

Sommaire de l'analyse de l'offre commerciale du Haut-Saint-Maurice

Présentation à :



Société
d'aide au développement
des collectivités
DU HAUT-ST-MAURICE INC.



Service de développement
économique et forestier
LA TUQUE



Pierre Fortin, CPA, CA
Associé

Philippe Bourdeau, M. Sc.
Conseiller principal

04 novembre 2020



Table des matières

Retour sur le contexte, les objectifs et la démarche	02
Sommaire des analyses effectuées	06
Sommaire des pistes de solutions	15



**Retour sur le contexte,
les objectifs et la
démarche**

Mise en contexte

Retour sur le contexte, les objectifs et la démarche

L'économie latuquoise est largement dépendante de l'industrie des pâtes et papiers et de l'usine WestRock qui embauche une partie importante de la population. En parallèle, on retrouve divers employeurs institutionnels (municipalité, commission scolaire, centre de santé, etc.) et quelques PME offrant différents services commerciaux.

Malgré une offre de services satisfaisante, ce noyau d'entreprises ne parvient pas à desservir l'ensemble des services demandés par la population de la région. Par conséquent, on observe plusieurs fuites commerciales en ligne ou dans les grands centres urbains. Ce phénomène est amplifié par le caractère isolé de la région, le faible bassin de population et une grande proportion d'habitants à faible revenu.

De plus, l'indice entrepreneurial, la volonté d'entreprendre et la capacité à préparer une relève sont sous les moyennes provinciales et ne permettent pas un renouvellement et/ou une bonification de l'offre commerciale actuelle.

Bien que cette réalité soit connue de tous, il existe peu de données permettant de calculer l'impact économique et social de cette problématique. C'est pourquoi la SADC du Haut Saint-Maurice nous a confié le mandat de l'accompagner afin de déterminer les besoins commerciaux propres à la population latuquoise.

Objectifs du mandat

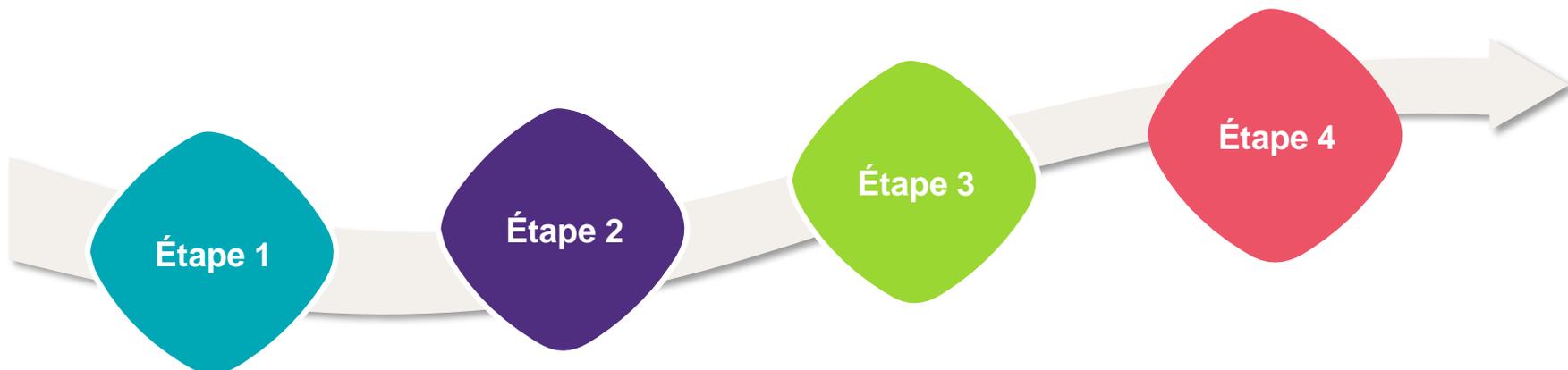
Retour sur le contexte, les objectifs et la démarche (suite)

L'objectif de ce mandat était de vous fournir le portrait le plus complet possible de l'offre commerciale et des comportements d'achat de la population latuquoise afin de faciliter et de supporter la prise de décisions de vos stratégies en développement économique.

La démarche a permis l'atteinte des objectifs suivants :

- Évaluer les secteurs d'activité commerciale, professionnelle et manufacturière;
- Comprendre le comportement d'achat de la population latuquoise;
- Évaluer les services que la population latuquoise va chercher à l'extérieur de la ville et par le Web.
- Analyser l'offre et la demande pour le secteur commercial.





DÉMARRAGE

- Rencontre de démarrage;
- Revue des objectifs et de la démarche;
- Planification des rencontres;
- Achèvement du plan de travail.

PORTRAIT DE LA SITUATION ACTUELLE

- Portrait du territoire couvert par l'étude;
- Portrait démographique de la population à l'étude;
- Portrait des secteurs d'activité économique de la région à l'étude.

ANALYSE QUALITATIVE

- Consultations auprès des donneurs d'ouvrage commerciaux, professionnels et manufacturiers de la région;
- Sondage auprès de la population latuquoise sur ses comportements d'achat.

ANALYSE QUANTITATIVE

- Estimation de l'offre commerciale en fonction de la superficie de vente effective et du niveau de ventes associé;
- Évaluation de la demande pour les biens et services évalués à l'aide de l'outil Sitewise.

RAPPORT

Analyse globale des résultats de chaque étape pour déterminer les grands enjeux soulevés lors des groupes de discussion et du sondage, déterminer également l'adéquation entre l'offre et la demande commerciales et corrélérer ces éléments avec les données secondaires recueillies.



Sommaire des analyses effectuées

Le territoire du Haut-Saint-Maurice se démarque par son caractère isolé, sa décroissance démographique et son caractère mono-industriel

Constats du portrait de la situation actuelle



Portrait du territoire

- L'agglomération de La Tuque est située dans la région administrative de la Mauricie au Québec. Cette structure municipale est composée de trois municipalités et de trois communautés autochtones.
- La majorité de la population (73 %) présente sur le territoire est concentrée dans la municipalité de La Tuque, tandis que 20 % de la population vit sur les communautés autochtones de la nation Atikamekw.



Portrait démographique

- Malgré un ralentissement prévu de la décroissance au cours des prochaines années, la population de La Tuque continuera à diminuer contrairement à celle du Québec qui augmentera;
- Le faible niveau de scolarisation (26,6 % de la population ne détient aucun diplôme vs 19,9 % QC) a un impact sur la disponibilité de la main-d'œuvre et la vitalité économique de la région;
- Les revenus des ménages de La Tuque sont inférieurs (12 à 15%) à ceux de la province, ceci a une incidence directe sur la capacité d'achat de la population;
- La quasi-absence d'immigration prive la région d'un bassin important de main-d'œuvre et d'un vecteur important de croissance démographique.



Portrait économique

- Tous les indicateurs économiques démontrent la même réalité : le marché de l'emploi de La Tuque est moins dynamique que celui des autres MRC à travers la Mauricie;
- Sans surprise, le secteur des pâtes et papiers se démarque en Mauricie, sa part dans le PIB total de la région dépassant largement celle des autres secteurs;
- La diversification de l'économie latuquoise reste un défi pour les partenaires sociaux et économiques de la région;
- Les projets d'investissements suivants seront à surveiller au cours des prochaines années : le projet Bioénergie La Tuque (BELT), la minicentrale hydroélectrique Manouane et les investissements d'Hydro-Québec pour la réhabilitation de la centrale Rapide-Blanc.

L'analyse qualitative a permis d'effectuer une première série d'hypothèses qui seront testées lors de notre analyse quantitative

Méthodologie de l'analyse qualitative

Les résultats de l'analyse qualitative sont basés sur une collecte de données effectuée auprès de la population de l'agglomération de La Tuque

- **Consultations publiques** : Trois consultations ont été effectuées auprès de la population de l'agglomération de La Tuque:
 - **Consultation grandes entreprises** : Consultation auprès des grands donneurs d'ouvrage de la région latuquoise. Consultation effectuée le 12 février;
 - **Consultation entreprises commerciales** : Consultation auprès des commerçants et des petites entreprises de La Tuque. Consultation effectuée le 13 mars;
 - **Consultation citoyenne** : Consultation auprès de la population latuquoise. Consultation effectuée le 13 mars.
- **Sondage auprès de la population** : Le sondage a été réalisé entre le 11 février et le 8 mars. Lors de la fermeture du sondage, 647 réponses avaient été recueillies, soit 10,5 % de la population active de l'agglomération de La Tuque.

L'écosystème commercial de La Tuque doit miser sur ces éléments différenciateurs pour combattre l'exode vers les grands centres urbains et le commerce en ligne

Constats de l'analyse qualitative

01

Le service au détriment du prix et de la diversité : Contrairement aux grands centres urbains et à la plateforme de commerce en ligne, qui compétitionnent sur la diversité et le prix, les commerçants de La Tuque doivent se démarquer par la qualité du service offert. Certains y arrivent, mais plusieurs sous-estiment cet élément différenciateur incontestable.

02

Manque de sensibilité aux impacts de l'achat local : Autant les grands donneurs d'ordres que les citoyens considèrent uniquement le prix dans leur processus décisionnel menant à un achat et oublie les effets positifs générés par l'achat local.

03

Faible diversité et qualité de l'offre commerciale pour les biens semi-courants : Le sondage a fait ressortir un besoin important pour une plus grande diversité de biens non courants, plus spécifiquement des vêtements pour homme et femme, des matériaux de construction, des fournitures domestiques et des articles de sport.

04

Insatisfaction des jeunes et de la classe moyenne face à l'offre commerciale actuelle : Les jeunes ne s'identifient pas à l'offre commerciale actuelle et sont plus propices à aller acheter en ligne. La majorité des commerces latuquois visent une clientèle à revenu faible ou élevé, ceci pouvant expliquer, en partie, l'insatisfaction de la classe moyenne.

05

Faible tissu entrepreneurial et difficulté à innover : Par la présence de grands donneurs d'ordres, la communauté de La Tuque a rarement privilégié l'entrepreneuriat comme vecteur de développement économique. Cette réalité a un impact sur la capacité à innover des commerçants et la volonté des plus jeunes à reprendre les entreprises locales.

L'offre commerciale est une fonction de la superficie des commerces de la médiane des ventes par pied carré et d'un pourcentage d'affectation

Méthodologie de l'analyse quantitative

Pour être en mesure de comparer l'offre et la demande commerciale de de l'agglomération de La Tuque, nous avons procédé de la manière suivante:

- L'analyse de l'offre commerciale latuquoise est un produit des trois indicateurs suivants :
 - **Superficie des commerces latuquois** : En collaboration avec la SADC, une liste des commerces et de leur superficie a été élaborée pour chacune des catégories de biens identifiées;
 - **Médiane des ventes par pied carré** : L'obtention des estimation de performance de vente des commerces en fonction de la superficie provient d'une publication appelée *Dollars and Cents of Shopping Centers*, publiée par The Urban Land Institute.
 - **Pourcentage d'affectation à une catégorie** : Certains types de commerces vendent plusieurs catégories de produits (épicerie, pharmacie, magasin à rayons, etc.), par conséquent, en collaboration avec la SADC, un pourcentage d'affectation par catégorie a été attribué aux commerces latuquois.
- L'analyse de la demande commerciale latuquoise est un produit des trois indicateurs suivants :
 - **Identification du territoire à l'étude** : Afin de couvrir la majorité des zones urbaines de l'agglomération latuquoise, nous avons recueilli les données sur le comportement d'achat pour l'ensemble des citoyens habitant à 20 km du centre-ville de la Tuque;
 - **Extraction des données sur le comportement d'achat** : La base de données *Household Spend* fournit des estimations actuelles des dépenses annuelles pour 359 variables couvrant 19 catégories de biens et services utilisés par les ménages canadiens.
 - **Répartition des données dans les catégories appropriées** : À des fins de comparaison entre l'offre et la demande commerciale, les données ont été distribuées dans les catégories préalablement segmentées.

Afin de pouvoir comparer l'offre et la demande commerciale, les commerces ont été classés selon la typologie suivante

Méthodologie de l'analyse quantitative (suite)

Biens courants
Alimentation
Boissons alcoolisées
Pharmacie
Biens semi-courants
Quincaillerie et construction
Fournitures de maison
Fleuriste et jardinage
Entretien ménager
Vêtements femme
Vêtements homme
Vêtements enfant
Matériaux de textile
Souliers
Équipement sportif
Équipement récréatif
Librairie
Fournitures de bureau
Biens réfléchis
Appareils électroménagers
Appareils électroniques
Pièces et produits automobiles
Bijouterie et accessoires
Services
Restauration

- **Achats courants** : biens ou services que le consommateur a l'habitude d'acheter fréquemment, rapidement et avec un minimum d'effort;
- **Achats semi-courants** : biens ou services que le consommateur achète fréquemment, mais non sur impulsion, il préfère magasiner, avoir du choix, comparer;
- **Achats réfléchis** : biens ou services que le consommateur achète peu fréquemment et qui nécessitent généralement un investissement plus important. Pour ces raisons, le consommateur a l'habitude de comparer les produits ou services selon certains critères tels que la qualité, le prix, l'aspect pratique, le style;
- **Restauration et/ou divertissement** : biens et services consommés sur place.

Après analyse, le déficit commercial de la région latuquoise est de 4,9 M\$ pour les biens courants et de 1,6 M\$ pour les biens semi-courants

Constats de l'analyse quantitative (suite)

Catégorie de biens	Offre	Demande	Écart
Biens courants			
Alimentation	25 688 464 \$	28 391 069 \$	-2 702 605 \$
Boissons alcoolisées	6 026 358 \$	7 542 102 \$	-1 515 744 \$
Pharmacie	8 823 139 \$	9 499 824 \$	-676 685 \$
Total	40 537 960 \$	45 432 995 \$	-4 895 035 \$
Biens semi-courants			
Quincaillerie et construction	16 447 784 \$	18 502 719 \$	-2 054 935 \$
Articles de jardinage	3 833 375 \$	3 356 700 \$	476 675 \$
Fournitures de maison	8 361 026 \$	7 302 927 \$	1 058 099 \$
Entretien ménager	1 632 340 \$	1 053 895 \$	578 445 \$
Vêtement femme	4 034 436 \$	4 673 578 \$	-639 142 \$
Vêtement homme	2 080 070 \$	4 097 421 \$	-2 017 351 \$
Vêtement enfant	468 072 \$	1 169 462 \$	-701 390 \$
Matériaux de textile	285 189 \$	119 698 \$	165 491 \$
Souliers	1 334 380 \$	1 897 912 \$	-563 532 \$
Équipement sportif	2 051 931 \$	2 014 198 \$	37 733 \$
Équipement récréatif	2 639 104 \$	1 296 371 \$	1 342 733 \$
Librairie	631 728 \$	424 239 \$	207 489 \$
Fournitures de bureau	1 886 507 \$	1 358 499 \$	528 008 \$
Total	45 685 942 \$	47 267 619 \$	-1 581 677 \$

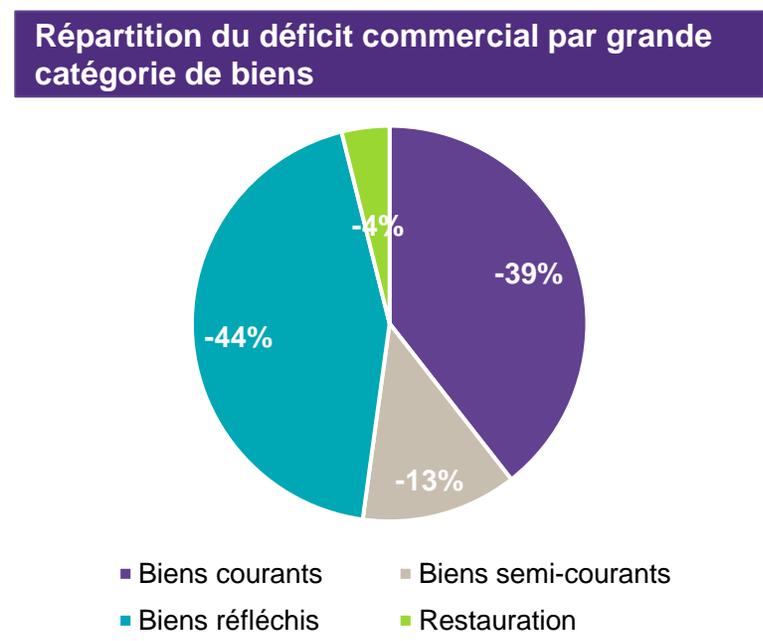
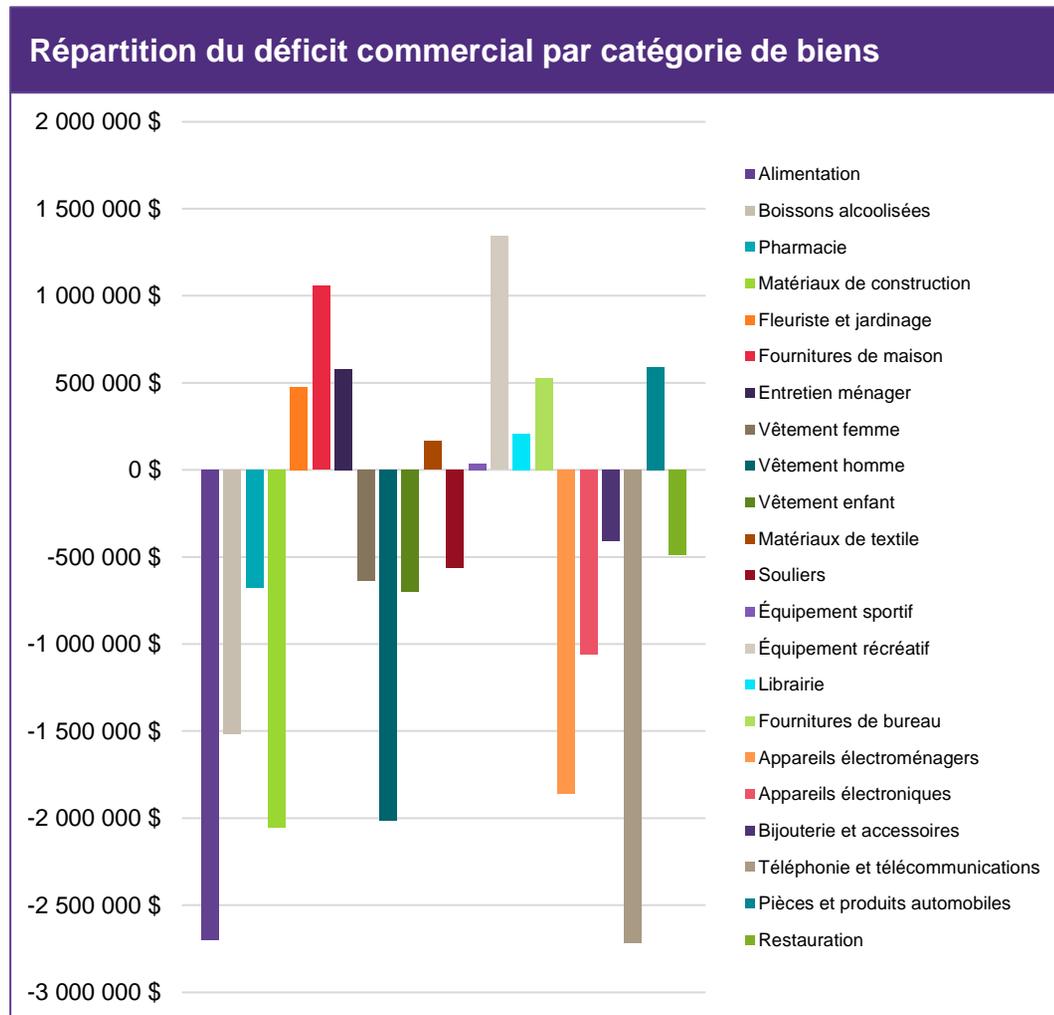
Après analyse, les biens réfléchis enregistrent un déficit de 5,5 M\$, tandis que celui de l'industrie de la restauration est de 486 k\$

Constats de l'analyse quantitative (suite)

Catégorie de biens	Offre	Demande	Écart
Biens réfléchis			
Appareils électroménagers	1 993 200 \$	3 850 926 \$	-1 857 726 \$
Appareils électroniques	1 982 118 \$	3 041 637 \$	-1 059 519 \$
Bijouterie et accessoires	441 574 \$	851 053 \$	-409 479 \$
Téléphonie et télécommunications	1 272 516 \$	3 987 231 \$	-2 714 715 \$
Pièces et produits automobiles	4 629 825 \$	4 039 084 \$	590 741 \$
Total	10 319 234 \$	15 769 931 \$	-5 450 697 \$
Services			
Restauration	14 918 385 \$	15 404 093 \$	-485 708 \$
Grand total			
Biens courants	40 537 960 \$	45 432 995 \$	-4 895 035 \$
Biens semi-courants	45 685 942 \$	47 267 619 \$	-1 581 677 \$
Biens réfléchis	10 319 234 \$	15 769 931 \$	-5 450 697 \$
Services	14 918 385 \$	15 404 093 \$	-485 708 \$
Total	111 461 520 \$	123 874 638 \$	-12 413 118 \$

Le déficit commercial total de la région est d'environ 12 M\$; ceci est attribuable en grande partie à la proximité des centres urbains et la croissance du commerce en ligne

Constats de l'analyse quantitative (suite)



Top 5 catégories de biens déficitaires

Alimentation	-2,7 M\$	-10 %
Téléphonie et comm.	2,7 M\$	-68 %
Matériaux de construction	-2,1 M\$	-11 %
Vêtements pour homme	-2,0 M\$	-49 %
Boissons alcoolisées	-2,0 M\$	-20 %



Sommaire des pistes de solutions

Cette étude a permis de démontrer une réalité bien connue des latuquois, malgré une offre de services satisfaisante, le noyau d'entreprises ne parvient pas à desservir l'ensemble des services demandés

Conclusion et pistes de solution

En conclusion, nous vous suggérons quelques pistes de réflexion émanant des analyses qualitative et quantitative.



Il serait utopique de croire que les commerces latuquois arriveront à concurrencer la diversité de l'offre et la faible tarification du e-commerce et des grandes enseignes. **Les commerçants de La Tuque doivent se démarquer par la qualité du service offert et leur relation de proximité avec leur clientèle.**



Les répercussions économiques de l'achat local doivent être mieux expliquées et vulgarisées à la population. Avec la crise de la COVID-19, la population est sensible à ce sujet, d'où l'importance de passer à l'action dès maintenant.



La création d'un écosystème entrepreneurial duquel proviendrait de nouvelles entreprises innovantes permettrait de bonifier l'offre commerciale et de changer la culture « usine » de la région.

Cette étude a permis de démontrer une réalité bien connue des latuquois, malgré une offre de services satisfaisante, le noyau d'entreprises ne parvient pas à desservir l'ensemble des services demandés (*suite*)

Conclusion et pistes de solution (*suite*)

En conclusion, nous vous suggérons quelques pistes de réflexion émanant des analyses qualitative et quantitative.



Malgré un déficit commercial supérieur dans la catégorie des biens réfléchis, la population latuquoise est davantage préoccupée par la faiblesse de l'offre en biens semi-courants. La fréquence de ce type d'achat pourrait expliquer cette perception. **Le financement aux entreprises offrant des biens semi-courants et dont l'offre commerciale est déficitaire devrait être priorisé.**



Plusieurs biens réfléchis ont été identifiés comme étant largement déficitaires. **La prudence s'impose dans ce type de financement, étant donné la fréquence moins élevée pour ce type d'achat et le volume de consommateurs peu élevé et décroissant dans la région.** Une analyse cas par cas devra être effectuée.



L'analyse qualitative et quantitative démontre une adéquation entre l'offre et la demande pour les biens courants. Par conséquent, le financement pour ce type d'entreprises ne devrait pas être une priorité.

