

Les effets de la crise sanitaire sur l'économie commerciale peuvent varier d'un endroit à l'autre, mais ils partagent une relative sévérité. Cet état de situation, bien qu'il semble perdurer, doit faire l'objet d'une attention spécifique.

Assurément, la relance du noyau d'affaires municipal se veut plus qu'une panacée. Les initiatives doivent s'insérer dans un plan plus vaste qui couvre à la fois des mesures d'atténuation pour les commerces en place, et des mesures orientées sur le développement, pour la suite des choses.

Nous vous proposons une série d'initiatives qui contribuent à appuyer une stratégie de relance commerciale. Bien que ces initiatives ne touchent pas tous les secteurs d'affaires (tourisme, bureaux, industrie et autres), elles peuvent être réinterprétées en fonction de ces contextes particuliers.

Le premier item de notre boîte à outils consiste à universaliser l'adhésion des entreprises au **Panier Bleu**. Ici, il n'est pas nécessaire d'être en ligne pour s'y inscrire, mais déjà, cela offre une certaine visibilité quant à l'offre de services de chaque entreprise. Aussi, il faut que le commerce le dise qu'il est inscrit au Panier Bleu à ses clients.

Le deuxième item proposé s'appuie sur une campagne **d'achat local**. Cette initiative vise à favoriser des fournisseurs locaux, régionaux et extra régionaux pour les municipalités, les entreprises et les citoyens. Lorsque bien organisée, une campagne peut, selon différentes mesures, donner un rendement variant de 5 à 7 % d'augmentation des ventes et générer de nouveaux groupes de clientèles. Cette stratégie s'avère plus significative auprès des commerces indépendants. La popularité de cette initiative a fait désormais l'objet d'une méthodologie bien documentée. Il ne s'agit que de l'adapter au contexte de votre municipalité.

La relance du noyau d'affaires

Inscription au Panier Bleu

Faciliter l'inscription au Panier Bleu de tous les commerces indépendants du territoire

Campagne d'achat local

Développer une préférence pour les fournisseurs locaux, tant pour la municipalité, les entreprises que les citoyens

Services-conseils

Prodiguer des conseils qui améliorent l'interface client et l'efficacité des opérations du commerce

Testeur de commerce

Prendre à charge quelques locaux pour favoriser l'incubation de nouveaux commerces

Préemption de locaux

Prendre à charge les loyers de locaux stratégiques pour y installer des commerces présélectionnés

Subvention commerciale

Proposer une aide financière municipale pour intéresser des concepts d'affaires souhaitables au centre-ville

Plan de recrutement

Concevoir et activer un programme de recrutement de commerces pour le centre-ville

Précision réglementaire

Ajuster la grille des usages commerciaux pour améliorer et rehausser la qualité de l'offre d'affaires

DEMARCOM

Cibler l'essentiel

Si vous planifiez des villes pour les voitures et le trafic, vous obtenez des voitures et du trafic. Si vous planifiez pour des personnes et des lieux, vous obtenez des personnes et des lieux — Fred Kent, fondateur de Project for Public Spaces

L'offre en **services-conseils** représente la troisième initiative. Elle peut être scindée en trois groupes : les protocoles de service à la clientèle (conformité sanitaire, type de commande et de livraison des produits au client); les activités de communication auprès de la clientèle (carte fidélité, données clients, calendrier de promotion); la stratégie de développement des affaires (buts, objectifs, segments de marché). D'autres services peuvent s'ajouter : finances, Internet, et autres. Ces services agissent comme des rayons de soleil auprès des entrepreneurs et redonnent espoir à leur entreprise.

Le testeur de commerce consiste à utiliser un ou des locaux contigus, si possible, pour y installer des projets commerciaux potentiels. Ainsi, un entrepreneur souhaitant valider un nouveau concept d'affaires utilise le local pour trois mois. L'analyse des résultats permettra de l'installer définitivement dans la communauté. Un propriétaire immobilier peut jouer le jeu et offrir un espace vacant et en récolter les effets positifs qui en découlent. Le concept de testeur de commerce est une idée de la ville de Paris.

La préemption de locaux représente une initiative un peu plus complexe, mais utile. Il s'agit de prendre charge d'un ou de plusieurs locaux vacants, d'en assurer le loyer et d'y installer des commerces jugés souhaitables dans le noyau d'affaires. Cela permet de rétrécir la grille des usages admis lorsque cette grille semble immuable et de créer une offre d'affaires cohérente. C'est ainsi une activité visant à retisser la grille des commerces.

Un programme de subvention commerciale destiné à attirer des entreprises dans le cœur de ville peut également s'ajouter au coffre à outils. La subvention vise certains types de commerces dans le but avoué de redessiner l'offre d'affaires d'un territoire. Cet outil peut s'amalgamer à une autre série d'outils du même acabit : PPU, PAE, programme d'acquisition d'immeubles.

L'achat et le redéveloppement de propriétés permet d'actualiser un ou des immeubles et de concevoir un nouveau scénario de l'offre d'affaires.

La septième initiative a trait à la mise en place **d'un plan de recrutement commercial**. Les données du bilan indiquent clairement la nature des besoins à combler ce qui rend possible l'élaboration de scénarios de recrutement commercial. Cette initiative peut s'enrichir de concours d'entrepreneuriat commercial au besoin.

La huitième initiative concerne la **réglementation**. Bien souvent, l'analyse de la réglementation dans certains secteurs du noyau municipal révèle une variété d'usages qui n'offrent pas tous la complémentarité recherchée. Ces grilles d'usages s'avèrent aussi lourdes en usages possibles, quelques fois contradictoires (surtout en termes de gamme commerciale, de desserte géographique). La zone commerciale bénéficierait même de précisions quant à son étendue. Une révision de la réglementation commerciale, notamment quant aux usages autorisés, aux enjeux de stationnement et à la mixité des usages, est nécessaire pour réformer un cadre commercial acceptable.

Cette révision réglementaire peut également inclure des mesures temporaires qui visent à allouer des usages qui tiennent compte des besoins actuels (zone de stationnement temporaire pour livraison sur rue par exemple).

La Ville et son Service de développement économique représentent les acteurs les mieux placés pour diriger ces opérations. Des partenaires peuvent certainement joindre certaines initiatives pour contribuer à leur mise en place, à leur diffusion et à leur succès.

À cette armada de propositions, d'autres initiatives peuvent s'ajouter mais il faut demeurer prudent dans l'éventail des activités à mettre en marche, car souvent, il s'agit d'outils de communication flous, non mesurés.

L'enjeu important consiste à remplir les locaux vacants par des entreprises durables et à consolider et non seulement maintenir, les commerces en place. Avec ce que l'on apprend de la crise sanitaire, il est clair que le **modèle d'affaires doit évoluer** dans tous les secteurs d'activité. À terme, c'est probablement l'aspect stratégique le plus important qui émane du contexte commercial actuel. Par exemple, certains commerces de vêtements vont maintenir l'appel et la visite privée du client en magasin plutôt que d'être ouvert à tous. Le rendement est là pour le justifier.



**ÉTABLIR UNE
DISTINCTION
COMMERCIALE**

DEMARCOM
Cibler l'essentiel

Économie, emplois, investissement, revenus fonciers

demarcom.ca
1 855 672-8989