

## >>> Dans le domaine commercial comme ailleurs, l'union fait la force !



*Geneviève Dorval-Douville,  
agente de développement*

Tenir un commerce de détail n'est pas de tout repos. Recevoir la clientèle, gérer les stocks, former le personnel, développer sa gamme de services... cela laisse parfois peu de temps pour assurer une promotion continue auprès de sa clientèle actuelle et potentielle. Comment mieux la rejoindre et inciter les gens plus éloignés à fréquenter votre commerce?

Cette question a inspiré la formation de plusieurs associations sur les différentes artères commerciales aujourd'hui reconnues dans le quartier et même à Montréal, soit la Plaza St-Hubert, la Promenade Masson et la Petite-Italie. En se regroupant pour assurer le développement de leur rue commerciale, ces gens d'affaires ont réussi à se donner un avantage indéniable au plan du marketing. Leur travail collectif a permis de faire le point sur leurs forces et faiblesses, de faciliter les contacts avec les services municipaux, d'assurer un embellissement continu de la rue et de recruter des commerces venant compléter et bonifier l'offre commerciale. Toutes ces actions rendent l'artère plus attrayante non seulement pour les clients, mais aussi pour les passants et les adeptes du lèche-vitrine. En s'associant, les commerçants peuvent aussi se doter d'un budget commun pour faire des publicités conjointes et pour organiser des activités de promotion, comme des ventes trottoir ou des concours. L'économie d'échelle permet de réaliser des activités de plus grande envergure, qui permettent de rejoindre un public plus large, tout en rendant le quartier plus animé, vivant et attractif pour ses résidents.

### **À deux, puis cinq, puis vingt, tout devient possible**

Vous vous en doutez, bâtir une artère d'envergure ne se fait pas du jour au lendemain. Alors, par où commencer? Visiter ses voisins pour mieux connaître leurs produits et services est un premier pas. N'hésitez pas à échanger vos cartes d'affaires, à les afficher dans vos commerces et à inciter vos clients à découvrir les commerces voisins du vôtre. Encouragez-les en requérant leurs services et pensez à développer des collaborations et des promotions conjointes.

Si vos voisins d'affaires et vous êtes intéressés à collaborer pour aller plus loin, plusieurs services peuvent vous accompagner dans cette belle aventure. La CDEC Rosemont-Petite-Patrie et l'arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie se feront un plaisir de vous rencontrer pour vous aider à identifier vos priorités et à mettre en œuvre des actions pour faire de votre artère commerciale une destination accueillante et prisée.

Pour informations :

CDEC Rosemont-Petite-Patrie : 514 723-0030

Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie : 514 868-3899

**En savoir plus / Lire un témoignage**

[www.cdec-rpp.ca](http://www.cdec-rpp.ca)

[www.journalderosemont.com](http://www.journalderosemont.com)



**Quand** j'ai décidé de m'impliquer dans le développement de mon artère commerciale, j'y voyais un potentiel pour mon entreprise mais aussi pour le secteur. J'avais envie de faire bouger les choses pour que notre bout d'artère soit plus attrayant.

Dès la première rencontre, organisée par la CDEC et l'arrondissement à l'initiative de commerçants du secteur, l'échange nous a permis d'exprimer nos préoccupations et d'entrevoir les possibilités qu'il y avait à travailler ensemble pour y faire face. L'union fait la force, tant au plan du budget que de l'impact. On peut réaliser des

projets d'une plus grande portée. On reçoit plus d'écoute de la part de tous car nous sommes plusieurs à parler d'une même voix.

Le fait de travailler ensemble est aussi bon pour l'atmosphère sur la rue, car nous apprenons à nous connaître. Ça faisait huit ans que j'étais dans le secteur et ça m'a donné l'occasion de découvrir et d'échanger avec les propriétaires de plusieurs commerces avec lesquels je n'étais pas en lien. Cela nous permet de discuter, de mettre en commun nos expériences, d'échanger des contacts et des conseils qui nous aident à améliorer notre gestion. Tout le monde voyait des problèmes ici et là sur la rue et personne ne savait que les autres l'avaient remarqué aussi. En prenant le temps de nous y attarder ensemble, nous voyons mieux quoi améliorer, quelles sont les lacunes, et quelles sont les opportunités. Nous développons une vue d'ensemble qui dépasse notre seul commerce. En effet, si l'un d'entre nous va bien, cela a un effet positif sur les autres.

Déjà, en un an, nous sommes plutôt fiers de nos réalisations. Suite à un concours tenu auprès de nos clients, nous nous sommes choisis un nom, Le P'tit Beaubien. Nous avons ensuite élaboré un logo, un carton promotionnel, et sommes à créer un site Internet pour notre nouvelle association. Cela permettra à tous les commerçants d'être présents sur Internet, avec photos et coordonnées, sans qu'ils aient à passer du temps à concevoir leur propre site. Ils pourront même y annoncer des promotions! Nous avons aussi commencé à nous faire connaître de la population avoisinante par notre présence au Salon de l'alimentation à Rosemont, en mars dernier, ainsi que par deux publicités, l'une en juillet et l'autre à Noël. Déjà les gens commencent à nous en parler, à reconnaître le nom. Les commerçants sont très enthousiastes et intéressés, ils participent en grand nombre à ces activités et se sont montrés très généreux de leur temps et de leur contribution. Tout cela nous permet d'entrevoir un très bel avenir pour notre artère commerciale et pour chacun de nos commerces.

**Diane Berthelet**

**Propriétaire, Clinique vétérinaire Sur Quatre Pattes**

**Membre de l'association commerciale Le P'tit Beaubien**

[www.ptitbeaubien.com](http://www.ptitbeaubien.com) (à venir)