

Scénario de revitalisation

SAINT-JEAN-DE-DIEU



Mardi 23 mars 2010

Table des matières

I.	Le scénario de revitalisation.....	1
A.	La concertation, base de la revitalisation	1
B.	Une planification qui évolue.....	2
C.	L'organisation d'une réussite	2
II.	Statistiques et sondages	4
A.	Caractéristiques socio-économiques.....	4
B.	Résultats des sondages.....	7
III.	Analyse de la diversité commerciale.....	11
A.	Inventaire des commerces et services	11
B.	Analyse de la diversité commerciale de Saint-Jean-de-Dieu.....	12
IV.	Vision de développement	15
Vocation	15	
Image	15	
V.	Objectifs de développement.....	16
A.	Organisation.....	16
B.	Développement économique.....	16
C.	Animation et promotion	16
D.	Interventions physiques.....	17
VI.	Plan d'action Saint-Jean-de-Dieu.....	19
A.	Organisation.....	19
B.	Développement économique.....	20
C.	Animation et promotion	22
D.	Interventions physiques.....	24
VII.	Conclusion.....	27

I. Le scénario de revitalisation

Le projet de revitaliser un village tel que Saint-Jean-de-Dieu nécessite la mise en place d'une planification stratégique concertée pour être mené correctement. L'élaboration du présent scénario de revitalisation représente la première phase de la démarche. Le diagnostic sur lequel il se base et les objectifs qu'il présente permettent de guider l'ensemble des actions à court, moyen et long terme. Fondé sur une consultation élargie auprès d'un grand nombre d'intervenants et de citoyens du milieu et d'une cueillette importante de données, il reflète les besoins de la communauté et y apporte des réponses.

Le scénario de revitalisation s'adresse donc à tous les intervenants et est destiné à servir de point de repère. Il regroupe la vision commune des objectifs à atteindre, les actions concrètes qui y sont rattachées, les partenaires responsables de ces actions et l'échéancier que la communauté se fixe pour chacune d'elles.

Une synthèse des données socio-économiques et des sondages recueillis sera présentée dans un premier temps, suivie d'un énoncé de vision commune de développement pour le secteur de revitalisation et d'un plan d'action afin de guider la mise en œuvre du développement.

A. La concertation, base de la revitalisation

La Fondation Rues Principales, en partenariat avec la SADC des Basques, a pour mandat d'accompagner les différents acteurs impliqués dans la revitalisation de la municipalité de Saint-Jean-de-Dieu, afin d'élaborer une planification stratégique basée sur un diagnostic du milieu.

En ce sens, la population des deux municipalités a été consultée depuis novembre 2008 et s'est impliquée de différentes manières. Ainsi lors de l'événement *Opération-Constats* organisé en novembre 2008, les résidents ont identifié les forces et les enjeux du secteur. Au printemps 2009, des sondages auprès des gens d'affaires et des consommateurs ont permis de dresser un portrait de la vie économique de la communauté. Enfin, la *Session-Image* a eu lieu en avril ; elle visait à déterminer, avec la population impliquée, les principes destinés à guider les actions concernant l'environnement physique, qu'il s'agisse de conservation, de mise en valeur, ou de réaménagement des espaces publics et privés.

L'ensemble des perceptions et données récoltées au cours de ce processus ont permis d'amorcer la réflexion qui a mené à la réalisation du scénario de revitalisation. En analysant le profil socio-économique de la population locale, les résultats des sondages et la structure commerciale locale, le comité de revitalisation, rassemblant une quinzaine d'acteurs locaux (résidents, commerçants, élus, fonctionnaires, etc.) ont élaboré une vision commune du développement local et une série d'objectifs visant à concrétiser cette vision.

B. Une planification qui évolue

Le Scénario de revitalisation a pour vocation de favoriser la mobilisation autour d'objectifs communs réalistes et réalisables, que pourront s'approprier les différents partenaires de la revitalisation de Saint-Jean-de-Dieu. Le comité de revitalisation a désormais entre ses mains un document de base à partir duquel travailler. Il s'agit maintenant de veiller à la mise en place des actions prévues.

A cet égard, la mise sur pied de sous-comités de travail, dans chacun des différents volets de revitalisation (le développement économique, les améliorations physiques et l'animation/promotion) est un bon moyen de s'assurer de l'atteinte de résultats concrets. Le plan d'action du scénario représente un outil de référence pour chacun des sous-comités qui y retrouve les actions les concernant, selon les priorités identifiées en concertation.

La revitalisation est un processus qui évolue : il doit en être de même pour les outils qui l'accompagnent. Il importe donc de tenir compte du rythme que le milieu insuffle à chacun des volets, des ressources disponibles et de procéder aux ajustements nécessaires dès que cela s'avère requis.

Il conviendra donc de valider le scénario de revitalisation, de le mettre à jour et de l'enrichir au fil du temps selon l'évolution du contexte, les nouvelles préoccupations et les résultats obtenus.

C. L'organisation d'une réussite

Tout au long de la démarche, le comité Rues principales de Saint-Jean-de-Dieu, formé d'intervenants représentatifs des différents groupes d'intérêt, assurera le suivi du plan d'action et se donne pour mandat :

- de coordonner les différentes interventions et les groupes de travail;
- de s'assurer que ces interventions sont faites en respectant les décisions prises par l'ensemble des gens;
- de maintenir la concertation de tous les intervenants concernés par la revitalisation et de faire les représentations nécessaires;
- de faire continuellement la promotion et la diffusion du scénario de revitalisation, de l'avancement du projet et des résultats obtenus.

Le/la chargé(e) de projet, aura pour tâches :

- de coordonner les activités du comité et de tous les groupes de travail;
- de leur fournir le support nécessaire au bon déroulement de leurs activités;
- de réaliser lui-même certaines actions qui ne peuvent être faites autrement;
- de maintenir l'échange et une bonne communication entre les différents intervenants, les groupes de travail, le comité de gestion, les médias et le public.

Au quotidien, les comités de travail pourront bénéficier du soutien technique et professionnel d'un chargé de projet et de l'encadrement général de la démarche assuré par Virgile Lautier, responsable de la recherche et du développement à la Fondation Rues principales.

Pour être bénéfique, la phase du diagnostic et de la planification doit déboucher sur la réalisation d'actions concrètes. Cette phase de réalisation, fondamentale et essentielle, requiert l'implication et la participation de tous, une excellente communication et une bonne coordination de tous les intervenants concernés. Des résultats concrets rapides ont généralement un effet bénéfique d'entraînement dans la communauté. Ainsi, les actions du plan d'action, pour lesquelles l'échéancier est à court terme, devront être mises en œuvre rapidement.

II. Statistiques et sondages

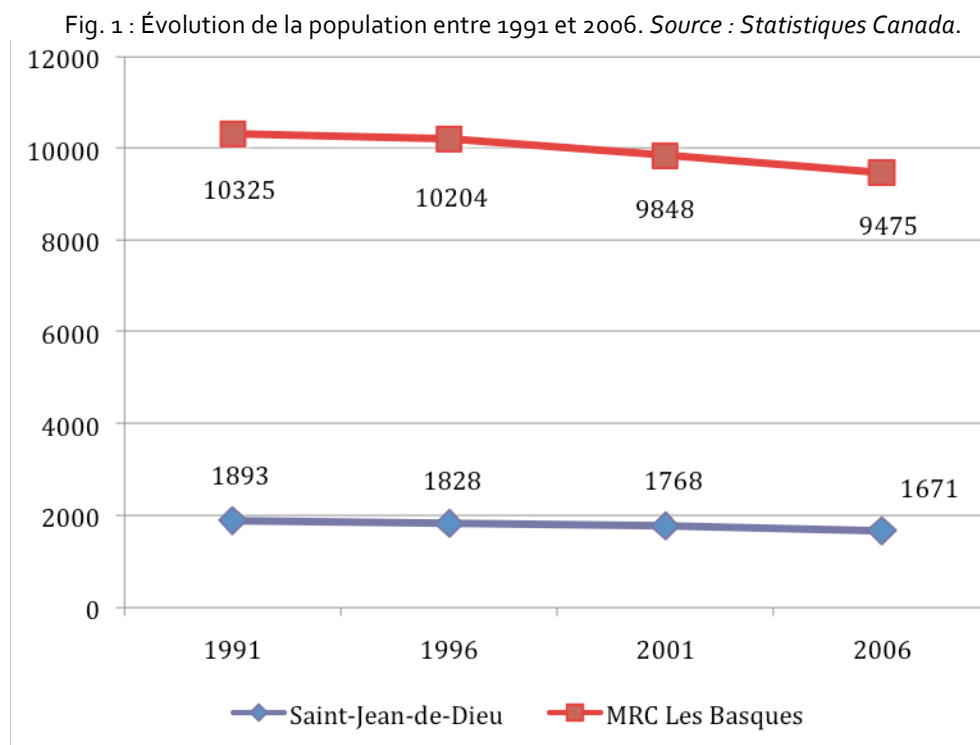
Afin de se doter d'une planification qui réponde le plus adéquatement possible aux enjeux du développement local, il est essentiel de partager une bonne analyse du milieu. Les données socio-économiques et les résultats des sondages jouent donc un rôle important dans cette phase.

A. Caractéristiques socio-économiques

L'étude du profil socio-économique de Saint-Jean-de-Dieu (basée sur les données du Recensement de Statistiques Canada entre 1991 et 2006) fait ressortir les aspects qui suivent :

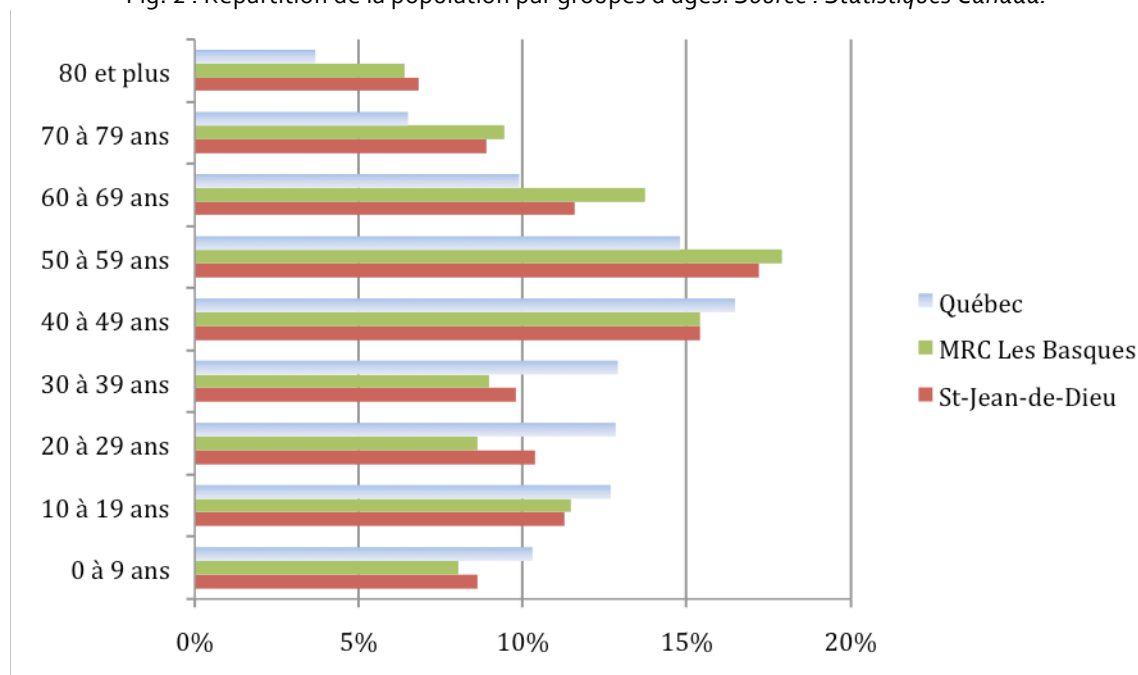
1. Population

La population de Saint-Jean-de-Dieu a connu une importante baisse (-11,3%) entre 1991 et 2006. À titre de comparaison, la MRC perdait, durant la même période, 8,3% de ses habitants.



La répartition de la population par âge au sein de la municipalité de Saint-Jean-de-Dieu correspond globalement à celle observée dans la MRC. Ainsi, on y retrouve une population vieillissante, plus vieille que la moyenne québécoise. Cependant, Saint-Jean-de-Dieu connaît une proportion plus élevée de la classe de 20 à 39 ans en comparaison avec la MRC, et globalement un peu moins de personnes âgées de 50 à 79 ans.

Fig. 2 : Répartition de la population par groupes d'âges. Source : Statistiques Canada.



2. Ménages

Avec en moyenne 2,3 personnes par ménages, la taille des ménages de Saint-Jean-de-Dieu correspond parfaitement à la moyenne provinciale.

Tableau 1 : Répartition des ménages privés selon le type. Source : Statistiques Canada.

	St-Jean-de-Dieu	MRC Les Basques	Québec
Couple avec enfants	44%	23%	26%
Couple sans enfant	23%	35%	29%
Une seule personne	19%	31%	31%
Autres ménages	8%	12%	15%

Saint-Jean-de-Dieu présente une proportion de couples (62%) plus importante que celle de la MRC ou de la province. La différence est particulièrement marquante chez les ménages de type « couple avec enfants ». Les familles sont légèrement mieux représentées à Saint-Jean-de-Dieu. On peut par ailleurs supposer qu'il s'agit de ménages dont le couple est âgé de 20 à 40 ans, avec des enfants jeunes, ce qui serait cohérent avec les tendances observées dans la répartition de la population par classes d'âge.

3. Logement et mobilité

Saint-Jean-de-Dieu comporte une forte majorité de maisons unifamiliales (79,4%). L'autre part (18,4%) est représentée par les logements en petits immeubles (moins de 5 étages). D'une façon

générale (à 75%), les ménages occupent un logement qu'ils possèdent. Enfin, 88% du parc de logements date d'avant 1986.

La population johannoise montre une tendance à la stabilité en termes de mobilité. Ainsi, environ 10% seulement des résidents présents depuis plus de 5 ans habitaient auparavant dans une autre municipalité, tandis que 80% habitaient à la même adresse. Les 10% restant ont changé d'adresse au sein de la municipalité.

4. Niveau de scolarité, emploi et revenus

Tableau 2 : Répartition de la population par niveau de scolarité. *Source : Statistiques Canada*

	Saint-Jean-de-Dieu	MRC Les Basques	Québec
Aucun certificat, diplôme ou grade	44%	36%	25%
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	23%	24%	22%
Certificat ou diplôme d'apprenti ou d'une école de métiers	19%	18%	15%
Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'un autre établissement d'enseignement non universitaire	8%	11%	16%
Certificat, diplôme ou grade universitaire	3%	11%	21%

Les niveaux de scolarité observés à Saint-Jean-de-Dieu sont globalement inférieurs à ceux observés à l'échelle de la MRC et de la province. Fait marquant, presque la moitié des plus de 15 ans ne possèdent aucun diplôme, certificat ou grade.

Le taux d'activité des johannois (57%) correspond à celui de la MRC, mais est plus bas que celui de la province (65%). À l'image de ce que l'on observe dans beaucoup de régions rurales du Québec, le taux de chômage (11%) de Saint-Jean-de-Dieu est supérieur à la moyenne provinciale (7%).

En matière de répartition de la population active par **type de profession**, les travailleurs de Saint-Jean-de-Dieu œuvrent principalement dans les domaines de la Vente et des services (23%), des Métiers, transport et machineries (21%) et des Professions propres au secteur primaire (19%). Le secteur de la Transformation, fabrication et services d'utilité publique représente quant à lui 11% des emplois occupés. Cette répartition des emplois, et notamment la part relativement importante du secteur primaire, vient en partie expliquer la forte proportion de personnes non diplômées dans la municipalité, ces secteurs d'emploi ne nécessitant pas toujours un niveau de diplôme élevé.

Enfin, le **niveau de revenu** des ménages est plus élevé que celui de la MRC, tout en restant nettement inférieur à la moyenne québécoise, tel que le démontre le tableau suivant.

Tableau 3 : Revenus moyens et médians des ménages. *Source : Statistiques Canada*

	Saint-Jean-de-Dieu	MRC Les Basques	Québec
Revenu moyen	39 759 \$	36 797 \$	58 954 \$
Revenu médian	36 016 \$	31 717 \$	46 419 \$

B. Résultats des sondages

Les sondages ont été effectués en mars 2009. Ils regroupaient trois municipalités : Trois-Pistoles, Notre-Dame-des-Neiges, et Saint-Jean-de-Dieu. Le sondage aux gens d'affaires porte sur 87 répondants dont 64 de Trois-Pistoles, 5 de Notre-Dame-des-Neiges, et **18 de Saint-Jean-de-Dieu**. Il a été réalisé grâce à des rencontres en personne et des questionnaires à renvoyer. Le sondage mené auprès des ménages a été effectué par téléphone ; 150 personnes ont accepté d'y répondre, ce qui correspond à 20% de l'échantillon aléatoire sélectionné.

Bien que ces sondages aient un taux de réponse relativement faible qui ne garantit pas le niveau de confiance habituellement exigé, ils permettent tout de même de recueillir des informations précieuses sur les attentes des acteurs du secteur et donc d'identifier des pistes d'actions à mettre en place pour la revitalisation. D'autres enquêtes pourraient être menées plus tard selon les besoins, comme une enquête de provenance, suivie d'un sondage aux consommateurs plus exhaustif.

1. Sondage auprès des ménages

Parmi les 150 répondant(e)s, 85 personnes résident à Trois-Pistoles ou Notre-Dame-des-Neiges et **65 habitent à Saint-Jean-de-Dieu**. Près de trois répondants sur quatre sont des femmes. La moitié de l'échantillon est âgée de 55 ans et plus ce qui fait que les jeunes sont sous-représentés. La moitié de l'échantillon possède une scolarité de niveau secondaire. Près de trois répondants sur quatre gagnent un revenu familial non-imposé inférieur à 54 999 \$.

Habitudes de consommation

Près de trois répondant(e)s sur cinq lisent tous les journaux locaux et environ le trois quart des répondant(e)s ont affirmé que ce sont les journaux locaux qui ont le plus d'influence sur le choix de leur achat. L'Internet semble un média encore peu utilisé dans la MRC avec 11% des répondants l'utilisant occasionnellement. La plus forte proportion de personnes âgées de 55 ans et plus ayant répondu à ce sondage peut expliquer également ce résultat, cette tranche de population utilisant généralement moins Internet pour les achats que des générations plus jeunes.

Pour les facteurs influençant le choix du commerce, les éléments tels que la qualité des produits et des services offerts, l'accueil et le service à la clientèle, la diversité des produits offerts, la localisation du commerce et l'ambiance intérieure du commerce forment un ensemble important d'ingrédients à considérer pour le succès d'un commerce. En combinant l'amélioration de ces

éléments avec celle de l'apparence et de l'aménagement extérieur des commerces, le pouvoir d'attraction des établissements locaux serait grandement rehaussé.

Tableau 4 : Influence dans le choix d'un commerce

	Forte ou moyenne	Faible ou nulle
Qualité des produits et services	91%	9%
Diversité des produits et services	88%	12%
Accueil et service à la clientèle	87%	13%
Ambiance intérieure du commerce	80%	20%
Bouche à oreille	72%	28%
Localisation	65%	35%
Accessibilité	64%	36%

Les consommateurs interrogés sont généralement satisfaits à l'égard des produits et services offerts localement. 68% se disent considérablement ou totalement satisfaits contre 32% qui se disent pas assez ou aucunement satisfaits. On observe également un fort taux de satisfaction à l'égard de l'accueil et du service à la clientèle.

Lorsqu'interrogé(e)s sur les forces et les faiblesses des commerces et services offerts dans la communauté, les répondant(e)s évoquent les aspects suivants :

Forces :

- Accueil et service à la clientèle
- Proximité et accessibilité

Faiblesses :

- Manque de variété des produits
- Rapport qualité / prix

Près de trois répondant(e)s sur quatre achètent souvent ou à l'occasion hors de la MRC. En effet, plus de la moitié des répondant(e)s consomment à l'occasion en dehors des Basques et le cinquième des répondant(e)s le fait souvent. Les principaux facteurs de fuites commerciales évoqués sont les suivants :

- Variété des commerces à l'extérieur (83%)
- Prix des produits et promotions (73%)
- Présence d'un commerce unique dans la région (71%)
- Qualité des produits et services (68%)
- Absence du produit localement (68%)

Les fuites commerciales concernent principalement les achats semi-courants (Vêtements, Chaussures, Disques et DVD, Matériel d'artiste, etc.) et les achats réfléchis (Bijouterie, Matériel informatique, etc.). Cependant c'est surtout au niveau de la vente de vêtements et chaussures que la demande est la plus nette, avec près de 65% des répondants qui souhaiteraient retrouver ce type de commerces sur le territoire. Il est intéressant de noter qu'il y a très peu de fuites commerciales au niveau des achats courants (dont les achats alimentaires)

Pistes d'actions

Il a été demandé aux répondant(e)s d'énumérer des éléments qui pourraient les inciter à consommer davantage localement. À Saint-Jean-de-Dieu, les répondant(e)s préféreraient une plus grande variété de produits et de commerces, suivi d'un meilleur rapport qualité/prix.

En ce qui a trait aux axes d'interventions à prioriser pour améliorer la situation commerciale, selon les répondant(e)s, il s'agit d'une plus grande diversité des produits et services offerts et du recrutement de nouveaux commerces.

En résumé il s'agirait de :

- Favoriser une plus grande variété de produits et services ;
- Recruter de nouveaux commerces ;
- Favoriser un meilleur rapport qualité/prix ;
- Sensibiliser la population à l'achat local.

2. Sondage auprès des gens d'affaires

Interrogés sur la question de **l'évolution de l'achalandage**, la moitié des 18 répondants ont noté un accroissement de l'achalandage, 28% un maintien, et 11% une baisse.

L'emplacement et l'environnement d'un commerce ou service joue pour une grande part dans son attractivité. Au sujet de la localisation, les commerçants répondants ont nommé les atouts suivants, qui sont tous liés au phénomène de concentration des commerces et services :

- Bon positionnement au cœur du village ;
- Rue achalandée ;
- Proximité des services.

Néanmoins, la morphologie du centre, et en particulier les différences dans l'alignement des bâtiments est citée comme un inconvénient : certains se trouvent trop en retrait, d'autres trop proches de la rue.

En général, les commerçants mentionnent avoir fait des rénovations et/ou une bonification dans leur offre de produits ou de services et être mieux connus de la population grâce à leur publicité ou au bouche-à-oreille. L'achat de nouveaux équipements, l'augmentation des heures de service ou le développement d'outils de fidélisation sont autant d'exemples cités comme étant des éléments explicatifs à la hausse de l'achalandage. À Saint-Jean-de-Dieu en particulier, ces résultats concernant l'achalandage semblent liés à une meilleure connaissance des commerces par les habitants.

Par ailleurs, la plupart des commerçants interviewés envisagent réaliser certains projets au cours des prochaines années. Ainsi en 2009, près des deux tiers d'entre eux prévoyaient des rénovations ou un réaménagement de l'extérieur de leur commerce, 4 un réaménagement intérieur, tandis que 4 prévoyaient fermer ou vendre leur commerce. La vente ou la fermeture prévisible de certains commerces sera une problématique importante à considérer. Certaines situations pourraient par contre permettre une opportunité de transfert d'entreprise (relève

entrepreneuriale) qui pourrait assurer un certain roulement et le maintien de l'offre de produits et services locale.

Parmi les éléments positifs sur l'achalandage identifiés par les commerçants de Saint-Jean-de-Dieu, la qualité des services et produits offerts et la fidélité des clients ressortent particulièrement.

Les éléments portant atteinte à l'achalandage les plus souvent mentionnés sont les achats des citoyens à l'extérieur de la localité, ainsi que la baisse de l'offre commerciale locale, qui favorisent à leur tour la baisse de l'achalandage.

Au sujet du **développement local**, différents obstacles semblent apparaître aux yeux des commerçants. Les aspects liés à la population sont les plus flagrants : le premier d'entre eux concerne le manque de clientèle dans la communauté, viennent ensuite la diminution de la population et le manque de main d'œuvre qualifiée. Enfin des problèmes de financement pour les entreprises et de manque d'espace sont également évoqués.

III. Analyse de la diversité commerciale

Une analyse de la diversité commerciale a été réalisée afin d'identifier les créneaux qui pourraient être exploités¹. Elle consiste d'abord à faire l'inventaire des commerces et services par typologie et par catégorie et à le comparer à la mixité « idéale » à rechercher. Dans un deuxième temps, il s'agit de calculer l'offre commerciale et la demande afin d'identifier les catégories de biens et services à renforcer ou à développer.

A. Inventaire des commerces et services

L'inventaire des commerces et services a été effectué en mars 2006. Tous les commerces et services ont été classés selon une typologie reconnue qui se définit ainsi :

Achats courants : biens ou services que le consommateur a l'habitude d'acheter fréquemment, rapidement et avec un minimum d'efforts. Ce type de commerces et services a pour effet de créer de l'achalandage sur la trame commerciale (exemple : alimentation, pharmacie, station d'essence, dépanneurs, institutions financières, club vidéo).

Achats semi-courants : biens ou services que le consommateur achète fréquemment mais non sur impulsion, il aime magasiner, avoir du choix, comparer. Ces types d'achats créent de l'achalandage piétonnier et incitent au lèche-vitrine. Un environnement agréable à marcher favorise l'implantation de ce type de commerces et services (exemple : vêtements, chaussures, cordonnier, disques, coiffure et esthétique, quincaillerie).

Achats réfléchis : biens ou services que le consommateur a l'habitude de comparer au cours d'un processus de choix et d'achat selon certains critères tels que la qualité, le prix, l'aspect pratique, le style. Ces achats sont peu fréquents et plus dispendieux. Pour ce type de produits et services, le consommateur est prêt à parcourir une plus grande distance (exemple : animalerie, articles de sport, meubles, bijoux, centre de décoration, informatique).

Restauration et divertissements : biens et services consommés sur place. Ce type de commerces et services crée de l'achalandage et de l'animation sur la trame commerciale (exemple : restaurants, bars, club sportif, cinéma, quilles).

¹ Fondation Rues Principales, *Étude portant sur les commerces et les services de la MRC des Basques*, mars 2006.

B. Analyse de la diversité commerciale de Saint-Jean-de-Dieu

L'étude effectuée en 2006 en collaboration avec la MRC des Basques vise à mieux connaître les commerces et services présents sur le territoire. Saint-Jean-de-Dieu faisait partie des municipalités étudiées.

Tableau 5 : Diversité commerciale par typologie, 2006

Catégorie et typologie	Nombre de places d'affaires	Proportion (%)	Diversité "idéale" (étude de la Fondation Rues Principales)
COURANT	9	16%	Entre 10 % et 15 %
Commerces	8	89%	66%
Services	1	11%	34%
SEMI-COURANT	13	23%	Entre 29 % et 34 %
Commerces	5	38%	65%
Services	8	62%	35%
RÉFLÉCHI	30	53%	Entre 33 % et 42 %
Commerces	10	33%	35%
Services	20	67%	65%
Restauration-divertissement	5	9%	Entre 16 % et 21 %
Total	57	100%	100%

L'offre dans la typologie « achats courants » représente 8 établissements dont 2 liés à l'alimentation et deux dépanneurs. Au niveau des achats « semi-courants », on note un déséquilibre principalement dû à la forte présence de salons de coiffure et d'esthétique. Il est important de noter que depuis l'étude effectuée en 2006, certains commerces ont disparu. C'est notamment le cas des magasins de vêtement et chaussures, ce qui vient donc fragiliser un peu plus la diversité commerciale.

Un déséquilibre apparaît également au sujet des achats « réfléchis », qui représentent 54% de l'offre. Parmi ce nombre, les achats concernant le secteur de l'automobile (9) ainsi que les services d'hébergement (3) et de résidences pour personnes âgées (7) représentent une grande part.

Tableau 6 : Diversité commerciale par catégorie, 2006

Catégorie et typologie	Nombre de places d'affaires	Proportion (%)	Diversité "idéale" (étude de la Fondation Rues Principales)
Commerces courants	8	14%	
Commerces semi-courants	5	9%	
Commerces réfléchis	10	18%	
Total commerces	23	40%	Entre 40 % et 46 %
Services courants	1	2%	
Services semi-courants	8	14%	
Services réfléchis	20	35%	
Total services	29	51%	Entre 34 % et 44 %
Restauration-divertissement	5	9%	Entre 16 % et 21 %
Total	57	100%	100%

La question du développement futur

L'économie d'un milieu est en constante évolution, et Saint-Jean-de-Dieu ne déroge pas à la règle. Ainsi, comme évoqué plus haut, depuis 2006, la situation a évolué d'une façon peu positive pour la diversité commerciale. Il importe donc de prendre en main le développement futur de Saint-Jean-de-Dieu. Les créneaux à favoriser concernent les services courants et les commerces semi-courants. Un manque est également notable au niveau de la restauration et du divertissement.

L'étude de mars 2006 a également permis de mettre en évidence les créneaux à développer ou à valoriser dans la MRC. Pour Saint-Jean-de-Dieu, cela pourrait concerner l'alimentation spécialisée, la restauration, et l'offre de vêtements et chaussures. S'il est clair qu'une enseigne habituelle de vêtements aurait du mal à s'implanter, d'autres solutions sont envisageables, et consisteraient à offrir un éventail assez large de vêtements « de première nécessité ». Ainsi, un magasin général pourrait offrir un choix restreint d'habits et chaussures de travail, et une sélection un peu plus orientée « mode ». Un intérêt existe également pour certains services tel un couturier, un cordonnier et un nettoyeur. Ces services sont complémentaires et peuvent représenter une opportunité d'affaires à étudier plus en profondeur.

Le recrutement aura avantage à se faire de façon cohérente, c'est-à-dire qu'on devrait débiter par le recrutement de commerce de grand achalandage comme l'alimentation spécialisée et la restauration. Pour l'offre de vêtements et chaussures, il peut s'agir d'un nouveau créneau pour un commerce existant, ce qui limite ainsi les risques tout en diversifiant l'offre du village.

Les dépenses alimentaires réalisées par l'ensemble des ménages de la MRC représentent 20 % des dépenses courantes. Le commerce de proximité (alimentaire et pharmacie) et les spécialités régionales possèdent donc un intéressant potentiel de développement.

IV. Vision de développement

Vocation

Les jeunes ménages comme les aînés trouvent à Saint-Jean-de-Dieu un cadre de vie de qualité en harmonie avec le paysage rural. Son centre revitalisé propose des commerces et des activités variés qui attirent clients et touristes dans un environnement accueillant. Les produits et services locaux contribuent à la vie économique de la communauté et viennent compléter la place importante qu'occupe l'agriculture.

Image

L'atmosphère familiale et accueillante du village laisse immédiatement apparaître un climat de joie mêlé à la fierté d'appartenir à une communauté ouverte et dynamique. Le cœur de village, dense et uni, laisse une place importante à la végétation et aux déplacements piétonniers. Le lien historique et culturel fort que Saint-Jean-de-Dieu entretient avec la terre renforce l'ambition et la créativité de sa population.

V. Objectifs de développement

Les grands objectifs déterminés grâce aux sessions de travail et de consultation des acteurs et résidents peuvent être déclinés selon les 4 volets suivants :

A. Organisation

1. But

Se doter d'une vision partagée et cohérente de l'avenir afin de permettre un développement viable respectant l'identité du village.

2. Objectifs

1. Définir une vision partagée et travailler en ce sens avec les acteurs du développement
2. Mobiliser les acteurs locaux et la population autour du projet de développement

B. Développement économique

1. But

Renforcer l'activité économique et augmenter la diversité commerciale en accord avec la vision globale de développement définie.

2. Objectifs

3. Rétablir la confiance de la population et des investisseurs à l'égard du développement
4. Améliorer la diversité des commerces et services
5. Soutenir et renforcer les commerces locaux.

C. Animation et promotion

1. But

Proposer à tous un milieu vivant et accueillant dont l'identité et la qualité de vie procure un sentiment de fierté chez les citoyens.

2. Objectifs

6. Améliorer la communication autour de Saint-Jean-de-Dieu
7. Améliorer l'information et la communication autour du projet Rues Principales

8. Développer une animation continue dans la communauté

D. Interventions physiques

1. But

Améliorer l'accessibilité et la convivialité de Saint-Jean-de-Dieu par un traitement des espaces publics et des bâtiments qualitatif en respectant l'identité de la communauté et les paysages.

2. Objectifs

9. Valoriser la place du piéton dans le village et arriver à une cohabitation harmonieuse des différents modes de déplacement
10. Créer des espaces publics conviviaux et végétalisés
11. Revaloriser le cadre bâti en général
12. Adopter une signalisation adaptée et unifiée pour les entrées du village et les attraits

VI. Plan d'action Saint-Jean-de-Dieu

Le plan d'action permet de guider la mise en œuvre du scénario de revitalisation. Il détaille les objectifs en moyens d'action sur 3 temps : Court terme (1 an), Moyen terme (2-3 ans) et Long terme (4-5 ans).

A. Organisation

Se doter d'une vision partagée et cohérente de l'avenir afin de permettre un développement viable respectant l'identité du village.

Objectifs	Moyens	Responsabilités et partenaires	Échéancier	Indicateurs de succès
1. Définir une vision partagée et travailler en ce sens avec les acteurs du développement	Valider une image et une vocation pour la communauté.	Comité Rues principales de SJDD, Chambre de commerce, Municipalité et autres partenaires	Court terme	Information, visibilité et communication constante et bien adaptée au milieu
	Diffuser la vision de développement à l'ensemble des acteurs impliqués.	Comité Rues principales de SJDD, Chambre de commerce, Municipalité et autres partenaires	En continu	Information, visibilité et communication constante et bien adaptée au milieu
2. Mobiliser les acteurs locaux et la population autour du projet de développement.	Maintenir un chargé de projet Rue Principale qui centralise et diffuse l'information sur la revitalisation.	SADC, Municipalité	En continu	Avancement et concrétisation des projets, mobilisation des acteurs locaux

Envisager la possibilité de créer des sous-comités (signalisation, d'embellissement, d'animation...) pour mener à terme les actions identifiées dans chaque volet de la revitalisation	Comité Rues principales et bénévoles intéressés	Court et moyen terme	Comités actifs et réalisations d'actions concrètes
Mobiliser les gens d'affaires en collaboration avec les organismes existants	Comité Rues principales, Chambre de commerce	Court terme En continu	Partenariats actifs, objectifs partagés
Lancer le nouveau Programme d'aide à la mise en valeur des commerces et services de Saint-Jean-de-Dieu.	SADC, Municipalité, Caisse Desjardins du Terroir basque, Membres du comité de gestion	En continu	Nombre de projets réalisés et soutenus dans le cadre du programme

B. Développement économique

Renforcer l'activité économique et augmenter la diversité commerciale en accord avec la vision globale de développement définie.

Objectifs	Moyens	Responsabilités et partenaires	Échéancier	Indicateurs de succès
3. Rétablir la confiance de la population et des investisseurs à l'égard du développement	Sensibiliser les acteurs financiers à l'importance et à la viabilité de projets dans le milieu et diffuser les conclusions de l'analyse commerciale	SADC, Chambre de commerce, Municipalité, Comité développement économique, autres	Moyen terme	Partage d'une vision commune de la situation commerciale entre les acteurs locaux

	Évaluer la faisabilité de mettre en place un système coopératif pour palier aux manques locaux.	Municipalité, Gens d'affaires, Chambre de commerce	Moyen terme	
	Informier et publiciser l'offre de biens et services locale actuelle et la mettre en valeur (fiche promotionnelle de tous les commerces et services de SJDD, mise à jour et mise en ligne du répertoire des commerces et services, etc.)	Municipalité, Chambre de commerce, Gens d'affaires, Comité Rues principales, autres	Court terme	Réalisation et diffusion d'outils de promotion et de mise en valeur de l'offre locale
4. Améliorer la diversité des commerces et services.	Améliorer la diversité de l'offre au sein des commerces existants	Gens d'affaires, Chambre de commerce	Moyen terme	Ajout de nouvelles gammes de produits ou services dans les commerces existants
	Mettre à jour la stratégie de diversification et de localisation commerciale	SADC, Municipalité, Fondation Rues Principales, Chambre de commerce	Moyen terme	Stratégie de développement commercial mise à jour
	Développer une politique de recrutement de nouveaux commerces et envisager des outils d'accueil (Forfait de bienvenue)	Municipalité, Gens d'affaires, Chambre de commerce	Moyen terme	Offre de forfait de bienvenue
	Identifier et diffuser la disponibilité de locaux commerciaux vacants	Municipalité, Chambre de commerce	En continu	Nouvelle activité commerciale dans les locaux vacants

	Informers les commerçants et investisseurs potentiels des programmes d'aide existants	SADC, CLD, Chambre de commerce, Municipalité	En Continu	Utilisation des programmes d'aide
	Évaluer la possibilité d'accueillir des services pour les professionnels (notaire, comptable...) qui partagerait en rotation dans la semaine un même local	Municipalité, Gens d'affaires, Chambre de commerce	Moyen terme	
5. Soutenir et renforcer les commerces locaux.	Soutenir et renforcer la campagne d'achat local.	Chambre de commerce, Gens d'affaires, Municipalité	En continu	Évaluation positive de la hausse de l'achat local, sentiment de fierté et de coopération
	Prêter attention à la question de la relève et travailler avec les propriétaires souhaitant laisser leur commerce pour ne pas perdre ce qui existe localement	SADC, CLD, Comité Relève le défi, Municipalité, Chambre de commerce, Gens d'affaires	En continu	Accompagnement efficace, réalisations de transferts d'entreprises
	Favoriser une localisation judicieuse pour l'implantation de nouveaux commerces de façon à densifier l'offre	Municipalité, Chambre de commerce, Comité Rues principales	En continu	Installation de nouveaux commerces dans les secteurs ciblés

C. Animation et promotion

Proposer à tous un milieu vivant et accueillant dont l'identité et la qualité de vie procurent un sentiment de fierté chez les citoyens.

Objectifs	Moyens	Responsabilités et partenaires	Échéancier	Indicateurs de succès
6. Améliorer la communication autour de Saint-Jean-de-Dieu	Déterminer les aspects à promouvoir (attraits, commerces, services...)	Municipalité, Chambre de commerce, Comité Rues principales	Court terme	Reconnaissance positive de la municipalité chez la population locale et extérieure
	Définir une stratégie marketing pour la municipalité	Municipalité, Chambre de commerce, Comité Rues principales	Court terme	Reconnaissance positive de la municipalité chez la population locale et extérieure
	Prendre en considération l'arrivée du parc du Temiscouata et intégrer la promotion de Saint-Jean-de-Dieu à cette attraction	Municipalité, Chambre de commerce, Comité Rues principales	Moyen terme	Mise en valeur de Saint-Jean-de-Dieu
7. Améliorer l'information et la communication autour du projet Rues Principales.	Diffuser l'information dans différents médias, notamment le bulletin municipal	SADC, Comité Rues principales, Municipalité	Court terme	Visibilité et information accrue
	Organiser des séances d'informations auprès de la population	Comité Rues principales	Moyen terme	Taux de participation aux séances publiques
8. Développer une animation continue dans la communauté.	Créer un calendrier d'activités tout au long de l'année	Service des loisirs, Comités organisateurs, Municipalité, autres	Court terme En continu	Calendrier d'activités apprécié par la population

Valoriser l'implication des bénévoles dans les événements locaux et s'assurer de l'existence d'une relève	Municipalité, Organismes organiseurs	En continu	Maintien et renouvellement des bénévoles
Impliquer les commerçants dans les activités	Organismes organiseurs, Gens d'affaires, autres	En continu	Partenariat et visibilité associative bien intégrée

D. Interventions physiques

Améliorer l'accessibilité et la convivialité de Saint-Jean-de-Dieu par un traitement qualitatif des espaces publics et des bâtiments en respectant l'identité de la communauté et les paysages.

Objectifs	Moyens	Responsabilités et partenaires	Échéancier	Indicateurs de succès
9. Valoriser la place du piéton dans le village et arriver à une cohabitation harmonieuse des différents modes de déplacement	Profiter de la réfection de la rue pour aménager des trottoirs continus et des traversées piétonnes.	Municipalité, Comité Rues principales	Moyen terme	Améliorations visibles
	Réaménager les entrées et sorties « véhiculaires » des stationnements le long de la rue principale	Municipalité, Comité Rues principales, Propriétaires	Moyen terme	Améliorations visibles
	Évaluer la faisabilité de mesures de réduction de vitesse sur certaines portions de la rue principale	Municipalité, Comité Rues principales, Propriétaires	Moyen terme	Améliorations visibles

10. Créer des espaces publics conviviaux et végétalisés	Augmenter la présence de la végétation sur les voies et espaces publics	Municipalité, Comité Rues principales, Comité d'embellissement, Bénévoles	Moyen et long terme	Améliorations visibles
	Veiller à l'installation de mobilier urbain de qualité qui contribue au caractère attrayant du secteur	Municipalité, Comité Rues principales	Moyen terme	Améliorations visibles
	Se doter d'un guide d'aménagement physique pour identifier plus précisément les interventions à apporter pour améliorer le caractère physique de la municipalité	Comité Rues principales, Fondation Rues principales, Municipalité	Court terme	Réalisation du guide d'aménagement
	Aménager les berges de la rivière	Comité Rues principales, Municipalité, autres	Moyen terme	Améliorations visibles
11. Revaloriser le cadre bâti en général	Veiller à se doter ou adapter les outils réglementaires existants pour protéger le patrimoine bâti	Municipalité, Comité Rues principales, CCU	Court terme	Améliorations visibles
	Lancer et promouvoir le programme de rénovation des façades commerciales	SADC, Municipalité, Caisse Desjardins, Comité de gestion du programme	Court et moyen terme	Nombre de projets réalisés
	Sensibiliser les propriétaires aux bonnes pratiques d'aménagement et de rénovation (« code d'éthique et d'aménagement », formation ciblée sur les aménagements de vitrines ou de façades par exemple)	Municipalité, Comité Rues principales	Court terme	Améliorations visibles

12. Adopter une signalisation adaptée et unifiée pour les entrées de ville et attraits	Réaliser et installer des enseignes de bienvenue aux entrées de St-Jean-de-Dieu	Municipalité, Chambre de commerce, Comité Rues principales	Court terme	Améliorations visibles
	Développer un concept unifié de signalisation	Municipalité, Comité Rues principales	Moyen terme	Améliorations visibles
	Adopter une signalisation des principaux attraits locaux	Municipalité, Comité Rues principales,	Moyen terme	Améliorations visibles

VII. Conclusion

Les défis auxquels doit faire face Saint-Jean-de-Dieu sont nombreux et une position claire et unie s'impose pour les relever. En mobilisant des acteurs convaincus des potentiels de développement de leur milieu, le comité de revitalisation peut envisager plus sereinement l'avenir de la municipalité. Il est donc indispensable que les citoyens, gens d'affaires et élus qui gardent confiance à l'égard du développement futur travaillent de concert.

Ensemble, en se basant sur le présent scénario, les acteurs impliqués pourront donc porter plus loin le développement de Saint-Jean-de-Dieu. Ainsi, ils contribueront à la construction d'un milieu dynamique et accueillant, qui fera la fierté de ses résidents. En travaillant de manière concertée tout en gardant à l'esprit l'identité du village, un effet d'entraînement pourra être créé pour le bénéfice de toute la communauté.

Le tourisme à développer, l'activité et la diversité commerciales à consolider, les espaces publics à réaménager, les améliorations physiques des bâtiments, la préservation du patrimoine et l'animation du milieu tout au long de l'année font partie des changements que connaîtra la municipalité dans un avenir plus ou moins proche. Il s'agit d'une évolution qui doit se faire progressivement, en accord avec les valeurs portées par les Johannois et surtout, dans une démarche de concertation permanente.

Au final c'est vers un village de Saint-Jean-de-Dieu accueillant, vivant, dynamique, et en lien avec son environnement que doivent se porter les efforts collectifs.