

La composition commerciale idéale

Résumé de l'étude sur la diversité commerciale « idéale »

Étude menée par la Fondation Rues principales en collaboration avec le ministère du Développement économique et régional et de la Recherche

Introduction

Certaines rues commerciales traditionnelles se développent avec succès, alors que d'autres artères déclinent et perdent leurs attraits. L'équilibre des commerces et des services au sein des centres-villes aurait-il un rôle à jouer dans ce succès ou ce déclin? Seize centres-villes en difficulté ont été étudiés et leur diversité commerciale mise en relief et comparée avec un équilibre souhaitable déterminé par l'étude d'un groupe de 12 centres-villes considérés comme en santé. Les résultats montrent une grande diversité de situations.

Mise en situation

Les artères commerciales traditionnelles ont été le cœur et l'âme du développement de nos collectivités. Aujourd'hui, certains de ces centres-villes demeurent en santé, alors que d'autres n'offrent pas de vitalité économique intéressante. On y retrouve une offre commerciale peu diversifiée, de nombreux locaux vacants, un taux de rotation des commerces élevé et un achalandage de moindre importance. Pourtant, les centres-villes demeurent des lieux de prédilection pour les consommateurs. À une époque où les grandes surfaces prennent leur essor, les centres-villes permettent des expériences d'achat différentes par l'ambiance, le cachet, l'architecture, la végétation et les rencontres sociales qu'offrent de tels milieux.

Au cours des deux dernières années (2003 et 2004), la Fondation Rues principales a entrepris une analyse de la composition commerciale des centres-villes et des artères traditionnelles. Quelles étaient les raisons du succès ou du déclin des centres-villes? Y avait-il une composition commerciale idéale qui assurait une vitalité socioéconomique? Riche d'expériences et de collaborations avec plus de 120 municipalités, la Fondation Rues principales a cherché à identifier une composition commerciale idéale par l'analyse de centres-villes dynamiques et d'autres en difficulté.

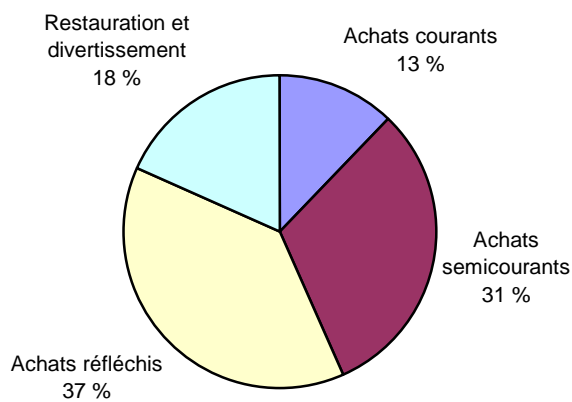
Un premier groupe : les centres-villes dynamiques

La Fondation Rues principales a d'abord procédé à une étude exploratoire de la composition commerciale idéale de centres-villes considérés comme dynamiques ou perçus comme tels. Douze artères commerciales traditionnelles ont ainsi été examinées en fonction de la typologie (courant, semi-courant, réfléchi, restauration et divertissement), de la catégorie (commerces, services, restauration et divertissement) de la gamme, du type de propriété et de la nature des commerces et services offerts. Les résultats ont mis en évidence des ressemblances à travers l'échantillonnage en ce qui concerne la typologie. **Un centre-ville en santé offrirait entre 10 % et 15 % de commerces et de services d'achats courants, entre 29 % et 34 % de commerces et**

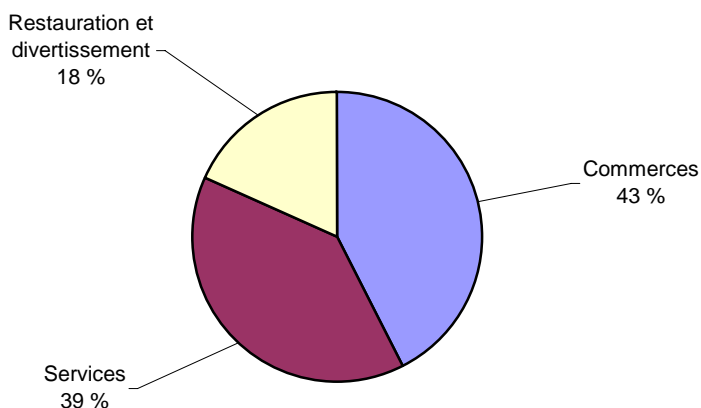
de services d'achats semicourants, entre 33 % et 42 % de commerces et de services d'achats réfléchis et entre 16 % et 21 % de restauration et divertissement. Ces proportions apportaient ainsi un éclairage nouveau sur la composition commerciale d'un centre-ville dynamique tout en offrant des indicateurs intéressants pour une éventuelle comparaison avec des artères en difficulté.

Fait intéressant, il n'y avait pas de différences marquées entre une ville plus touristique et une autre où cette fonction présente moins d'importance.

Graphique 1 Répartition globale moyenne (%) des commerces et services des artères commerciales dynamiques selon la typologie



Graphique 2 Répartition moyenne (%) des commerces et services des artères commerciales dynamiques selon la catégorie (commerces, services, restauration et divertissement)



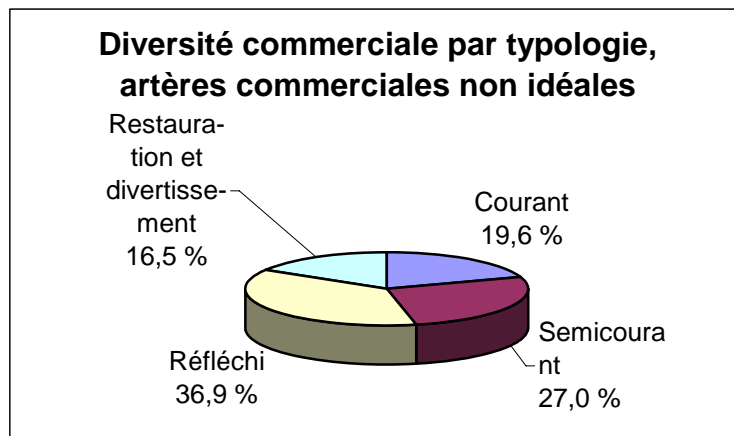
Un deuxième groupe : des centres-villes en difficulté

Pour faire suite aux résultats obtenus quant à la composition des artères commerciales idéales, 16 centres-villes en difficulté ont été observés minutieusement. Ces artères commerciales se trouvaient dans des municipalités de différentes tailles, situées un peu partout sur le territoire québécois et dont le centre-ville était en difficulté ou en redéfinition. Les recherches se sont concentrées principalement sur trois variables : la typologie, la catégorie et la nature des commerces ou des services. Une fois la composition commerciale de chacune des 16 artères en difficulté dressée, elle a été comparée à celle des centres-villes dynamiques.

Où se trouve le déséquilibre?

Les centres-villes en difficulté ne montrent que peu de ressemblances entre eux selon le classement par typologie, au contraire des artères dynamiques dont la composition commerciale était relativement semblable. Toutefois, on peut affirmer que **les centres-villes en difficulté présentent tous un déséquilibre au sein de leur diversité commerciale**, déséquilibre qui, dans chacun des cas, leur est propre et unique. Principalement, les déséquilibres les plus importants se situent dans le domaine **des commerces et services courants**, qui sont **trop présents** dans ces artères. Ces centres-villes montrent également une **sous-représentation de commerces et de services semicourants et en restauration et divertissement**. Finalement, **les commerces et services réfléchis sont surreprésentés** dans 56 % des artères étudiées.

Graphique 3 Diversité commerciale par typologie, artères commerciales en difficulté



Plus de 94 % des centres-villes en difficulté présentent un déséquilibre dans deux typologies ou plus : entre autres le semi-courant et le réfléchi dans 50 % des artères. Plus précisément, **le manque de commerces de détail semicourants et la trop**

grande présence de services réfléchis caractérisent le plus les centres-villes en difficulté, bien qu'une grande variété de compositions commerciales se rencontrent.

Tableau 4 Fréquence du déséquilibre par typologie, artères commerciales en difficulté.

	Pourcentage	Nombre d'artères/artères totales
Dans 1 typologie	6	(1/16)
Dans 2 typologies	56	(9/16)
Dans 3 typologies	19	(3/16)
Dans 4 typologies	19	(3/16)

En ce qui concerne le classement par catégorie, il y a généralement trop de services dans les artères en difficulté. Ce fait a des conséquences importantes sur l'achalandage d'une artère commerciale traditionnelle : les services favorisent moins l'achalandage par les piétons et leur présence continue dans la rue. La vitalité d'une rue, qui se perçoit habituellement par la quantité de gens qui y marchent, s'en trouve affectée. Cette surreprésentation des services engendre un manque de commerces, et d'établissements de restauration et de divertissement. Cette dernière catégorie (restauration et divertissement) a pour effet d'attirer les consommateurs, qu'elle invite à fréquenter la rue commerçante par la nature même des produits offerts.

Tableau 5 Moyenne absolue relative (%) par catégorie

	Commerces	Services	Restauration et divertissement
Artères dynamiques	42,66 %	38,95 %	18,39 %
Artères en difficulté	34,37 % (ratio inférieur)	49,13 % (ratio supérieur)	16,50 % (ratio inférieur)

Existe-t-il des commerces et services essentiels à la vie du cœur de la municipalité?

Les déséquilibres constatés dans les centres-villes en difficulté nous ont conduits à nous interroger sur la présence ou non de certains commerces et services au sein de ces artères. Se pouvait-il que certains commerces et services soient systématiquement manquants au sein des artères en difficulté, ce qui expliquerait leur état? En comparant les deux groupes de municipalités, il est apparu que des commerces qui offrent des produits comme de l'épicerie spécialisée, des vêtements pour dames, des vêtements pour hommes, des articles de décoration et des articles de sport étaient grandement

sous-représentés dans les centres-villes en difficulté. La pharmacie était également moins présente dans ces artères que dans les centres-villes considérés comme dynamiques. Ainsi, on retrouve 9 % de commerce courants dans les artères en difficulté contre 13 % dans les artères dynamiques. Nous avons identifié trois commerces de base générateurs d'achalandage : l'épicerie, la pharmacie et l'institution financière. Pour ces genres d'établissements, les artères en difficulté montrent un pourcentage inférieur (48,08 %) à celui des centres-villes dynamiques (55,71 %)

Dans le cas de la catégorie « restauration et divertissement », ce sont les pubs, bistros et tavernes ainsi que les restaurants sans alcool qui sont sous-représentés lorsqu'il y a déséquilibre. Ces établissements ont la capacité d'attirer des consommateurs et peuvent contribuer à rendre un centre-ville intéressant et animé.

Par ailleurs, il y a un type de services que l'on retrouve en trop grand nombre dans les artères en difficulté : les salons de coiffure, d'esthétique et de bronzage. Ils représentent 24 % des commerces et services semicourants dans les artères idéales, alors que dans les artères en difficulté, ils composent 30 % de cette typologie. Dans les municipalités dynamiques, les services de ce genre sont souvent situés ailleurs qu'au centre-ville alors que dans les artères en difficulté, un bon nombre de ces entreprises sont situées au cœur de la municipalité. Cette situation s'explique par la grande disponibilité des locaux commerciaux au centre-ville et à leurs faibles coûts de location.

Tableau 6 Lacunes de l'artère commerciale en difficulté par type d'entreprises

Commerces	Dynamiques (%)	En difficulté (%)
- Pharmacies	13	9
- Épiceries spécialisées	11	4
- Pâtisseries et boulangeries	7	4
- Vêtements pour dames	23	7
- Vêtements pour hommes	9	2
- Boutiques de cadeaux	9	4
- Librairies et papeteries	5	3
- Boutiques de décoration	7	3
- Antiquaires et galeries d'art	7	1
- Articles de sport	4	1
- Bijouteries	4	2
- Magasins de meuble	4	3
- Magasins de matériel électronique	3	2
Services		
- Services de photocopie	5	4
- Location de films	6	7
- Vente immobilière	4	2
- Agences de voyage	3	2
Restauration et divertissement		
- Pubs, bistros et tavernes	22	4
- Comptoirs de crème glacée	6	4

Les centres-villes en difficulté ont tout de même certains points en commun avec les artères en santé quant à la nature des commerces et services offerts. Ainsi, les dépanneurs, les services médicaux privés et publics et les services juridiques sont présents dans les mêmes proportions au sein des deux groupes. Il y a donc des commerces et services de base qui semblent se retrouver de manière quasipermanente dans les centres-villes, qu'ils soient dynamiques ou non. Tout n'est donc pas perdu pour les municipalités dont les centres-villes déclinent, le potentiel est là : il s'agira de travailler à rechercher l'équilibre au sein des commerces et services de base et recruter de nouvelles entreprises pour combler les lacunes constatées.

Tableau 7 Répartition des commerces et services le plus fréquemment recensés au sein des deux groupes

Commerces	Dynamiques (%)	En difficulté (%)
- Dépanneurs	13	14
- Épiceries	8	13
Services		
- Postes d'essence	5	14
- Banques et/ou caisses populaires	21	15
- Salons de coiffure	15	21
- Salons d'esthétique, de massage et de bronzage	9	9
- Services d'assurances et financiers	10	7
- Services comptables	5	7
- Services juridiques	9	8
- Services médicaux privés et publics	23	22
Restauration et divertissement		
- Hôtels, motels et gîtes touristiques	6	20
- Restaurants avec alcool	17	29
- Restaurants sans alcool	45	20

Des pistes de solution

Pour améliorer le dynamisme économique d'une artère ou d'un centre-ville en difficulté, les résultats de la recherche indiquent qu'il faudrait penser davantage à recruter des commerces par nature que par typologie ou par catégorie. Entres autres, les commerces manquants nommés précédemment, tels que la pharmacie, la boutique de décoration où la boutique de vêtements pour dames, pourraient représenter des entreprises intéressantes à implanter et faire l'objet de stratégies de recrutement commercial.

Un autre constat est apparu assez clairement au cours de l'étude : les commerces spécialisés, qui distinguent principalement les centres-villes des grandes surfaces, étaient peu présents au sein des artères en difficulté et devraient être recrutés davantage. Ainsi, les épiceries spécialisées, les fromageries, les fruiteries, les Maisons de la Presse ou les antiquaires et galeries d'art, par exemple, sont quasiment absents de l'offre commerciale des centres-villes en difficulté. Évidemment, les parts de marché de ces types de commerces peuvent être restreintes dans des municipalités plus

rurales. C'est pourquoi il pourrait être intéressant d'examiner la possibilité de créer des commerces-concepts offrant à la fois plusieurs de ces produits spécialisés.

Conclusion : un outil pour les décideurs

Bien que cette étude soit exploratoire, **elle montre que les centres-villes en santé ont une composition commerciale semblable et que la situation des artères en difficulté s'explique par un écart marqué par rapport à cette composition commerciale « idéale »**. La comparaison des deux groupes offre également l'occasion de comprendre les lacunes des artères dévitalisées et de proposer des pistes de solutions pour les décideurs. Ces balises sont un outil particulièrement intéressant pour les municipalités désirant monter une stratégie de recrutement commercial efficace et fructueuse.

D'autres outils sont encore à créer en matière de développement économique des centres-villes. La Fondation Rues principales entend poursuivre ses efforts afin d'amasser des connaissances qui pourront être utiles à la fois aux décideurs, aux commerçants et aux chercheurs.

Cette étude a été réalisée par la Fondation Rues principales en collaboration avec le ministère du Développement économique et régional et de la Recherche.