**Compte-rendu des ateliers Monnaie complémentaire du 16 décembre**

38 participants

**1e partie en grand groupe :**

Présentation par Didier Châtel de la grande variété de modèles de MLC en France (voir pièce jointe)

**2e partie en ateliers de 6 à 8 personnes**

**1/ Les objectifs du collectif pour la création d’une MLC**

En noir les objectifs du Parc, exprimés en introduction

En vert : les remarques ou compléments faites par les participants

**A -Soutenir et booster l’économie locale (filières)**

* favoriser l’expérimentation économique et sociale
* 150 professionnels engagés (avec 3 % de hausse du chiffre d’affaire). 30% des professionnels qui prennent un nouveau fournisseur local découvert via la MLC
* 0.5 % du bassin de population (Pnr = 145 000 habitants avec les villes de Gif et de Rambouillet) utilise la MLC soit 725 personnes. Ce serait intéressant d’aller au-delà du territoire PNR
* Un panier moyen de 100€ € par mois et par utilisateur. 50% des consommateurs qui découvrent un nouveau commerce via la MLC. Faire découvrir la richesse économique du territoire.
* le fond de garantie qui génère un potentiel d’investissement dans des projets locaux durables et innovants (le financement par ce fond ne devrait pas se faire par création monétaire car les intérêts demandés n’existent pas dans la masse monétaire et alimentent le besoin de croissance infinie) ? à préciser…
* Soutien de l’emploi local notamment non qualifié
* Soutien à l’agriculture locale et au commerce de proximité
* il ne faut pas avoir l’ambition de révolutionner le système monétaire. Ne pas réduire les libertés individuelles. Il faut s’affranchir partiellement du pouvoir des banques.

**B - Limiter l’empreinte carbone de la consommation**

* Des circuits et filières courtes qui se développent
* Des solutions logistiques et de commande qui se créent pour une économie circulaire
* Promouvoir la consommation responsable
* S’il n’y a pas de contraintes, d’exigences pour admettre un professionnel dans le réseau MLC, risque de dérives ?

**C - Renforcer les liens sociaux et l’identité de territoire**

* un juste prix payé au professionnel pour son travail (et au producteurs et artisans)
* une relation habitant/professionnel plus conviviale (revitalisation des centres bourgs)
* favoriser les échanges entre professionnels
* un sentiment d’appartenance à une communauté et à un territoire qui se renforce (lien ville campagne). Renforcer l’identité du territoire (terroir) et contribuer à la valorisation touristique
* un concours lancé pour le nom de la monnaie qui recueille au moins 200 propositions
* mettre l’usager et son intérêt au cœur des réflexions (créer des événements avec tous les acteurs, 1 temps fort au moins une fois par an, dans les marchés)
* financer des projets innovants que les banques n’accompagnent pas

**2/ Citez des types de commerces/professionnels que vous connaissez et fréquentez, susceptibles d’accepter la MLC**

Tous les commerces de proximités qui ont suffisamment de liens avec d’autres commerçants ou professionnels : alimentaires, vêtements, fermes, AMAP régionales, restaurants, traiteurs, commerces des marchés, producteurs qui ont la marque Parc, pharmacies…

* Ferme de la Noue , SARL renard à st rémy l’honoré, terre et mer epicerie fine au perray, Quinthéssens et siropier à chevreuse, Magny bio, Naturéo, association de commerces de Gif, Ferme de saclay, Boulangerie, ESAT, boutiques artisans du monde, Arbell à Saint-Rémy, Intermarché à Magny (ils ont des produits locaux bière bonnelles et café de gambais…) coccinelle, petits artisans, fleuristes, jardineries, pépiniéristes, vente de bois de chauffage, à mittainville : ferme du patis + ferme cedric tatana
* Librairies de chevreuse, des essarts, labyrinthe, le Zèbre à carreaux saint-rémy, associations culturelles ?
* Services publics (spectacles, piscine…) ? la poste ?
* Poney club de groussay, chambres d’hôtes
* Proposer à tous ceux qui font de la pub via le journal Vivre ma région, vallée de chevreuse
* Proposer aux entreprises soutenues par le PNR. Voir avec la CCI pour contacter tous les professionnels de la region
* Services aux personnes esthéticienne, coiffeur, réparateur de vélos,

**3/ Quels types de particuliers pourraient être séduits par l’usage d’une MLC ? Quels seraient selon vous les arguments ?**

* Militants éthiques au sens large. Membres d’associations citoyennes et impliquées dans le lien social. Acteurs de l’économie sociale et solidaire.
* Personnes sensibles aux questions environnementales (les consomm’acteurs)
* Personnes soucieuse d’une qualité de vie et de villages vivants (avec commerces de proximité)
* Le consommateur moyen pas uniquement les militants y compris ceux qui n’ achêtent local que de temps en temps
* Demandeurs d’emploi et personnes à faibles ressources.
* Retraités et personnes au foyer.
* Argument à avancer : participez à un projet innovant et éthique. Soyez acteur de l’économie de votre région et consommateur responsable. Vous aurez aussi un accueil privilégié et des offres commerciales ponctuelles (réfléchir à un change plus intéressant pour attirer). Intégrez un système qui offre une sécurité monétaire (car introduit de la diversité dans le système)
* Pour un usager standard, une fois les euros échangés en MLC et dépensés, cette monnaie ne lui revient pas. Il ne voit pas les effets. Débat important : trouver le moyen de rendre concret le bénéfice indirect.
* Nécessité de construire et rédiger un argumentaire pour les démarcheurs (à l’attention des professionnels et des utilisateurs, 2 cibles distinctes)

**4/ Quels débouchés les professionnels auxquels vous pensez pourraient trouver pour leur MLC (fournisseurs, employés, autre...) ?**

* Achats de consommation intermédiaire (restaurant, produits de bouche. Achat de denrées ou de fournitures auprès d’entreprises locales)
* Prestataires de services (comptabilité, entretien, location de salles, loyers
* Paiement partiel de salaires (primes ou forfait repas), d’impôts locaux
* Services à la personne

**5/ Combien de personnes autour de vous pensez-vous pouvoir inciter à utiliser la MLC en un an ?**

Table 1 : 1 500 (la plus optimiste)

Table 2 : 750

Tables 3 : 200

Table 4 : 150

Table 5 : 30 (la plus prudente)

**Rappel des pré-requis exprimé par le PNR et indispensable selon lui à la poursuite du projet :**

* 50 citoyens ou associations actifs qui prennent une rôle dans l’élaboration et l’animation (choix du modèle, prospection, intégration du «pré-bureau» de la future association par au moins 20 personnes, participation à la gestion) : Union des Amis du Parc, association de commerçants, CIVAM Hurepoix, Alternatiba, Dormir en Vallée de Chevreuse, les Systèmes d’échanges Locaux (SEL), Réseau des Villes en Transition, la fabric des Colibris, AMAP du Pnr, artisans du monde, collectif harmonie, Association de l’environnement et du cadre de vie
* 25 commerçants actifs qui s’engagent et co-élaborent le modèle avec le collectif
* le soutien effectif de la CCI et la CMA

**5/ Qui est prêt à s’impliquer dans le projet (définition du modèle)**

23 personnes présentes le 16 décembre se disent prêtes à s’impliquer.

Dans le détail, on trouve des personnes intéressées par le suivi global du projet (ingénierie du projet et de l’échange), d’autres par le juridique et les questions de conversions, certains sont attirées surtout par le côté prospection et suivi. Il reste à trouver le mode opératoire pour que chacun puisse prendre un rôle à la mesure de ses intérêts, compétences et disponibilités.