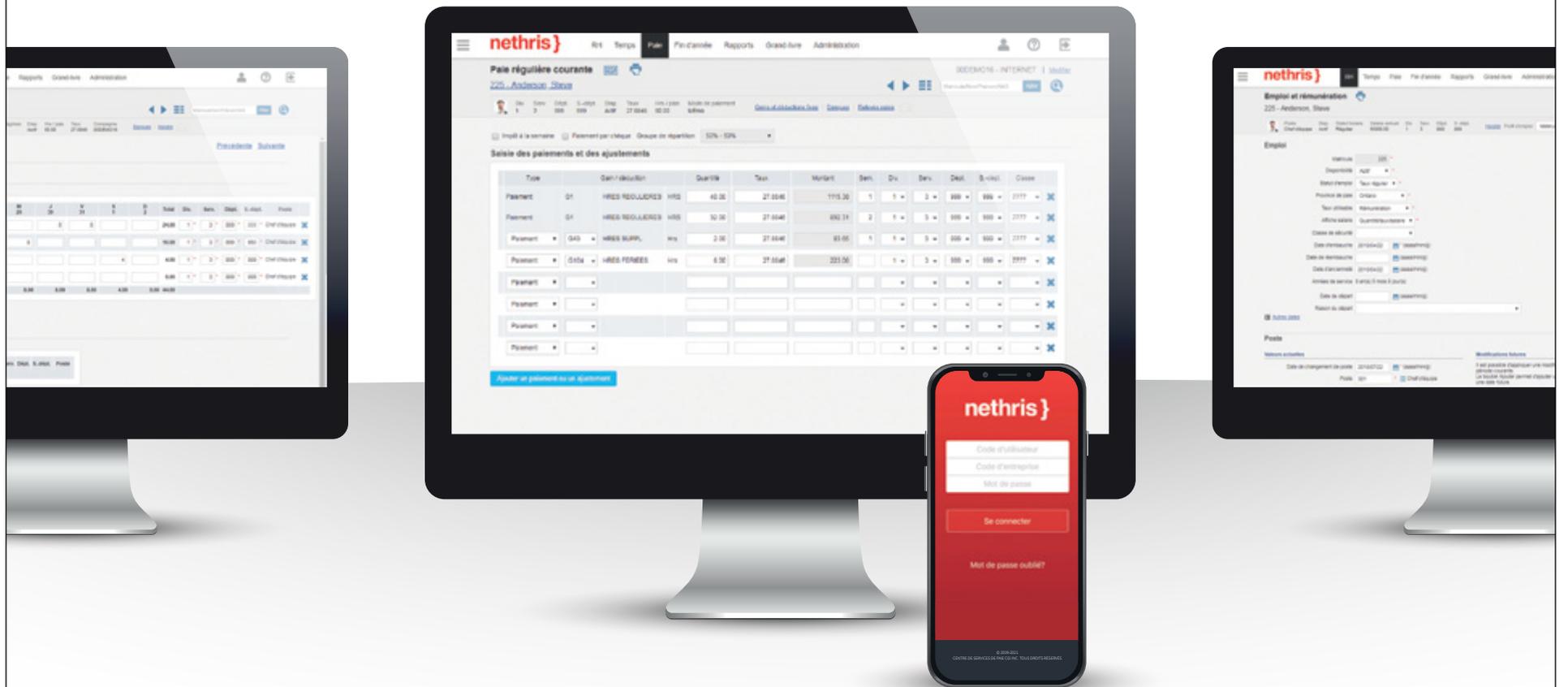
Commencer maintenant à penser différemment

« On remarque que, souvent, les commerçants ne mettent pas de l'avant leur fierté locale québécoise », affirme Mme Fossat. Selon elle, les consommateurs cherchent à développer un sentiment d'appartenance avec les commerces qu'ils fréquentent. « C'est ce qui donne envie d'y retourner! », soutient-elle.

Le projet peut compter sur des partenaires tels que le Ministère de l'Économie et de l'Innovation (MEI), la ville de Laval, Desjardins entreprises et Rousseau Lefebvre. Tous unis dans un objectif commun; vous aider et vous accompagner dans l'adoption de pratiques d'affaires plus vertes, plus durables et profitables.



Solutions tout-en un de gestion de la paie et des employés pour les PME



- ✓ Démarrage rapide
- ✓ Facile à utiliser
- ✓ Abordable
- ✓ Sécuritaire
- ✓ 100% canadien
- ✓ Accès 24/7

Chez Nethris, notre mission est de soutenir votre entreprise. Nous vous offrons des solutions infonuagiques qui vous aident à gérer vos employés et leur paie, à distance et en toute sécurité. Nous créons des outils vous permettant de bénéficier des subventions gouvernementales, de produire des relevés d'emploi et de réembaucher facilement vos salariés. En ces temps difficiles, les experts de Nethris vous accompagnent.

nethris } Le savoir-faire en gestion du capital humain^{MC}

1 888 650-6291 | nethris.com/ccilaval



DE
CHEZ-NOUS
À CHEZ-NOUS
PROXCOMMERCE.CA

JOIGNEZ-VOUS À LA COMMUNAUTÉ PROX-COMMERCE

ET PARTICIPEZ ACTIVEMENT À LA
PROMOTION DE L'ACHAT LOCAL À LAVAL!

La Chambre de commerce et d'industrie de Laval soutient les commerces lavallois. Son initiative PROX-Commerce, jumelée à la vaste campagne de promotion d'achat local Mes achats à quelques pas, sert à mettre de l'avant l'importance de l'économie lavalloise en valorisant les cœurs villageois et en offrant une vitrine de visibilité accrue aux commerces de proximité de l'écosystème lavallois. L'initiative permet également de regrouper les commerces locaux et d'en faciliter l'accès et la découverte en plus de créer des liens entre commerçants et d'améliorer l'expérience utilisateur.

La vaste campagne de promotion de l'achat local, offerte gratuitement aux commerces de Laval, se déroule du 10 novembre au 23 décembre 2021.

**VOUS AVEZ
DES QUESTIONS?**



Contactez
Caroline Bastien, Chargée de projet
T. : 450 543-2527
cbastien@ccilaval.qc.ca

LES AVANTAGES

Une visibilité accrue par le biais de divers outils aux couleurs de la campagne

À LAVAL J'ENCOURAGE LOCAL
DE CHEZ-NOUS À CHEZ-NOUS
MON QUARTIER, MA DESTINATION

L'affichage aux couleurs de la campagne inclut :

- Abrisbus (1) • Panneaux de route (2)
- Affiches sur les autobus • Colonnes de rue (3)
- Affiches dans les stations de métro de Laval
- Campagne de promotion sur les médias sociaux et sur le web (4)

ET, POUR LES AMBASSADEURS
LOCAUX QUI PARTICIPENT
ACTIVEMENT AU PROJET :



La destination affaires de Laval.

palacereception.com

 **Palace**
CENTRE DE CONGRÈS

PROMOUVOIR UNE EXPÉRIENCE LOCALE ET AUTHENTIQUE QUI FAIT LE CHARME DE LAVAL.

Devenez un ambassadeur de l'achat local et soyez remarqué partout en ville !

Deux types de participation possibles



Le commerçant PROX-Commerce

Ce type de participation s'adresse aux commerces locaux qui veulent être mis en valeur en s'associant à la campagne et bénéficier de la visibilité offerte ainsi que de tous les avantages.



Le collaborateur / diffuseur

Ce type de participation s'adresse à ceux qui désire encourager les commerces de proximité et valoriser l'achat local.
Ex. : manufacturier, industriel etc.

Des sacs en papier recyclables



Un autocollant de fenêtre avec code QR



Une bannière plume pour votre commerce qui encourage l'achat en boutique

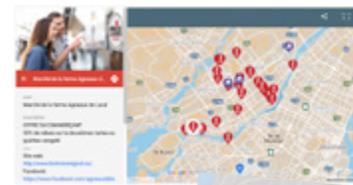


Une signature à ajouter à votre page web, vos courriels et vos réseaux sociaux.



L'identification de votre commerce sur la carte Google interactive de la campagne

(également accessible via un code QR)



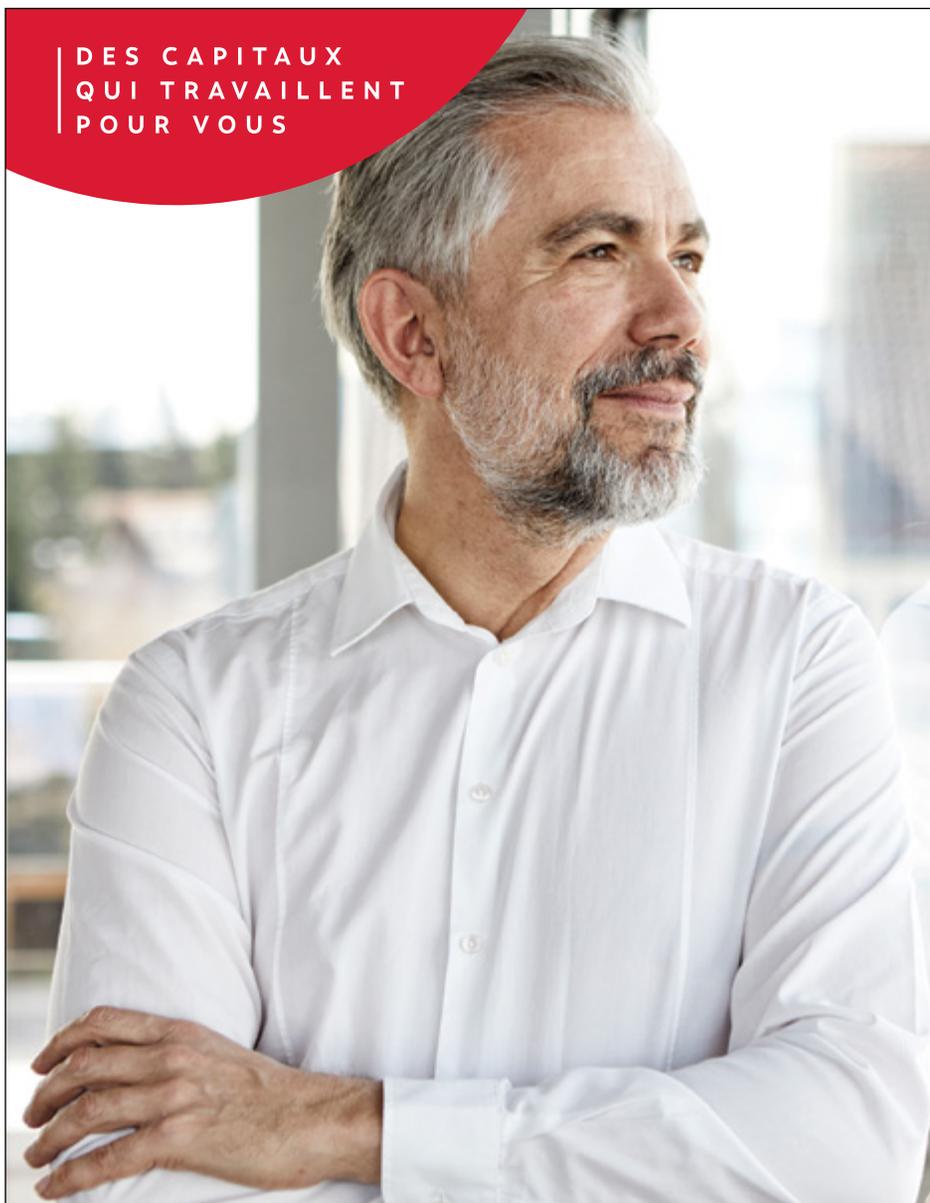
Une blogueuse qui fait la tournée des quartiers lavallois pour promouvoir l'achat local et mettre en valeur vos commerces



Une affiche aux couleurs de la campagne



DES CAPITAUX
QUI TRAVAILLENT
POUR VOUS



SERVICES BANCAIRES COMMERCIAUX DE LA BANQUE SCOTIA

Résolus à vous aider à donner vie à votre vision d'affaires.

Nous amenons des débouchés aux entreprises et les aidons à réussir. Nos spécialistes des services bancaires aux entreprises possèdent une expertise sectorielle diversifiée et offrent des solutions personnalisées pour soutenir la croissance à long terme de votre entreprise.

François Gingras

Premier directeur et chef de groupe
Services aux entreprises
Région de Laval et Rive-Nord
514.823.4931
francois.gingras@scotiabank.com

banquescotia.com/servicesauxentreprises

MD Marque déposée de La Banque de Nouvelle-Écosse.

Banque Scotia

PROX-COMMERCE, VU PAR LA JEUNE RELÈVE D’AFFAIRES

Avoir un regard nouveau et parfois différent nous permet d’innover et d’avancer. La CCILaval est heureuse d’encourager la jeune Relève d’affaires car ils sont les piliers de demain.

Dans le cadre de la campagne PROX-Commerce, Mes achats à quelques pas, la CCILaval a été approchée par deux étudiantes en journalisme. Ayant à cœur l’économie québécoise, elles désiraient écrire sur le sujet afin de sensibiliser les jeunes, et les moins jeunes, à l’importance de trouver des solutions pour assurer la pérennité de l’économie d’ici.

L’ACHAT LOCAL, L’AFFAIRE DE TOUS

Par
Naïla Houde et Jade Bergeron
Étudiantes en journalisme

Gérer sa propre entreprise, ce n’est pas toujours facile. Cela prend beaucoup d’aide, d’outils et de bonnes publicités. Oui, le bouche-à-oreille peut être une bonne manière de faire parler de soi, mais, le programme PROX-Commerce semble être la nouvelle solution pour les Lavallois qui souhaitent faire connaître leur commerce local. Avec la pandémie, les individus ont de plus en plus arrêté d’aller magasiner dans les commerces locaux. Pour la plupart, ils commandent en ligne et sont moins sollicités pour découvrir de nouveaux endroits. Le but principal du projet est d’encourager l’achat local, de donner ou redonner confiance aux consommateurs envers les entreprises locales et de permettre la découverte d’anciens ou de nouveaux magasins situés à Laval.

Mélie Houde, directrice des communications à la Chambre de Commerce et d’industrie de Laval, éclaircit un peu plus ce qu’est proprement PROX-Commerce. Le programme est un projet qui vise à encourager l’achat local et l’échange entre les commerçants locaux. Le projet s’efforce de mettre en confiance les consommateurs qui retournent dans les commerces afin de leur faire connaître les avantages de magasiner dans des commerces de proximité. Madame Houde illustre un exemple de situation courante dans la vie d’un consommateur de tous les jours « Souvent, les gens vont acheter dans des grandes chaînes ou dans d’autres magasins sans savoir que le commerce au coin de la rue ou le commerce à deux rues de chez eux offre le même service, et même un meilleur service bien souvent. Parfois, ils ne savent même pas que ce commerce-là existe. On veut aussi viser l’échange de commerçant à commerçant, c’est à dire, faire en sorte qu’un petit restaurateur, par exemple, qui commande des produits des États-Unis, qu’il sache qu’il y a un autre commerce, à quelques pas de chez lui où il pourrait s’approvisionner. Donc, au lieu de faire venir certains de ses produits de l’extérieur, il les commande dans son propre quartier, ce qui encourage les échanges à l’échelle locale. »

Faire partie de PROX-Commerce

Dans un premier temps, PROX-Commerce valorise l’enthousiasme des cœurs villageois. Dans un deuxième temps, ils donnent plus d’importance au réaménagement des quartiers. D’ailleurs, les commerçants sont invités à se regrouper pour pouvoir améliorer l’expérience des consommateurs entre eux. À ses débuts, l’accent est mis sur les commerces de 4 quartiers lavallois : Sainte-Dorothée, Saint-Vincent-de-Paul, des Laurentides et Sainte-Rose. De plus, ceux qui désirent s’inscrire doivent être des commerçants qui ne font pas partie d’une grande chaîne commerciale.

La campagne de visibilité *De chez-nous à chez-nous* du programme PROX-Commerce, que l’on peut voir partout en ville, et qui est jumelée à Mes achats à quelques pas de la Fédération des chambres de commerces du Québec (FCCQ), est offerte gratuitement aux commerçants et vise à soutenir et venir en aide à une petite quincaillerie du coin, une boulangerie ou une pâtisserie artisanale, un restaurant ou une pharmacie indépendante etc. Les entreprises manufacturières peuvent également participer, mais à titre de collaborateur/diffuseur. La participation à cette campagne donne aussi accès à une foule d’avantages offerts par la Chambre de commerce, que vous participez au programme à titre de commerçant PROX-Commerce ou de collaborateur/diffuseur (titre donné aux entreprises manufacturières).

Les défis à surmonter

Les difficultés qu’éprouvent les commerces locaux sont nombreuses, et ce, depuis longtemps. Ce n’est pas d’hier que les commerçants éprouvent des problèmes, surtout sur le plan de l’achat local, occasionnés par les magasins de grandes surfaces qui se développent de plus en plus rapidement dans les métropoles. Ils viennent empiéter sur les territoires des commerces locaux et ces derniers ne peuvent plus autant faire fructifier leurs affaires. En supplément, la pandémie est venue exacerber ces difficultés et créer de

nouveaux enjeux économiques. Le manque de main d’œuvre, la *fermeture du Québec* pendant plusieurs mois, l’innovation de plus récentes méthodes de travail et la crainte d’aller magasiner n’aident pas les commerces et ils sont ralentis dans leur développement. L’impact pour les entreprises se fera ressentir encore pendant une ou deux années, voire plus.

Destination, communauté et synergie

La revitalisation commerciale est un projet de structure et de durabilité. C’est sur un plan triennal que le programme PROX-Commerce s’engage à faire la caractérisation du territoire, recruter les commerçants et répondre à leurs besoins. Activités, rencontres et visibilité sont les bases du projet. L’animation des secteurs en est le point culminant afin de concevoir une communauté d’intérêt. Les agents faisant partie du programme sont des indicateurs et incitateurs qui coordonnent la collectivité. Ils sont à l’écoute et à la recherche de tous commerçants prêts à participer et à y mettre du sien. Caroline Bastien, chargée de projets pour la CCILaval explique le fonctionnement pour obtenir la participation de nouveaux commerces « Je rencontre de nombreuses personnes puis, je leur demande s’ils connaissent des commerçants qui auraient intérêt à participer au projet. Les gens me suggèrent des noms, puis nous avons un premier contact, habituellement par téléphone. Par la suite, je fais une rencontre avec eux. ». L’utilisation d’approches humaines et accessibles est mise de l’avant. L’application de démarches pour une meilleure visibilité est priorisée dans le projet. « Nous avons plusieurs initiatives mises en place dont la campagne d’achat local : Mes achats à quelques pas, de la FCCQ. Il y aura aussi des rencontres que nous ferons avec les commerces, il y aura des événements et plusieurs publicités et outils de communications. Il y aura une carte interactive et personnalisée au projet sur le site de PROX-Commerce. Les commerçants participants auront de petits pointeurs sur la carte les identifiant et où ils pourront mettre une petite description de ce qu’ils font et la possibilité d’offrir un rabais. Ils bénéficieront du fait d’être regroupés en un seul endroit. Il y aura aussi une campagne de visibilité. Des drapeaux pour identifier les commerçants qui participent au programme, des affiches, des sacs réutilisables, des panneaux publicitaires partout dans la ville : abribus, autobus, colonnes de rues ainsi qu’une grande campagne sur les médias sociaux. Il y aura également une campagne avec la collaboration de la blogueuse lavalloise de Ma Banlieue nommée Stéphanie Sarganis-Robillard qui fera la promotion de l’achat local. » énumère Natalie Tomasi, directrice du bureau de projets de la CCILaval, lors de l’entrevue. Des slogans tels que : *De chez-nous à chez-nous, À Laval, j’encourage local* ou encore, *Mon quartier, ma destination*, sont également créés pour attirer l’attention et décrire le programme en quelques mots. Multiples idées et ambitions sont à la source du programme PROX-Commerce.

En bref, PROX-Commerce a pour but d’améliorer l’expérience lavalloise pour les acheteurs et commerçants. Le programme offre de l’aide et des solutions rapides et efficaces. Mme Houde explique que la Chambre de commerce a un rôle de pilier pour l’économie lavalloise et PROX-Commerce en est un bel exemple puisqu’il a pour objectif de procurer de la visibilité, de valoriser et soutenir les commerces ainsi que l’achat local. L’important est de créer des opportunités d’affaires pour avancer ensemble et soutenir l’économie d’ici.



VOUS AVEZ ENVIE D'ÊTRE VU DANS L'ENSEMBLE DE LA VILLE?

Devenez un commerçant **PROX-Commerce!**

Une vaste campagne de valorisation de

L'ACHAT LOCAL

pour les commerces de Laval!

C'EST GRATUIT!



Les regroupements



PROX COMMERCE

Propulsé par la CCILaval

Inscrivez-vous dès maintenant.

Contactez Caroline Bastien

cbastien@ccilaval.qc.ca

PROXCOMMERCE.CA



SCANNE-MOI

Dunamis 2021

LE GALA DUNAMIS – UN SUCCÈS DEPUIS 40 ANS!

Le 11 novembre dernier avait lieu la quarantième édition du Gala Dunamis de la Chambre de commerce et d'industrie de Laval (CCILaval). Tommy Pelletier, Directeur général, Desjardins Entreprises – Laval – Laurentides assurait la présidence d'honneur du gala où 14 des 61 finalistes sont repartis avec le prestigieux trophée.

Animé par Karima Brikh, la soirée qui avait lieu au Château Royal, a été accueillie avec enthousiasme. « L'écosystème entrepreneurial de Laval fait preuve d'une grande capacité d'adaptation et de beaucoup de dynamisme. Il regroupe des entreprises issues de secteurs d'excellence «...» En général, ce qui se dégage de Laval c'est la vigueur, l'audace et le caractère novateur de sa communauté d'affaires. » cite la Ministre déléguée à l'économie, Lucie Lecours, qui tenait à prendre la parole lors du gala afin de féliciter les entreprises et entrepreneurs lavallois pour leur contribution au développement économique de Laval, mais aussi de tout le Québec.

Un gala pour prendre le temps

Pour ses 40 ans, le concours Dunamis a été totalement renouvelé. Le procédé d'inscription et la réception des candidatures ont été facilités, les catégories repensées et l'image complètement revue. Le gala a été le reflet de tout ce renouveau. L'importance du message; prendre le temps de souligner les efforts des entreprises et des entrepreneurs qui travaillent avec persévérance au développement économique de la région car, après tout, ils sont les pierres précieuses de la communauté d'affaires lavalloise. « 40 ans d'histoire pour le gala Dunamis, c'est aussi 40 ans à travailler ensemble afin de faire

rayonner la communauté d'affaires lavalloise. Au-delà de notre désir de faire évoluer notre économie, il faut aussi se permettre de prendre le temps de reconnaître l'excellence et se féliciter. » mentionne avec cœur Caroline De Guire, la présidente-directrice générale de la CCILaval.

Une première pour le « Grand prix reconnaissance de l'année »

Afin d'être un meilleur reflet de la réalité d'aujourd'hui, les catégories ont été revues pour être davantage représentatives des entreprises, entrepreneurs, commerces, industriels et manufacturiers lavallois. C'est également dans cette optique que la Chambre a remis pour la première fois le « Grand prix reconnaissance »; un prix dont les critères reflèteront l'entrepreneurial et l'actualité lavalloise. Il récompensait cette année une entreprise qui, depuis le début de la crise de la COVID-19, a fait preuve d'une résilience exceptionnelle. Des cinq finalistes, c'est Présentation Design qui a remporté la première édition de ce prix.

C'est également dans une ambiance empreinte de reconnaissance que les lauréats et lauréates sont montés sur scène pour venir chercher leur trophée Dunamis. « Les lauréats et lauréates des 14 catégories, ainsi que tous les finalistes, sont des entreprises et entrepreneurs inspirants qui travaillent à faire de notre économie locale une richesse inestimable. » mentionne Anne-Marie Éthier, présidente du conseil d'administration de la CCILaval.

Félicitations à tous les lauréats et lauréates.

Vous êtes les pierres précieuses de l'économie lavalloise.



Les Minettes | Boutique gourmande

De gauche à droite: Patrick Claude-Caron – Commanditaire, Pascale Rémond – Les Minettes/Boutique Gourmande, Marie-Claude Rémond – Les Minettes/Boutique Gourmande, Daniel L'Écuyer – Commanditaire.



Creaform

De gauche à droite: Stéphanie Legault – Banque Scotia, Philippe Cusson – Creaform Inc, Caroline De Guire – CCILaval.



Éther Innovations

De gauche à droite: Samya Namir – EVOL, Anthony Ceniccola – Éther Innovations, Michel Sirois – BNC.



Centre SCAMA

De gauche à droite: Sébastien Vaillant – Rocket, Malorie Sarr-Guichaoua – Centre SCAMA, Alain Legault – SFL.



Illumi - Féerie de Lumières

De gauche à droite: Geneviève Roy – Tourisme Laval, David Tardif-Latourelle – ILLUMI – Féeries de Lumières.



C3F Télécom

De gauche à droite: Maxime Décarie – RCGT, Antoine Chamberland – C3F, Monia Bissonnette, Caroline De Guire – CCILaval.

DUNAMIS

Chambre de commerce et d'industrie de Laval



KIIMA

De gauche à droite:
Lidia Divry – Ville de Laval, Samuel Lemire – KIIMA.



GA International

De gauche à droite:
Guyline Larose – Investissement Québec, George Ambartsoumian – GA International Inc.,
François Bilodeau – Laval Innov.



Les collections SHAN

De gauche à droite:
Anne-Marie Éthier – Présidente du CA, Chantal Lévesque – Les collections SHAN,
Caroline De Guire – CCILaval.



ADI Laval - Les Industries Albert Davidson Ltee

De gauche à droite:
James Cacchione – CBRE, François Edger-Sauvé – ADI Laval, Les Industries Albert Davidson,
Eugenio Mannarino – RBC.



Sabrina Bolduc - Plastitel

De gauche à droite:
Alexandre Lapointe – JMA Diagnostic, Sabrina Bolduc – Plastitel, Patrick Marsan – Courriel Laval.



Sébastien Lassonde - RAKABOT Inc.

De gauche à droite:
Vince Di Libero – Banque TD, Sébastien Lassonde – Rakabot Inc.



CLICS - Centre Local pour l'Intégration et la Cohésion Sociale

De gauche à droite:
Zied Hammami – Bell, Okey Attivi – CLICS, Centre pour l'Intégration et la Cohésion Sociale.



Présentation design

De gauche à droite:
Anne-Marie Éthier – Présidente du CA, Laurence Lefebvre – Présentation Design, Caroline De Guire –
CCILaval.



VOULEZ-VOUS FAIRE DE L'ARGENT AVEC VOS DÉCHETS?

CCILAVAL.QC.CA/SYMBIOSELAVAL

VISION
ZÉRO
RO
DÉCHET

Symbiose

Propulsé par la CCILaval



ROUSSEAU
LEFEBVRE



EN FAIRE UNE AFFAIRE DE SOLIDARITÉ



Anne-Marie Ethier, FCPA, FCA
Présidente du conseil d'administration de la CCIL
Associée I Audit et certification, Deloitte Sociétés privées.

L'achat local a toujours été une valeur forte chez la présidente de la Chambre, Anne-Marie Éthier. Née dans une famille d'entrepreneurs, elle a appris très jeune que toute une communauté gagne à s'entraider. A nouvelle présidente de la Chambre de commerce et d'industrie de Laval, Anne-Marie Éthier, poursuivra le travail entrepris avec tous les partenaires pour solutionner les problèmes liés à la pénurie de la main d'œuvre. Son objectif : que tous regardent dans la même direction.

« L'achat local, ça crée ce sentiment d'appartenance dont on a besoin actuellement. Se supporter, être ensemble. Après ces moments difficiles que nous venons de traverser, ça contribue à se sentir partie de quelque chose, un groupe, une communauté.

Ça permet de fidéliser une certaine clientèle.

Lorsqu'on fait un achat local, c'est l'expérience client recherchée qui fait toute la différence. Se sentir servi pour ce que tu es. Être séduit, se sentir spécial. Avec l'achat local, je peux vraiment toucher, je peux voir, je peux vérifier que c'est fabriqué localement, choisi localement. Ça fait partie d'un ensemble d'éléments où je ne suis pas juste un numéro.

Cette expérience client peut se raffiner, dépendamment du type d'entreprise. Il y a toute la commercialisation en ligne, la capacité de livraison, le site web attrayant, le développement d'un bon réseau de distribution. Je pense aussi à l'automatisation des transactions, à la numérisation qui permettent de réaliser des achats en ligne.

Il y a des spécialistes de l'expérience à l'intérieur du magasin qui peuvent aider à faire en sorte que c'est une expérience qui va au-delà d'aller ouvrir la porte. Il faut s'en entourer en plus des outils offerts par la Chambre.

L'expérience offerte fait toute la différence. La touche personnelle permet de sortir d'un commerce en ayant le sentiment d'avoir fait tourner la roue et à ce que les gens qui ont contribué à la production de ce produit soit aussi reconnu. C'est une affaire de solidarité.

On est capable nous aussi de s'auto-suffire et de regarder l'impact que ça procure à toute la communauté. Si on s'entraide, on crée des communautés plus fortes.

C'est important car les retombées sont là.

De ce que je vois et ce que j'entends, la communauté d'affaires veut s'engager et s'impliquer. Les entrepreneurs se sont sentis seuls. Je sens une solidarité que je voyais moins avant, une ouverture à se tenir les uns les autres. Je sens cette volonté.

Si on a une belle offre, ça garde nos acheteurs ici. C'est important qu'il y ait un effet « wow ». C'est une culture à développer, à redécouvrir. »

Entrevue
réalisée par
Denise Proulx

RETROUVER LA FIERTÉ D'ENCOURAGER LES COMMERCES DE CHEZ NOUS



Caroline De Guire, M. SC. Écon.
Présidente-directrice générale de la CCIL

Participer à la campagne « Mes achats à quelques pas » s'inscrit dans un sentiment de fierté. Lancée le 10 novembre dernier dans le cadre du Gala Dunamis, elle est une occasion de redécouvrir ce qui se fait de beau et de bon à Laval. La présidente-directrice générale Caroline De Guire nous parle des actions entreprises par la Chambre pour enracciner chez les consommateurs de nouvelles habitudes de magasinage.

« Il y a une grande cohérence qui est en train de s'instaurer, particulièrement à Laval. Dans les deux dernières années, tout s'est brassé. On voit s'installer de belles tendances, de manière durable et profitable. L'achat local en est définitivement une.

Le changement vers le virage numérique est aussi là pour rester. C'est très bien, c'est un passage obligé. En bout de ligne ça devrait créer l'accès à une nouvelle clientèle pour nos commerçants.

Il faut ramener les gens dans les rues. Lorsqu'on déambule dans une jolie rue principale, que l'on voit de belles devantures, il y a plein de possibilités.

L'expérience en boutique est irremplaçable, mais pour plusieurs commerces le premier défi est de se faire connaître. Ils ont besoin de visibilité, même s'ils ont pignon sur rue.

C'est là où la vaste campagne proxcommerce.ca de la Chambre prend tout son sens.

Elle se décline d'abord par une grande visibilité avec des affichages sur des panneaux routiers, des abribus, métro et autobus.

À partir de là les gens peuvent consulter le site proxcommerce.ca et cliquer sur un commerce participant grâce aux pointeurs géo-localisés. On y découvre des offres spéciales du commerçant, pour attirer les clients dans sa boutique.

Ensuite, des fanions sont installés sur la devanture du commerce. Le client peut scanner le code QR sur les autocollants et les affiches, ce qui présentera la panoplie d'offres. Puis, des centaines de sacs compostables sont remis aux

commerces pour offrir des emballages qui vont directement sous le sapin de Noël.

Et la blogueuse de mabanlieue.ca, Stéphanie Robillard-Sarganis, connue sous le pseudonyme Steph Von Rob, y ajoute sa touche personnalisée et des courtes vidéos qui donnent le goût d'aller voir par soi-même.

À Laval, où que vous habitez, vous êtes à 15 minutes de partout. La campagne est principalement axée sur les quatre noyaux villageois qui participent déjà à Prox-Commerce, mais on a des commerçants d'ailleurs qui s'y ajoutent.

Cette 1^{ère} campagne menée avec le soutien de la Fédération des chambres du commerce du Québec, se poursuivra au cours des trois prochaines années avec d'autres initiatives. On vous garde des surprises. Car la force du réseau, c'est de pouvoir le bâtir ensemble. C'est la fierté d'avoir encouragé un commerce local. »

Entrevue
réalisée par
Denise Proulx

DÉVELOPPER SON SENS DE L'EMPATHIE



Patrick Vigeant

Président du comité Relève d'affaires de la CCIL
Partenaire développement d'affaires et co-fondateur, Witify

Penser achat local chez les plus jeunes, c'est plus courant, plus intuitif. Un grand nombre est conscientisé des effets de la montée d'entreprises internationales qui balaient tout. Ils cherchent des alternatives. Le président de la Relève d'affaires, Patrick Vigeant, propose des approches d'entraide entre les entrepreneurs lavallois pour que tous gagnent à pratiquer l'achat local.

«C'est vrai qu'en général, les jeunes sont plus éduqués sur les enjeux de l'environnement, du développement durable ou de l'équité. L'achat local en est un des éléments. Pour certaines personnes la différence de prix devient un frein. Mais pour d'autres, le coût social et environnemental fait partie de la balance dans le calcul du coût économique et elles jugent que ça en vaut la peine.

Dans certaines industries technologiques, on a tendance à faire abstraction du local. Sur internet, il y a un élément qui enlève la relation humaine. On ne réfléchit pas qu'au bout du compte il y a une personne qui va être impactée par la décision qu'on prend.

Dans les industries plus tangibles, c'est plus facile de se sensibiliser parce qu'on a vu un camion qui arrive, on a commandé à un fournisseur que l'on tutoie. Surtout s'il défend l'achat local et sa communauté, le commerçant va être plus conscient des impacts. Il veut redonner à son prochain ce qu'il voudrait que les consommateurs lui donnent. Il y a un sens de l'empathie.

Pour faciliter l'accès à l'achat local, il faut digitaliser certains commerces et donner des outils aux commerçants pour qu'ils développent leurs habiletés à vendre en ligne, tout en tenant une boutique.

Je leur suggère de valider auprès de la clientèle ce qu'elle recherche. Ce n'est pas toujours nécessaire de posséder la Ferrari digitale pour compétitionner. C'est tout l'ensemble du processus qu'il faut travailler. L'avant et l'après de la consommation. La couleur, la chaleur dans la ligne d'attente

en boutique et après, le suivi web auprès du client. Ne pas juste focaliser sur la transaction. Il y a de multiples manières et intentions pour rester connecté avec le client. En fait, une personne qui vit une expérience «wow» va rester fidèle au commerce.

Il existe à Laval des firmes spécialisées pour accompagner les commerçants qui cherchent des solutions adaptées à leurs besoins. Il faut magasiner les services et choisir une entreprise qui est empathique, à l'écoute de la volonté d'attirer une clientèle locale. Il y en a qui ont de l'expertise dans ce domaine-là, qui veulent la partager.

C'est un partenariat plus collaboratif. On met cet élément humain au cœur de la relation d'affaires.»

Entrevue
réalisée par
Denise Proulx

**INSPIRER
LA NOUVELLE
GÉNÉRATION**

#inspiration
#Représentation
#Connexion

**RELÈVE
D'AFFAIRES** CHAMBRE
DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE
DE LAVAL

Deviens membre de la chambre de commerce et d'industrie de Laval et rejoins la Relève.
Un moyen efficace pour te connecter à la communauté d'affaires.

 
ccilaval.qc.ca



Joyeuses Fêtes de la part de notre équipe !



Vendu

**137, boulevard Bellerose Ouest
Laval ,QC**

- Terrain industriel
- 727 276 pi²



Vendu

Boulevard Lionel-Bertrand - Boisbriand, QC
Terrain industriel | 202 877 pi²



Vendu

4000, rue Alfred-Laliberté - Boisbriand, QC
Immeuble industrielle | 38 855 pi²



Loué

914, rue Jacques Paschini - Bois-des-Filion, QC
Espace industriel | 28 342 pi²



Loué

56, rue Marius-Warnet - Blainville, QC
Immeuble industriel | 19 706 pi²



Vendu

280 boulevard de la Seigneurie Ouest - Blainville, QC
Immeuble à bureau | 6 446 pi²



Loué

3720, Autoroute des Laurentides - Laval, QC
Espace industriel | 10 715 pi²

Merci de votre confiance ! À l'année prochaine !



Étienne Marcoux
Vice-président associé
Courtier immobilier commercial
+1 514 467 5176
etienne.marcoux@colliers.com



Steve Garneau
Associé principal
Courtier immobilier commercial
+1 514 701 0612
steve.garneau@colliers.com

collierscanada.com

**À VOTRE SERVICE
DEPUIS PLUS DE 40 ANS!**

IMMEUBLES
MICHAEL WHITE inc.
MWR.ca AGENCE IMMOBILIÈRE

514 941-1012



PIERRE LEFEBVRE

PRÉSIDENT DIVISION LAVAL, RIVE-NORD
PIERRE LEFEBVRE COURTIER IMMOBILIER INC.
COURTIER IMMOBILIER

514 941-1012



STEVEN WHITE, SIOR

VICE-PRÉSIDENT
DIVISION LAVAL, RIVE-NORD
COURTIER IMMOBILIER

514 249-5723



ROBERT RIVARD

DIVISION LAVAL, RIVE-NORD
ROBERT RIVARD COURTIER IMMOBILIER INC.
COURTIER IMMOBILIER

514 910-9494



SYLVAIN FRENETTE, B.SC.G.

DIVISION LAVAL, RIVE-NORD
COURTIER IMMOBILIER AGRÉÉ DA
COMMERCIAL

514 999-3642

**LES SPÉCIALISTES DANS LE MARCHÉ INDUSTRIEL
DE LAVAL ET DE LA RIVE-NORD!**

LOCATION ET VENTE DE BÂTIMENTS INDUSTRIELS ET COMMERCIAUX