



Chambre de commerce | Région
Chamber of commerce | Edmundston

Plan stratégique 2025-2028

DÉCEMBRE 2024

Chambre de commerce – Région Edmundston

Vision

Contribuer activement à la prospérité économique de la région grâce à un réseau d'entrepreneurs qui innovent et collaborent entre eux et avec des partenaires.

Mission

Représenter les intérêts de nos membres, de collaborer avec les partenaires et de promouvoir le développement économique et social de notre communauté.

Valeurs

Collaboration ♦ Écoute ♦ Englobement ♦ Rassembleur ♦ Intégrité

Objectifs stratégiques

| | | |
|---|--|---|
| Assurer une croissance annuelle du nombre de membres. | Augmenter le rayonnement, l'utilisation des services et la participation aux activités chez les membres. | Maintenir une équipe performante adaptée aux besoins des membres. |
|---|--|---|

Stratégies

| | | |
|---|---|---|
| <p>a. Tenir annuellement une campagne de recrutement dynamique en mettant en valeur les services qui touchent le plus directement les membres.</p> <p>b. Établir un plan de contacts directs avec tous nos membres dans le but de connaître leurs attentes et besoins.</p> <p>c. Faire la promotion des membres auprès de la communauté en général.</p> <p>d. Promouvoir les avantages d'être membre.</p> | <p>a. Procéder à une évaluation de la programmation des activités phares.</p> <p>b. Actualiser les services et miser sur ceux qui démontrent notre expertise.</p> <p>c. Développer une stratégie d'achat local en collaboration avec des partenaires.</p> <p>d. Identifier des collaborateurs pour aider nos membres à développer le commerce électronique.</p> <p>e. Améliorer et poursuivre les relations avec les instances gouvernementales et économiques du Nouveau-Brunswick.</p> <p>f. Organiser un Sommet des affaires d'ici 2027.</p> | <p>a. Évaluer les besoins en ressources disponibles en fonction des services et activités que l'on veut offrir.</p> <p>b. Mettre sur pied des comités sectoriels composés de membres pour identifier les besoins spécifiques de chaque secteur.</p> <p>c. Continuer à assurer une variété de représentation au sein du Conseil.</p> <p>d. Établir un processus pour inclure des non-membres du Conseil d'administration aux différents comités de la CCE.</p> |
|---|---|---|

PRÉAMBULE

La Chambre de commerce – Région Edmundston (CCE) est fière de présenter son nouveau plan stratégique pour la période de 2025 à 2028. Ce plan s'inscrit dans la volonté de la CCE de continuer à favoriser la croissance des affaires de ses membres et au développement économique de la région.

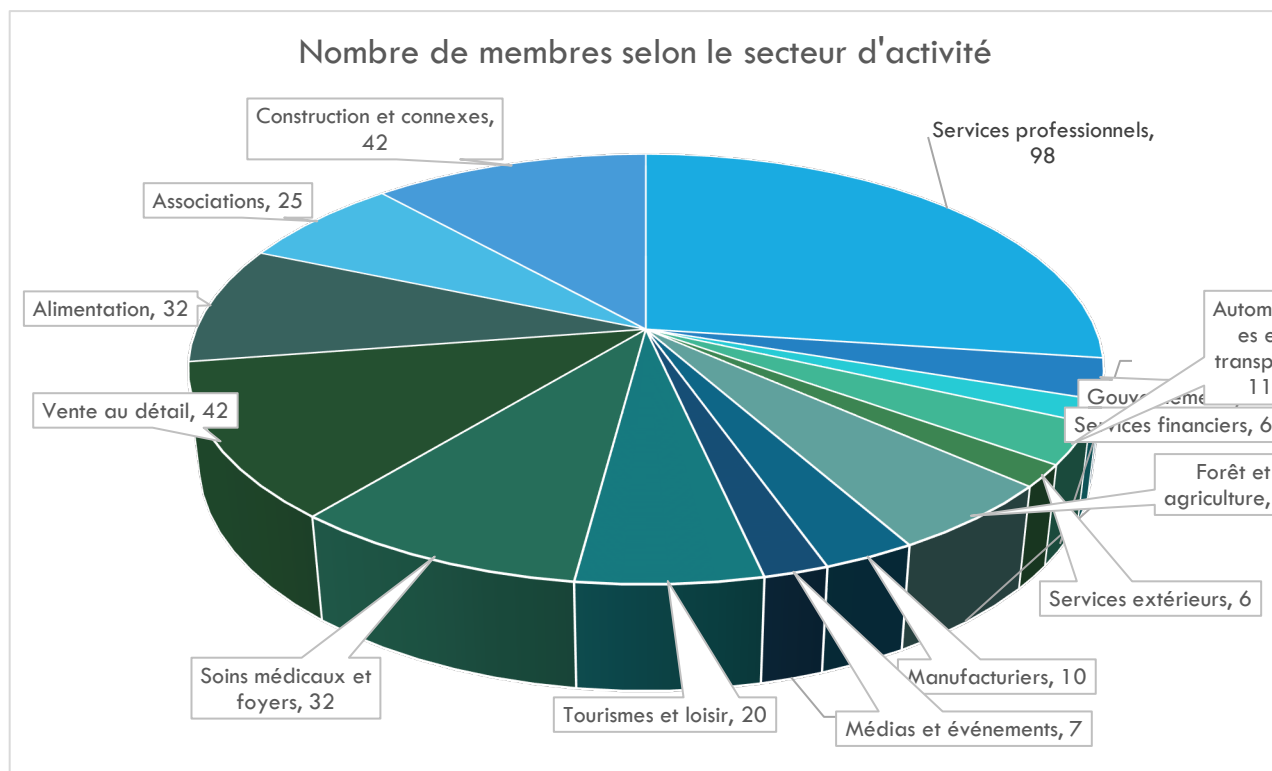
Ce plan est le fruit de nombreuses réflexions et consultations avec les membres du Conseil d'administration et l'ensemble des membres qui ont accepté d'y contribuer avec des commentaires et suggestions.

Le plan devrait faire l'objet d'une révision annuellement dans le cadre d'une réunion régulière et d'une session de travail des membres du Conseil d'administration.

MISE EN CONTEXTE

La réalisation du plan a été possible grâce à la participation des membres à la consultation en ligne en plus des membres qui siègent au Conseil d'administration et au comité de planification. MERCI!

Au moment de rédiger ce plan, la CCE comptait sur un total de 341 membres répartis selon différents secteurs d'activités. Plusieurs membres proviennent des services professionnels, des entreprises liées à la construction, de la vente au détail, de l'alimentation et de la santé.



Les consultations auprès des membres du Conseil d'administration permettent de dresser une liste de forces, de défis et d'opportunités.

Forces

- L'implication de la CCE dans différents dossiers locaux et régionaux.
- La CCE est à l'écoute de ses membres.
- La variété des entreprises et des membres.
- Les bénévoles et le personnel de la CCE forment une équipe dynamique.
- L'excellente collaboration avec différents partenaires.
- La participation de la CCE dans différents projets économiques et communautaires.

Faiblesses

- Le manque de personnel pour accomplir l'ensemble du travail.
- Les ressources déployées pour les activités de levée de fonds en fonction des revenus de celles-ci.
- L'encadrement général des membres de la gouvernance et participation collaborative active lors de suivis.
- La circulation de l'information entre les membres et l'utilisation des nouvelles technologies.
- Le recrutement de nouveaux membres.

Défis

- Les sources de financement gouvernemental limitées pour appuyer les projets d'une organisation comme la CCE.
- Les nouveaux mandats des Commissions de services régionaux touchant l'économie.

Opportunités

- L'arrivée de nouveaux résidents avec de nouvelles idées et énergie.
- Le dynamisme économique de la région avec la création de nouvelles entreprises.
- L'intérêt des commerçants à participer à différentes initiatives d'achat local.
- L'engagement de la Ville d'Edmundston et de la Commission de services régionaux dans le dossier économique.
- L'amélioration des partenariats et rencontres périodiques pour mise à jour des dossiers communs.

VISION

Contribuer activement à la prospérité économique de la région grâce à un réseau d'entrepreneurs qui innovent et collaborent entre eux et avec des partenaires.

MISSION

Représenter les intérêts de nos membres, de collaborer avec les partenaires et de promouvoir le développement économique et social de notre communauté.

VALEURS

La **collaboration** est privilégiée entre les entreprises, entre les membres, avec les organismes gouvernementaux et les partenaires économiques régionaux.

L'**écoute** des besoins et des attentes des membres afin de leur offrir des services appropriés.

L'**amalgamation** et la **promotion** de l'offre des services et programmes afin de maximiser les bénéfices aux membres.

L'importance d'être **rassembleur** pour assurer une synergie avec les membres et entre les membres pour mieux relever les défis.

L'**intégrité** permet une gestion des opérations ainsi qu'une offre de service équitable et transparente tout en assurant une amélioration continue.

OBJECTIFS ET RÉSULTATS STRATÉGIQUES

| Objectifs stratégiques | Résultats stratégiques |
|--|---|
| 1- Assurer une croissance annuelle du nombre de membres . | ▪ Augmentation de 5 % annuellement des revenus provenant de la cotisation des membres. |
| 2- Augmenter le rayonnement , l'utilisation des services et la participation aux activités chez les membres. | ▪ Augmentation annuelle de 15 % de l'utilisation des services et de la participation aux activités. |
| 3- Maintenir une équipe performante adaptée aux besoins des membres. | ▪ Une équipe en croissance selon les services offerts. |

DÉMARCHE STRATÉGIQUE

Ces trois objectifs stratégiques se déclinent avec des stratégies et des actions pour l'atteinte de résultats mesurables.

Le tableau des pages suivantes est en ordre chronologique des actions en fonction des stratégies et objectifs (résumé avec le mot souligné ci-dessus)

L'**échéancier** peut être à la fois le début et la fin de l'action, mais elle doit être réalisée à la date indiquée.

Le **responsable** est le « porteur de ballon » qui s'assure que l'action est complétée.

Le **coût** est un coût supplémentaire au budget de fonctionnement actuel ou encore la dépense est déjà prévue dans le fonctionnement général (DFG).

| Objectif | Stratégies | Actions | Échéancier | Responsable | Coût |
|-------------------------|--|--|--|--------------------------|-----------------|
| Services et rayonnement | Améliorer et poursuivre les relations avec les instances gouvernementales et économiques du Nouveau-Brunswick. | Présenter un bilan annuel de la CCE durant une réunion publique du conseil municipal. | Annuellement | Conseil d'administration | DFG |
| Services et rayonnement | Procéder à une évaluation de la programmation des activités phares. | Évaluation des coûts versus le temps consacré en ressources humaines pour les principales activités de la CCE. | Janvier 2025 et continue | Comité d'évaluation | DFG |
| Membres | Faire la promotion des membres auprès de la communauté en général. | Publication annuelle du bottin des membres pour distribution à la population et distribution ciblée avec les agences immobilières en plus de la mise en ligne du bottin | Janvier 2025 et annuelle | Direction générale | Auto financemer |
| Membres | Tenir annuellement une campagne de recrutement dynamique en mettant en valeur les services qui touchent le plus directement les membres. | Créer un comité de recrutement avec des membres du Conseil et des membres réguliers afin de : Examiner les bonnes pratiques dans d'autres Chambres de commerce. Réviser le membership en matière de tarification, de classification, des services reçus, etc. | Janvier à mars 2025 | Direction générale | DFG |
| Services et rayonnement | Développer une stratégie d'achat local en collaboration avec des partenaires privilégiés ciblant à la fois les consommateurs et les entreprises. | Créer un comité sur la stratégie d'achat local. | Avril 2025 | Conseil d'administration | DFG |
| Membres | Établir un plan de contacts directs avec tous nos membres dans le but de connaître leurs attentes et besoins. | Mise en place du plan de contacts par le comité de recrutement. Créer une grille d'éléments à aborder (check list) lors du contact avec les membres. Communiquer (rencontre ou conversation téléphonique) avec une moyenne de 10 membres par semaine. Analyser les attentes et les besoins exprimés et partager avec le Conseil d'administration. | Avril 2025 Mai 2025 Été 2025 Continue | Direction générale | DFG |
| Équipe | Continuer à assurer une variété de représentation au sein du Conseil. | Réviser les critères officiels d'identification de nouveaux membres potentiels afin de refléter les nouvelles réalités | Mai annuellement | Comité de nomination | DFG |
| Services et rayonnement | Actualiser les services et miser sur ceux qui démontrent notre expertise. | Diffuser systématiquement les renseignements sur les opportunités de programmes et d'occasion d'affaires. | Juin 2025 | Direction générale | DFG |
| Membres | Promouvoir les avantages d'être membre. | Identifier quatre ambassadeurs pour la CCE afin de stimuler le recrutement et la promotion. | Septembre 2025 | Conseil d'administration | DFG |
| | | Diffuser des messages de membres sur les bénéfices d'être membre (outils de communication). | Novembre 2025 | Direction générale | DFG |
| Services et rayonnement | Améliorer et poursuivre les relations avec les instances gouvernementales et | Coordonner deux rencontres des élus provinciaux et fédéral sur le territoire. | Automne de chaque année | Conseil d'administration | DFG |

| | | | | | |
|-------------------------|--|--|----------------------|--------------------------------|-----------|
| | économiques du Nouveau-Brunswick. | | | | |
| Équipe | Établir un processus pour inclure des non-membres du Conseil d'administration aux différents comités de la CCE. | Faire des appels continus aux membres intéressés et viser au moins 25 % par comité (membres extérieurs au Conseil). | Automne et annuel | Conseil d'administration | DFG |
| Services et rayonnement | Développer une stratégie d'achat local en collaboration avec des partenaires privilégiés ciblant à la fois les consommateurs et les entreprises. | Collaborer avec des partenaires afin de mener des campagnes de sensibilisation sur l'importance des achats locaux. | Automne 25 et annuel | Direction générale | DFG |
| Équipe | Évaluer les besoins en ressources disponibles en fonction des services et activités que l'on veut offrir. | Établir les grandes étapes de l'évaluation des besoins en matière des ressources humaines. Procéder à l'évaluation des ressources nécessaires. | Automne 2025 | Comité des ressources humaines | DFG |
| Services et rayonnement | Organiser un Sommet des affaires d'ici 2027. | Faire une réflexion approfondie sur raison d'être d'un sommet | Automne 2025 | Conseil d'administration | DFG |
| Services | Identifier des collaborateurs et partenaires experts pour aider nos membres à développer le commerce électronique. | Identifier les collaborateurs et partenaires dans ce domaine afin de déterminer l'offre possible à nos membres. | Automne 2025 | Direction générale | DFG |
| Équipes | Mettre sur pied des comités sectoriels composés de membres pour identifier les besoins spécifiques de chaque secteur. | Identifier deux regroupements possibles par année et organiser deux rencontres pour chacun afin de discuter de points communs (taille des entreprises, domaine d'activités, etc.). | Hiver 2026 | Direction générale | DFG |
| Services et rayonnement | Actualiser les services et miser sur ceux qui démontrent notre expertise. | Examiner la faisabilité de lancer des services ou programmes adaptés à la CCE. | Hiver 2026 | Direction générale | DFG |
| Services et rayonnement | Organiser un Sommet des affaires d'ici 2027. | Mise en œuvre de la planification du Sommet | Janvier 2026 | Conseil d'administration | DFG |
| Membres | Identifier les besoins des entreprises non membres afin de les combler. | Créer et animer un groupe de discussion avec des entrepreneurs non membres pour connaître leurs perceptions de la CCE, etc. | Février 2026 | Direction générale | DFG |
| Membres | Promouvoir les avantages d'être membre. | Créer un programme de reconnaissance pour des ambassadeurs. | Avril 2026 | Conseil d'administration | DFG |
| Services et rayonnement | Organiser un Sommet des affaires d'ici 2027. | Tenue du Sommet. | Automne 2027 | Conseil d'administration | 15 000 \$ |

MISE EN ŒUVRE ET ÉVALUATION

Cette section sera complétée lorsque les actions, échéanciers, responsables et coûts seront déterminés.

L'évaluation du plan devrait se faire annuellement par l'examen de l'atteinte des résultats et la réalisation des actions.