Le bulletin de l'armature commerciale urbaine

Les petites communautés : 7 pistes pour dynamiser le commerce

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

Dans un monde où l'urbain domine les imaginaires et les habitudes de consommation, les petites communautés regorgent pourtant de trésors insoupçonnés. Derrière leurs paysages bucoliques, leurs savoir-faire uniques et leur sens aigu de la proximité, elles offrent un terrain fertile pour un commerce ancré, créatif et identitaire. Mais comment mettre en lumière ce potentiel ? Comment faire du commerce local un moteur d'identité, de développement et même d'attraction touristique ?



Voici **7 clés concrètes pour valoriser le commerce dans les petites communautés**, à travers leurs forces intrinsèques – du paysage à la thématique en passant par l'événementiel – et transformer ces lieux en destinations vibrantes qui méritent le détour, même pour un œil urbain aguerri.



Miser sur le paysage

Chaque petite communauté possède un environnement unique : forêts, rivières, collines, terres agricoles... Un beau paysage n'est pas qu'un décor; c'est une vitrine naturelle. Aménager des sentiers, souligner des points de vue, embellir les façades et les espaces publics permet de créer un environnement invitant qui encourage l'exploration... et l'achat local. Le paysage devient un levier de fierté et d'attraction.



Mettre en valeur les ressources locales

Les produits du terroir, l'artisanat, les matières premières locales sont des richesses souvent sous-exploitées. En les intégrant aux commerces (boutiques, marchés, menus de restaurants), on stimule l'économie locale tout en offrant une expérience authentique qui ne peut être reproduite ailleurs.

Exploiter son cachet géographique

Proximité d'un axe routier, d'un attrait touristique ou d'un carrefour régional ? Ces avantages géographiques peuvent être mis à profit pour créer des arrêts stratégiques : cafés accueillants, haltes gourmandes ou points d'information, devenant ainsi des « portes d'entrée » vers la communauté.



Créer une destination autour d'un concept fort

Pourquoi ne pas devenir *la capitale du sandwich*, *le village du livre*, ou *la rue aux mille tartes* ? Un concept fort et distinctif peut transformer une communauté en véritable destination. Ce type de positionnement clair et ludique attire les curieux, alimente les médias sociaux et donne une signature unique aux lieux.

Faire rayonner les talents locaux

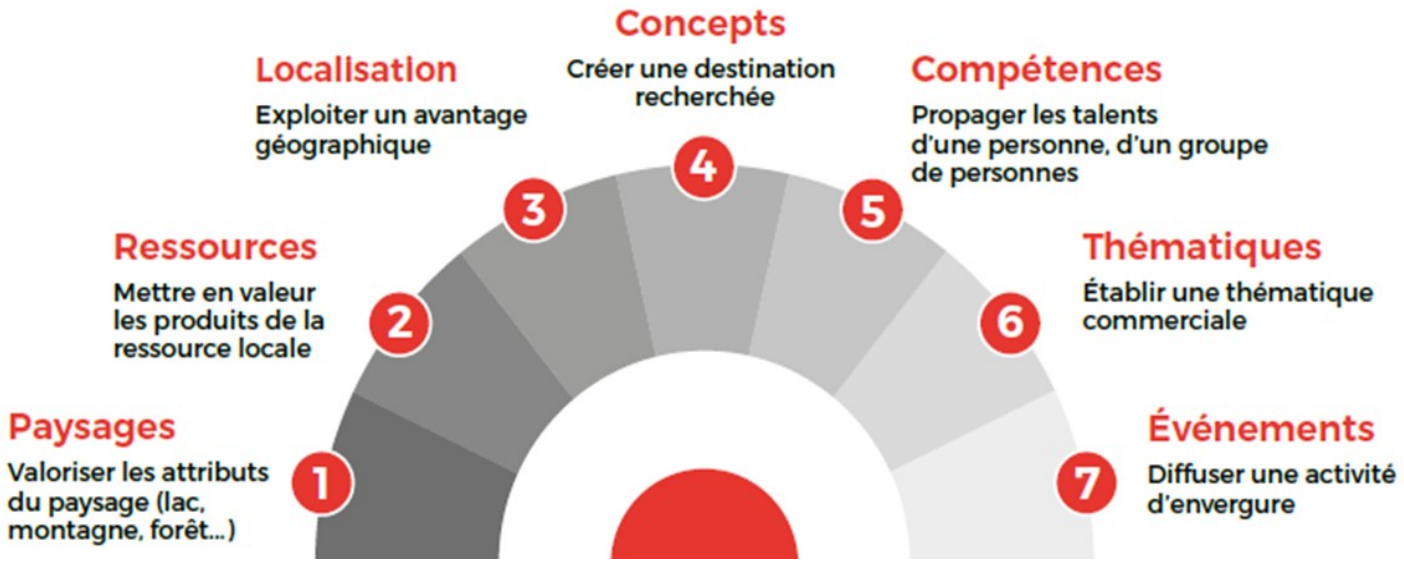
Les talents sont souvent discrets mais bien présents : artistes, producteurs, bricoleurs, cuisiniers. Pourquoi ne pas les mettre à l'œuvre dans des projets collectifs ou des vitrines créatives ? Qu'il s'agisse d'un labyrinthe dans un champ de maïs, d'une fresque murale ou d'un atelier partagé, ces initiatives montrent la vitalité et l'ingéniosité locales.

DEMARCOM
Cibler l'essentiel

Le bulletin de l'armature commerciale urbaine

Développer une thématique porteuse

Une thématique bien choisie – comme le camping en moto, le patrimoine agricole ou le rétro-vintage – peut orienter l'ensemble des initiatives commerciales et touristiques. Elle donne une cohérence, un fil conducteur aux expériences offertes, et favorise la collaboration entre les acteurs du milieu.



Animer avec des événements rassembleurs

Les événements créent du mouvement et de la visibilité. Qu'ils soient petits ou d'envergure, ponctuels ou saisonniers (marché de Noël, fête des récoltes, rallye gourmand), ils dynamisent le commerce, attirent des visiteurs et renforcent le sentiment d'appartenance à la communauté.

En somme, valoriser le commerce dans les petites communautés ne passe pas uniquement par l'ouverture de nouveaux commerces, mais bien par la mise en valeur de ce qui est déjà là – souvent sous nos yeux. Avec de l'audace, de la créativité et un fort enracinement local, ces milieux peuvent devenir des destinations vivantes, surprenantes et profondément humaines.

La mise sur pied d'un comité de travail réunissant des gens aux profils différents peut lancer le projet en identifiant d'abord les objectifs à rencontrer. Différentes méthodologies de recherche peuvent appuyer la réflexion (FFMO, sondage, cartographie et autres). Vous êtes l'architecte du futur de la communauté !

Le bulletin de Septembre 2025 :

Que peut faire une ville pour transformer la fonction commerciale selon sa vision ? Rejoignez-nous pour le prochain bulletin dont le thème sera : *L'inflation et le commerce*.

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