

ZOOM

COMMERCIAL
VAUDREUIL-DORION
SECTEUR HARWOOD-DE LOTBINIÈRE

RAPPORT FINAL - 2019



AVANT-PROPOS

Au cœur de l'écosystème entrepreneurial de la MRC de Vaudreuil-Soulanges depuis plus de 30 ans, Développement (DEV) Vaudreuil-Soulanges accompagne les acteurs de la région dans toutes les étapes de leurs projets d'affaires et de développement. La qualité de vie des résidents de la région et sa croissance économique, dans une perspective de développement équilibré et harmonieux, animent les actions de DEV.

DEV réalise différentes collectes de données sur le territoire. Un projet d'études plus raffiné de la structure commerciale est en cours. Intitulé « Zoom commercial », les données qui découleront de ce projet, serviront à établir un diagnostic précis de la fonction commerciale à l'échelle municipale et régionale afin de soutenir les acteurs du milieu dans leurs stratégies de développement et de revitalisation.

CRÉDITS

Équipe d'analyse et de rédaction

Simon Folco, urbaniste, conseiller en développement territorial
Isabelle Mercier, commissaire au développement commercial
Anouk Séguin, agente de recherche en armature commerciale
Chantal Smedbol, agente de recherche en armature commerciale

Sondeurs

Anouk Séguin, agente de recherche en armature commerciale
Isabelle Mercier, commissaire au développement commercial
Jérémy Pigeon-Demers, stagiaire, Collège de Valleyfield
Lethicia Lavigueur, stagiaire, Collège de Valleyfield
Olivier Lafontaine, stagiaire, Collège de Valleyfield
William Ouimet, stagiaire, Collège de Valleyfield

Intervenants de la ville

Chantal St-Laurent, urbaniste, conseillère - Mise en valeur du territoire



4	PROJET ET MÉTHODOLOGIE
6	ZONES COMMERCIALES
7	INVENTAIRE COMMERCIAL
8	DIVERSITÉ COMMERCIALE
9	BILAN OFFRE-DEMANDE
10	PROFIL DES ENTREPRISES
11	PRÉSENCE SUR LE WEB
12	ENJEUX DE GESTION
14	CONCLUSION
15	ANNEXE 1 BILAN OFFRE-DEMANDE COMPLET

PROJET D'ANALYSE COMMERCIALE

Le développement et la vitalité économique d'un territoire, tel que Vaudreuil-Soulanges, reposent de façon significative sur le commerce de détail. La réalisation d'un portrait et d'une analyse des zones commerciales et de ses entreprises est cruciale pour maintenir un équilibre gagnant (mix commercial).

L'analyse commerciale permet d'améliorer la gestion et d'optimiser le mix commercial. La démarche considère l'ensemble des différentes formes que peut prendre le commerce de détail, la manière dont le marché s'organise sur le territoire et les logiques qui sous-tendent son dynamisme. Ce type d'analyse permet de cerner la place qu'occupe la fonction commerciale dans un territoire et de caractériser l'offre commerciale de biens et de services dans l'objectif de mettre en lumière les opportunités d'affaires.

Les intervenants, au cœur de cette analyse, sont les entrepreneurs eux-mêmes. Leurs réalités, leurs enjeux et la perception de leur environnement d'affaires sont les éléments-clés de la démarche. Une fois compilées, ces informations permettent de mieux comprendre les interventions requises afin de soutenir au développement de leur entreprise, à la croissance de leurs activités et à la viabilité des espaces commerciaux.

Merci aux commerçants qui ont accepté de contribuer à cette étude, aux professionnels et aux élus municipaux pour leur soutien à la réalisation de ce projet.

MÉTHODOLOGIE

COMITÉ DE REVITALISATION DU BOULEVARD HARWOOD

Rencontres entre les intervenants de DEV et le comité afin de préparer le calendrier de travail, les outils et la communication avec le milieu.

QUESTIONNAIRE

13 questions centrales qui se sont déclinées en une quinzaine de sous-questions plus ciblées.

DURÉE

Une démarche de trois mois

PÉRIODE DE RECENSEMENT

20 jours sur le terrain à rencontrer les commerçants.

ÉCHANTILLONNAGE

232 biens et services

NOMBRE DE RÉPONDANTS

84 (taux de réponse de 36 %)

EXEMPLE DE CLASSIFICATION DES COMMERCES ET SERVICES

COMMERCES COURANTS

Dépanneurs
Dépanneurs avec postes d'essence
Épiceries
Épiceries avec postes d'essence
Épiceries spécialisées
Pâtisseries
Pharmacies
Supermarchés
Autres commerces courants

COMMERCES SEMI-COURANTS

Boutiques cadeaux
Centres de jardin
Fleuristes
Librairies/papeteries
Épiceries fines
Quincailleries
Boissons alcoolisées (de type SAQ)
Vêtements pour dames
Vêtements pour hommes
Autres commerces semi-courants

COMMERCES RÉFLÉCHIS

Antiquaires / Galeries d'art
Articles de sport
Bijouteries
Boutiques de décoration
Matériels électroniques
Meubles
Autres commerces réfléchis

SERVICES COURANTS

Caisse et banque
Clubs vidéo
Garderies
Autres services courants

SERVICES SEMI-COURANTS

Salons de coiffure
Services d'esthétique, de bronzage et de
massothérapie
Entretien d'auto et mécanique générale
Autres services semi-courants

SERVICES RÉFLÉCHIS

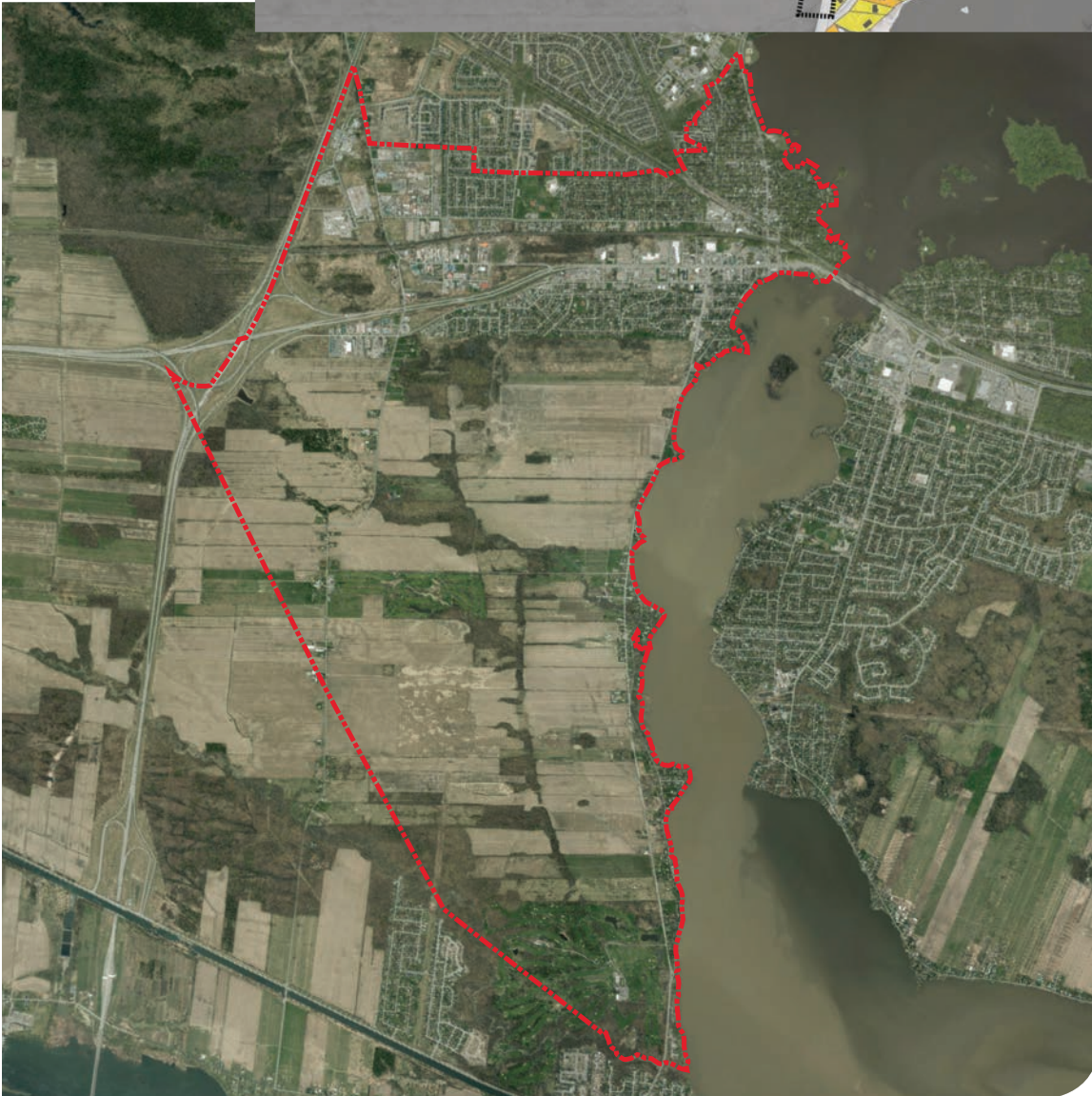
Agences de voyage
Assurances et services financiers
Construction
Marinas
Réparation et entretien de bateau
Services comptables
Services juridiques et notariat
Services médicaux privés et services
professionnels
Vente immobilière
Autres services réfléchis

RESTAURATION, DIVERTISSEMENT ET HÉBERGEMENT

Comptoirs de crème glacée
Golf
Hébergement
Karting
Plage
Pourvoiries
Pubs, bistros, tavernes et bars
Restaurants avec alcool
Restaurants sans alcool

ZONE D'ANALYSE

SECTEUR DE RECENSEMENT



BASSIN DE POPULATION UTILISÉ POUR L'ANALYSE

INVENTAIRE COMMERCIAL

Les entreprises rencontrées offrent une grande variété commerciale (biens et services). Le tableau suivant présente les secteurs d'activités de chacun des répondants :

	Nombre	%			
Services de santé et assistance sociale	33	14,2%	Services financiers	2	0,9%
Services professionnels, scientifiques et techniques	23	9,9%	Bijouteries	1	0,4%
Restaurants	22	9,5%	Concessionnaires d'automobiles neuves et d'occasions	1	0,4%
Salons de coiffure, services d'esthétique	18	7,8%	Construction	1	0,4%
Entretien d'auto et mécanique générale	10	4,3%	Épicerie	1	0,4%
Épiceries spécialisées	9	3,9%	Fleuristes	1	0,4%
Finances et assurances	9	3,9%	Magasins de chaussures	1	0,4%
Centre de conditionnement physique	7	3,0%	Magasins de revêtements de sol	1	0,4%
Services immobiliers et services de location et de location à bail	6	2,6%	Meubles	1	0,4%
Articles de maison	5	2,2%	Réparation et entretien	1	0,4%
Dépanneurs	5	2,2%	Vêtements	1	0,4%
Activités liées à la construction	3	1,3%	Autres commerces semi-courants	13	5,6%
Centres de rénovation et quincailleries	3	1,3%	Autres services réfléchis	12	5,2%
Matériels électroniques	3	1,3%	Autres commerces réfléchis	11	4,7%
Articles de sport	2	0,9%	Autres services	8	3,4%
Concessionnaires d'automobiles d'occasion	2	0,9%	Autres divertissements	4	1,7%
Hébergement	2	0,9%	Autres services de soins personnels	3	1,3%
Librairies/papeteries	2	0,9%	Autres commerces courants	1	0,4%
Pharmacies	2	0,9%	Autres services courants	1	0,4%
			Autres services semi-courants	1	0,4%
			TOTAL	232	100%

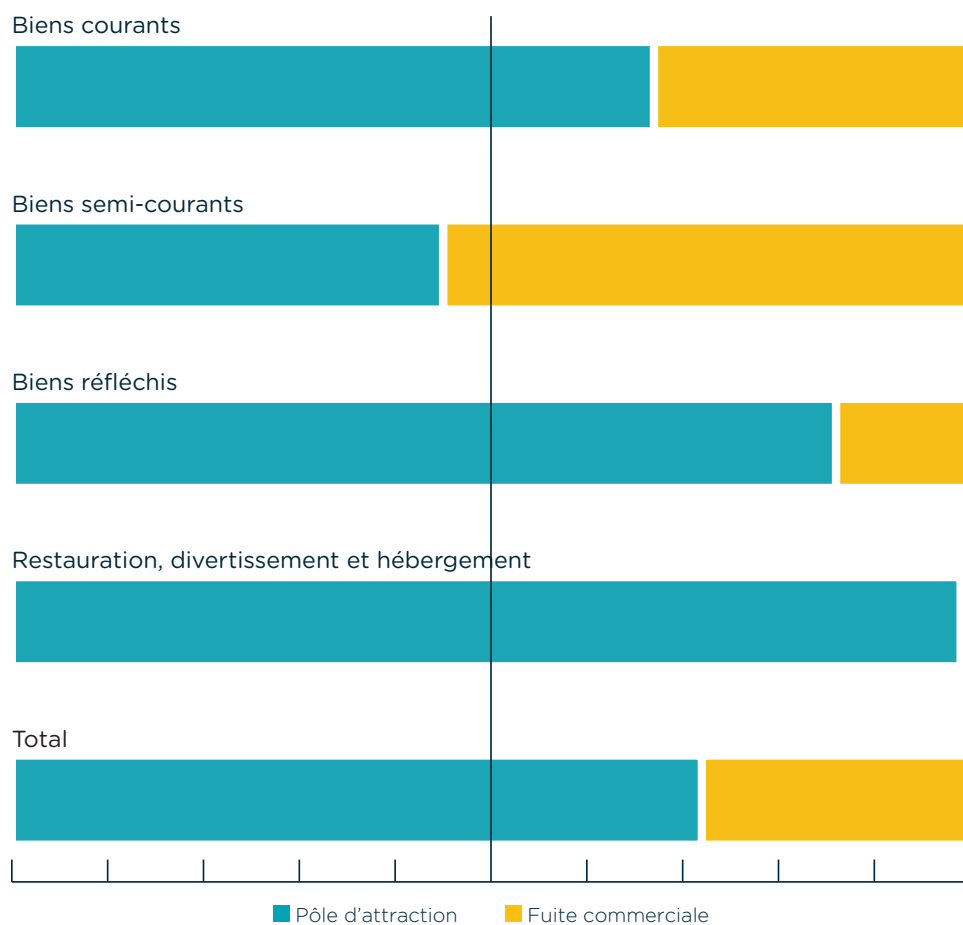
* Importance significative en termes de pi² pour éviter de les inclure dans les catégories; autres commerces et autres services.

PROPORTION « IDÉALE » D'UNE DIVERSITÉ COMMERCIALE

Typologie	Nombre de places d'affaires par typologie	Diversité commerciale relative en %	Diversité commerciale «IDÉALE» par typologie, étude de la Fondation Rues principales	Indice de diversité idéale
Courant	32	13,8%	10 % à 15 %	
Commerce	18	7,8%	6,6 % à 9,9 %	Équilibrée
Service	14	6,0%	3,4 % à 5,1 %	Supérieure
Semi-courant	59	25,4%	29 % à 34 %	
Commerce	21	9,1%	19,3 % à 22,7 %	Très inférieure
Service	38	16,4%	9,7 % à 11,3 %	Supérieure
Réfléchi	111	47,8%	33 % à 42 %	
Commerce	29	12,5%	22 % à 28 %	Très inférieure
Service	82	35,3%	11 % à 14 %	Très supérieure
Restauration, divertissement et hébergement	30	12,9%	16 % à 21 %	Inférieure
TOTAL	232	100 %		

BILAN OFFRE-DEMANDE

Bilan offre-demande complet disponible en annexe 1

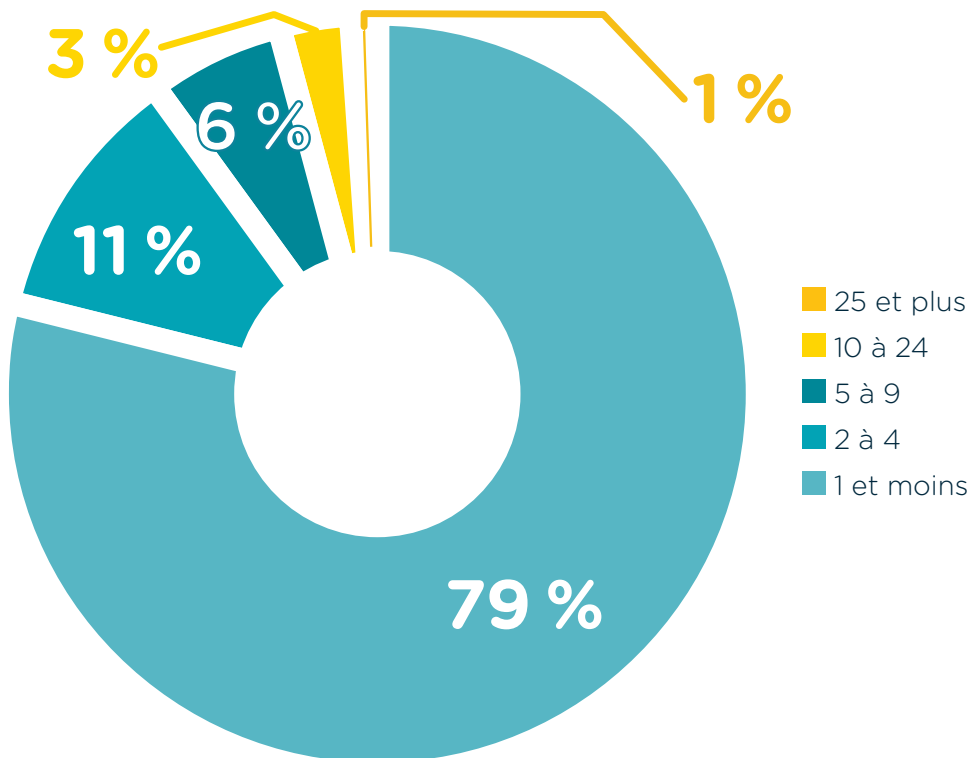


	Offre	Demande
Biens courants	67 205 696 \$ 101 908 pi ²	51 263 366 \$ 87 683 pi ²
Biens semi-courants	29 988 290 \$ 123 853 pi ²	34 675 190 \$ 137 346 pi ²
Biens réfléchis	72 895 977 \$ 137 380 pi ²	31 362 991 \$ 96 806 pi ²
Restauration, divertissement et hébergement	32 984 795 \$ 145 039 pi ²	8 977 496 \$ 38 975 pi ²
TOTAL	203 074 757 \$ 508 181 pi²	126 279 043 \$ 360 810 pi²

PROFIL DES ENTREPRISES

Taux de réponse : 36 %

NOMBRE D'EMPLOYÉS PAR ENTREPRISE



73 %
des employés travaillent
à temps plein



28 %
des propriétaires sont
des femmes



4,6 %
des entreprises offrent
une accessibilité pour
mobilité réduite



252
locaux dans le secteur
Harwood - de Lotbinière



160
places de garderie en
installation



15 %
de locaux vacants
(janvier 2019)



30 %
des propriétaires
d'espace commercial
résident à
Vaudreuil-Dorion

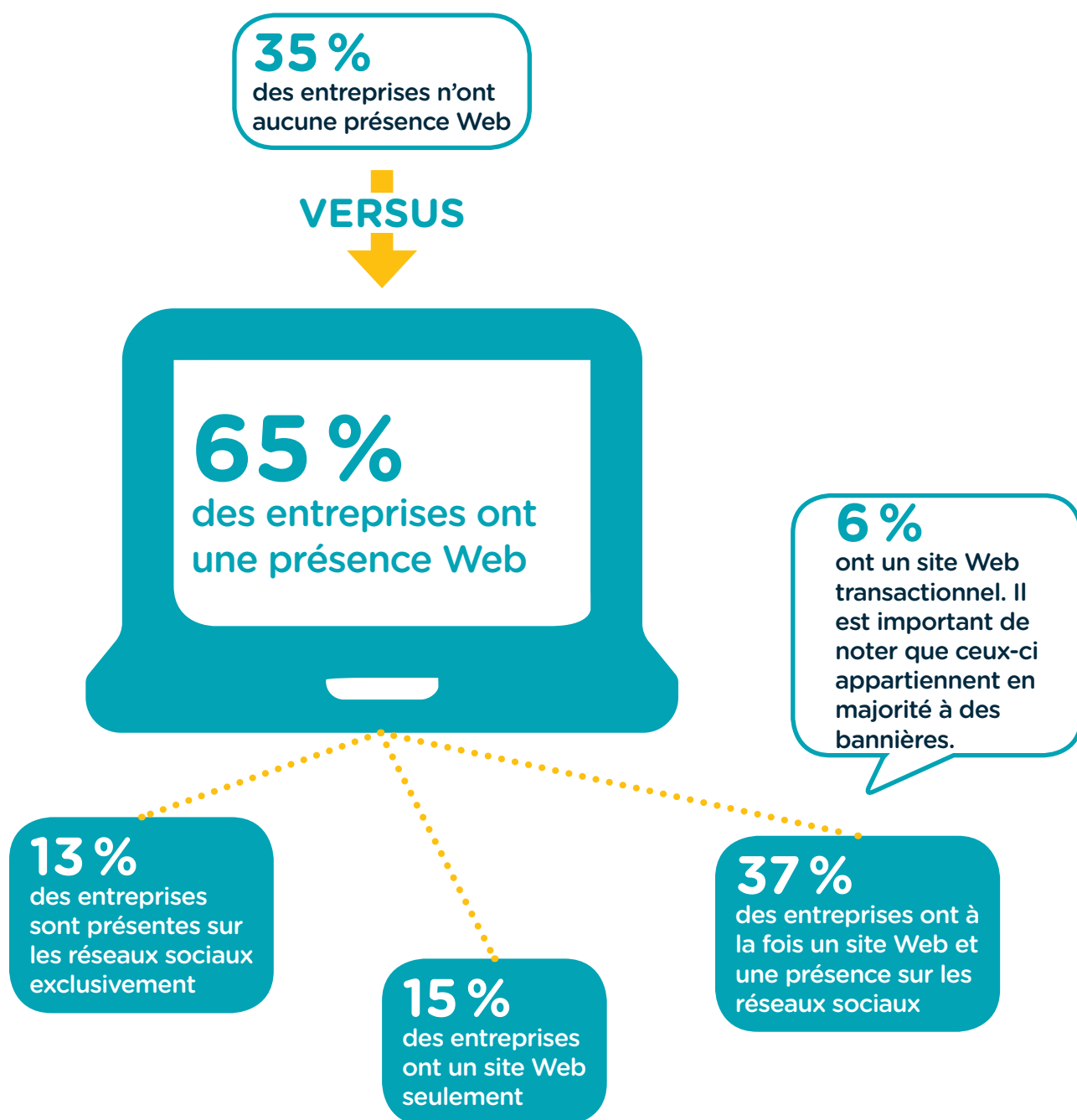


21 %
des commerçants sont
propriétaires du
bâtiment
où se situe leur
commerce

PRÉSENCE SUR LE WEB

Taux de réponse : 36 %

La majorité des commerçants rencontrés utilisent le Web (un site Internet propre et/ou les médias sociaux) pour promouvoir leurs activités. Toutefois, très peu d'entre eux ont développé une plate-forme transactionnelle.



ENJEUX DE GESTION

Taux de réponse : 36 %

DÉFIS DES GESTIONNAIRES

Gérer les ressources humaines (recrutement, fidélisation, gestion du personnel, etc.)	24 %
Innover afin d'être à l'avant-garde	16 %
Bâtir une équipe gagnante	15 %
Gérer les priorités (manque de temps à cause des urgences quotidiennes)	12 %
Gérer les finances (liquidité, financement, compréhension des chiffres)	12 %
Gérer les opérations (inventaires, fournisseurs, livraison, etc.)	11 %
Bâtir une équipe de gestion avec des rôles et des responsabilités clairement établis	6 %
Obtenir une vision claire et des objectifs définis	4 %
Avoir de des mécanismes de prise de décision	1 %

DÉFIS OPÉRATIONNELS

Standardiser les instructions/procédures de travail	36 %
Identifier des goulots (ralentissement) dans la production/ la réalisation du travail	18 %
Évaluer la capacité de production	14 %
Optimiser les délais d'attente entre deux opérations	14 %
Gérer la dépendance envers des fournisseurs/ partenaires/sous-traitants	11 %
Livrer les produits	7 %

DÉFIS FINANCIERS

Rentabiliser les opérations	24 %
Gérer les liquidités (fonds de roulement)	22 %
Calculer le coût de revient	15 %
Obtenir du financement	13 %
Avoir un système comptable qui répond aux besoins	11 %
Gérer les inventaires/volume de contrats	7 %
Analyser les rapports financiers	7 %

DÉFIS RH

Attirer et recruter de la main-d'œuvre spécialisée	21 %
Offrir des salaires et des avantages concurrentiels	12 %
Gérer le manque d'espace pour les nouveaux employés	12 %
Accueillir et intégrer les nouveaux employés	12 %
Attirer et recruter une main-d'œuvre non spécialisée	10 %
Augmenter ou améliorer le rendement des employés	10 %
Fidéliser et réduire le taux de roulement de la main-d'œuvre	7 %
Améliorer les différences de valeurs et l'attitudes entre les générations	7 %
Maintenir les relations et le climat de travail	6 %
Rechercher des formations pertinentes aux employés et aux gestionnaires	2 %

DÉFIS MARKETING

Acquérir de nouveaux clients	20 %
Fidéliser la clientèle	19 %
Rester à l'affût des tendances du secteur d'activité	15 %
Attirer de clients rentables	15 %
Augmenter les connaissances stratégiques et en vue d'un marketing efficace	11 %
Maximiser les achats des clients actuels	10 %
Obtenir des données relatives au comportement d'achat des clients	9 %

CONCLUSION

Le présent portrait du commerce de détail pour le secteur Harwood - De Lotbinière est le fruit d'une collaboration entre les commerçants, la ville et DEV. Il met en lumière des informations nécessaires afin d'identifier les interventions visant à stimuler le dynamisme du commerce de détail et des services de proximité.

L'analyse plus poussée des données recueillies démontre un mix commercial en santé. Une offre de produits et de services intéressante est proposée aux consommateurs. Ce résultat est contradictoire à la croyance populaire qui caractérise ce secteur dévitalisé. Cette perception de dévitalisation est en lien avec une image vieillissante et non pas par la pauvreté de l'offre commerciale.

Nous retrouvons dans le bilan Offre et Demande des opportunités d'affaires dans différents secteurs. La répartition de la diversité actuelle indique la possibilité d'améliorer l'équilibre en accueillant de nouveaux commerces dans les secteurs du commerce semi-courant et du commerce réfléchi.

Cependant, en relation avec la composition commerciale idéale proposée par Fondation Rues principales, il faut être attentif à la présence des services de proximité. Leur nombre est largement supérieur aux pourcentages proposés par l'étude sur la diversité commerciale (voir page 8).

Un renforcement de la mobilisation commerçante est souhaitable. Lors du recensement, nous avons constaté que les relations entre commerçants sont quasi inexistantes. Afin de mettre en valeur l'offre existante et faire une attraction commerciale durable, il serait intéressant de créer une synergie dans le secteur pour donner une vocation « vie de quartier » à l'artère et ainsi stimuler l'achat local par la mise en valeur de ses commerçants.

Selon les répondants, les ressources humaines sont, depuis quelques années déjà, l'enjeu majeur des commerçants de la région. Il en est de même de la satisfaction et la fidélisation de la clientèle. Des enjeux qui devraient être discutés entre nos commerçants afin d'établir certaines priorités. De ces priorités pourraient naître un plan d'action soutenu par différents partenaires de la région et assurer la dynamisation et la vitalité du secteur.



RENSEIGNEMENTS :
www.developpementvs.com
info@developpementvs.com
450 424-2262

