Le bulletin de l'armature commerciale urbaine

Les ménages dépensent ailleurs ? Le problème ne vient pas toujours de l'extérieur.

Un texte de Pierre Laflamme. Président de DEMARCOM inc, une firme dédiée à la gestion de l'armature commerciale urbaine depuis 2008.

Les fuites commerciales ne sont pas une fatalité. Dans plusieurs villes, j'ai observé qu'elles peuvent être comblées sans dépendre du marché. Tout repose sur une démarche méthodique qui renforce d'abord les commerces existants avant de recruter de nouveaux acteurs. Voici une démarche en six étapes pour colmater les fuites commerciales et redynamiser l'économie locale.



Colmater les fuites commerciales. De nombreuses villes redoublent d'efforts pour dynamiser leurs artères commerciales. Pourtant, un même phénomène persiste : les dépenses locales s'échappent. Les ménages consomment ailleurs, les commerces peinent à se renouveler et la vacance commerciale s'installe. Ces fuites commerciales traduisent souvent un désalignement entre l'offre locale et les besoins réels du territoire. La bonne nouvelle, c'est qu'il existe une méthodologie éprouvée pour les colmater — une démarche structurée qui **combine consolidation, transformation et, au besoin, recrutement ciblé de nouvelles entreprises**.



1. Améliorer les pratiques d'affaires. Former, mentorer, diagnostiquer les compétences, accompagner. Une meilleure maîtrise des opérations, du marketing local ou de la gestion interne peut suffire à relancer la performance et à renforcer la compétitivité d'un commerce.



2. Optimiser l'offre commerciale. Un commerce performant peut encore progresser en améliorant son environnement physique. Agrandir un local, rénover un espace, revoir une vitrine : autant de leviers simples pour enrichir l'expérience client et fidéliser la clientèle locale.

3. Assurer le maintien de l'entreprise. La vitalité d'une artère dépend aussi de la pérennité des commerces en place. La relève familiale, le repreneuriat, la vente aux employés ou le remplacement de propriétaire; plusieurs solutions existent pour préserver des offres essentielles au territoire.



4. Encourager le développement. Certains commerces sont prêts à croître. Le succursalisme, le franchisage local ou le partenariat permettent d'étendre leur portée, d'occuper de nouveaux espaces vacants et de renforcer la présence d'entreprises déjà enracinées.

5. Transformer et diversifier. Quand le marché évolue, il faut innover. Changer une ligne de produits, revoir un modèle d'affaires, diversifier les activités; autant de moyens de capter la demande émergente et d'éviter la perte de parts de marché.

6. Recruter de nouveaux commerces. Ce n'est qu'en dernier recours qu'on procède au **recrutement commercial**. Il vise à combler les véritables manques identifiés après les étapes précédentes — attirer des entreprises qui complètent l'offre, plutôt que de la fragmenter.

DEMARCOM
Cibler l'essentiel

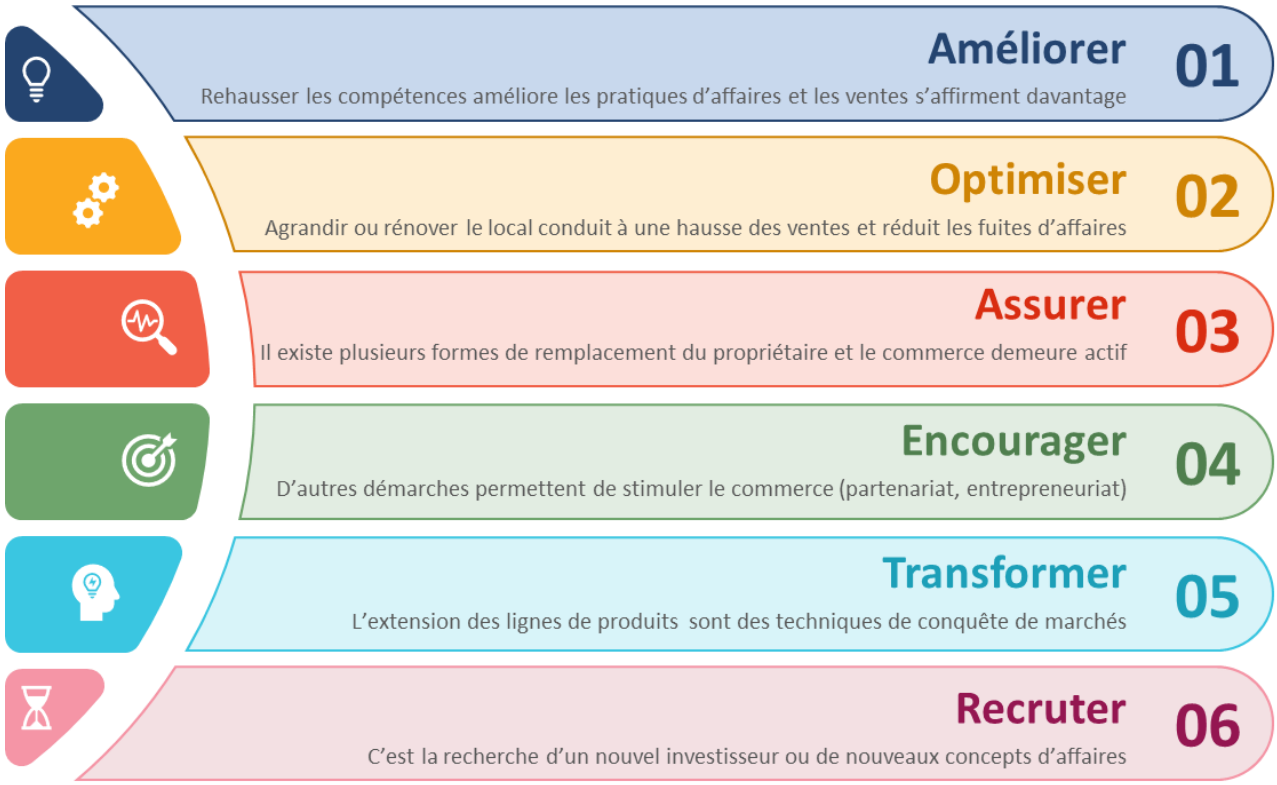
Le bulletin de l'armature commerciale urbaine

Une logique intégrée. Cette démarche n'est pas une suite d'actions isolées, mais un **continuum cohérent**. Chaque étape produit ses effets à court terme, mais c'est leur articulation qui permet une réduction durable des fuites commerciales et une plus grande résilience économique.

Des retombées concrètes. Cette approche permet aux villes de mieux comprendre leur tissu commercial et d'agir avant qu'il ne soit trop tard; de réduire la vacance commerciale et de cibler efficacement le recrutement. Elle transforme la revitalisation commerciale en un processus structuré, mesurable et durable.

Reprendre le contrôle sur la vitalité locale. Colmater les fuites commerciales, c'est plus qu'une opération économique; c'est un acte de gouvernance territoriale. Les villes qui adoptent cette démarche reprennent le contrôle sur leur développement et bâtissent un écosystème commercial fondé sur la connaissance, la cohérence et la solidarité entrepreneuriale.

Et si votre ville commençait par identifier **où elle perd vraiment ses revenus** ?



Le bulletin de Janvier 2026 :

L'état du parc commercial urbain est en changement continuel. Rejoignez-nous pour le prochain bulletin dont le thème sera : *Le levier fiscal municipal lié à l'optimisation du domaine commercial*.

Ne manquez pas cette occasion de vous informer et d'anticiper les tendances à venir dans la fonction commerciale urbaine. Soyez au rendez-vous !

Créer des synergies pour un avenir plus prospère !

Pierre Laflamme : plaflamme@demarcom.ca

Cellulaire : 450.672.1101

DEMARCOM
Cibler l'essentiel