

**ACTES DE LA JOURNÉE DE RÉFLEXION SUR LE  
DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL  
DE SAINT-JEAN-DE-DIEU**

**Saint-Jean-de-Dieu, le 26 février 2011**

SADC des Basques  
31 mars 2011

## **Introduction**

Dans le cadre de la *Démarche Rues principales*, deux avant-midi de réflexion sur le développement commercial se tenaient dans les municipalités Saint-Jean-de-Dieu, Trois-Pistoles et Notre-Dame-des-Neiges. L'événement se déroulait le 26 février au sous-sol de l'Église de Saint-Jean-de-Dieu et le 27 février au Centre culturel de Trois-Pistoles. Au total, une cinquantaine de personnes ont participé à ces événements. Les *Actes des Journées de réflexion sur le développement commercial* dégagent les principaux constats étant ressortis de ces journées de discussion.

Lors des ateliers de discussion, les participants étaient séparés en deux groupes respectifs : le groupe des consommateurs et le groupe des commerçants. Chaque groupe était invité à échanger autour de deux thèmes précis : 1) le développement commercial ; 2) l'animation et la promotion du milieu. Le présent document présente les résultats des journées de réflexion selon ces deux dernières thématiques, et ce, pour chaque groupe de participants, soit les consommateurs et les commerçants.

### **1. Groupe des consommateurs de Saint-Jean-de-Dieu : atelier sur le développement commercial**

Généralement, on constate un taux élevé de fuites commerciales à Saint-Jean-de-Dieu. Une chambre de commerce existe dans le milieu. Cependant, bon nombre de commerces et services ont fermé leur porte par le passé. En conséquence, les besoins des consommateurs locaux restent en quelque sorte peu comblés, particulièrement dans les secteurs des vêtements et des services professionnels, affirment les participants du groupe des consommateurs.

La prospection de nouvelles entreprises et le recrutement d'une main-d'œuvre spécialisée sont considérés comme des défis de taille par les participants. Selon plusieurs d'entre eux, le faible taux de logements disponible serait directement relié à ce problème. On avance également que les jeunes qui demeurent dans la municipalité sont souvent peu scolarisés. Cependant, un besoin limité de main-d'œuvre se fait sentir dans certains domaines d'emploi spécialisés. D'où l'importance, chez plusieurs consommateurs, de développer l'offre de formation.

Plusieurs autres pistes de solution visant l'amélioration du développement commercial de Saint-Jean-de-Dieu sont proposées par les participants du groupe des consommateurs : la consolidation des entreprises existantes, la relève, la rétention des travailleurs, la création d'emploi, l'amélioration du site Internet de la municipalité et la décoration des vitrines commerciales.

Parmi les occasions d'affaires soulevées, voici les trois principales : 1) Un bureau multi-services (notaire, assurances, comptable, etc.). On propose un regroupement de points de services d'autres bureaux de professionnels de la région. Une ressource commune pourrait être embauchée pour la gestion de la cellule permettant ainsi de réduire la lourdeur administrative des entreprises participantes. 2) Un service de plomberie et de réparation de systèmes de chauffage. En effet, selon les participants du groupe des consommateurs, il est de

plus en plus difficile pour les résidents de Saint-Jean-de-Dieu d'obtenir des services de plomberie. D'autant plus que la réalité est la même dans les municipalités avoisinantes. Cela permettrait au promoteur de desservir en bonne partie le haut-pays des Basques et peut-être même plus, ajoute un consommateur. 3) Un cordonnier. Ce service serait fortement apprécié selon la majorité des participants du groupe des consommateurs. Ceux-ci ajoutent de plus que ce service est actuellement inexistant dans la MRC des Basques.

Voici quelques autres occasions d'affaires suggérées par le groupe des consommateurs de Saint-Jean-de-Dieu :

- Vêtements
- Comptoir de produits locaux
- Peintre et plâtrier
- Magasin général
- Réparation de petits moteurs
- Chaussures
- Décoration
- Meubles
- Récupération
- Fleuriste
- Friperie
- Boucherie
- Poseur de tapis
- Entretien général
- Motel
- Magasins d'article en consignation

La facilité des répondants à trouver instantanément des occasions d'affaires potentielles semble traduire un certain manque sur le plan des produits et services offerts dans le milieu. Cela laisse entrevoir la nécessité d'une revitalisation commerciale dans la municipalité de Saint-Jean-de-Dieu.

## **2. Groupe des consommateurs de Saint-Jean-de-Dieu : atelier sur l'animation et la promotion du milieu**

Selon les participants du groupe des consommateurs, proportionnellement à la population, un bon nombre d'activités est offert à Saint-Jean-de-Dieu. Cependant, on note un problème majeur sur le plan de la communication, notamment à l'égard de la promotion des événements. De plus, on constate un faible mélange de la population à travers les activités disponibles. Le financement de l'animation et de la promotion du milieu est la principale contrainte au développement, ajoute un consommateur. L'essoufflement des bénévoles est par ailleurs, selon les consommateurs, un problème considérable dans le milieu.

Deux événements majeurs sont présents dans la municipalité : a) La Grande Virée, dont le tir de 4x4 est l'activité en importance, est un événement extérieur dépendant énormément de la température. Après plusieurs années, l'événement fonctionne toujours très bien, mais il devient de plus en plus difficile de trouver des commanditaires, remarque-t-on. b) Le Carnaval d'hiver, quant à lui, fonctionne toujours très bien année après année.

Par rapport au patrimoine, des projets sont en cours, mais on se questionne toutefois à savoir si l'on devrait en faire une priorité. La municipalité dispose d'une offre intéressante d'installations sportives, mais celle-ci serait néanmoins sous-utilisée : « les gens ne veulent

pas investir trop d'argent, les activités doivent donc être accessibles », explique un consommateur.

Selon les participants du groupe des consommateurs, la mise à jour du site Internet de la municipalité, qui est présentement en développement, devra se faire régulièrement. Le répertoire des entreprises à jour devrait être mieux publicisé (Internet, journaux, télévision, etc.), ajoute-t-on. L'installation d'une colonne Morris et le remplacement des enseignes de la municipalité, au printemps prochain, amélioreront probablement la visibilité du milieu, affirme-t-on. On propose également d'être pro-actif dans la recherche de personnel, de faire du démarchage et de la représentation. Pour plusieurs consommateurs, il faudrait mieux promouvoir les événements locaux et, surtout, s'assurer d'éviter le dédoublement, l'empiétement ou le chevauchement des activités pendant les mêmes périodes. À cet effet, « il faudrait développer un outil commun », affirme un participant du groupe des consommateurs. Cela permettrait selon lui de mieux coordonner la programmation d'activités offertes dans la région des Basques et dans les municipalités environnantes.

Certains consommateurs se questionnent sur la possibilité de faire revivre le Salon d'automne, une foire commerciale ayant lieu chaque deux ans en alternance dans les municipalités de Saint-Jean-de-Dieu et Saint-Cyprien. Ce dernier événement « avait l'avantage d'apporter de l'achalandage et de la visibilité aux commerçants du milieu », s'exprime un consommateur. L'animation du milieu nécessiterait « plus de diversité. Ça bouge, mais ça pourrait bouger plus. Les jeunes sont individualistes », précise un consommateur. « Les activités correspondent-elles aux besoins ? On ne peut pas participer à tout [non plus] », s'exclame un autre participant du groupe des consommateurs. Bref, il n'y a pas de solutions miracle, mais il doit y avoir de l'intérêt, précise-t-on. À titre d'exemple, on fait référence à une nouvelle activité, le Rock Fest, ayant attiré plus de 700 personnes à Saint-Jean-de-Dieu cette année.

### **3. Groupe des commerçants de Saint-Jean-de-Dieu : atelier sur le développement commercial**

Certains commerçants sont d'avis que le maintien et l'amélioration des commerces et services de proximité sont une question de survie : « ce n'est pas quand la situation se dégradera davantage qu'il faudra réagir. Il faut être proactif et ne rien prendre pour acquis. Saint-Jean-de-Dieu demeure un centre de services qui prendra du mieux au cours des prochaines années », exprime un commerçant. Du point de vue des opportunités d'affaires ou des besoins locaux non comblés, on mentionne qu'il y aurait de la place pour des services professionnels quelques jours par semaine, notamment sur le plan des assurances, du notariat et de la comptabilité. De plus, quelques espaces commerciaux sont disponibles. Bref, avec l'achalandage que créera le nouveau Parc national du Témiscouata, plusieurs commerçants sont d'avis que la démarche de revitalisation (embellissement des commerces et de la rue principale) incitera davantage les gens à arrêter sur leur parcours.

Il est mentionné par les commerçants que Saint-Jean-de-Dieu n'échappera pas au vieillissement de sa population et qu'il faut s'y préparer dans l'esprit d'un village ami des

ânés. L'accès universel aux institutions publiques et commerciales sera un atout important, voire incontournable, au niveau du maintien de la qualité de vie de la population à Saint-Jean-de-Dieu. L'accessibilité aux commerces et services semble une opportunité et un défi pour le milieu au cours des prochaines années. Plusieurs commerçants sont en effet d'avis qu'il faut faire en sorte de bonifier l'offre locale de services à domicile. Par exemple, une popote roulante serait un service qui, selon certains commerçants, serait potentiellement rentable dans le village. Ce service pourrait être greffé à un commerce existant. Certains commerçants mentionnent que la formule coopérative pourrait être envisageable.

Un service de gardiennage pourrait avoir sa place à Saint-Jean-de-Dieu. Certains commerçants mentionnent aussi que les métiers spécialisés du secteur de la construction (plombier, peintre, etc.) auraient un certain potentiel dans la région. L'entreprise de Jean-Paul Bélanger (réparation d'appareils électriques) serait par exemple une opportunité intéressante pour un jeune repreneur. En résumé, le potentiel pour ces métiers n'est pas seulement local, mais régional. Selon les commerçants, les entrepreneurs de ces métiers doivent tisser des liens afin de devenir des sous-contractants pour des entreprises spécialisées.

Dans le vêtement, la majorité des commerçants pensent qu'il y a de la place pour les vêtements de gamme générale et pour la clientèle de type travailleur. Il pourrait être opportun, selon eux, de développer des partenariats avec les boutiques extérieures.

Plusieurs commerçants sont d'avis qu'il faudrait créer un outil de promotion visant à faire connaître les opportunités d'affaires identifiées, les locaux vacants disponibles et les incitatifs en place. Il pourrait être pertinent, d'après eux, de former un comité de prospection et de promotion pour mieux faire connaître l'offre de produits et services locaux, les qualités et avantages de Saint-Jean-de-Dieu comme lieu de vie, de passage et d'affaire.

Plusieurs commerçants mentionnent que l'achat local commence à l'école et qu'il faut enlever la fierté d'aller chez Wall Mart dès le plus jeune âge. Il faut éduquer les futurs consommateurs qui éduqueront les parents. Il faut devenir des « consomm'Acteurs » et être conscient des impacts de nos achats sur notre milieu. Certains commerçants sont d'avis qu'il faudrait faire la démonstration scientifique des impacts de la consommation extérieure. D'autres commerçants sont d'avis qu'il ne faut pas trop culpabiliser la population locale et mettre la faute uniquement sur Wal Mart et les consommateurs. Cela pourrait avoir pour effet de créer des frustrations et d'accentuer le problème. Bref, en connaissant mieux les consommateurs locaux, ceux-ci croient qu'il faudrait plutôt mettre l'accent sur la proximité, créer un attachement, prêcher par l'exemple, miser sur l'histoire et l'esprit des lieux, créer un circuit patrimonial et historique, etc. Ils suggèrent d'améliorer le forfait de bienvenue actuel, développer l'offre de formation (accueil et service à la clientèle, mentorat entrepreneurial, coaching, etc.), favoriser une expérience d'achat agréable et organiser des conférences thématiques.

Certains commerçants sont d'avis qu'il faut mieux informer et expliquer les projets à la population locale. Selon eux, les acteurs locaux devraient être en mesure d'expliquer clairement les objectifs, les avantages, les coûts, les impacts et les retombées de chaque

projet. En résumé, il faut être en mesure d'identifier les forces ou les faiblesses d'un projet pour être capable d'anticiper les éléments de démonstration des impacts positifs ou négatifs.

#### **4. Groupe des commerçants de Saint-Jean-de-Dieu : atelier sur l'animation et la promotion du milieu**

En 2010, la réfection des rues principales fut un outil important de promotion du milieu. La participation des commerçants à l'amélioration physique de leurs commerces, dans le cadre ou non du programme Rues principales, permettrait de compléter cette promotion. En effet, les commerçants sont d'avis qu'il faut meubler la rue en insérant du mobilier urbain à certains endroits stratégiques (bancs, poubelles, recyclage, colonne Morris, etc.). Ils suggèrent également d'embellir la rue principale (décoration, oriflammes, aménagements paysagers, jeux pour enfants, etc.) pour la rendre plus conviviale et plus accessible. Au-delà des aménagements physiques, les commerçants eux-mêmes sont des sources importantes de promotion des commerces de la municipalité. En référant les clients vers d'autres commerces, ils permettent de créer une synergie à l'intérieur du milieu des affaires de Saint-Jean-de-Dieu. Plusieurs commerçants sont d'avis que les travailleurs devraient connaître l'offre de produits et services locaux pour mieux se promouvoir entre eux.

Plusieurs pistes d'action quant à la promotion et l'animation du milieu sont avancées par les commerçants de Saint-Jean-de-Dieu. Ceux-ci proposent notamment d'offrir aux nouveaux arrivants des bons d'achats échangeables chez les commerçants de la municipalité. Cela les inciterait à entrer au moins une fois dans le commerce et créerait ainsi chez eux une habitude de consommation. Les fêtes (Halloween, Saint-Valentin, etc.) pourraient, selon les commerçants, être de bonnes occasions pour rendre le milieu plus original par des décorations thématiques dans des endroits stratégiques.

Selon plusieurs commerçants, le festival La Grande Virée est un élément d'attraction et de promotion incontournable. Il permet de mettre en valeur Saint-Jean-de-Dieu pendant la saison estivale et d'assurer un achalandage au cœur de la municipalité, c'est pourquoi on suggère de se servir de l'événement comme médium important pour faire la promotion du milieu. Certains commerçants mentionnent qu'il pourrait être intéressant pendant la Grande Virée d'embaucher quelques valets (jeunes facilement identifiables) pour distribuer de la promotion commerciale ou des dépliants sur les services de la municipalité. Plusieurs éléments qui sont ressortis des commentaires des commerçants sont en lien avec la Grande Virée :

- Il est nécessaire de proposer des solutions et des idées innovatrices dans le cadre de ce festival afin de se démarquer;
- Trouver des façons de faire la promotion de la municipalité dans le cadre de ce festival;
- On propose la recherche de commanditaires majeurs afin d'organiser un tirage avec des prix importants, ce qui permettrait d'attirer les gens au festival;

- On propose de faire la promotion de la municipalité et des commerces dans le cadre d'un rallye à pied où les participants devraient répondre à des questions se rapportant à des commerces. Pour répondre, les participants devraient entrer et parler aux commerçants.

Plusieurs commerçants soulignent par ailleurs l'importance du bénévolat afin d'assurer la promotion et l'animation du milieu :

- Essoufflement des bénévoles dû à l'importance de la tâche et dû aux difficultés de recrutement, particulièrement chez les jeunes;
- L'implication de certains bénévoles dans un trop grand nombre de comités fait en sorte qu'ils ne peuvent plus concentrer leur travail sur un dossier précis, ce qui nuit à l'avancement de ces dossiers (dossiers plus concrets ou en profondeur, comme les mêmes bénévoles sont trop mobilisés leur implication ne peut rester que très générale);
- Plusieurs comités se dédoublent, sont inactifs ou très peu actifs, ce qui augmente la dispersion et l'essoufflement des bénévoles.

On mentionne qu'il serait peut-être même envisageable de fusionner certains comités pour qu'ils soient plus actifs. À cette fin, les commerçants proposent une démarche visant à faire le point sur les nombreux comités pourrait être fait selon une méthode visant à identifier :

- La mission et les objectifs
- Les actions et projets réalisés
- Les projets en branle ou prévus
- Les principales lacunes identifiées
- Les bons coups réalisés
- Le financement
- Le soutien du milieu
- La promotion des activités et projets
- Autres problématiques

Ensuite, les commerçants suggèrent d'organiser une rencontre afin de mettre en commun les résultats de chacun des comités et pour trouver des pistes d'action pour renforcer l'organisation du milieu bénévole.

## **Conclusion**

En guise de conclusion, un facteur à retenir est l'importance d'éviter le défaitisme et le discours qui y est associé. En effet, les constats soulevés par les participants ne sont pas toujours roses : essoufflement des bénévoles, manque de communication, perte d'entreprises, service à la clientèle à améliorer, etc. Cependant, les participants font aussi part d'un vent d'optimisme sur la région. Un noyau de gens passionnés œuvre dans le développement de la région. Ils proposent entre autres de favoriser une image positive de celle-ci.

Selon les participants, une clé de voûte réside dans l'importance d'utiliser les forces vives du milieu afin de créer un effet boule de neige sur la région : catalyser l'énergie pour la transformer en synergie. Par exemple, on suggère de se servir des moments d'achalandage lors des événements afin de faire connaître les commerces et services du milieu, de mieux promouvoir les produits et services offerts dans la région, d'utiliser la notoriété de Trois-Pistoles comme pôle régional pour rehausser la visibilité du milieu et de concentrer, dans la mesure du possible, les activités au centre des municipalités.

Les Journées de réflexion sur le développement commercial ont fait ressortir plusieurs pistes d'action novatrices. Notons que quelques organismes de la région agissent déjà sur le développement commercial, notamment la Chambre de commerce de Saint-Jean-de-Dieu et la Jeune Chambre des Basques.