

# Plan stratégique socio-économique du territoire de la MRC de Maskinongé

Résultats des tables de consultation sur le portrait et le diagnostic stratégiques de la situation

## Table Secteur commercial et des services

Présenté à :



Octobre 2009

■ 555 Rene-Levesque Blvd. W.  
9<sup>th</sup> Floor  
Montreal (Quebec)  
H2Z 1B1 CANADA  
**(514) 861-0809**

Fax (514) 861-0881  
Internet info@zba.ca

■ 1145 Lebourgneuf Blvd.  
Suite 220  
Quebec (Quebec)  
G2K 2K8 CANADA  
**(418) 626-2360**

Fax (418) 626-1423  
Internet info@zba.ca



**Zins Beausnesne and Associates**

MARKETING ■ DEVELOPMENT ■ INNOVATION



## Introduction

---

# Introduction

---

- **Zins Beuchesne et associés** a été mandatée par **Vision Maskinongé** pour l'élaboration du **plan stratégique socio-économique (économique, social, culturel, environnemental) (2010-2015) de la MRC de Maskinongé**.
- Le mandat se déroule en **trois phases** :
  - Phase 1 : Portrait et diagnostic de la situation.
  - Phase 2 : Positionnement, orientations et stratégies.
  - Phase 3 : Plan d'action.
- Au cours de la phase 1, suite à l'établissement du portrait de la situation et d'un diagnostic global préliminaire, nous avons tenu **dix tables de consultations du milieu et des citoyens** afin d'**obtenir leurs perceptions, évaluations, préoccupations et suggestions en regard de la situation actuelle et future de la MRC** :
  - Forces, faiblesses, opportunités, menaces.
  - Enjeux et défis principaux à relever.
  - Pistes d'action à envisager.
- Le **présent document** fait état des **diagnostics stratégiques posés lors des différentes tables de consultations**.



---

## 6. Table Secteur commercial et des services

---

*MRC de Maskinongé  
6 octobre 2009*



## 6. Table Secteur commercial et des services

Faiblesses / contraintes	Forces / atouts
Renouveau de l'offre de service (plusieurs commerces sont conservateurs et font peu de changements et d'adaptation)	Bon noyau de service de proximité (certains types de service présentent une bonne offre, diversifiée et regroupée (ex: épicerie, automobile, vêtement))
Écoute des besoins de la clientèle	Équilibre entre les secteurs commercial et résidentiel (Louiseville)
Dirigeants âgés (proportion importante) près de la retraite	Noyau commercial important à Louiseville
Difficultés à avoir une relève d'entreprise	Services professionnels divers et concentrés à Louiseville
Sensibilisation auprès des dirigeants près de la retraite	Axe routier important et achalandé (138)
Diversification limitée par rapport aux centres urbains périphériques (diversité et qualité de l'offre de service concurrente à proximité, notamment Trois-Rivières et Shawinigan)	Fraternité du milieu
Offre de produits de commodité courant limitée	Achalantage de transit lié à l'attrait de pôles touristiques reconnus
Heures d'ouverture de commerces - accessibilité limitée à certaines périodes de l'année ou de la semaine (p.ex: restaurant fermé dans les semaines de construction)	Notoriété et fréquentation touristiques en croissance
Manque de connaissance de la population en général de l'offre de service locale	Outils promotionnels (guides) avec accent sur l'aspect touristique et kiosques touristiques (diffusion d'information)
Faible promotion	
Population répartie sur plusieurs municipalités et distances à parcourir	

## 6. Table Secteur commercial et des services ...

Faiblesses / contraintes	Forces / atouts
Profitabilité faible associés au commerce de détail, ce qui limite la prise de risque	
Rentabilité à court terme des commerces en démarrage	
Connaissance du marché locale et mise en marché des commerces en démarrage	
Communication sur la revitalisation auprès des commerçants	
Mentalité de la population vieillissante	
Affichage autoroutier de Louiseville	
Manque de fierté / fidélité face à l'achat local – travail d'image par rapport à Louiseville (« dénigrement » de consommer localement)	

## 6. Table Secteur commercial et des services ...

Opportunités / potentiels	Menaces / contraintes
Support des organismes de développement économique qui ciblent la relève (CLD, SADC, BDC)	Diversité et grande surfaces à proximité (Trois-Rivières)
Tableau d'opportunités (CLD) à mettre disponible	Montréal et Québec – proximité relative
Projet d'un centre d'accueil touristique en développement (Ministère du transport) qui favorisera l'achalandage et augmentera la capacité de promotion	Faible revenu de la population locale
Programmes et organismes supportant les jeunes (Carrefour jeunesse emploi, Place aux jeunes, etc.)	Vieillessement de la population locale
Programme Réno-Façade de la SADC (entreprises du centre-ville de Louiseville)	Exode des jeunes
PIIA en place à Louiseville (Plan Intégration Implantation Architecturale)	
Valorisation de la richesse patrimoniale du centre-ville de Louiseville	
Nouveaux-arrivants (valorisation de leurs compétences/expérience – organisme en place pour accueillir (SANA) – main-d'œuvre supplémentaire	
Créneaux à desservir (sports, marchés publics de produits agricoles)	
Diversification de l'offre de restauration notamment au sud de la MRC – menus	

## 6. Table Secteur commercial et des services ...

Opportunités / potentiels	Menaces / contraintes
Remplacement et renouvellement d'offres de service en processus de fermeture (ex: centre du rasoir)	
S'accaparer localement des fuites commerciales (diminuer) (offre de service plus complète – accent plus grand sur le service à clientèle)	
Transport collectif en place favorisant la mobilité partout sur le territoire (service de navette vers le centre-ville)	
Clientèle de passage (travailleurs et représentants) et touristique en croissance	
Attrait grandes chaînes sur le territoire (absence actuelle)	

## 6. Table Secteur commercial et des services ...

Enjeux et défis principaux	Pistes d'action suggérées
Renforcer le sentiment d'appartenance – fierté à consommer localement et à l'égard des commerçants	Forfaits d'attraction de nouveaux commerces (incitatifs financiers, fiscaux, services et autres)
Projeter une image positive générale	Enveloppe budgétaire pour rénovation (en façade – embellissement, etc.)
Faire connaître et diffuser l'offre de services et commerciale	Maintien des ressources pour supporter la revitalisation (trouver la « recette » organisationnelle)
Faire connaître les opportunités d'affaires	Communication promotionnelle régulière (renforcement de l'image et diffusion d'information) (mieux faire connaître et sensibiliser sur les actions passées)
Sensibilisation et concertation des commerçants face à des actions de revitalisation	Appui au développement de nouveaux commerces (publicité d'introduction de nouveaux commerces et autres moyens – p.ex. : membership de la CC)
Appui des élus (politique et investissements publics – infrastructures, activités)	Continuer les investissements et aménagements urbains
Responsabiliser et mettre toutes les municipalités en action	Informers les gens de l'offre commerciale par différents moyens (médias, publications, virtuel)
Consolidation de l'offre de services et commerciale de Louiseville	