

*Portrait commercial et  
perspective de développement  
du Vieux-Saint-Jean*



*Août 2004*

[www.vieux-saint-jean.com](http://www.vieux-saint-jean.com)

# ***Portrait commercial et perspective de développement du Vieux-Saint-Jean***



***Kim Aubry  
Ariane-Hélène Fortin***

***Août 2004***

***[www.vieux-saint-jean.com](http://www.vieux-saint-jean.com)***

## ***Table des matières***

<b><u>Introduction</u></b> .....	<b>1</b>
<b><u>Méthodologie</u></b> .....	<b>2</b>
<b><u>A. Le marché commercial de la ville de Saint-Jean-sur-Richelieu</u></b> .....	<b>5</b>
1. Profil des consommateurs johannais.....	6
a) Profil socio-économique des consommateurs johannais.....	6
b) Profil psychographique des consommateurs johannais.....	9
2. Situation commerciale actuelle de Saint-Jean-sur-Richelieu.....	12
a) Pôles commerciaux.....	12
b) Mix commercial dans le secteur Saint-Jean.....	12
c) Perception actuelle des consommateurs concernant les différents produits du marché.....	14
3. Perspective de développement pour la région de Saint-Jean-sur-Richelieu.....	16
a) L'achat local.....	16
b) Saturation du marché.....	16
c) Croissance démographique.....	17
d) Potentiel commercial.....	17
<b><u>B. Le marché commercial du Vieux-Saint-Jean</u></b> .....	<b>19</b>
1. Profil des consommateurs du Vieux-Saint-Jean.....	20
a) Profil socio-économique des résidents du Vieux-Saint-Jean....	20
b) Profil socio-économique des travailleurs du Vieux-Saint-Jean.	21
2. Situation commerciale actuelle du Vieux-Saint-Jean.....	22
a) Portrait commercial du Vieux-Saint-Jean.....	22
b) Classification des commerces par type d'achats et de services.	23
3. Habitudes de consommation dans le Vieux-Saint-Jean.....	25
a) Habitudes de consommation alimentaire des résidents du Vieux-Saint-Jean.....	25

b) Habitudes de consommation alimentaire des travailleurs du Vieux-Saint-Jean.....	26
c) Habitude de consommation vestimentaire des résidents du Vieux-Saint-Jean.....	27
d) Habitudes de consommation vestimentaire des travailleurs du Vieux-Saint-Jean.....	29
e) Habitudes des résidents relatives à la restauration.....	30
4. Potentiel commercial du Vieux-Saint-Jean.....	32
5. Occasions d'affaires du Vieux-Saint-Jean.....	35
<b><u>C. Les attraits du Vieux-Saint-Jean</u></b> .....	<b>36</b>
1. La vie dans le Vieux-Saint-Jean.....	37
2. L'accessibilité du Vieux-Saint-Jean.....	40
<b><u>D. Les ressources utiles</u></b> .....	<b>42</b>
1. Principaux organismes reliés aux développment commercial de la région.....	43
2. Autres informations pratiques.....	51
3. Sites Internet utiles.....	53
<b><u>Conclusion</u></b> .....	<b>55</b>
<b><u>Bibliographie</u></b> .....	<b>56</b>
<b><u>Annexes</u></b> .....	<b>57</b>
1. Carte du territoire du Vieux-Saint-Jean.....	57
2. Territoire du centre-ville tel qu'observé par <i>Géocom</i> .....	58
3. Calcul du potentiel monétaire pour le secteur de l'alimentation.....	59
4. Calcul du montant dépensé par les résidents et travailleurs du Vieux-Saint-Jean dans le secteur du vêtement .....	60

## ***Introduction***

Rues principales Vieux-Saint-Jean est un interlocuteur majeur en ce qui concerne la revitalisation du Vieux-Saint-Jean. Il est un organisme de concertation et un groupe d'action. Sa mission est de contribuer à la revitalisation du Vieux-Saint-Jean afin d'en faire un milieu de vie agréable et dynamique. Pour ce faire, Rues principales Vieux-Saint-Jean a pour objectif de favoriser et promouvoir le développement résidentiel, culturel, touristique et commercial de ce quartier ancestral par des actions concrètes et significatives qui permettront son rayonnement.

Dans son plan d'action, Rues principales s'était donné comme objectif d'analyser l'offre des produits et des services dans le Vieux-Saint-Jean ainsi que la demande des résidents et travailleurs du quartier et des citoyens de la grande Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu afin d'identifier les possibilités de développement commercial du centre-ville. À l'aide de récentes recherches et études réalisées par l'organisme et par d'autres acteurs, tels que la Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu, la Chambre de commerce du Haut-Richelieu, la Fondation Rues principales et le Conseil économique du Haut-Richelieu (CLD), Rues principales Vieux-Saint-Jean a entrepris l'analyse des différentes données disponibles et la rédaction du présent document.

Ce document présente donc le portrait commercial actuel du Vieux-Saint-Jean. L'offre commerciale a été recensée et les différentes clientèles ont été bien définies. De plus, ce document se veut un outil précieux d'accompagnement pour les gens d'affaires qui désirent s'installer dans le Vieux-Saint-Jean et une ressource essentielle pour effectuer du développement et du recrutement commercial.

Une première section du document dresse le portrait commercial global de la Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu en décrivant les activités particulières de tous les secteurs qui la composent. La deuxième section jette un regard plus spécifique au Vieux-Saint-Jean en mettant en valeur les secteurs d'activités commerciales ayant un potentiel considérable à la lumière d'études portant sur les travailleurs et les résidents du Vieux-Saint-Jean. La troisième partie s'intéresse aux attraits touristiques, culturels, artistiques et historiques qui mettent en valeur le Vieux-Saint-Jean et le distingue fortement des autres secteurs commerciaux de la ville. La quatrième et dernière partie renferme une foule de contacts et liens indispensables à la mise sur pied d'une nouvelle entreprise ou encore à la consolidation ou à l'expansion d'une entreprise existante.

Rues principales Vieux-Saint-Jean tient à remercier les organismes qui ont eu la générosité de fournir les informations essentielles à la réalisation de ce document, sans oublier tous les gens qui ont donné de leur temps pour collaborer, de près ou de loin, à sa réalisation.

## ***Méthodologie***

Ce portrait commercial du Vieux-Saint-Jean a été réalisé grâce au traitement et à l'analyse de récentes données statistiques recueillies par différents acteurs. Grâce à ces données, il a donc été possible de définir une perspective de développement du centre-ville de Saint-Jean-sur-Richelieu.

Bien que cet ouvrage fasse référence à plusieurs documents, il repose essentiellement sur les données de ces 4 études :

- Diagnostic commercial et stratégie de développement - Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu et MRC du Haut-Richelieu
- Profil Achat - Région du Haut-Richelieu
- Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean
- Étude sur les travailleurs du Vieux-Saint-Jean

Les dates, les territoires et les populations étudiés, de même que les méthodes de collecte des données diffèrent pour chacune de ces recherches. Il importe donc de connaître les méthodologies de chacune d'elles. La bibliographie complète des documents utilisés se retrouve à la fin du présent document.

### **Diagnostic commercial et stratégie de développement - Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu et MRC du Haut-Richelieu**

Cette étude, datée d'octobre 2003, a été réalisée par la firme *Géocom* pour le compte de la Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu et la MRC du Haut-Richelieu dans le cadre de la démarche de planification stratégique intitulée « Saint-Jean-sur-Richelieu, ville et région - Vision 2015. »

Le territoire étudié est celui de la MRC du Haut-Richelieu qui inclut celui de la ville de Saint-Jean-sur-Richelieu. Dans son analyse, *Géocom* réfère à un territoire du centre-ville de Saint-Jean-sur-Richelieu qui diffère du territoire défini par Rues principales Vieux-Saint-Jean. Le territoire du centre-ville étudié exclut entièrement le secteur Iberville du Vieux-Saint-Jean et une partie du secteur Saint-Jean. (Voir les différentes cartes aux annexes 1 et 2)

Un inventaire commercial a été effectué en août 2003 par *Géocom*. Il est à noter que certains types de commerces, tel les services professionnels, n'ont pas été recensés. Les données objectives de ce document, telles les données concernant le profil de la population, tiennent du recensement de 2001 de Statistique Canada.

Aussi, à l'été 2003, *Géocom* a effectué un sondage téléphonique auprès de la population de la MRC du Haut-Richelieu. Cette enquête, qui a permis d'interroger 591 ménages, visait à recueillir les données nécessaires à une bonne compréhension des comportements

d'achat. La marge d'erreur de ce sondage est de  $\pm 4,1\%$  avec un niveau de confiance de 95%.

### **Profil Achat - Région du Haut-Richelieu - Enquête sur les habitudes d'achats des consommateurs de la région**

Cette étude a été réalisée en 1999 par le Groupe SCM pour le compte de la Chambre de commerce du Haut-Richelieu. L'étude avait pour objectif d'évaluer les fuites commerciales de la région.

Entre le 15 mai et le 1<sup>er</sup> juin 1999, un questionnaire fut acheminé, via le Publi-sac, à tous les domiciles des anciennes municipalités de Saint-Jean-sur-Richelieu, Saint-Luc, Iberville, Saint-Athanase et L'Acadie, soit à 31 450 ménages de la région. Les questions portaient sur les habitudes de consommation et le profil socio-démographique des ménages. Une fois complété, le questionnaire était renvoyé sous pli confidentiel par poste pré-affranchie. Au total, 4 508 ménages ont renvoyé le sondage dûment complété, soit 14% des foyers rejoints. En présumant que ces ménages représentent un échantillon aléatoire représentatif de l'ensemble des ménages, la marge d'erreur maximale des résultats recueillis est de  $\pm 1,6\%$  avec un niveau de confiance de 95%.

En plus du questionnaire, deux groupes de discussion de 10 personnes ont été interrogés sur les raisons qui les incitent à acheter ailleurs. Ces personnes avaient préalablement répondu au premier questionnaire Profil Achat et disaient magasiner fréquemment à l'extérieur de la région.

Finalement, un deuxième questionnaire fut acheminé, entre le 15 juin et le 1<sup>er</sup> juillet 1999, à 1 500 personnes, choisies au hasard de façon systématique à partir d'une base de noms représentative de la population. Ce questionnaire avait pour but de valider les opinions émises par les groupes de discussion afin de s'assurer qu'elles reflétaient réellement celles d'un nombre significatif de consommateurs de la région. Au total, 709 participants ont renvoyé le sondage dûment complété dans les délais prévus. La marge d'erreur de ce sondage est de  $\pm 3,6\%$  avec un niveau de confiance de 95%.

### **Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean**

Cette étude a été réalisée au printemps 2003 par Rues principales Vieux-Saint-Jean auprès des résidents du Vieux-Saint-Jean. La population résidant sur le territoire du Vieux-Saint-Jean, tel que défini par Rues principales, est estimée à environ 10 000 personnes. (Voir l'annexe 1) L'étude avait pour but d'identifier les types de commerces les plus en demande auprès des résidents du centre-ville de Saint-Jean-sur-Richelieu et d'évaluer le potentiel commercial pour ces types de commerces.

Dans un premier temps, une soixantaine de résidents du Vieux-Saint-Jean, rencontrés au hasard sur les trottoirs du centre-ville, ont été interviewés afin d'identifier les commerces qui, selon eux, manquaient dans le Vieux-Saint-Jean.

Par la suite, un questionnaire a été administré, par téléphone, à 575 résidents du centre-ville, choisis aléatoirement à partir d'une base de données des numéros de téléphone de l'ensemble des ménages du Vieux-Saint-Jean. Les questions portaient sur les habitudes de consommation des résidents pour les produits identifiés lors des interviews. La marge d'erreur de ce sondage est de  $\pm 4,1\%$  avec un niveau de confiance de 95%.

### **Étude sur les travailleurs du Vieux-Saint-Jean**

Cette étude a été réalisée au printemps 2004 par Rues principales Vieux-Saint-Jean auprès des travailleurs du Vieux-Saint-Jean. Au moment de l'enquête, le nombre de personnes qui travaillaient sur le territoire du Vieux-Saint-Jean, tel que définit par Rues principales, était évalué à 4 318. (Voir l'annexe 1) L'étude avait pour but d'identifier les types de commerces les plus en demande auprès des travailleurs du centre-ville de Saint-Jean-sur-Richelieu et d'évaluer le potentiel commercial pour ces types de commerces.

Dans un premier temps, soixante travailleurs du Vieux-Saint-Jean, rencontrés au hasard dans les commerces du centre-ville, ont été interviewés afin d'identifier les commerces qui, selon eux, manquaient dans le Vieux-Saint-Jean.

Dans un deuxième temps, un questionnaire semi-directif a été rédigé en fonction des résultats obtenus lors des interviews afin d'évaluer les habitudes de consommation des travailleurs pour les produits identifiés. 1 000 copies de ce questionnaire ont été distribuées dans les commerces du Vieux-Saint-Jean, choisis aléatoirement à partir de la base de données de Rues principales des commerces du Vieux-Saint-Jean. Chaque commerce choisi a reçu un nombre de questionnaires égal à 50% du nombre de leurs travailleurs. Après 4 jours, les questionnaires étaient amassés. Au total, 288 questionnaires complétés ont été récupérés. La marge d'erreur de ce sondage est de  $\pm 5,8\%$  avec un niveau de confiance de 95%.

## ***A. Le marché commercial de la ville de Saint-Jean-sur-Richelieu***

La première partie de cette section est consacrée à la définition du profil des consommateurs johannais, c'est-à-dire de leur profil socio-économique, dont les données proviennent du document « Diagnostic commercial et stratégie de développement » préparé par *Géocom*, et de leur profil psychographique, dont les données proviennent de l'étude « Profil Achat - Région du Haut-Richelieu ». La deuxième partie rapporte la situation commerciale actuelle de la ville de Saint-Jean-sur-Richelieu à travers ses divers pôles commerciaux, son mix commercial, ainsi que la perception qu'a la population johannaise sur certains produits. La troisième partie relate les perspectives de développement pour la région de Saint-Jean-sur-Richelieu. On y trouve des données concernant l'achat local, la saturation des marchés, les montants dépensés annuellement dans quelques secteurs ainsi que les locaux inoccupés. Les données de cette section sont principalement tirées du document préparé par *Géocom*.

## 1. Profil des consommateurs johannais

### a) Profil socio-économique des consommateurs johannais

#### *Âge*

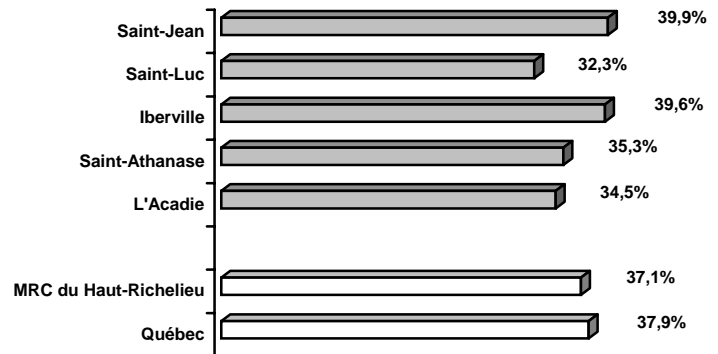
L'âge moyen des citoyens de la ville de Saint-Jean-sur-Richelieu est de 37,1 ans. Cependant, dans certains secteurs, l'âge moyen est plus bas. On compte parmi ces secteurs plus jeunes : Saint-Luc (32,3 ans en moyenne), L'Acadie (34,5 ans en moyenne) et Saint-Athanase (35,3 ans en moyenne). À l'opposé, les secteurs de Saint-Jean et d'Iberville sont relativement plus âgés avec, respectivement, 39,9 et 39,6 ans en moyenne.

Lorsque l'on regroupe la population de la ville de Saint-Jean-sur-Richelieu en tranches d'âge, on en tire les proportions suivantes : les jeunes âgés de 0 à 24 ans composent 34 % de la population, les adultes de 25 à 54 ans forment 44 % de la population et, finalement, les adultes de 55 ans et plus constituent 22 % de la population de la Ville.

#### *Revenu des ménages*

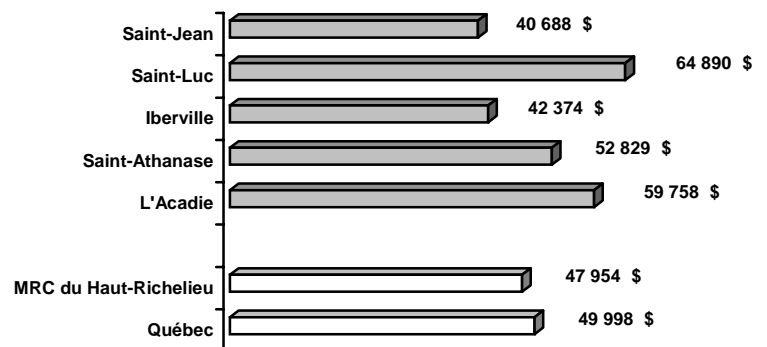
Le revenu moyen des ménages de la population johannaise se situe autour de 48 232\$. Près du deux tiers des ménages sont compris dans la tranche de revenus de 20 000\$ à 99 999\$. Une minorité, composée de 7% de la population, se situe au-delà de 100 000\$ en revenu moyen.

**Âge moyen de la population selon les secteurs de la Ville, 2001**



Tiré du document «Diagnostic commercial et stratégie de développement», préparé par GÉOCOM, octobre 2003.

**Revenu moyen de la population selon les secteurs de la Ville, 2001**



Tiré du document «Diagnostic commercial et stratégie de développement», préparé par GÉOCOM, octobre 2003.

### *Langue maternelle*

La ville de Saint-Jean-sur-Richelieu est caractérisée par une population très homogène sur le plan linguistique. En effet, le français est la langue maternelle de 95 % des gens, tandis que seulement 5 % des individus ont pour langue maternelle l'anglais ou une autre langue.

### *État civil*

En ce qui concerne l'état civil des johannais, le groupe de recherche Géocom dénombre 41 % de célibataires âgés de plus de 15 ans, 38 % d'individus vivant maritalement, 7 % dont le conjoint ou la conjointe est décédé(e) et 14 % de personnes séparées ou divorcées.

### *Ménages et familles*

Les familles n'ayant pas d'enfants constituent 38 % de l'ensemble des familles alors que les familles ayant des enfants constituent 62 % de cet ensemble. Les familles sont composées de 1,1 enfant, en moyenne. 38 % des familles ont au moins un enfant au foyer. Quant aux ménages, ils sont composés de 2,4 personnes en moyenne. Toutefois, cette moyenne varie selon les secteurs de la ville. On remarque à cet effet que la taille des ménages est plus basse dans les secteurs de Saint-Jean et d'Iberville, alors qu'elle est plus élevée dans les autres secteurs. La taille moyenne des ménages se situe entre 2,8 et 2,9 personnes.

## Profil socio-économique de la population de la MRC du Haut-Richelieu en 2001

Variables	MRC du Haut-Richelieu			Province de Québec
	Saint-Jean-sur-Richelieu	Ailleurs dans la MRC	TOTAL	
<b>Groupes d'âge</b>				
0 à 24 ans	34%	32%	33%	31%
25 à 54 ans	44%	43%	44%	45%
55 ans et plus	22%	25%	23%	24%
Âge moyen	37,1%	37,2%	37,1%	37,9%
<b>Langue maternelle</b>				
Français	95%	89%	94%	81%
Anglais	3%	7%	4%	8%
Autres langues	1%	3%	1%	10%
<b>État civil (15 ans et plus)</b>				
Célibataires	41%	36%	40%	41%
Marié(e)s	38%	47%	41%	40%
Veufs(ves)	7%	6%	6%	7%
Divorcé(e)s/Séparé(e)s	14%	11%	13%	12%
<b>Structure familiale</b>				
Famille sans enfants	38%	41%	38%	37%
Famille avec enfant(s)	62%	59%	62%	63%
Enfant(s) par famille	1,1%	1,1%	1,1%	110,0%
<b>Taille des ménages</b>				
1 personne	28%	21%	27%	30%
2 personnes	33%	37%	34%	33%
3 personnes	17%	15%	16%	16%
4 et 5 personnes	20%	24%	21%	19%
6 personnes et plus	2%	3%	2%	2%
Personnes par ménage	2,4%	2,6%	2,4%	2,4%
<b>Revenu des ménages</b>				
Moins de 20 000 \$	22%	20%	22%	23%
20 000 \$ à 39 999 \$	28%	30%	28%	27%
40 000 \$ à 59 999 \$	21%	24%	22%	20%
60 000 \$ à 79 999 \$	14%	14%	14%	14%
80 000 \$ à 99 999 \$	8%	7%	7%	7%
100 000 \$ et plus	7%	5%	7%	9%
Revenu moyen des ménages	48 232 \$	46 824 \$	47 954 \$	49 998 \$
(Province de Québec = 100)	96,5	93,7	95,9	100

Tiré de « Diagnostic commercial et stratégie de développement », document préparé par GÉOCOM, 2003 (Source: Statistique Canada, recensement de 2001)

## b) Profil psychographique des consommateurs johannais

*Les consommateurs du Haut-Richelieu magasinent en tout premier lieu dans la région.*

En effet, d'après l'étude Profil Achat réalisée par la Chambre de commerce, 94,1% des consommateurs du Haut-Richelieu se rendent d'abord dans les commerces en place dans la région lorsqu'ils effectuent leurs achats. Ce n'est qu'en de rares occasions qu'ils privilégient les achats effectués à l'extérieur de la région pour acheter des articles qu'ils n'ont pas trouvés sur le marché local, par exemple. On peut aisément remarquer que la population du Haut-Richelieu est fidèle aux commerces de sa région et développe un fort sentiment d'appartenance envers ces derniers.

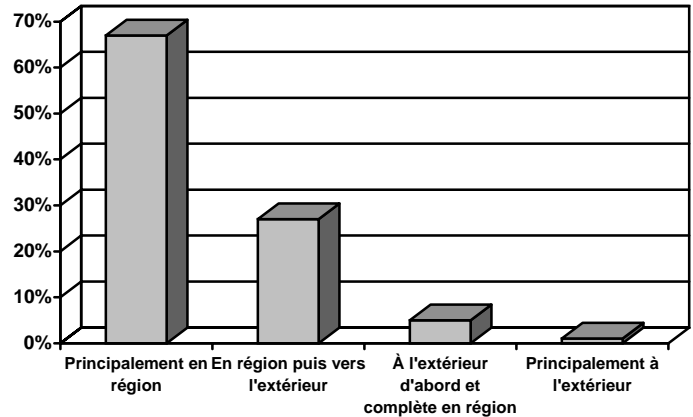
*La clientèle entretient des attentes élevées*

Près de 70% des gens se disent d'accord ou plutôt d'accord avec le fait qu'ils se considèrent comme des clients exigeants. Les gens de la région s'attendent à ce que la qualité des services offerts soit excellente et qu'elle corresponde à leurs aspirations.

*Les consommateurs se disent efficaces*

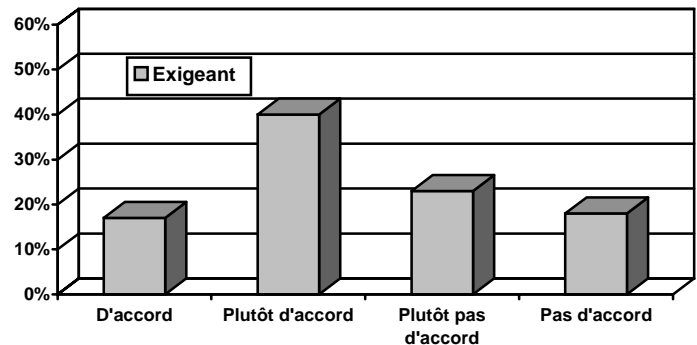
Ils sont 88,7% à affirmer être efficaces. Pour ce faire, ils aiment minimiser les déplacements en se rendant à l'endroit le plus susceptible d'offrir l'article recherché, d'où

"De quelle façon magasinez-vous?"



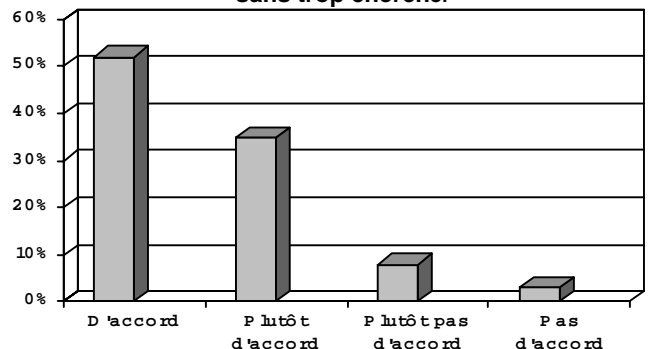
Tiré du document «Profil Achat – Région du Haut-Richelieu», document préparé par Groupe SCM, 1999.

"Je suis un(e) client(e) exigeant(e)"



Tiré du document «Profil Achat – Région du Haut-Richelieu», document préparé par Groupe SCM, 1999.

"Je suis du style efficace, je me dirige principalement vers les destinations qui me permettent de trouver sans trop chercher"



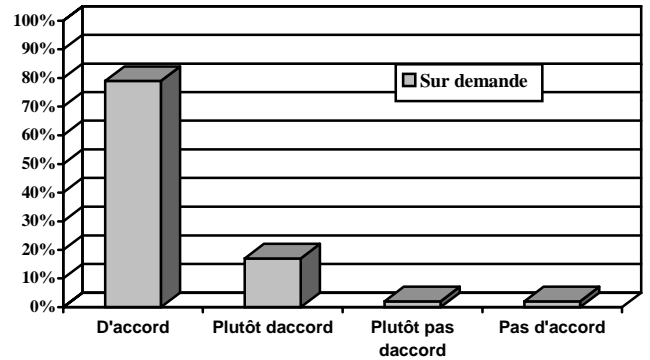
Tiré du document «Profil Achat – Région du Haut-Richelieu», document préparé par Groupe SCM, 1999.

l'importance d'offrir une sélection d'articles des plus variée. Qui plus est, ils aiment la rapidité du service et la disponibilité des produits désirés. Les commerçants dont les produits sont facilement repérables, dont la présentation est attrayante et dont les prix sont clairement indiqués, verront sans doute la satisfaction de leur clientèle augmenter.

*La clientèle aime un service rapide lorsque l'aide du commerçant est requise pour trouver un article*

Près de 95 % des clients sont rebutés par les vendeurs harcelants dans les boutiques. Ils préfèrent faire leurs emplettes à leur aise, librement et sans pression de la part du commerçant. Par contre, si le client ne trouve pas l'article recherché ou s'il désire obtenir plus d'informations sur ledit article, il s'attend à ce qu'une aide compétente soit rapidement fournie par le personnel. À cet effet, 87,6 % des consommateurs n'ont pas particulièrement à cœur d'attendre que le personnel se libère avant d'obtenir l'attention du vendeur.

**"Dans un magasin, j'aime bien qu'on s'occupe de moi, mais sur demande seulement"**

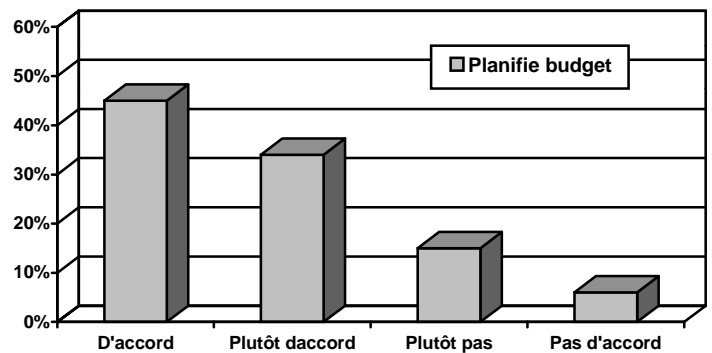


Tiré du document «Profil Achat – Région du Haut-Richelieu», document préparé par Groupe SCM, 1999.

*Des consommateurs qui ont leur budget en tête*

79,3 % des répondants disent porter une attention particulière à la planification de leur budget. Cela en raison d'un pouvoir d'achat qui diminue avec les années, les consommateurs tentent de maximiser leurs achats en se dirigeant vers des produits de bonne qualité offerts à un prix raisonnable.

**"Je suis une personne qui planifie beaucoup son budget"**

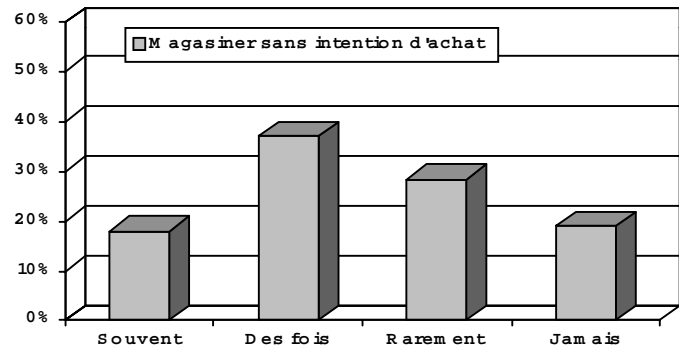


Tiré du document «Profil Achat – Région du Haut-Richelieu», document préparé par Groupe SCM, 1999.

### *Magasiner pour le plaisir dans le Haut-Richelieu*

Il y a 63,4 % des répondants qui affirment prendre plaisir à magasiner, surtout si le contexte est agréable. Le temps moyen d'une activité de magasinage pour les consommateurs du Haut-Richelieu est de 3 heures. Cette activité constitue une véritable sortie où la personne, généralement accompagnée, tentera de rendre celle-ci des plus agréables possible, par exemple, en allant dîner au restaurant par la même occasion. Ils est à noter que des toilettes et une aire de repos sont toujours grandement appréciées. Aussi, 53,3 % de la population considèrent le magasinage comme une activité de détente. Il est tout indiqué, à ce point, de tenir compte des commentaires des répondants sur l'importance qu'ils accordent à l'aspect esthétique du commerce. En effet, il en ressort que beaucoup d'entre eux font état de l'attrait des étalages et des vitrines attrayantes et originalement aménagées. Les boutiques dans lesquelles la présentation des produits est esthétique sont d'autant plus susceptibles d'attirer les clients à faire connaissance des produits sur les étagères.

### **"Je sors magasiner sans intention d'achat, juste pour me détendre"**

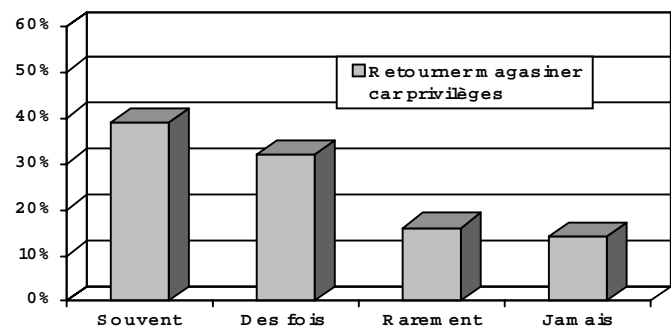


Tiré du document «Profil Achat – Région du Haut-Richelieu», document préparé par Groupe SCM, 1999.

### *Une clientèle fidèle lorsque satisfaite*

L'étude Profil Achat de la Chambre de commerce révèle que 70,9 % des clients disent retourner magasiner aux endroits où ils reçoivent privilèges et considérations de la part des commerçants. Ils aiment que le personnel leur accorde toute l'attention et la courtoisie qu'ils méritent. De plus, les clients veulent la promesse d'un remboursement du produit si celui-ci ne comble pas leurs attentes.

### **"Je retourne magasiner à un endroit parce qu'il m'offre des privilèges pour y rester clients longtemps"**



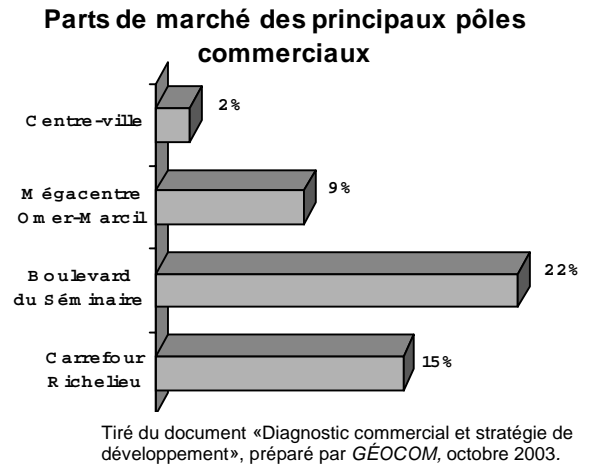
Tiré du document «Profil Achat – Région du Haut-Richelieu», document préparé par Groupe SCM, 1999.

## **2. Situation commerciale actuelle de Saint-Jean-sur-Richelieu**

Cette section présente la situation commerciale actuelle de la ville de Saint-Jean-sur-Richelieu avec ses divers pôles. Les informations tirées du document préparé par le groupe de recherche Géocom dressent un portrait précis de l'offre et de la demande actuelle.

### **a) Pôles commerciaux**

Le principal pôle d'attraction commerciale dans la MRC du Haut-Richelieu est le boulevard du Séminaire qui récolte à lui seul 22% de tous les achats. Vient ensuite le Carrefour Richelieu avec une part de 15% et le Mégacentre Omer-Marcil (zone du WalMart) avec 9%. On peut associer la popularité de ces pôles aux magasins à très grande surface qui les constituent, présentant une destination idéale pour optimiser le temps pour les achats.



### **b) Mix commercial dans le secteur Saint-Jean**

Le tableau suivant présente le mix commercial des différents pôles commerciaux du secteur Saint-Jean. Il est important de rappeler que certains types de commerces, tels les services professionnels, n'ont pas été recensés par Géocom et que le territoire du centre-ville étudié par Géocom est plus petit que le territoire étudié par Rues principales Vieux-Saint-Jean.

Le mix commercial du Carrefour Richelieu est caractérisé par la présence du supermarché Super C dans le domaine de l'alimentation (12%), puis des magasins à rayons, faisant référence à Zellers, Sears, et Winners (39%) et des magasins de vêtements, chaussures et tissus dans le domaine des magasins à très grande surface (27%).

Dans le pôle du boulevard du Séminaire Nord, les supermarchés (11%), magasins de meubles, appareils et accessoires (10%), ainsi que les pièces et accessoires d'auto (25%) et les autres biens semi-durables (13%) sont les types de commerces les plus présents. Les magasins Canadian Tire, Meubles Denis Riel, Bureau en gros, Librairie moderne et Maxi sont les commerces qui dominent le paysage de cette zone. Le pôle du boulevard du Séminaire Sud est, pour sa part, marqué par la présence de maints restaurants (20%) et de supermarchés (23%) tels que Provigo et IGA.

Le pôle du centre-ville, tel que défini par Géocom (Voir l'annexe 2), est occupé de façon prépondérante par les restaurants (30%), les bars (12%), les services financiers (10%) et les meubles, appareils et accessoires (11%).

### Mix commercial dans le secteur Saint-Jean

	Carrefour Richelieu	Boul. du Séminaire-Nord A-35	Boul. du Séminaire-Sud A-35	Centre-ville	Ailleurs Secteur Saint-Jean
<b>Alimentation</b>					
Supermarchés	12%	11%	23%	0%	0%
Magasins spécialisés et SAQ	2%	1%	0%	2%	7%
Dépanneurs	0%	1%	1%	2%	6%
Sous-total	14%	13%	24%	4%	13%
<b>MTGM</b>					
Pharmacies	2%	8%	3%	0%	2%
Marchandises générales	1%	3%	4%	2%	2%
Magasins à rayons	39%	0%	0%	2%	0%
Vêtements, chaussures, tissus	27%	1%	1%	8%	14%
Meubles, appareils et accessoires	2%	10%	8%	11%	20%
Pièces et accessoires d'auto	0%	25%	8%	1%	7%
Quincailleries, peinture et jardinage	0%	3%	8%	1%	15%
Autres - semi durables	3%	13%	2%	5%	2%
Autres - durables	4%	1%	5%	4%	2%
Autres – divers	2%	3%	4%	1%	3%
Sous-total	80%	68%	44%	36%	66%
<b>Services</b>					
Personnels - coiffure et beauté	1%	3%	3%	4%	2%
Personnels - nettoyage et cordonnerie	0%	1%	1%	2%	1%
Services financiers	1%	3%	5%	10%	5%
Location de films	0%	2%	3%	0%	0%
Autres services	1%	1%	1%	3%	2%
Restaurants	4%	9%	20%	30%	9%
Bars	0%	1%	1%	12%	2%
Sous-total	7%	19%	32%	60%	21%
<b>TOTAL OCCUPÉ</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Données tirées du document «Diagnostic commercial et stratégie de développement», préparé par GÉOCOM, octobre 2003.

### **c) Perception actuelle des consommateurs concernant les différents produits du marché**

#### *Vêtements*

Globalement, l'offre commerciale pour les vêtements de femmes, d'hommes, d'adolescents et d'enfants semble plaire à la majorité sur les plans du style, des grandeurs, de la qualité, des prix, du service et de la beauté des commerces. Toutefois, en se référant aux commentaires des répondants de l'étude Profil Achat, on remarque que quelques points restent à améliorer pour les commerces de la région.

L'insatisfaction en ce qui concerne les vêtements pour femmes est de 29,6%. Cette insatisfaction est principalement due au manque de boutiques spécialisées dans Saint-Jean : vêtements de maternité, vêtements de marque, vêtements de grandes occasions (mariages, bals, grandes sorties, etc). Les gens dont la taille n'est pas standard (petite taille, taille forte, grandes et petites personnes), représentant 30% de la population, doivent magasiner à l'extérieur de la ville par manque de choix. Qui plus est, les femmes plus avant-gardistes se disent mal desservies en terme de choix vestimentaire, qualifiant celles déjà existantes de trop « âgée » ou trop « adolescente ». Un juste milieu est à favoriser.

Chez les hommes, le taux d'insatisfaction du côté vestimentaire est de 27,4 % et se situe au niveau des grandeurs. En effet, il y a un net manque de boutiques de taille forte et de grande taille, alors que 21,1% du marché est composé de cette clientèle.

Pour ce qui est des vêtements pour enfants et adolescents, le taux d'insatisfaction se fixe à 29,9 % et s'avère être le taux le plus élevé dans le domaine vestimentaire. Ces insatisfaits notent le manque de choix et de qualité, qui est présentement soit trop bas de gamme dans les magasins à grande surface, soit inaccessible dans les boutiques spécialisées. Les styles de la région sont plutôt conservateurs.

Du côté des chaussures, le principal point à améliorer concerne les prix trop élevés et les soldes trop peu fréquents. Par contre, le choix et la qualité satisfont la plupart des gens. Citons Chaussures Pierre Roy, qui s'est vu décerné une mention toute spéciale par la Chambre de commerce suite à l'étude Profil Achat pour la quantité de commentaires élogieux à son égard, particulièrement pour ses prix, sa qualité et son choix.

#### *Meubles, électroménagers, produits électroniques et informatiques*

La population se dit satisfaite de la qualité et de la variété des produits électroniques, informatiques, des électroménagers et des meubles offerts dans la région. Par contre, les soldes se font trop rares et les prix ne sont pas assez compétitifs. De plus, la qualité du service offert (le service après-vente, la livraison etc.) aurait avantage à être améliorée. Les gens rapportent que l'approche clientèle laisse quelquefois à désirer : les vendeurs n'ont pas toujours une connaissance suffisante des produits à vendre et leur comportement envers la clientèle laisse parfois paraître qu'ils sont « vendeurs à commission ».

La situation est semblable du côté des produits électroniques. Les consommateurs johannais sont rebutés, encore une fois, par la qualité du service à la clientèle, de la compétence des vendeurs ainsi que du service après-vente.

La population achète ses produits informatiques dans la région pour la proximité des services. Toutefois, ils sont pleinement conscients que les prix sont élevés et que les soldes restent rares.

### *Divertissements et restauration*

Les divertissements pour jeunes sont loin de satisfaire la masse. Le taux de satisfaction se situe seulement à 41.6%. Les activités pour les jeunes de 12 à 18 ans sont trop peu nombreuses et ne parviennent pas à meubler suffisamment leurs soirées et leurs fins de semaine.

Le cinéma local actuel répond bien à la demande générale, mais il y aurait aussi un marché à développer quant aux longs métrages étrangers et aux versions originales anglaises, pour lesquels il y a de la demande en région.

Les restaurants, toutefois, répondent bien amplement à la demande et la variété comble bien tous les goûts.

Pour ce qui est des magasins de disques de la région, les consommateurs semblent y trouver leur compte. Toutefois, ils critiquent l'omniprésence de disques de style populaire et le trop peu de disques de répertoire.

### 3. Perspective de développement pour la région de Saint-Jean-sur-Richelieu

#### a) L'achat local

Selon l'étude effectuée par le groupe de recherche *Géocom*, les consommateurs johannais sont fidèles aux commerces de la région. Toutes catégories confondues, 86,1% des achats de la population de Saint-Jean sont effectués dans les établissements commerciaux de la ville.

L'alimentation, la restauration, les articles de librairie, les soins personnels et de santé puis les pièces et accessoires d'auto sont les produits qui occasionnent le moins de fuites commerciales et que les gens achètent presque en totalité dans la région.

À l'opposé, le magasinage de vêtements et d'accessoires, ainsi que l'achat et la location de véhicules sont des activités qui entraînent le plus de fuites commerciales.

Évaluation de l'achat local

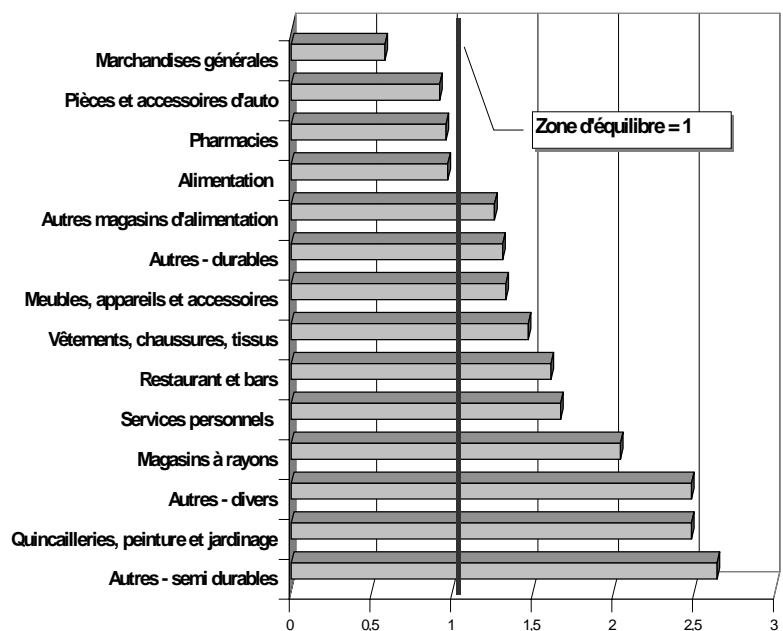
Produit	Demande locale	% d'achat à l'intérieur
Habillement & Accessoires	66 500 000 \$	76,8%
Vente et location de véhicules	62 910 000 \$	67,5%
Équipements et services de loisirs	82 970 000 \$	80,0%
Meubles et électroménagers	40 700 000 \$	82,5%
Alimentation & Restauration	172 400 000 \$	97,6%
Essence	41 020 000 \$	81,5%
Entretien de logement	15 800 000 \$	84,7%
Articles de librairie	7 900 000 \$	92,8%
Entretien ménager	35 000 000 \$	84,4%
Soins personnels et de santé	26 200 000 \$	85,7%
Pièces et accessoires d'auto	21 500 000 \$	99,0%
<b>Total annuel</b>	<b>572 900 000 \$</b>	<b>86,1%</b>

Données tirées du document «Diagnostic commercial et stratégie de développement», préparé par *GÉOCOM*, octobre 2003.

#### b) Saturation du marché

De façon globale, le marché de Saint-Jean-sur-Richelieu connaît une saturation dans la plupart de ces secteurs.

Indice de saturation par secteur commercial



Tiré du document «Planification stratégique ville et région :Diagnostic commercial et stratégie de développement», document Power Point, décembre 2003.

### c) Croissance démographique

La population de la nouvelle Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu a tendance à croître plus rapidement (4,1% entre 1996 et 2001) que les villes de la Rive-sud (1,8%) et que la population du Québec (3,5%) sur la même période.<sup>1</sup> Cette croissance démographique accentuée aura pour effet d'augmenter la demande et donc de laisser place au développement commercial.

### d) Potentiel commercial

Le potentiel commercial se définit comme étant la somme totale que les résidents d'une zone donnée sont à même de dépenser en une année dans des catégories de biens et de services donnés. Ces montants sont dépensés autant dans les établissements de la zone que dans ceux de l'extérieur.

#### *Potentiel alimentaire*

Pour effectuer le calcul du potentiel alimentaire dans la région de Saint-Jean, on compile toutes les dépenses réalisées par les individus dans les supermarchés, épiceries, épiceries spécialisées, dépanneurs ou tout autre magasin à vocation alimentaire, en excluant les dépenses effectuées dans la restauration. Les dépenses alimentaires augmenteront avec la croissance démographique des prochaines années. En 2003, les dépenses atteignaient 185 490 000\$ à Saint-Jean sur Richelieu. Ce montant devrait s'élever à 189 612 000\$ en 2006 pour atteindre 196 482 000\$ en 2011. On estime donc que les dépenses alimentaires des résidents de Saint-Jean augmenteront de 10 992 000\$ d'ici 2011.

**Potentiel de la MRC du Haut-Richelieu en alimentation, 2003-2011**

	Dépenses per capita 2003		Potentiel commercial		
	Québec	Zone	2003	2006	2011
<b>Saint-Jean-sur-Richelieu</b>					
Supermarchés		80%	148 392 000 \$	151 689 600 \$	157 185 600 \$
Magasins spécialisés		11%	204 039 000 \$	20 857 320 \$	21 613 020 \$
Dépanneurs		3%	5 564 700 \$	5 688 360 \$	5 894 460 \$
Autres types de magasins		6%	11 129 400 \$	11 376 720 \$	11 788 920 \$
<b>Total</b>	<b>2 300 \$</b>	<b>2 290 \$</b>	<b>185 490 000 \$</b>	<b>189 612 000 \$</b>	<b>196 482 000 \$</b>

Tiré de « Diagnostic commercial et stratégie de développement », document préparé par GÉOCOM, 2003 (Source: Statistique Canada, recensement de 2001)

<sup>1</sup> Pierre Bélanger, économiste, Claude Beaulac, urbanisme Municonsult inc., *Perspectives de développement et positionnement résidentiel, Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu et MRC Le Haut-Richelieu*, novembre 2003

## Potentiel des MTGM

La croissance démographique entraîne le même effet sur les marchandises de type très grand magasin. En 2003, les recettes de ce type de commerce s'élevaient à 295 245 000\$ et l'estimation pour les années 2006 et 2011 se chiffrent respectivement à 301 806 000\$ et 312 741 000\$. Une augmentation totale potentielle de 17 496 000\$ est évaluée dans ce secteur.

### Potentiel de la MRC du Haut-Richelieu en MTGM, 2003-2011

	Dépenses per capita 2003		Potentiel commercial		
	Québec	MRC	2003	2006	2011
<b>Saint-Jean-sur-Richelieu</b>					
Pharmacies	435 \$	435 \$	35 235 000 \$	36 018 000 \$	37 323 000 \$
Vêtements	580 \$	570 \$	46 170 000 \$	47 196 000 \$	48 906 000 \$
Meubles, appareils et accessoires	640 \$	630 \$	51 030 000 \$	52 164 000 \$	54 054 000 \$
Magasins à rayons	540 \$	535 \$	43 335 000 \$	44 298 000 \$	45 903 000 \$
Marchandises générales	420 \$	415 \$	33 615 000 \$	34 362 000 \$	35 607 000 \$
Quincailleries	280 \$	280 \$	22 680 000 \$	23 184 000 \$	24 024 000 \$
Pièces d'auto	315 \$	315 \$	25 515 000 \$	26 082 000 \$	27 027 000 \$
Autres – semi durables	120 \$	120 \$	9 720 000 \$	9 936 000 \$	10 296 000 \$
Autres – durables	245 \$	240 \$	19 440 000 \$	19 872 000 \$	20 592 000 \$
Autres – divers	105 \$	105 \$	8 505 000 \$	8 694 000 \$	9 009 000 \$
<b>Sous-total</b>	<b>3 680 \$</b>	<b>3 645 \$</b>	<b>295 245 000 \$</b>	<b>301 806 000 \$</b>	<b>312 741 000 \$</b>

Tiré de « Diagnostic commercial et stratégie de développement », document préparé par GÉOCOM, 2003 (Source: Statistique Canada, recensement de 2001)

## Potentiel en restauration et autres services

En ce qui a trait à cette catégorie de dépenses, ces données correspondent à 46 789 000\$ en 2003, 47 854 000\$ en 2006 et 49 629 000\$ en 2011, c'est-à-dire une augmentation de 2 840 000\$ au total.

### Potentiel de la MRC du Haut-Richelieu pour certains services, 2003-2011

	Dépenses par ménages 2003		Potentiel commercial		
	Québec	MRC	2003	2006	2011
<b>Saint-Jean-sur-Richelieu</b>					
Coiffure et esthétique	242 \$	239 \$	7 875 050 \$	8 054 300 \$	8 353 050 \$
Cordonneries	5 \$	5 \$	164 750 \$	168 500 \$	174 750 \$
Nettoyeurs	69 \$	68 \$	2 240 600 \$	2 291 600 \$	2 376 600 \$
Restaurants et bars	1 011 \$	986 \$	32 488 700 \$	33 228 200 \$	34 460 700 \$
Clubs vidéos	124 \$	122 \$	4 019 900 \$	4 111 400 \$	4 263 900 \$
<b>Total</b>	<b>1 451 \$</b>	<b>1 420 \$</b>	<b>46 789 000 \$</b>	<b>47 854 000 \$</b>	<b>49 629 000 \$</b>

Tiré de « Diagnostic commercial et stratégie de développement », document préparé par GÉOCOM, 2003 (Source: Statistique Canada, recensement de 2001)

## ***B. Le marché commercial du Vieux-Saint-Jean***

La première partie de cette section est consacrée à la définition du profil socio-économique des résidents ainsi que celui des travailleurs du Vieux-Saint-Jean, dont les données proviennent d'études réalisées par l'organisme Rues principales Vieux-Saint-Jean. La deuxième partie fait état de la situation commerciale particulière au Vieux-Saint-Jean d'après les données recueillies par *Géocom* et par Rues principales Vieux-Saint-Jean. La troisième partie concerne les habitudes de consommation des résidents et des travailleurs relatives aux types de commerces les plus en demande par eux, soit les produits alimentaires, vestimentaires et la restauration. Finalement, la quatrième partie présente le potentiel commercial du Vieux-Saint-Jean et révèle tous les commerces que les résidents et travailleurs du centre-ville aimeraient voir s'installer dans le Vieux-Saint-Jean.

## **1. Profil des consommateurs du Vieux-Saint-Jean**

### **a) Profil socio-économique des résidents du Vieux-Saint-Jean**

#### *Âge*

Parmi les résidents du Vieux-Saint-Jean, le groupe d'âge le plus nombreux est celui des 48 à 57 ans, avec 24%, ce qui correspond à la génération des baby boomers. Ce groupe d'âge est suivi de près par celui qui le précède et celui qui le succède, soit les groupes des 38 à 47 ans et des 58 à 67 ans, avec 18% de la population chacun.

#### *Occupation*

Environ la moitié des résidents du Vieux-Saint-Jean sont sur le marché du travail, 23.1% sont à leur retraite, 17.6% sont aux soins de la maison, 3,5% sont aux études et 2,6% sont à la recherche d'un emploi.

#### *Taille des ménages*

Les ménages de 2 personnes composent 38.7% de l'ensemble des ménages. Les personnes résidant seules forment 20,5% des ménages, alors que les ménages de 3 et 4 personnes représentent respectivement 16,6% et 15,1% des ménages.

#### *Revenu des ménages*

64.0% des ménages ont un revenu annuel inférieur à 45 000\$. Les revenus les plus cités se situent entre 15 000\$ et 30 000\$ (24.7%). Seulement 4.0% des ménages ont un revenu dépassant 75 000\$ par année.

#### **Profil socio-économique des résidents du Vieux-Saint-Jean**

<b>Variable</b>	<b>Taux</b>
<b>Groupes d'âge</b>	
de 18 à 27 ans	8%
de 28 à 37 ans	16%
de 38 à 47 ans	18%
de 48 à 57 ans	24%
de 58 à 67 ans	18%
de 68 à 77 ans	10%
Plus de 78 ans	2%
Ne répond pas	4%
<b>Occupation</b>	
Au travail	51,3%
À la retraite	23,1%
Aux soins de la maison	17,6%
Aux études	3,5%
À la recherche d'un emploi	2,6%
Autre	1,9%
<b>Taille des ménages</b>	
1 personne	20,5%
2 personnes	38,7%
3 personnes	16,6%
4 personnes	15,1%
5 personnes	5,3%
6 personnes et plus	3,8%
<b>Revenu des ménages</b>	
moins de 15 000\$	17,0%
de 15 000 à 30 000\$	24,7%
de 30 000 à 45 000\$	22,3%
de 45 000 à 60 000\$	9,6%
de 60 000 et 75 000\$	6,6%
plus de 75 000\$	4,0%
Ne répond pas	15,8%

Données tirées de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, *Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean*, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003 »

## b) Profil socio-économique des travailleurs du Vieux-Saint-Jean

### Âge

Le groupe d'âge le plus peuplé parmi les travailleurs du Vieux-Saint-Jean est celui des personnes âgées entre 40 et 50 ans (32,6%), suivi par le groupe des personnes âgées de 20 à 30 ans (22,9%) et celui des 50 à 60 ans (20,5%). Lorsque l'on compare les groupes d'âge des travailleurs et avec ceux des résidents, on remarque qu'il y a davantage de jeunes travailleurs que de jeunes résidents dans le Vieux-Saint-Jean.

### Secteur de résidence

Ces travailleurs proviennent, en plus grande partie du secteur de Saint-Jean, 49,3%, ainsi que des secteurs Saint-Luc et Iberville avec respectivement 15,6% et 10,1%.

### Taille des ménages

60,8% des ménages des travailleurs du Vieux-Saint-Jean se composent de 2 ou 3 personnes. Les ménages de 4 à 5 personnes composent 20,5% de l'ensemble des ménages.

### Moyens de transport

Les travailleurs du Vieux-Saint-Jean utilisent en très grande majorité leur véhicule personnel pour se rendre à leur lieu de travail (81,6%) ou encore, s'y rendent en marchant (16,3%).

### Profil socio-économique des travailleurs du Vieux-Saint-Jean

Variables	Taux
<b>Âge</b>	
entre 16 et 20 ans	2,1%
entre 20 et 30 ans	22,9%
entre 30 et 40 ans	19,8%
entre 40 et 50 ans	32,6%
entre 50 et 60 ans	20,5%
60 ans et plus	2,1%
<b>Lieu de résidence</b>	
Secteur Saint-Jean	49,3%
Secteur Saint-Luc	15,6%
Secteur Iberville	10,1%
Secteur Saint-Athanase	6,9%
Secteur L'Acadie	2,4%
Autres municipalités du Haut-Richelieu	8,0%
Extérieur du Haut-Richelieu	7,6%
<b>Nombre de personnes par ménage</b>	
1 personne	15,3%
2 à 3 personnes	60,8%
4 à 5 personnes	20,5%
plus de 5 personnes	3,5%
<b>Moyen de transport</b>	
Voiture personnelle	81,6%
Marche	16,3%
Vélo	7,6%
Autres	5,9%

Données tirées de « PREVOST, Benoît et Élise DICOP, Étude sur les travailleurs du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2004 »

## **2. Situation commerciale actuelle du Vieux-Saint-Jean**

Concernant la situation commerciale du Vieux-Saint-Jean, il est important de rappeler que les études réalisées par *Géocom* et par Rues principales Vieux-Saint-Jean ne définissent pas le territoire de la même façon. En effet, dans l'étude réalisée par *Géocom*, les données concernant le Vieux-Saint-Jean sont calculées en fonction de certaines artères principales du secteur Saint-Jean alors que les données de Rues principales Vieux-Saint-Jean sont calculées en fonction du territoire entier du Vieux-Saint-Jean, sur lequel a été pratiqué un recensement précis de l'ensemble des commerces du territoire du Vieux-Saint-Jean. (Voir l'annexe 1 pour la carte des territoires.)

### **a) Portrait commercial du Vieux-Saint-Jean**

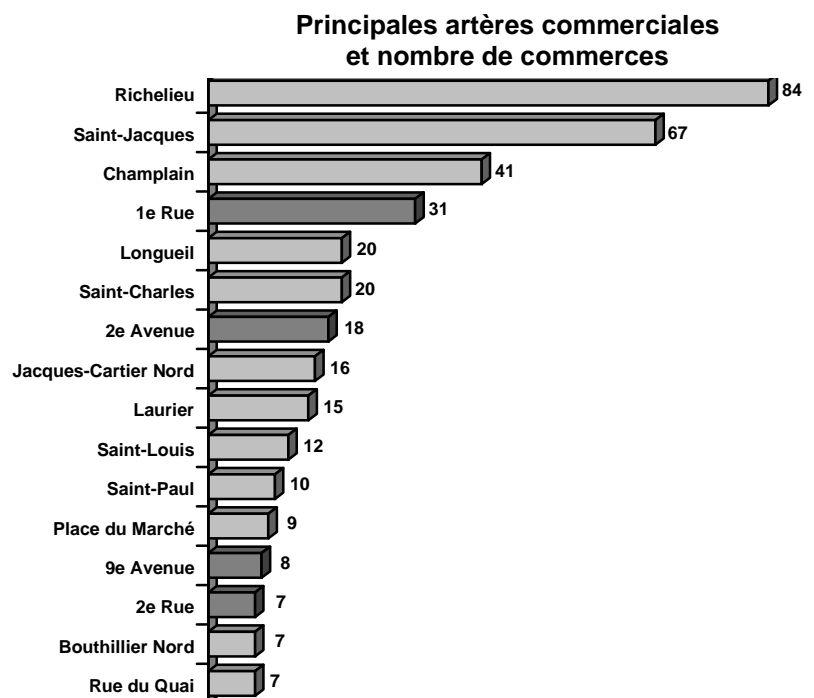
#### *Occupation du sol et activités commerciales*

Parmi tous les bâtiments du centre-ville de Saint-Jean-sur-Richelieu, on remarque que la vocation résidentielle prédomine à 56 %. Vient ensuite un 20% composé d'établissements dont la fonction est mixte (qui combinent habitation et commerce) ainsi qu'un autre 20% dont la fonction est commerciale. La fonction institutionnelle des bâtiments n'y est que pour 3% alors que la fonction industrielle est tout aussi moindre avec seulement 1% des bâtiments relevés.<sup>2</sup>

#### *Artères principales*

D'après l'inventaire de Rues principales Vieux-Saint-Jean, les principales artères commerciales du Vieux-Saint-Jean sont les rues Richelieu, Saint-Jacques, Champlain et la 1<sup>e</sup> rue. Les rues Longueuil, Saint-Charles, Jacques-Cartier Nord et Laurier, quant à elles, ont plutôt la vocation des services professionnels.

Les artères plus foncées du tableau suivant sont situées dans le secteur Iberville du Vieux-Saint-Jean.



Tiré de la base de données de Rues principales Vieux-Saint-Jean, mai 2004

<sup>2</sup> DANIEL GAUTHIER ET ASSOCIÉS, Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu : Programme particulier d'urbanisme, juillet 2000, p.4-5

### *Mix commercial*

L'activité commerciale du Vieux Saint-Jean est caractérisée par les commerces de services et les commerces de détails qui sont en tête de liste avec 17,5% et 15,9% de l'activité commerciale totale. L'apport des commerces d'alimentation, qui ne représente que 5,6% de l'activité commerciale, reste faible pour le Vieux-Saint-Jean.

Du côté de Saint-Jean, on retrouve la majorité des commerces (358), alors que du côté d'Iberville, le nombre de commerces est de 94.

### **Commerces du Vieux-Saint-Jean**

Type	Fréquence	Taux
Commerces de services	79	17,5%
Commerces de détails	72	15,9%
Restauration	66	14,6%
Services professionnels	50	11,1%
Services de santé	35	7,7%
Alimentation	19	4,2%
Entrepreneurs	18	4,0%
Automobile	21	4,2%
Industries	20	4,4%
Services financiers	18	4,0%
Divertissements	17	3,8%
Écoles et formation	13	2,9%
Meubles	12	2,7%
Divers	12	2,7%
<b>Total</b>	<b>452</b>	<b>100,0%</b>

Secteur	Fréquence	Taux
Saint-Jean	358	79,2%
Iberville	94	20,8%
<b>Total</b>	<b>452</b>	<b>100,0%</b>

Tiré de la base de données de Rues principales Vieux-Saint-Jean, mai 2004

### **b) Classification des commerces par type d'achats et de services**

#### *Achats et services courants*

Ce type de commerces offre à la clientèle des services et des biens qui sont achetés de façon régulière et rapide par ceux-ci. Un minimum d'efforts est déployé pour effectuer ce type d'achat. Exemples : commerce d'alimentation, dépanneur, club vidéo, pharmacie et services bancaires.

#### *Achats et services semi-courants*

Ce type de commerces offre à la clientèle des services et des biens qui sont achetés de façon régulière mais qu'on aime magasiner plus longuement. Le choix des consommateurs est plus large puisqu'un même produit est offert dans différentes gammes de qualité et de prix. Exemple: quincaillerie, vêtements, chaussures, livres, services personnels (coiffure et esthétique) et services de santé.

### *Achats et services réfléchis*

Ce type de commerces offre à la clientèle des services et des biens qui demandent un temps de réflexion avant d'être achetés afin de comparer les produits entre eux et de choisir le produit qui correspond le plus aux critères de sélection du consommateur. Ex : commerces de meubles et de décorations, bijouteries, magasins de cadeaux et d'articles de sport, services professionnels (notaires, assureur, agent d'immeuble, etc.).

### *Divertissement et restauration*

Ce type de commerces offre à la clientèle des biens et services qui peuvent être consommés sur place. Ex : restaurants, bars, cinéma, clubs sociaux, galeries d'art, salle d'activités sportives.

Dans le Vieux-Saint-Jean, l'activité commerciale dominante se situe au niveau des services réfléchis qui comptent pour 39,4% de l'activité totale. Toutefois, on remarque que les achats courants, les achats semi-courants et les services courants sont moins présents avec respectivement 4,4%, 6,9% et 2,0% seulement de l'activité commerciale.

Selon une étude réalisée par la Fondation Rues principales, à l'été 2002, à travers 12 centres-ville dynamiques du Québec, le mix commercial observé se définit ainsi : commerces et services courants 12%; commerces et services semi-courants 31%; commerces et services réfléchis 39%; Divertissement 18%.

Pour améliorer la mixité commerciale du Vieux-Saint-Jean, il serait avantageux d'attirer des commerces qui génèrent un achalandage certain, tels les commerces de biens et services de consommation fréquente.

### **Classification des commerces et des services dans le Vieux-Saint-Jean**

Type d'achat et de services	Nombre	%	% du total
Achats courants	20	10,2%	4,4%
Achats semi-courants	31	15,7%	6,9%
Achats réfléchis	72	36,5%	15,9%
Restauration et divertissement	74	37,6%	16,4%
<b>Sous-total</b>	<b>197</b>	<b>100%</b>	
Services courants	9	3,5%	2,0%
services semi-courants	68	26,6%	15,0%
Services réfléchis	178	69,8%	39,4%
<b>Sous-total</b>	<b>255</b>	<b>100%</b>	
<b>Total des commerces</b>	<b>452</b>		<b>100,0%</b>

Tiré de la base données de Rues Principales Vieux-Saint-Jean, mai 2004

### **Comparaison relative aux types d'achats et de services du Vieux-Saint-Jean versus les centres-ville en santé du Québec**

Types d'achats et de services	Vieux-Saint-Jean	Étude FRP
Commerces et services courants	6,4%	12,0%
Commerces et services semi-courants	21,9%	31,0%
Commerces et services réfléchis	55,3%	39,0%
Restauration et divertissement	16,4%	18,0%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

### **3. Habitudes de consommation dans le Vieux-Saint-Jean**

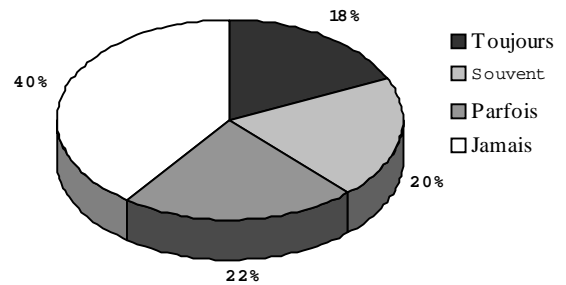
Les données de cette partie proviennent des résultats d'études réalisées par Rues principales Vieux-Saint-Jean. L'organisme a analysé les habitudes de consommation des résidents et travailleurs du Vieux-Saint-Jean. Ces études ont permis d'identifier les besoins de ces clientèles qui n'étaient pas satisfaites par l'offre commerciale actuelle du Vieux-Saint-Jean. Ces secteurs d'activités sont, dans l'ordre, l'alimentation et les vêtements. Pour sa part, le secteur de la restauration est le troisième plus en demande auprès des résidents du centre-ville.

#### **a) Habitudes de consommation alimentaire des résidents du Vieux-Saint-Jean**

##### *Achats alimentaires dans le Vieux-Saint-Jean*

Parmi les résidents du Vieux-Saint-Jean, seulement 18 % effectuent toujours leurs emplettes alimentaires dans le quartier alors que 62 % d'entre eux ne s'y rendent jamais ou presque. En effet, on peut expliquer ce faible taux de fréquentation par la quasi-absence d'épiceries dans le Vieux-Saint-Jean. Les résidents n'ont donc d'autres choix que de fréquenter des commerces alimentaires situés à l'extérieur du Vieux-Saint-Jean

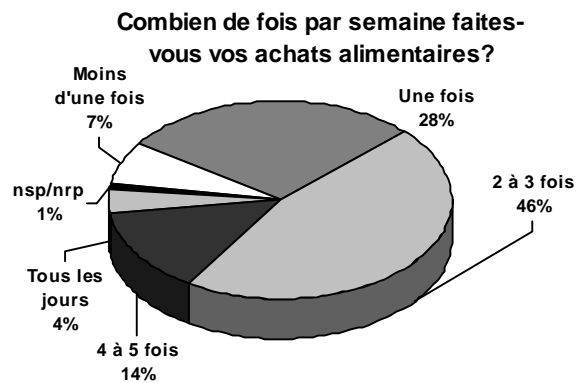
##### **Pour vos achats alimentaires, allez-vous dans les commerces du Vieux-Saint-Jean?**



Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, *Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003*"

##### *Fréquence des achats alimentaires*

D'après le graphique ci-joint, on remarque que la tendance des résidents est aux achats alimentaires de petites quantités mais effectués fréquemment. À cet effet, on note que 64 % des résidents se rendent à l'épicerie 2 fois et plus par semaine. La présence d'une épicerie à proximité serait des plus pratique pour ces résidents qui doivent actuellement se déplacer hors du quartier plusieurs fois par semaine pour effectuer leurs achats.

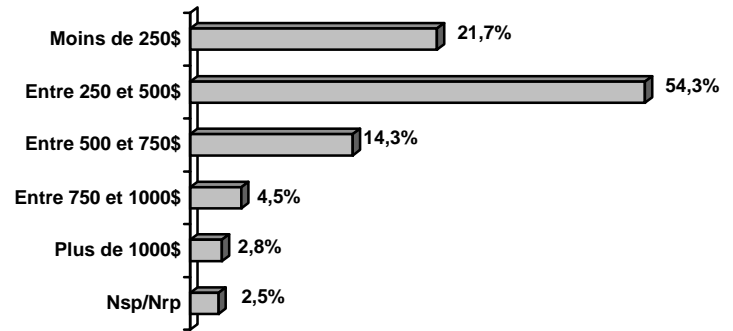


Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, *Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003*"

### *Budget mensuel pour les achats alimentaires*

La part de budget la plus fréquemment citée par les résidents dans le domaine alimentaire oscille entre 250 et 500\$ mensuellement. Cependant, 21,6 % des résidents sont prêts à consacrer plus que 500\$ par mois en frais alimentaires.

### **Quel est votre budget consacrez-vous à vos achats alimentaires par mois?**

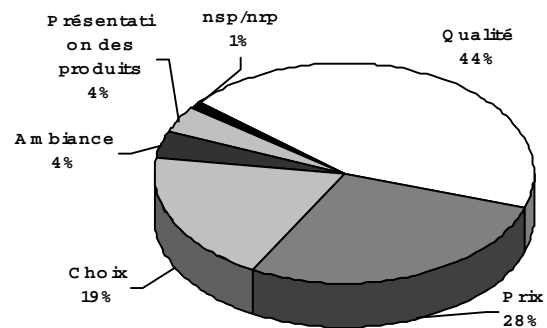


Données tirées de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, *Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003*"

### *Facteur déterminant le choix d'une épicerie*

Ils sont 44 % des résidents pour lesquels la qualité des produits est le principal critère influençant le choix du commerce alimentaire fréquenté. Cependant, les critères concernant les prix et le choix offert sont d'une importance notable pour ces derniers avec respectivement 28 % et 19 % des voix.

### **Quel est le facteur le plus déterminant dans le choix d'un commerce en alimentation?**



Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, *Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003*"

## **b) Habitudes de consommation alimentaire des travailleurs du Vieux-Saint-Jean**

### *Facteur déterminant le choix d'une épicerie*

Pour les travailleurs du Vieux-Saint-Jean tout comme pour les résidents, la qualité des produits offerts dans les commerces alimentaires se tient au tout premier rang en tant que critère influençant les achats. Le choix et les prix sont aussi des critères prioritaires qui méritent d'être mis de l'avant par les commerçants désireux de satisfaire leur clientèle.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> "PREVOST, Benoît et Élise DICOP, *Étude sur les travailleurs du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2004*"

### Fréquence d'achats alimentaires

Comme 63,5% des travailleurs du Vieux-Saint-Jean effectuent leurs achats de denrées alimentaires plus de 2 fois par semaine, il pourrait être intéressant et pratique pour les travailleurs de réaliser quelques emplettes à proximité de leur travail, dans le Vieux-Saint-Jean en terminant la journée et avant de se rendre à leur lieu de résidence. Une éventuelle épicerie tout près de leur lieu de travail pourrait leur faciliter la tâche en ce sens.

### Budget hebdomadaire pour les achats alimentaires

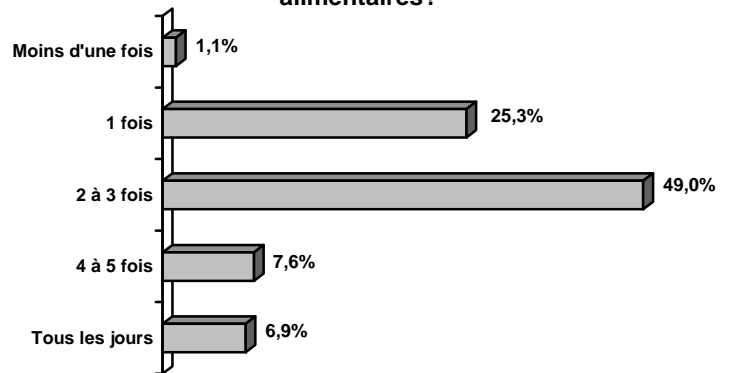
Pour 63,5% des travailleurs du Vieux-Saint-Jean, la part du budget qui est accordée en alimentation est supérieure à 80 \$ par semaine.

### c) Habitudes de consommation vestimentaire des résidents du Vieux-Saint-Jean

#### Achats vestimentaires dans le Vieux-Saint-Jean

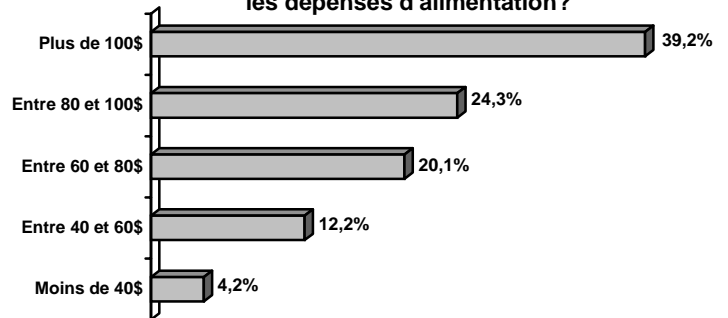
Les résidents du Vieux-Saint-Jean ne se rendent jamais (39,3%) ou très peu (41,9%) dans le Vieux-Saint-Jean pour y réaliser leurs achats vestimentaires puisque les boutiques s'y font rares. Les grands centres commerciaux situés dans d'autres secteurs de la ville sont plus à même d'offrir une plus grande sélection de boutiques. L'absence de boutiques de vêtements dans le Vieux-Saint-Jean est une lacune alors qu'une demande pour ce type de commerce existe bel et bien.

### Combien de fois par semaine faites-vous vos achats alimentaires?



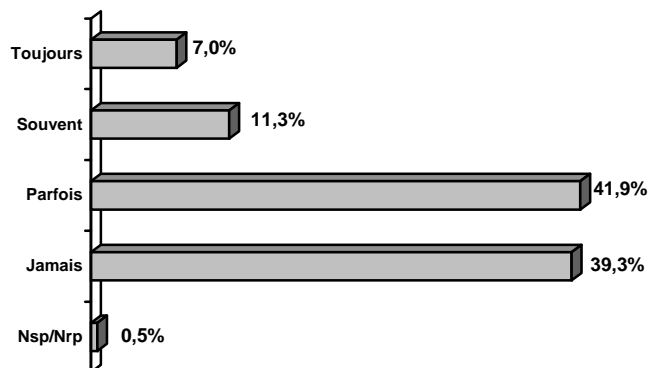
Données tirées de "PREVOST, Benoît et Élise DICOP, *Étude sur les travailleurs du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2004*"

### Quel est votre budget moyen hebdomadaire dans les dépenses d'alimentation?



Données tirées de "PREVOST, Benoît et Élise DICOP, *Étude sur les travailleurs du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2004*"

### Pour l'achat de vos vêtements, allez-vous dans les boutiques du Vieux-Saint-Jean?

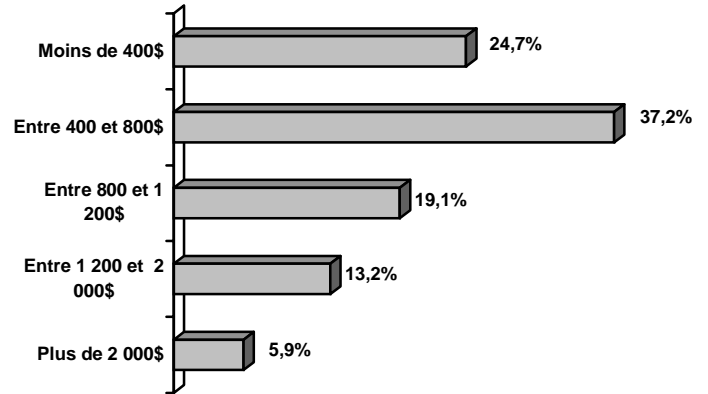


Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, *Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003*"

### Budget annuel vestimentaire

La part du budget annuel qui est consacrée à l'habillement des ménages est inférieure à 1600\$ pour 81% de ces derniers.

### Quel est votre budget annuel moyen par personne pour vos dépenses vestimentaires?

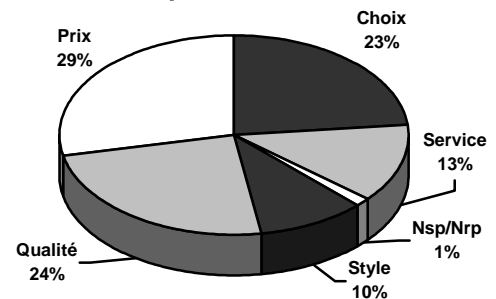


Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003

### Critères déterminant le choix d'une boutique

Comme on peut s'y attendre, les prix, la qualité et le choix des produits sont les critères qui tiennent le plus à cœur aux résidents avec respectivement 28,3%, 24,2% et 23,3% des voix.

### Parmi ces choix, quel est le facteur le plus déterminant dans la visite d'une boutique de vêtements?

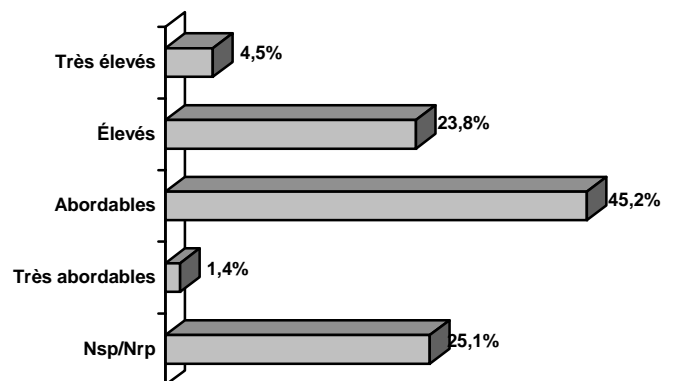


Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003"

### Évaluation des prix des vêtements

Même si l'offre de vêtements dans le Vieux-Saint-Jean n'est pas très grande, 45,2% des résidents du Vieux-Saint-Jean affirment que les prix offerts actuellement dans les boutiques de vêtements sont abordables. Toutefois, 28,5% trouvent les prix un peu ou très inaccessibles pour leur portefeuille.

### Comment évaluez-vous en général les prix dans les magasins de vêtements dans le Vieux-Saint-Jean?

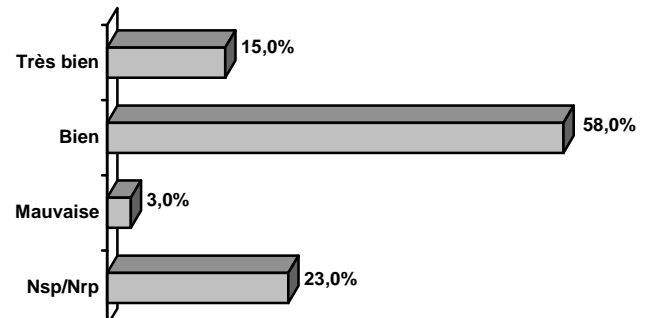


Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003"

### Évaluation de la qualité des vêtements

Tout en considérant que l'offre vestimentaire dans le Vieux-Saint-Jean est limitée, la qualité des vêtements du Vieux-Saint-Jean plaît presque au trois quarts des répondants. Seulement 3% des résidents n'approuvent pas la qualité des vêtements et voient qu'il pourrait y avoir place à l'amélioration.

### Comment évaluez-vous en général la qualité des vêtements dans les boutiques du Vieux-Saint-Jean?

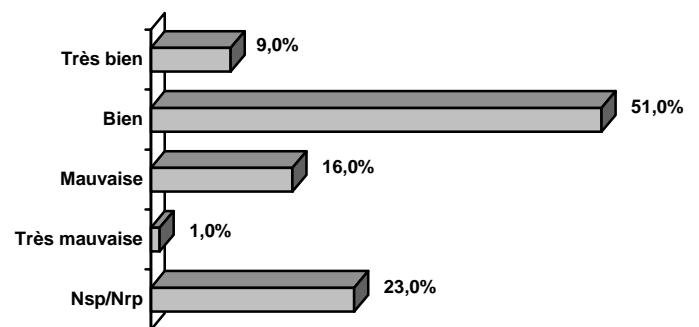


Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003"

### Évaluation du choix des vêtements

Le critère de diversité du choix en terme de vêtements retient l'approbation de 60% de la population résidente. Seul 17 % des résidents du Vieux-Saint-Jean n'ont pas une aussi bonne opinion pour ce critère.

### Comment évaluez-vous en général le choix des vêtements dans les boutiques du Vieux-Saint-Jean?



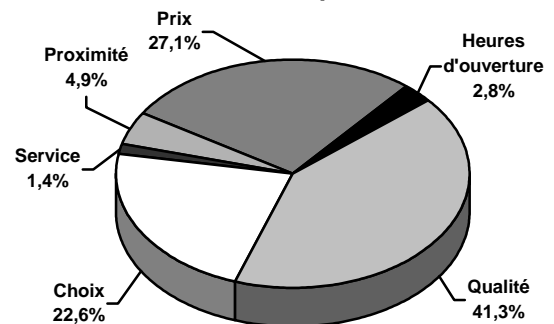
Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003"

## d) Habitudes de consommation vestimentaire des travailleurs du Vieux-Saint-Jean

### Critère déterminant le choix d'une boutique

Lorsqu'ils magasinent des vêtements 41,3% des travailleurs ont pour principal critère de trouver des vêtements qui les satisferont au point de vue de la qualité. De plus, une grande variété de choix offerts (32,3%) ainsi que des prix abordables (26,4%) sont des critères tout aussi importants pour ces travailleurs. Les trois critères précédemment mentionnés ont tout avantage à être pris au sérieux par un futur commerce de vêtements qui s'implanterait dans le Vieux-Saint-Jean.

### Quel est le facteur le plus déterminant dans le choix d'une boutique de vêtements?

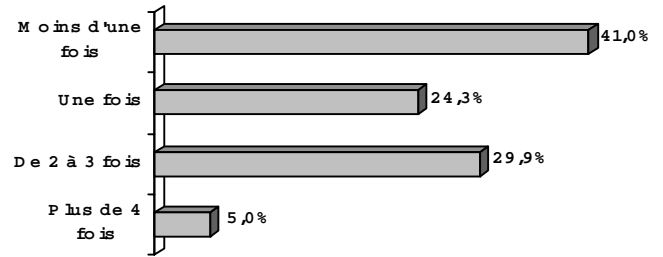


Tiré de "PREVOST, Benoît et Élise DICOP, Étude sur les travailleurs du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2004"

### Fréquence d'achats vestimentaires

Pour 41 % des travailleurs, l'achat de vêtement se fait moins d'une fois par mois et implique que la personne y consacre quelques heures afin de ne pas avoir à revenir fréquemment. Cependant, environ 30% des travailleurs se rendent à leur destination d'achat vestimentaire de deux à trois fois mensuellement, impliquant qu'ils portent un grand intérêt à ce type d'achat.

### En général, combien de fois par semaine effectuez-vous des dépenses vestimentaires?

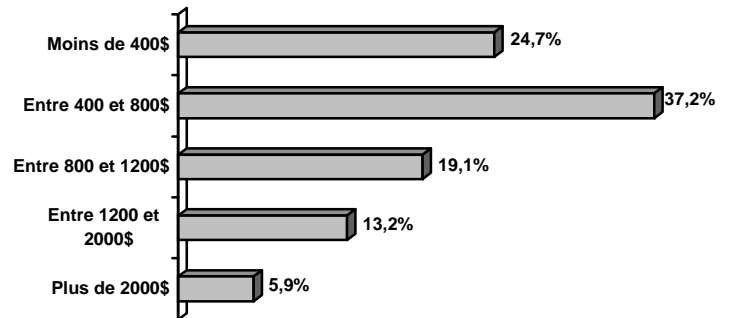


Tiré de "PREVOST, Benoît et Élise DICOP, *Étude sur les travailleurs du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean*, juin 2004

### Budget pour les achats vestimentaires

Le budget que 37,2 % des travailleurs accordent pour l'achat de vêtements se situe entre 400 et 800\$ annuellement. Seulement 5,9 % des travailleurs consacrent plus de 2000\$ de leur budget de l'année pour regarnir leur garde-robe.

### Quel est votre budget annuel moyen par personne pour vos dépenses vestimentaires?



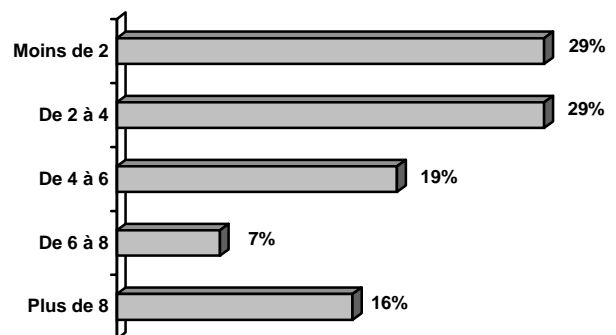
Tiré de "PREVOST, Benoît, et Élise DICOP, *Étude sur les travailleurs du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean*, juin 2004

## e) Habitudes des résidents relatives à la restauration

### Fréquence de repas au restaurant

Près de 60% des résidents du Vieux-Saint-Jean se rendent moins de 4 fois par mois au restaurant. Seul 23 % des gens habitant le quartier mangent plus de 6 fois par mois dans les restaurants de la Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu.

### En général, combien de fois par mois allez-vous au restaurant?

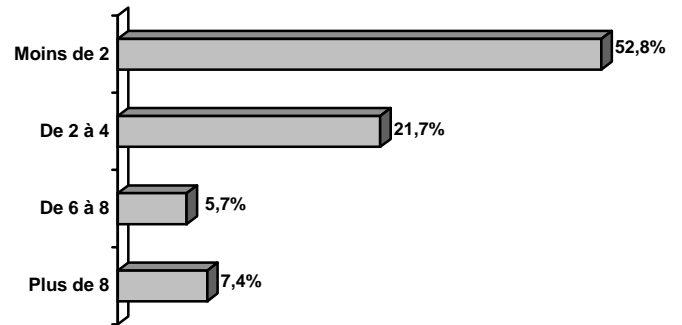


Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, *Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean*, juin 2003"

### *Fréquence de repas au restaurant dans le Vieux-Saint-Jean*

Les sorties dans les restaurants du Vieux-Saint-Jean se font moins de deux fois par mois pour la plupart des résidents (52,8%) et de 2 à 4 fois pour certains autres (21,7%)

### **En général, combien de fois par mois allez-vous au restaurant dans le centre-ville de Saint-Jean?**

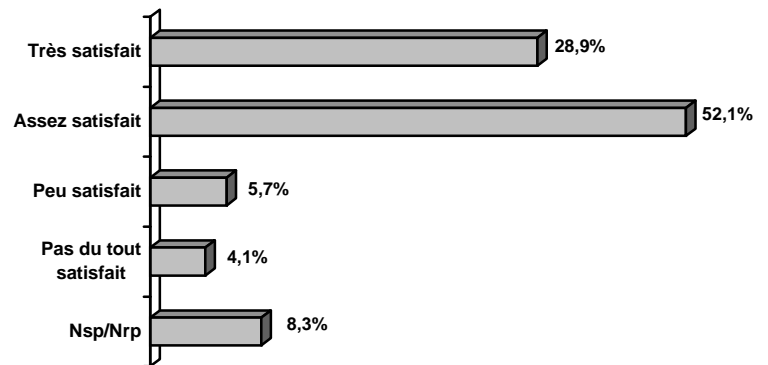


Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, *Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003*"

### *Niveau de satisfaction pour les restaurants*

81% des résidents se trouvent assez satisfaits ou très satisfaits de la diversité des restaurants qu'on peut trouver dans le centre-ville. Il est vrai que ceux-ci sont nombreux et offrent une variété de cuisine qui peut plaire à tous les goûts.

### **Quelle est votre satisfaction en ce qui concerne la diversité des restaurants du Vieux-Saint-Jean?**



Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, *Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003*"

#### **4. Potentiel commercial du Vieux-Saint-Jean**

Cette partie fait aussi référence aux études sur la demande des travailleurs et des résidents du Vieux-Saint-Jean réalisées par Rues principales Vieux-Saint-Jean. Elle présente le potentiel commercial dans le secteur de l'alimentation, secteur le plus en demande par les deux clientèles. Elle présente également le potentiel commercial dans le secteur du vêtement, deuxième secteur le plus en demande par les travailleurs et résidents, et finalement, cette 4<sup>e</sup> partie présente les autres types de commerces en demande.

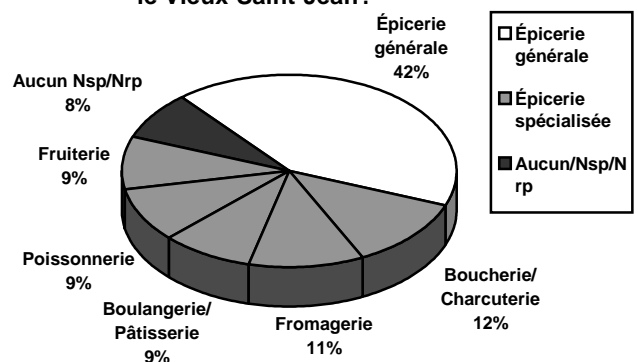
##### *Type de commerces alimentaires désirés par les résidents*

Lorsqu'on demande aux résidents le type de commerce alimentaire qu'ils désireraient voir se développer dans le Vieux-Saint-Jean, 42 % d'entre eux considèrent qu'une épicerie serait à privilégier tandis qu'une personne sur deux favoriserait l'essor d'un commerce d'alimentation spécialisée : boucherie, fromagerie, boulangerie et fruiterie. Une épicerie entraînerait un achalandage au niveau local et attirerait les travailleurs et résidents du Vieux-Saint-Jean alors qu'un magasin spécialisé d'alimentation aurait pour effet d'attirer des gens d'un plus large périphérique.

##### *Modification des habitudes de fréquentation d'épicerie des travailleurs*

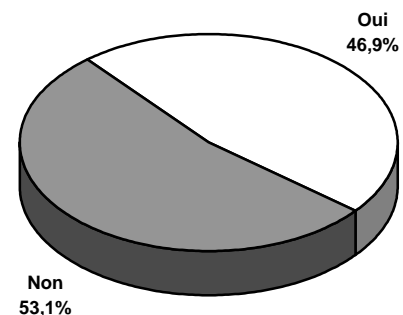
On s'est questionné sur la propension des travailleurs du Vieux-Saint-Jean à modifier leurs habitudes de consommation. Les résultats à cet effet montrent que près d'un travailleur sur deux serait effectivement prêt à s'y rendre, ce qui est non-négligeable.

##### **Parmi ces propositions, quel genre de commerce d'alimentation aimeriez-vous voir s'installer dans le Vieux-Saint-Jean?**



Données tirées de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003"

##### **S'il y avait une épicerie dans le Vieux-Saint-Jean, changeriez-vous vos habitudes pour la fréquenter?**



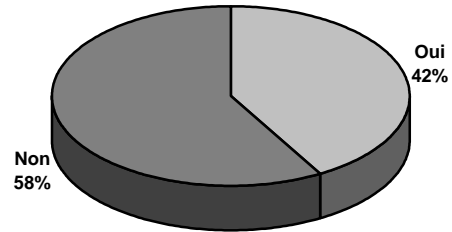
Tiré de "PREVOST, Benoît et Élise DICOP, Étude sur les travailleurs du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2004"

Afin d'obtenir des données plus précises sur les aptitudes des travailleurs à changer d'épicerie, il est intéressant d'étudier la même question en fonction du lieu de résidence des travailleurs du Vieux-Saint-Jean.

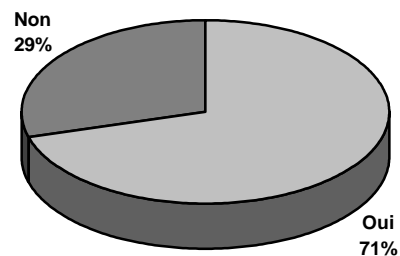
Les résultats démontrent que 70,6% des travailleurs du coin qui sont aussi résidents sont prêts à la fréquenter régulièrement, alors que seulement 29,4% continueront à se rendre à leur épicerie habituelle.

Pour les travailleurs qui résident à l'extérieur, 41,8% seraient prêts à fréquenter l'épicerie du Vieux-Saint-Jean s'il y en avait une, sans doute après les heures de travail. Ce pourcentage représente un achalandage supplémentaire intéressant pour un éventuel commerce en alimentation.

**Changement de fréquentation d'épicerie des travailleurs du centre-ville qui ne résident pas dans le Vieux-Saint-Jean**



**Modification des habitudes de fréquentation d'épicerie des travailleurs du Vieux-Saint-Jean qui résident dans le Vieux-Saint-Jean**



Tiré de « PRÉVOST, Benoît et Élise DICOP, *Étude sur les travailleurs du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003* »

### *Calcul du potentiel monétaire dans le secteur de l'alimentation*

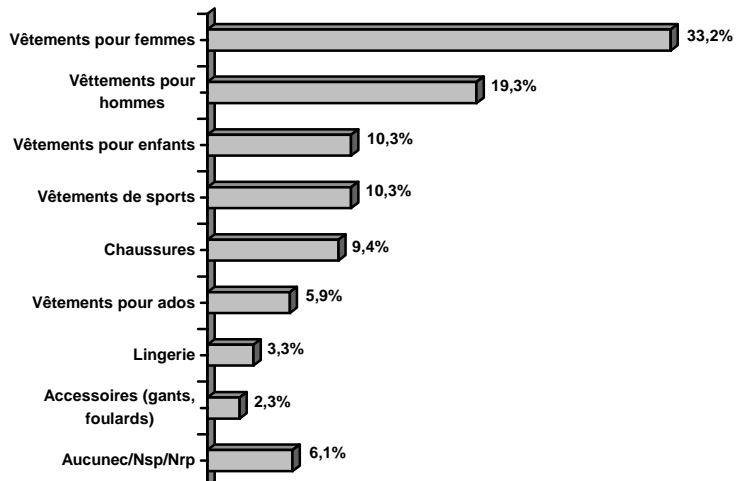
Une extrapolation des données recueillies auprès des résidents et des travailleurs a rendu possible un calcul approximatif du chiffre d'affaires annuel potentiel d'un commerce d'alimentation dans le Vieux-Saint-Jean. Ce montant s'élève à 17 416 163\$ et correspond au montant dépensé annuellement en alimentation par les travailleurs et les résidents du Vieux-Saint-Jean qui sont prêts à changer leurs habitudes si un ou des commerces en alimentation s'installaient au centre-ville.

L'estimation de 17 416 163\$ équivaut à environ 10% du montant dépensé en 2003 par l'ensemble des johannais, soit 185 490 000\$. Le détail du calcul du potentiel monétaire dans le secteur de l'alimentation est disponible à l'annexe 3.

### *Choix de nouveaux commerces de vêtements par les résidents*

33,2 % des résidents réclament une boutique de vêtements pour femmes en tout premier lieu, alors que les vêtements pour hommes, enfants et vêtements de sports lui succèdent en priorité.

### **Quel genre de boutique aimeriez-vous voir s'ajouter dans le Vieux-Saint-Jean ?**

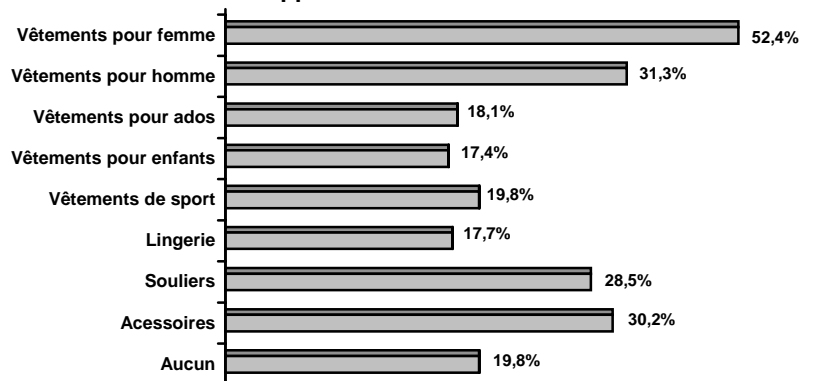


Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, *Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003*"

### *Choix d'une nouvelle boutique de vêtements par les travailleurs*

L'insuffisance de boutiques de vêtements dans le Vieux-Saint-Jean étant admise, on s'est penché à savoir précisément le type de boutique que les travailleurs du coin aimeraient voir s'implanter. Les résultats à cet effet montrent clairement que, pour 52,4% de ceux-ci, un commerce de vêtements pour femmes manque réellement dans le Vieux-Saint-Jean. Ensuite, une boutique de vêtements pour hommes serait à privilégier pour 31,3% des travailleurs et une boutique d'accessoires pour 30,2%.

### **Afin de répondre à vos besoins, quels types de commerces vestimentaires souhaiteriez-vous voir se développer dans le Vieux-Saint-Jean?**



Tiré de "PREVOST, Benoît et Élise DICOP, *Étude sur les travailleurs du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2004*"

### *Calcul du montant dépensé par les résidents et travailleurs du Vieux-Saint-Jean dans le secteur du vêtement*

L'extrapolation des données recueillies auprès des résidents et des travailleurs a permis de calculer le montant total dépensé annuellement en vêtements par cette population. Ce montant s'élève à 6 925 269 \$ et correspond à environ 15% du montant dépensé en 2003 par l'ensemble des johannais, soit 46 170 000\$. Le détail du calcul du montant dépensé dans le secteur du vêtement est disponible à l'annexe 4.

### Choix de nouveaux commerces par les travailleurs

Les travailleurs ont classé par ordre de préférence les autres types de commerces qu'ils désiraient voir s'implanter dans le Vieux-Saint-Jean. 46,5% désirent voir s'implanter une pharmacie dans le Vieux-Saint-Jean. Ce type de commerce est déjà présent à l'heure actuelle et offre les services élémentaires en matière de prescription, produits cosmétiques, sanitaires et médicaux. On remarque aussi que les travailleurs ne

désirent pas réellement voir s'implanter des bars supplémentaires puisqu'ils sont 47,2 % à avoir placé ce commerce au dernier rang des commerces à ajouter dans le Vieux-Saint-Jean.

### Choix de nouveaux restaurants par les résidents

Parmi une série de propositions de types de restaurants, 25 % des gens résidant dans le Vieux-Saint-Jean souhaiteraient voir s'ajouter un restaurant de type « fine cuisine ». Les autres options sont réparties plutôt également et on note que 18% ont mentionné ne vouloir aucun restaurant en particulier.

## 5. Occasions d'affaires du Vieux-Saint-Jean

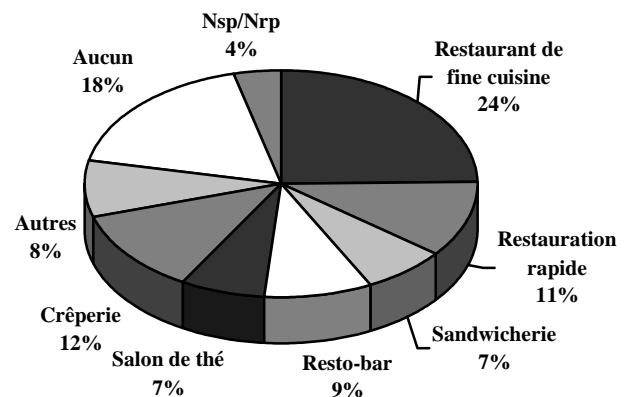
Le Vieux Saint-Jean est un milieu propice au développement commercial. Rues principales Vieux-Saint-Jean met à jour continuellement une base de données des locaux à vendre et à louer. Cet inventaire peut être consulté sur Internet à l'adresse [www.vieux-saint-jean.com](http://www.vieux-saint-jean.com), sous la rubrique « occasions d'affaires ».

### Implantation de nouveaux commerces dans le Vieux-Saint-Jean

Commerces	Taux
Pharmacie	46,5%
Restaurants	17.4%
Quincaillerie	14.2%
Librairie	10.1%
Fleuriste	4,2%
Bars	2.8%
Aucun	5,60%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Tiré de « Benoît, PREVOST et Élise DICOP, *Étude sur les travailleurs du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2004* »

### Parmi ces propositions, quel genre de restaurants aimeriez-vous voir s'ajouter dans le Vieux-Saint-Jean?



Tiré de "REVELLIN-PIALET, Anne et Frédéric RAZAKAFONIAINA, *Étude sur les résidents du Vieux-Saint-Jean, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003*"

Occasions d'affaires du Vieux-Saint-Jean (août 2004)	
Locaux à louer	52
Locaux à vendre	29
<b>Total</b>	<b>81</b>

Données tirées de la base de données de Rues principales Vieux-Saint-Jean, août 2004

### ***C. Les attraits du Vieux-Saint-Jean***

Situé au cœur de la Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu, d'une rive à l'autre de la rivière Richelieu, le Vieux-Saint-Jean est un milieu de vie agréable et dynamique. Il est un endroit riche en culture et en animation de tout sorte, et ce, tout au long de l'année. On y retrouve plusieurs activités diverses, spectacles, expositions et événements majeurs.

En plus des nombreux commerces ou places d'affaires du Vieux-Saint-Jean qui offrent des produits et services de qualité, les visiteurs y découvrent un environnement exceptionnel. Ils viennent y admirer les différents styles d'architecture et plusieurs immeubles et sites patrimoniaux des plus intéressants.

## **1. La vie dans le Vieux-Saint-Jean**

### *Pistes cyclables*

Trois pistes majeures prennent leur départ à partir du Vieux-Saint-Jean, qui représente le centre névralgique du cyclotourisme dans la région de la Montérégie. La piste polyvalente du Canal-de-Chambly, l'axe de la Vallée-des-Forts ainsi que les Montérégiades sont des pistes qui amènent un flot de cyclistes dans le Vieux-Saint-Jean.



### *Les beautés du paysage*



Les berges de la rivière Richelieu, au niveau du Vieux-Saint-Jean, offrent des aires de repos, de promenade et de plaisance idéales pour tous, qui ont ainsi l'occasion d'admirer le paysage et de visiter les commerces environnants. Également, les touristes ont la chance de pouvoir fréquenter les parcs du quartier pour y pique-niquer ou encore assister aux nombreux événements qui s'y tiennent.

### *L'activité maritime*

Le Vieux-Saint-Jean est équipé de plusieurs marina qui desservent bien les amateurs d'activités nautiques. De nombreux plaisanciers affluent sur les eaux de la rivière Richelieu et font halte dans le Vieux-Saint-Jean. Les visiteurs ont aussi la possibilité de louer de petites embarcations motorisées pour se promener sur les eaux du canal Chambly.



### *Les meilleures tables de la région*

Le Vieux-Saint-Jean est constitué d'une gamme impressionnante de restaurants et de bistros qui plaisent à toutes les papilles et qui entraînent chaque soir de nombreux gourmands à fréquenter les rues du Vieux-Saint-Jean. Un Guide Resto des restaurants, bars et bistros situés dans le Vieux-Saint-Jean est accessible sur le site du Vieux-Saint-Jean.



### *Patrimoine et architecture*

Le Vieux-Saint-Jean recèle de bâtiments dont l'architecture et le caractère reflètent l'histoire de la région. Cet environnement lié au patrimoine des johannais donne au Vieux-Saint-Jean un cachet et une couleur particulière où il fait bon se promener.

### *Vie militaire*

Saint-Jean-sur-Richelieu est issue d'une longue tradition militaire qui remonte à la construction du premier fort Saint-Jean. Elle se traduit aujourd'hui par la présence des Forces canadiennes et de ses infrastructures à proximité de l'aéroport régional. La Base militaire de Saint-Jean-sur-Richelieu et le Campus Fort Saint-Jean forment ensemble la Base des Forces canadiennes Montréal Garnison Saint-Jean et ont une vocation axée sur la formation et l'instruction. Le Campus du Fort Saint-Jean, situé dans le Vieux-Saint-Jean, héberge environ 300 étudiants et militaires par année.



### *Place du marché*



Établi entre 1790 et 1840, notre Marché public est un des rares marchés traditionnels toujours en opération. Tous les mercredis et samedis, on y retrouve, selon la saison, jusqu'à une quinzaine de producteurs qui offrent fruits, légumes, fines herbes et fleurs

fraîchement cueillis de leurs jardins. On y trouve également des plants de toutes sortes pour le jardin, du pain frais et des pâtisseries qui sont disponibles le samedi. De plus, en saison estivale, la présence d'artistes et d'amuseurs publics anime les lieux.



### *Vie culturelle et artistique*



Les Arts font aussi partie du cœur de Saint-Jean-sur-Richelieu. On retrouve dans le Vieux-Saint-Jean de nombreuses activités culturelles et artistiques. De plus, on y retrouve plusieurs ateliers d'art, la Coop créative Art[o], ainsi que Le Musée du Haut-Richelieu.

### *Événements*

De nombreux événements se déroulant dans le Vieux-Saint-Jean font en sorte d'attirer les gens à déambuler dans les rues du centre-ville. Des activités bien connues ont lieu annuellement, par exemple, les Fêtes nationales, le Symposium d'Art du Haut-Richelieu, la Course des Canards, la Rencontre des Arts de Saint-Jean-sur-Richelieu ou l'événement Passion Couleurs, pour les amateurs de peinture sur bois.

## 2. L'accessibilité du Vieux-Saint-Jean



### *Proximité*

Saint-Jean-sur-Richelieu est une ville dynamique à proximité des centres économiques majeurs. Située à 20 kilomètres de Montréal et à moins de 500 kilomètres de New York et Boston, le Vieux-Saint-Jean est un endroit stratégique pour le développement commercial. L'autoroute 35 et les routes principales 133 et 223 relient Montréal et les États-Unis via Saint-Jean-sur-Richelieu;

### *Autobus*

La Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu met à la disposition de ses citoyens une série de circuits d'autobus desservant tout le secteur Saint-Jean à partir de son terminus situé au Carrefour Richelieu. Des efforts se déploient pour offrir, au cours de l'année 2005, un système d'autobus et de taxis-bus pour atteindre tous les secteurs de la nouvelle ville fusionnée. Le Vieux-Saint-Jean est toutefois bien ratissé par le circuit actuel en fonction et les déplacements en sont grandement facilités.



### *Stationnements accessibles et abordables*

Les stationnements du Vieux-Saint-Jean sont nombreux et peu coûteux. En effet, le centre-ville compte près de 1 500 cases de stationnements dont 900 cases hors rues (stationnements municipaux gratuits) et 550 cases sur rues (parcomètres : 25¢ la demi-heure). À quelques minutes de marche des commerces, les places existantes sont suffisantes pour accueillir tous et chacun.

### *Aéroport régional de Saint-Jean-sur-Richelieu*

En avril 2004, la Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu est devenue officiellement propriétaire de son aéroport. L'aéroport régional de Saint-Jean-sur-Richelieu possède tout le potentiel pour satisfaire les besoins des entreprises œuvrant dans le domaine de l'aéronautique et de l'aérospatiale.



## ***D. Ressources utiles pour les entrepreneurs du Vieux-Saint-Jean***

Cette dernière section regroupe des liens utiles pour les entrepreneurs et commerçants en démarche de démarrage d'un commerce, de perfectionnement de celui-ci ou à la recherche de formation personnelle ou de conseils pratiques. On y retrouve les coordonnées des organismes énumérés ci-dessous, ainsi que divers liens complémentaires. :

- Rues principales Vieux-Saint-Jean
- Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu
- Centre d'aide aux entreprises Haute-Montérégie
- Chambre de commerce du Haut-Richelieu
- Conseil économique du Haut-Richelieu (CLD)

## **1. Principaux organismes reliés au développement commercial de la région**

### **a) Rues principales Vieux-Saint-Jean**

Rues principales Vieux-Saint-Jean est un organisme qui a pour but de contribuer à la revitalisation du Vieux-Saint-Jean afin d'en faire un milieu de vie agréable et dynamique. Pour ce faire, il se doit de favoriser et promouvoir le développement résidentiel, culturel, touristique et commercial du Vieux-Saint-Jean. De plus, il œuvre à la mise en valeur et à la sauvegarde du patrimoine. Il est un interlocuteur majeur en ce qui concerne la revitalisation du Vieux-Saint-Jean. C'est un organisme de concertation et un groupe d'action. Tout en faisant preuve d'ouverture, Rues principales Vieux-Saint-Jean doit assumer le leadership dans la promotion et la revitalisation du Vieux-Saint-Jean.

Étant bien branché sur le milieu et sur les différents enjeux du Vieux-Saint-Jean, il est en mesure de conseiller les dirigeants municipaux et de valider ou bonifier les projets d'intervention proposés. De plus, il doit supporter les différents intervenants, soit la Ville, les commerçants, les propriétaires et les résidents, et les stimuler afin que tous agissent et contribuent à cette revitalisation de façon concertée.

La Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu a accordé à l'organisme le mandat de revitaliser le Vieux-Saint-Jean. Pour ce faire Rues principales Vieux-Saint-Jean doit :

- initier des projets structurants
- faire la promotion du Vieux-Saint-Jean
- sensibiliser les intervenants et la population au patrimoine historique du Vieux-Saint-Jean
- soutenir les places d'affaires et commerces du centre-ville dans leurs efforts de développement
- créer des conditions de vie propices à l'amélioration de la qualité de vie des résidents
- susciter l'implantation de commerces et services de qualité, qui répondent aux orientations retenues
- organiser ou participer à l'animation des différents sites du Vieux-Saint-Jean
- supporter la vie culturelle et les organismes culturels du Vieux-Saint-Jean
- faire la promotion du tourisme et des industries touristiques du Vieux-Saint-Jean
- respecter les grandes orientations telles que dégagées par le plan particulier d'urbanisme
- faire l'acquisition d'immeubles à vocation commerciale, résidentielle ou mixte, dans le but d'améliorer la qualité des logements disponibles et de favoriser l'implantation de commerces ciblés.

Rues principales Vieux-Saint-Jean est un organisme à but non lucratif incorporé au Québec. L'organisme est dirigé par un conseil d'administration, élu annuellement par l'assemblée générale de ses membres.

Le conseil d'administration se veut représentatif du milieu. Il est composé de 9 personnes bénévoles et de 5 observateurs. Trois des observateurs sont délégués par la Ville de Saint-

Jean-sur-Richelieu, un par l'Office du Tourisme et des Congrès du Haut-Richelieu et un dernier par la Chambre de commerce du Haut-Richelieu.

**Rues principales Vieux-Saint-Jean**

31, rue Frontenac  
Saint-Jean-sur-Richelieu (Québec)  
J3B 7X2

Téléphone : (450) 347-6249  
Télécopieur : (450) 542-9091  
[ruesprincipales@vieux-saint-jean.com](mailto:ruesprincipales@vieux-saint-jean.com)  
<http://www.vieux-saint-jean.com/>

Directeur général  
**Alain Laplante**  
[alainlaplante@vieux-saint-jean.com](mailto:alainlaplante@vieux-saint-jean.com)

## **b) Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu**

Pour la réalisation d'un projet d'investissement dans le secteur commercial, la Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu peut offrir les services d'accompagnement nécessaires en vue de l'implantation d'un commerce ou de son développement.

### **Hôtel de Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu**

188, rue Jacques-Cartier Nord, C.P. 1025  
Saint-Jean-sur-Richelieu (Québec)  
J3B 7B2

Téléphone: (450) 357-2100  
Télécopieur: (450) 357-2285  
[info@ville.saint-jean-sur-richelieu.qc.ca](mailto:info@ville.saint-jean-sur-richelieu.qc.ca)  
[www.ville.saint-jean-sur-richelieu.qc.ca](http://www.ville.saint-jean-sur-richelieu.qc.ca)

Informations :

### **Service de l'aménagement et du développement**

Développement économique  
Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu.

**Michel Larivière**, coordonnateur  
188, rue Jacques-Cartier Nord, C.P. 1025  
Saint-Jean-sur-Richelieu (Québec)  
J3B 7B2

Téléphone. : (450) 357-2330  
Télécopieur. : (450) 357-2434  
[m.larivière@ville.saint-jean-sur-richelieu](mailto:m.larivière@ville.saint-jean-sur-richelieu)

**Denis Marchand**, urbaniste  
347, boulevard Saint-Luc  
Saint-Jean-sur-Richelieu (Québec)  
J2W 2A2

Téléphone : (450) 359-2441  
Télécopieur : (450) 359-2418  
[d.marchand@ville.saint-jean-sur-richelieu](mailto:d.marchand@ville.saint-jean-sur-richelieu)

### c) Centre d'aide aux entreprises Haute-Montérégie

Le Centre d'aide aux entreprises Haute-Montérégie est une corporation sans but lucratif. Elle oeuvre à promouvoir le développement économique de la région et à stimuler l'esprit d'initiative individuel et collectif dans le but ultime de créer des emplois.

La corporation offre différents services:

- *Le financement* : Le CAE est là pour s'impliquer dans le financement non conventionnel d'entreprises manufacturières et de services innovateurs, jusqu'à un maximum de 75 000\$.
- *Le commerce électronique* : Nous vous aiderons à définir vos besoins et vous suggérerons une liste de fournisseurs agréés par le CAE. Nous superviserons pour vous l'ensemble du processus et veillerons à vos intérêts même après le lancement de votre site.
- *Le mentorat* : Le programme consiste essentiellement en l'établissement d'une relation à l'intérieur de laquelle une personne d'expérience en affaires partage ses connaissances afin d'accroître le savoir-faire d'un nouvel entrepreneur.
- *L'incubateur d'entreprises* : Faciliter et contribuer à la création d'entreprises innovatrices complémentaires aux grandes entreprises industrielles de la région à l'intérieur d'un complexe industriel réunissant les fonctions d'incubation et d'essaimage.

#### Centre d'aide aux entreprises Haute-Montérégie

700, rue Lucien-Beaudin  
Saint-Jean-sur-Richelieu (Québec)  
J2X 5M3

Téléphone : (450) 357-9800

Télécopieur : (450) 357-9583

[info@caehr.com](mailto:info@caehr.com)

Direction générale et incubateur :

**Édouard Bonaldo**

[edouard.bonaldo@caehr.com](mailto:edouard.bonaldo@caehr.com)

Prêts, Mentorat, Commerce électronique:

**Jean Grimard**

[jean.grimard@caehr.com](mailto:jean.grimard@caehr.com)

#### **d) Chambre de commerce du Haut-Richelieu**

Le but poursuivi par la Chambre de commerce du Haut-Richelieu est de travailler au développement économique, civique, social et culturel du Haut-Richelieu.

Les services de la Chambre de commerce sont variés:

- Elle donne accès à un vaste réseau de contacts de plus de 475 membres.
- Elle insère, à prix avantageux, des documents publicitaires dans ses envois postaux.
- Elle insère un publipostage gratuitement, lors d'une nouvelle adhésion, dans son envoi bimestriel.
- Elle publie un bulletin d'information nommé « Contact ».
- Elle publie un répertoire de ses membres.
- Elle offre un service de secrétariat-dépannage et de télécopieur.
- Elle appose le sceau d'origine pour les exportations.
- Elle propose l'adhésion à un régime d'assurance collective pour ses membres.
- Elle propose des taux préférentiels auprès d'institutions financières pour les cartes Visa et MasterCard.

La Chambre de commerce du Haut-Richelieu a mis sur pied plusieurs comités qui ont des missions et des objectifs de travail bien différents.

Le **Comité Profil-Achat** vise à sensibiliser les commerçants sur les habitudes d'achat des consommateurs de la région, à minimiser les fuites commerciales et à trouver des solutions novatrices afin de stimuler le développement commercial de nos entreprises.

- Campagne d'achat local
- Campagne ISO SOURIRE
- Visite d'information individuelle en entreprise
- Étude de besoins spécifiques en entreprise
- Regroupement stratégique des commerçants par secteurs d'activités

Le Comité **Nouvelle G.A.R.D.E.** est un groupe visant l'assistance, le réseautage et le développement des entreprises, notamment dans les phases de démarrage et de croissance des entreprises.

- Info déjeuners
- Soupers échanges
- Activités de formation et d'information
- Aide technique pour conférences de presse et inauguration d'entreprises
- 5 à 7 pour le réseautage
- Visites d'entreprises

**Chambre de commerce du Haut-Richelieu**

315, rue MacDonald, bureau 232  
Saint-Jean-sur-Richelieu (Québec)  
J3B 8J3

Téléphone : (450) 346-2544

Télécopieur : (450) 346-3812

[cchr@on.aibn.com](mailto:cchr@on.aibn.com)

[www.cchr.netc.net](http://www.cchr.netc.net)

Directrice générale

**Marie-Claude Beauvais**

### **e) Conseil économique du Haut-Richelieu (CLD)**

Le Conseil Économique du Haut-Richelieu (CLD) a comme mandat de regrouper et de coordonner les différents services d'aide à l'entrepreneuriat, y compris celui de l'économie sociale.

Le Conseil Économique du Haut-Richelieu (CLD) offre des services de première ligne d'accompagnement ou de soutien technique ou financier auprès des entrepreneurs potentiels ou déjà en activité, individuels ou collectifs, incluant les entreprises d'économie sociale et sans distinction quant à l'âge ou le stade de développement de l'entreprise.

- Les activités de consultation et de référence.
- Le soutien à la réalisation de plans d'affaires.
- La recherche de financement.
- L'aide financière aux entreprises.
- La formation en entrepreneuriat.
- Le soutien aux entreprises établies.
- Le soutien au travail autonome (STA) et aux jeunes promoteurs (JP) (Subventions).
- La référence à des services spécialisés, notamment en matière d'exportation et de développement technologique ou à des services dispensés par des organismes régionaux.

Le CLD dispose d'un budget intégré financé par le gouvernement du Québec et la MRC, pour réaliser les mandats qui lui sont confiés. En plus d'assurer le fonctionnement du CLD, cette enveloppe assure le financement de quatre (4) fonds spécifiques pour les programmes suivants :

- Le fond local d'investissement (FLI), un fond d'aide à l'entreprise.
- Le fond des entreprises d'économie sociale.
- Le programme de subvention Jeunes Promoteurs.
- Le support au démarrage d'entreprise (STA).

Il offre aussi plusieurs autres services utiles:

- Accueil des investisseurs étrangers.
- Soutien au développement des exportations.
- Prospection d'entreprises.
- Centre d'affaires du Haut-Richelieu

**Conseil économique du Haut-Richelieu (CLD)**

315, rue MacDonald, bureau 301  
Saint-Jean-sur-Richelieu (Québec)  
J3B 8J3

Téléphone : (450) 359-9999  
Télécopieur : (450) 359-0994  
[cldhautrichelieu@haut-richelieu.qc.ca](mailto:cldhautrichelieu@haut-richelieu.qc.ca)  
<http://www.haut-richelieu.qc.ca/cld.htm>

Coordonnateur du programme « Soutien au travail autonome »

**Serge Lazure**, poste 222  
[lazures@haut-richelieu.qc.ca](mailto:lazures@haut-richelieu.qc.ca)

Conseiller en entrepreneuriat  
**Mario Rivard**  
[rivardm@haut-richelieu.qc.ca](mailto:rivardm@haut-richelieu.qc.ca)

## **2. Autres informations pratiques**

### **Structure juridique :**

Enregistrement et raison sociale	(450) 347-3716
Communication Québec	(450) 346-6879
Références Canada	1-800-622-6232
Office de la langue française	(514) 873-4933

### **Informations sectorielles :**

Ministère Industrie et Commerce (MIC)	(450) 928-7456
Développement économique Canada (DEC)	1-800-361-5367
Banque de Développement du Canada	(450) 928- 4120
Statistiques Canada	(514) 283-5725
Bureau de la statistique du Québec	1-800-463-4636
Info entrepreneurs	(514) 496-4636

### **Main-d'œuvre et formation :**

Emploi et immigration Canada	(450) 348-0961
Emploi-Québec	(450) 348-9294
Commission des normes du travail	(514) 873-7061

### **Revenus et taxation :**

Impôt fédéral	1-800-361-2808
Revenu Québec renseignements	1-800-873-4692
Impôt des particuliers et des corporations	(514) 864-6299
Revenus Québec taxe et vente, retenues à la source	(514) 873-4692
Taxes sur les produits et services (TPS)	1-800-361-2808
Commission de Santé et Sécurité au Travail (CSST)	(450) 359-2100
Régie des rentes du Québec (RRQ)	1-800-463-5185

### **Innovation et invention :**

Industrie Canada, (brevets, marque de commerce, droits d'auteur)	(514) 496-1797
Invention Québec inc.	(514) 728-4561
Conseil National de Recherche du Canada (CNRC)	(514) 283-8231
Inno-Centre Québec inc.	(514) 737-0550

**Éthique :**

Bureau d'éthique commerciale	(514) 286-9281
Inspecteur général des institutions financières	(514) 873-5324
Office de protection du consommateur	(514) 873-3701
Conseil du commerce électronique (code à barres)	1-800-567-7084
Bureau des brevets canadiens	(819) 997-1936
consommation et corporation Canada	

**Autres sources :**

Publications du Québec	1-800-463-2100
Publications fédérales	(514) 954-1633
Parrainage des PME du Grand Montréal	(514) 374-3510
Club de l'entrepreneurship	(514) 669-8373

### **3. Sites Internet utiles**

**Ministère de l'Industrie et du Commerce :**

<http://www.mic.gouv.qc.ca>

**Stratégis Canada :**

<http://strategis.ic.gc.ca/>

**Centre des services aux entreprises du Canada :**

<http://bsa.cbasc.org/>

**Info-Entrepreneurs :**

<http://infoentrepreneurs.org>

**Institut de la statistique du Québec :**

<http://stat.gouv.qc.ca>

**Statistiques Canada :**

<http://www.statcan.ca>

**Fondation de l'entrepreneurship:**

<http://www.entrepreneurship.qc.ca/>

**Liste d'entreprises : (concurrents, fournisseurs, etc.) :**

<http://icriq.com>

**BDC :**

<http://www.bdc.ca/bdc/home/francais/Default.asp>

**Gouvernement du Canada :**

<http://www.gc.ca>

**Gouvernement du Québec :**

<http://www.gouv.qc.ca>

**Industrie Canada :**

<http://www.ic.gc.ca>

**CEFRIO (nouvelles technologies de l'information) :**

<http://www.cefrio.qc.ca>

**Investissement Québec :**

<http://www.invest-quebec.com>

**Ministère du Revenu :**

<http://www.revenu.gouv.qc.ca>

**Inspecteur général des institutions financières :**

<http://www.igif.gouv.qc.ca>

**MAPAQ :**

<http://www.agr.gouv.qc.ca>

**Service aux entreprises :**

<http://www.entreprises.gouv.qc.ca>

**Carrefour des consommateurs:**

<http://strategis.gc.ca/SSGF/ca00864f.html>

**Les publications du Québec :**

<http://www.publicationsduquebec.gouv.qc.ca>

**Lois et règlements codifiés :**

<http://lois.justice.qc.ca>

**Performance plus :**

<http://www.pme.ic.gc.ca>

**Portail des affaires :**

<http://www.portaildesaffaires.ca>

**Analyse économique, statistiques :**

[http://www.strategis.ic.gc.ca/sc\\_economy/frndoc/homepage.html](http://www.strategis.ic.gc.ca/sc_economy/frndoc/homepage.html)

## ***Conclusion***

Grâce aux efforts constants de la Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu et de tous les acteurs du centre-ville, le Vieux-Saint-Jean est actuellement en pleine revitalisation. Avec tous ses attraits, le secteur présente un grand potentiel de développement.

Outil précieux pour le développement commercial du Vieux-Saint-Jean, ce document est conçu expressément pour informer et guider les futurs et actuels entrepreneurs dans l'établissement ou le développement d'un commerce dans le centre-ville de Saint-Jean-sur-Richelieu. Le portrait commercial du Vieux-Saint-Jean est bien défini à l'intérieur de Saint-Jean-sur-Richelieu et sa région.

Après analyse de l'offre et de la demande, on constate que certains types de commerces présentent un bon potentiel commercial. On constate également que le mix commercial actuel du Vieux-Saint-Jean ne favorise pas un développement optimum. En effet, un plus grand pourcentage de commerces de type *Achats ou services courants* (commerces d'alimentation, pharmacies et services bancaires, dépanneurs, clubs vidéo) engendrait un plus grand achalandage régulier, ce qui favoriserait la croissance de l'ensemble des commerces. De plus, un pourcentage plus élevé de commerces de type *Achats et services semi-courants* (vêtements, chaussures, quincailleries, librairies, services personnels) améliorerait le mix commercial.

Les sondages d'opinion auprès des travailleurs et résidents du Vieux-Saint-Jean ont démontré que le secteur commercial le plus en demande est de loin, chez les deux clientèles, celui de l'alimentation. Un calcul du potentiel monétaire démontre que le chiffre d'affaires annuel d'un commerce d'alimentation dans le Vieux-Saint-Jean s'élève à 17 416 163\$. Le deuxième secteur en importance qui présente un potentiel de développement est celui du vêtement. Les sondages démontrent également que d'autres types de commerces ont un potentiel de développement comme la pharmacie et la restauration.

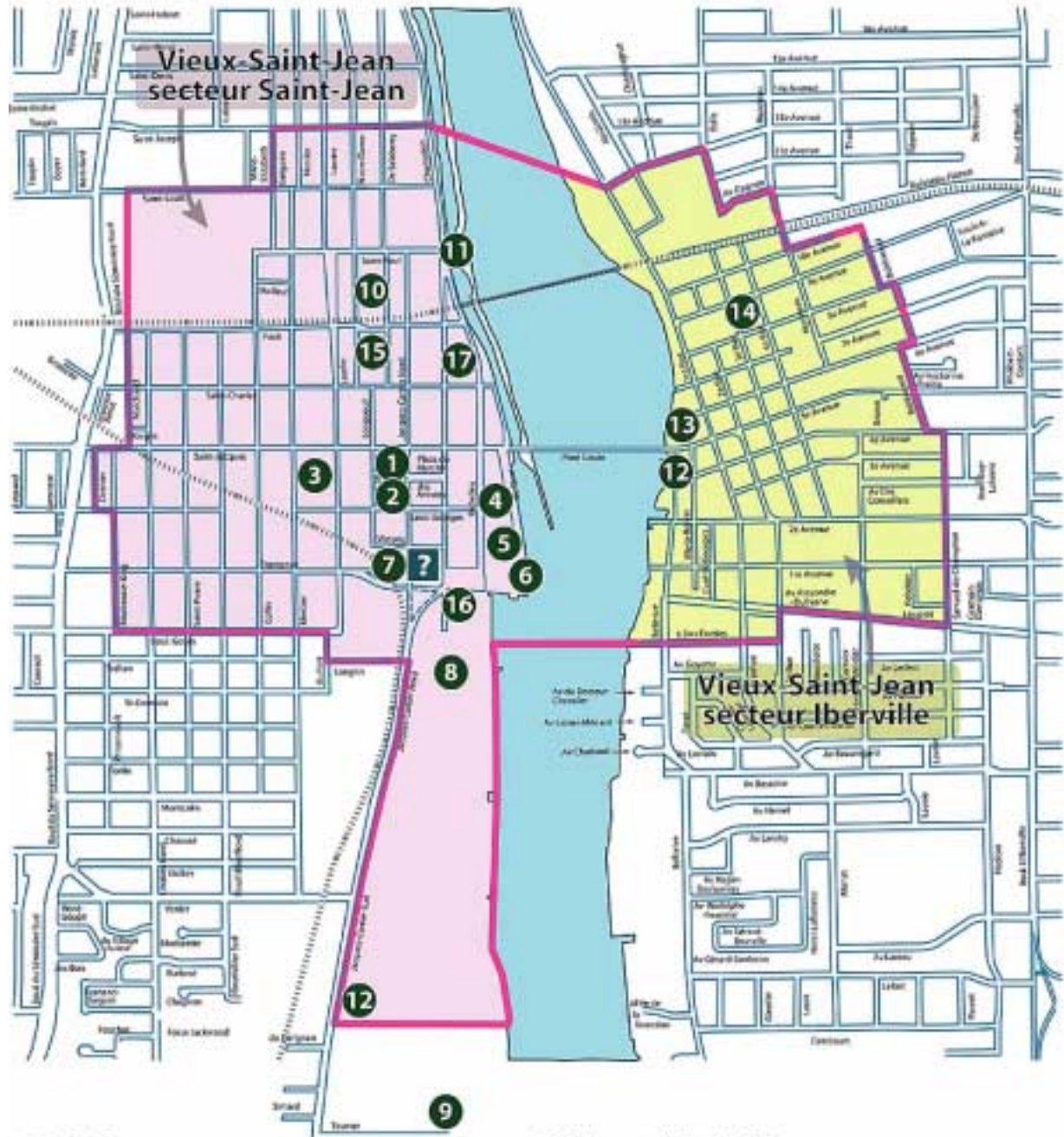
Ceux qui désirent développer un commerce dans le centre-ville peuvent contacter Rues principales Vieux-Saint-Jean, l'organisme chargé de la revitalisation, qui est disposé à accompagner chaque promoteur dans la planification et la concrétisation de son projet.

## ***Bibliographie***

1. DANIEL GAUTHIER ET ASSOCIÉS, *Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu : Programme particulier d'urbanisme*, Juillet 2000, 39p.
2. DANIEL GAUTHIER ET ASSOCIÉS, *Programme de revitalisation du Vieux-Saint-Jean : Document d'accompagnement au programme particulier d'organisme*, Document de travail, 43p.
3. RUES PRINCIPALES VIEUX-SAINT-JEAN, *Revitalisation du Vieux-Saint-Jean, Plan d'action 2003-2005 : Un électrochoc pour le cœur de Saint-Jean-sur-Richelieu*, Décembre 2002, 18p.
4. GÉOCOM RECHERCHE INC., *Diagnostic commercial et stratégie de développement, Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu et M.R.C. du Haut-Richelieu, rapport final*, Montréal, Géocom recherche inc., Novembre 2003, 75p.
5. VILLE DE SAINT-JEAN-SUR-RICHELIEU, *Le Guide de la Planification Stratégique, Saint-Jean-sur-Richelieu, Ville & Région : Vision 2015*, Juin 2004, 147p.
6. GROUPE SCM, RECHERCHES ET CONSEILS MARKETING, *Rapport d'enquête sur les habitudes d'achats des consommateurs de la région du Haut-Richelieu : Profil Achat*, Rapport final, Septembre 1999, 137p.
7. GROUPE SCM, RECHERCHES ET CONSEILS MARKETING, *Rapport d'enquête sur les habitudes d'achats des consommateurs de la région du Haut-Richelieu : Profil Achat*, Annexe, Septembre 1999, 75p.
8. REVELLIN-PIALET, Anne, Frédéric RAZAKAFONIAINA, *Rapport de stage, Rues principales Vieux-Saint-Jean*, Juin 2003, 80p.
9. PREVOST, Benoît, Élyse DICOP, *Rapport de stage de fin d'études, Rues principales Vieux-Saint-Jean*, Juin 2004, 101p.
10. FONDATION RUES PRINCIPALES, *Stratégie de développement et de localisation commerciale de Saint-Pascal*, Saint-Pascal, Octobre 2002, 28p.
11. CLD (Centre local de développement du Conseil économique du Haut-Richelieu), *Bottin Zone démarrage Haut-Richelieu 2002-2003*, 26p.

## Annexe 1

# Carte du Vieux-Saint-Jean



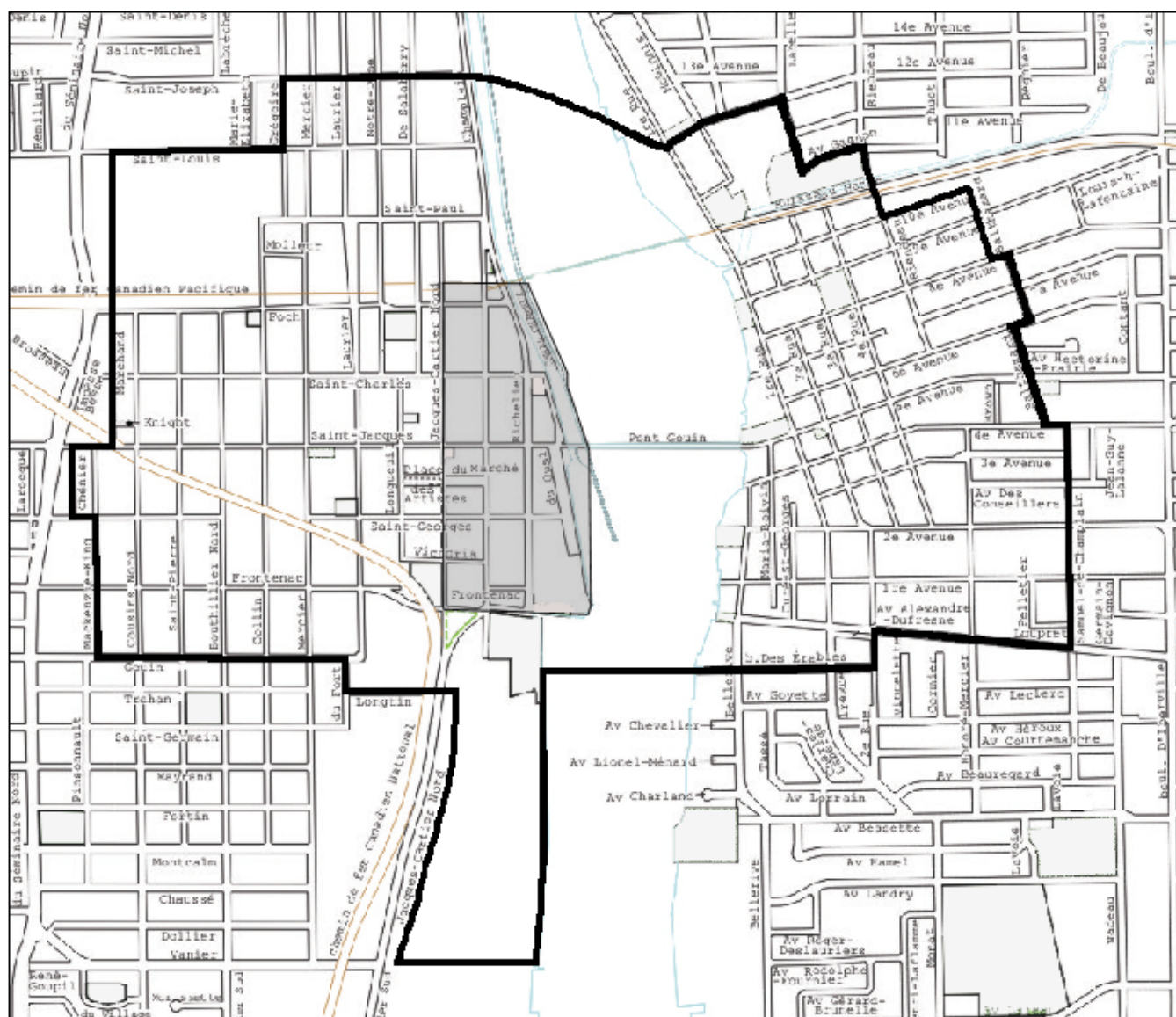
- 1 Hôtel de ville
- 2 Musée du Haut-Richelieu et marché public
- 3 Galerie Action Art Actuel et Cabaret-théâtre du Vieux-Saint-Jean
- 4 Coopérative de solidarité artistique et culturelle du Haut-Richelieu
- 5 Promenade du quai
- 6 Marina et croisîères
- 7 Informations touristiques (ancienne gare du CN)
- 8 Musée et Campus du Fort Saint-Jean
- 9 Centre-De-Plaisir-Air-Ronald-Beaugard (piscine extérieure)

- 10 Ancienne gare du Canadien Pacifique
- 11 Piste polyvalente du Canal de Chambly (accès par la passerelle du port Gouin et l'écluse 9 près de la rue Saint-Paul)
- 12 Accès à la Montérégade (secteur Iberville) et à l'axe cyclable Vallée-des-Forts (secteur Saint-Jean)
- 13 Marina et croisîères
- 14 Parc Honoré-Mercier
- 15 Parc Félix-Gabriel-Marchand
- 16 Parc Laurier
- 17 Cinémas

## Annexe 2

### ***Territoire du centre-ville tel qu'observé par Géocom***

\*Le territoire du Vieux-Saint-Jean utilisé par *Géocom* (Zone ombragée) dans ses statistiques ne correspond pas au territoire du Vieux-Saint-Jean tel qu'il est défini officiellement. Les tableaux marqués d'un astérisque contiennent des données sur le Vieux-Saint-Jean qui ne correspondent pas avec les données de Rues principales Vieux-Saint-Jean. Nous les avons laissées à titre indicatif dans ces tableaux.



## Annexe 3

### ***Calcul du potentiel monétaire pour le secteur de l'alimentation***

#### **Résidents**

Nombre	9236
/ Nombre de personnes/ménage	2,59
X Budget moyen mensuel	391,00 \$
X % Prêt à changer	0,55
<b>= Total (Montant potentiel)*</b>	<b>766 873,28 \$</b>

#### **Travailleurs résidents**

Nombre	764
/ Nombre de personnes/ménage	2,69
X Budget moyen mensuel	397,90 \$
X % Prêt à changer	0,71
<b>= Total (Montant potentiel)**</b>	<b>80 236,76 \$</b>

#### **Travailleurs**

Nombre	3554
X Budget moyen mensuel	404,80 \$
X % Prêt à modifier leurs habitudes	0,42
<b>= Total (Montant potentiel)**</b>	<b>604 236,86 \$</b>

#### **Total**

Total mensuellement	<b>1 451 346,90 \$</b>
<b>Montant potentiel annuel</b>	<b>17 416 162,80 \$</b>

\*Ce montant provient d'une extrapolation des données du sondage "REVELLIN-PIALET, Anne, Frédéric RAZAKAFONIAINA Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003", réalisé auprès des résidents du Vieux-Saint-Jean, dont la marge d'erreur est de +/- 5,8%

\*\*Ce montant provient d'une extrapolation des données du sondage "PRÉVOST, Benoît, et Élise DICOP Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003", réalisé auprès des travailleurs du Vieux-Saint-Jean, dont la marge d'erreur est de +/- 4,1%

## Annexe 4

### ***Calcul du montant dépensé par les résidents et travailleurs du Vieux-Saint-Jean dans le secteur du vêtement***

#### **Résidents**

Nombre	9236
/ Nombre de personnes/ménage	2,59
X Budget moyen annuel	1 040,06 \$
<b>= Total *</b>	<b>3 708 878,05 \$</b>

#### **Travailleurs résidents**

Nombre	764
X Budget moyen annuel	589,88 \$
<b>= Total **</b>	<b>450 668,32 \$</b>

#### **Travailleurs**

Nombre	3554
X Budget moyen annuel	778,20 \$
<b>= Total **</b>	<b>2 765 722,80 \$</b>

#### **Total**

<b>Montant dépensé annuellement</b>	<b>6 925 269,17 \$</b>
-------------------------------------	------------------------

\*Ce montant provient d'une extrapolation des données du sondage "REVELLIN-PIALET, Anne, Frédéric RAZAKAFONIAINA, Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003", réalisé auprès des résidents du Vieux-Saint-Jean, dont la marge d'erreur est de +/- 5,8%

\*\*Ce montant provient d'une extrapolation des données du sondage "PRÉVOST, Benoît, et Élise DICOP Rues principales Vieux-Saint-Jean, juin 2003", réalisé auprès des travailleurs du Vieux-Saint-Jean, dont la marge d'erreur est de +/- 4,1%



***Rues principales Vieux-Saint-Jean***

*31, rue Frontenac*

*Saint-Jean-sur-Richelieu (Québec)*

*J3B 7X2*

***Téléphone : (450) 347-6249***

***Télécopieur : (450) 542-9091***

***Courriel : [ruesprincipales@vieux-saint-jean.com](mailto:ruesprincipales@vieux-saint-jean.com)***

***Site Internet : [www.vieux-saint-jean.com](http://www.vieux-saint-jean.com)***