

L'ACTIVITÉ COMMERCIALE EN APPUI AU DYNAMISME DES CŒURS DE COLLECTIVITÉS

Répertoire de commerces inspirants





L'ACTIVITÉ COMMERCIALE EN APPUI AU DYNAMISME DES CŒURS DE COLLECTIVITÉS

Répertoire de commerces inspirants

Les cœurs de collectivités sont autant des milieux de vie que des espaces commerciaux. Noyaux animés des communautés, colonnes vertébrales des collectivités, vecteurs de mobilité durable et moteurs de l'économie locale, ils sont pourtant mis à mal par différents facteurs (concurrence internationale, commerce en ligne, étalement en périphérie, télétravail, etc.). Il existe un lien intrinsèque entre la question commerciale et l'état de santé d'une centralité. À l'ère des changements climatiques, il importe d'élaborer un développement et une planification commerciale durables, qui mettent l'accent sur les cœurs de collectivités, notamment pour leur potentiel en sobriété carbone.

Avec les fiches qui suivent, Rues principales souhaite partager des exemples inspirants de commerces ayant fait le choix de s'installer dans un cœur de collectivité : leurs motivations, leurs bons coups et leurs défis. Ces commerces ont par ailleurs souvent bénéficié d'un certain appui de leur collectivité, ou auraient aimé être mieux soutenu.

Contenu

- + Fiche 01 – Demain Peut-être, Donnacona
- + Fiche 02 – Coop d'alimentation Bonichoix, Rivière-à-Pierre
- + Fiche 03 – Marché Prospect, Sherbrooke
- + Fiche 04 – Café aux Cinq Sœurs, Sainte-Thècle
- + Fiche 05 – Pop-up VerdunLuv, Verdun (Montréal)
- + Fiche 06 – Cinéma Beaubien, Rosemont (Montréal)
- + Fiche 07 – L'Entropique, Mont-Laurier
- + Fiche 08 – Rack à bécik, Gatineau

Partenaire financier

Le projet *Près du cœur* bénéficie d'une aide financière du gouvernement du Québec tirée du programme Action-Climat Québec et rejoint les objectifs du Plan pour une économie verte 2030.

Plan pour une
économie
verte



Québec



ISBN : 978-2-923124-26-1 (version imprimée)
ISBN : 978-2-923124-27-8 (PDF)

Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2025
Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2025

© Rues Principales (2025)
ruesprincipales.org

DEMAIN PEUT-ÊTRE

Une boutique en ligne créée pendant la pandémie dynamise une rue historique peu active

Portrait

- + Année d'ouverture du commerce physique : 2021
- + Secteur d'activité : vente d'objets *vintage* et d'artisanat local
- + Personnel : les deux propriétaires
- + Localisation : Donnacona, MRC de Portneuf

Spécialisée dans les articles *vintage*, les accessoires décoratifs et l'artisanat local, le commerce de Genevieve et Éric a aujourd'hui pignon sur rue à Donnacona. La vente en ligne reste la source principale de revenus de l'entreprise, mais la boutique physique est devenue un élément clé pour ses propriétaires. Et une fierté du milieu ! Elle attire tant les résidents que la clientèle de passage.

Collectivité

La rue principale de Donnacona, dotée d'un charme historique, ne compte malheureusement que très peu de commerces pour l'animer. La proximité de Québec et Trois-Rivières permet d'attirer une clientèle de ces villes. À mesure que la Ville de Québec s'étend, l'abordabilité immobilière de Donnacona en fait un endroit attrayant pour les familles et pour de nouveaux commerces.

Contribution du commerce à la collectivité

- + Boutique de destination, attrait pour le centre-ville
- + Fierté du milieu

« On aimerait voir s'implanter une crèmerie, un café ou tout autre commerce de détail. Tout pour amener des gens à marcher sur notre rue ! »

- Éric Gagnon, copropriétaire



Source : Demain Peut-Être

Moments clés

2020

- + Début de la vente en ligne d'objets *vintage*, pendant la pandémie, en parallèle des emplois respectifs de Genevieve et Éric

2021

- + Lancement du site Internet transactionnel
- + Constat d'un besoin d'entreposage et de gestion des stocks
- + Acquisition d'un triplex à Donnacona : réponse au besoin d'entreposage et opportunité d'ouvrir une boutique physique

2024

- + Plus de 8 000 abonnés sur Instagram
- + Augmentation de l'offre de meubles restaurés

CLÉS DE SUCCÈS

Présence en ligne

La création du commerce en ligne a permis de tester leur offre, puis de viabiliser leur modèle d'affaires. Demain Peut-Être a une solide présence numérique et un marketing efficace.

Compétences complémentaires et autonomie

Les expériences et les compétences du couple (Genevieve en marketing et Éric en finance) leur permet d'éviter la sous-traitance. Genevieve gère l'image de marque et la programmation du calendrier de l'offre des produits, tandis qu'Éric s'occupe de la gestion financière et du développement de produits.

Flexibilité financière

La capacité des propriétaires à acheter le bâtiment grâce au coût abordable de Donnacona, ainsi que les revenus de location des deux logements du triplex, facilitent les fins de mois.

Agilité et flexibilité

Les commerçants analysent les statistiques d'achalandage pour optimiser leurs heures d'ouverture, tout en gardant un équilibre travail-famille. Ils ont également adapté leur offre, en apprenant à trouver un équilibre entre les valeurs intrinsèques au commerce (écocorresponsabilité, intemporalité, abordabilité, achat local) et réalité de la demande¹.

SOUTIEN DU MILIEU

Un agent de développement commercial a été embauché par la Ville à la suite de l'élaboration du plan de dynamisation du centre-ville de Donnacona en mai 2023. Il est toutefois primordial que la Ville maintienne ses efforts et alloue un budget annuel pour des réalisations concrètes en continu. Ceci favoriserait le succès de ce projet en rendant attractif le centre-ville.

Soutien souhaité

- + Mise en place d'incitatifs spécifiques au centre-ville pour les nouveaux commerces, tels que du soutien à la rénovation de vieux bâtiments et de l'aide à la visibilité.
- + Sensibilisation de la population locale à l'importance d'acheter dans les commerces du cœur de collectivité pour les soutenir et assurer leur pérennité.
- + Mise en place d'efforts pour garder les commerces créateurs d'achalandage au centre-ville, comme la SAQ.
- + Démarchage pour l'ouverture d'autres commerces à proximité afin de créer de l'achalandage au centre-ville.

« Les gens veulent de beaux petits commerces dans leur ville, mais l'achat dans les grandes bannières demeure bien ancré dans les habitudes de consommation. »

- Éric Gagnon, copropriétaire

CONSEILS POUR D'AUTRES ENTREPRENEURS

1. Profiter de la vacance commerciale comme levier pour tester son commerce. Dans un milieu avec un haut taux de bâtiments commerciaux vacants, on conseille de contacter les propriétaires et de leur proposer un bail de courte durée pour tester son commerce. La vacance commerciale signifie aussi souvent des prix abordables.
2. Ne jamais négliger votre réseau. L'expérience d'entrepreneurs, le soutien de vos proches et les nombreux programmes d'aide gouvernementaux accessibles en ligne sont des ressources précieuses pour vous guider et propulser votre projet.



Source : Demain Peut-Être

¹ Demain Peut-Être, 2024 ; Gagnon, 2024

COOPÉRATIVE D'ALIMENTATION DE RIVIÈRE-À-PIERRE

Une mobilisation collective à succès contre un désert alimentaire

Portrait

- + Année d'ouverture du commerce : 2009
- + Secteur d'activité : Alimentation, SAQ, poste d'essence, location d'entrepôts
- + Personnel : 15 employés
- + Localisation : Rivière-à-Pierre, dans Portneuf

Situé à 20 km du village le plus près, Rivière-à-Pierre souffrait d'un manque de commerces de proximité. La Municipalité et ses habitants se sont mobilisés pour ouvrir une coopérative d'alimentation sur la rue principale du village. En plus de l'épicerie, la coopérative offre une agence SAQ, un poste d'essence, des espaces de location (pour les motoneiges notamment) et un guichet automatique.

Collectivité

Rivière-à-Pierre est un village rural de 671 habitants permanents, mais dont la population atteint plus de 2 000 habitants lorsque les personnes en quête de villégiature, de chasse, de pêche ou de motoneige viennent profiter de l'accès aux multiples lacs et aux trois zecs.

Contribution du commerce à la collectivité

- + Répond aux besoins du quotidien dans un village isolé
- + Offre des services de base attrayants pour la clientèle touristique

« Pour un petit village, la forme coopérative est idéale. »

- Johanne Landry, présidente de la coopérative

¹ Pachonski, s. d.

² Idem



Source : Coopérative d'alimentation de Rivière-à-Pierre

Moments clés



2006

- + Plainte de la population auprès du conseil municipal concernant le peu de commerces de proximité et leurs heures d'ouverture limitées
- + Formation d'un premier comité provisoire (de gens d'affaires) pour tester le service d'épicerie complète



ENTRE 2006 ET 2008

- + Sondage révélant que 90 % de la population est en faveur de la création d'une coopérative alimentaire¹
- + Formation d'un deuxième comité provisoire, composé de 11 citoyens
- + Communications régulières sur l'avancement du projet et sensibilisation des habitants au concept de coopérative²



2008

- + Création de la coopérative



2009

- + Ouverture du commerce



2024

- + 392 membres
- + Un chiffre d'affaires de 4 600 000 \$



CLÉS DE SUCCÈS

Forme coopérative

Le choix de la forme coopérative a permis de récolter 90 000 \$ en parts sociales, en plus de vendre des parts privilégiées, ainsi que d'obtenir des subventions lors de sa création. Le statut coopératif permet également d'obtenir l'aide de la Fédération des coopératives d'alimentation du Québec (FCAQ), dont les conseils sont précieux tant dans la création que dans la gestion de la coopérative.

Écoute de la clientèle

La coopérative est à l'écoute de ses clients et de leurs besoins. Elle ouvre, par exemple, à 6 h 15 le matin pour les gens qui partent travailler et qui souhaitent acheter collations ou repas et faire le plein d'essence.

Clientèle touristique

Bien que créée par et pour les habitants, la coopérative tire une part importante de sa rentabilité des nombreux villégiateurs et des touristes en route vers les zecs ou la Réserve faunique de Portneuf.

Coût du local abordable

Après avoir élaboré plusieurs plans immobiliers, la coopérative a bénéficié de la mise en vente, à un prix abordable, de l'ancienne quincaillerie ayant fait faillite³.

« L'important, c'est d'avoir le soutien de connaisseurs et de s'en servir, de se faire aider dans le plan d'affaires. Ça prend le support de tous les organismes possibles. »

- Johanne Landry, présidente de la coopérative

Conseil d'administration expérimenté et diversifié

La majorité des membres du conseil d'administration sont des chefs d'entreprise, apportant leur expertise en gestion. Les autres membres, issus d'autres milieux, offrent une perspective diversifiée et veillent à l'évolution de la coopérative.

SOUTIEN DU MILIEU

La coopérative n'aurait pas pu voir le jour sans la mobilisation de nombreux acteurs. La population ripierroise, en premier lieu, s'est mobilisée dans la création de la coopérative. Des bénévoles se sont impliqués au sein du comité provisoire et pour l'entretien et les corvées lors du démarrage. La Municipalité a soutenu le projet dès le départ et a joué un rôle fondamental de facilitatrice. Le Centre local de développement de Portneuf et la Coopérative de Développement Régional Québec-Appalaches ont offert, pour leur part, un accompagnement entrepreneurial soutenu ainsi que de la sensibilisation sur le concept de coopérative. Enfin, la FCAQ a soutenu la coopérative dans son démarrage et continue de lui apporter un soutien ponctuel⁴.

Soutien souhaité

- + Bien que les habitants de Rivière-à-Pierre se soient mobilisés pour la coopérative, ils s'en servent davantage comme dépanneur que comme épicerie de proximité. La coopérative souhaiterait que la population ripierroise y consomme plus, sachant que seulement 18 % des revenus de la dernière année proviennent des membres.

CONSEILS POUR D'AUTRES ENTREPRENEURS

1. Prendre tout l'accompagnement et toute l'aide qui sont offerts.
2. Être à l'écoute des clients et de leurs besoins.
3. Avoir une équipe efficace sur le plancher et une gérance qui respecte les budgets.

³ Pachonski, s. d.

⁴ L. Landry, 2024 ; Pachonski, s. d.



Source : Coopérative d'alimentation de Rivière-à-Pierre

MARCHÉ PROSPECT

Une épicerie de quartier centenaire et toujours à la page

Portrait

- + Année d'ouverture du commerce physique : 1920
- + Secteur d'activité : alimentation
- + Personnel : 20 employés, incluant les 2 propriétaires
- + Localisation : Sherbrooke en Estrie

Situé dans le Vieux-Nord de Sherbrooke, le Marché Prospect est une épicerie qui a traversé les époques et qui continue de satisfaire la clientèle du quartier. En plus de répondre aux besoins d'achats de proximité, elle est également le lieu où les résidents du quartier se croisent et socialisent. Louis et Sabina, le couple propriétaire, ont aussi à cœur de répondre aux besoins des personnes âgées.

Collectivité

Le Vieux-Nord de Sherbrooke est un quartier historique, essentiellement résidentiel, où se côtoie une diversité de populations. Doté d'une identité particulière, on y trouve beaucoup de maisons cossues, mais aussi des secteurs moins nantis. L'épicerie est l'une des rares indépendantes dans cette grande ville où la compétition des grandes enseignes est forte.

Contribution du commerce à la collectivité

- + Le marché joue pleinement son rôle de commerce de proximité. Louis et Sabina le considère même comme le « parvis de l'église », un lieu pour maintenir l'esprit de communauté¹.

« On sait qu'on n'est pas le premier choix, on est le deuxième choix et on l'accepte. Mais on va être le meilleur deuxième choix possible. »

- Louis Delisle, copropriétaire²

¹ Delisle, 2024

² Rondeau, 2023



Source : Google Streetview

Moments clés



1920

- + Ouverture du magasin général



Années 50

- + Transformation du magasin général en marché d'alimentation



2016

- + Achat du commerce par Louis et Sabina



Entre 2016 et 2020

- + Augmentation du chiffre d'affaires de 40 %

CLÉS DE SUCCÈS

Loyer abordable

Les propriétaires du bâtiment, qui ont déjà tenu l'épicerie, ont toujours veillé à maintenir le loyer à un prix abordable. Sans ça, une telle épicerie aurait dû mourir dans les années 1990, selon Louis. Plus récemment, les nouveaux propriétaires se sont assurés d'obtenir un bail à long terme.

Service à la clientèle

Louis et Sabina savent très bien qu'ils ne peuvent compétitionner les grandes enseignes sur les prix. Ils misent plutôt sur la qualité du service à la clientèle pour la réussite de leur épicerie de quartier, ce qui se joue dans l'accumulation de petites et grandes attentions :

- + ouverture 365 jours par an, et jusqu'à 21 h le soir ;
- + refus d'installer des caisses automatiques, par souci pour les personnes âgées ;
- + service de livraison, particulièrement utile aux personnes à mobilité réduite ;
- + commandes personnalisées pour les habitués.

Emplacement, proximité et sentiment d'appartenance

Si l'emplacement, dans un des rares espaces commerciaux du quartier, en dehors de la rue King Ouest, est un important facteur de réussite, le marché prospère également grâce à la proximité et au sentiment d'appartenance. La clientèle s'y rend beaucoup à pied ou à vélo et Louis et Sabina ont réussi à faire de leur épicerie un véritable lieu de rencontre.

Synergie avec la quincaillerie

Le Marché Prospect travaille en synergie avec la quincaillerie voisine, qui crée de l'achalandage. Ensemble, les deux commerces reforment le magasin général. L'épicerie a arrêté de vendre des produits vendus à la quincaillerie et lui prête de la place de stationnement pour qu'elle puisse exposer ses produits estivaux.

SOUTIEN DU MILIEU

Les propriétaires n'ont pas eu de soutien spécifique de la collectivité, si ce n'est l'importance du loyer abordable. Selon Louis, de toute façon, les municipalités n'ont pas les moyens de soutenir tous les commerces individuellement.

Soutien souhaité

- + La réussite des commerces de proximité dépend en grande partie de l'achalandage sur la rue. Ainsi, les démarches de densification et les ajustements des règlements municipaux en ce sens, combinant des logements, des bureaux, des commerces et des restaurants, sont essentiels pour soutenir les commerces.
- + Les commerçants pensent souvent que le stationnement gratuit est la clé de voûte de leur succès. Mais il faut plutôt un bassin de clientèle à proximité.

« Quand les gens disent « mon épicerie », c'est un succès pour moi, ça démontre le sentiment d'appartenance. »

- Louis Delisle, copropriétaire

CONSEILS POUR D'AUTRES ENTREPRENEURS

Faire une bonne analyse des besoins des clients. Les commerces doivent répondre aux besoins des clients plutôt que de les devancer. Il faut aussi s'assurer que le besoin n'est pas déjà comblé.



Source : Sabina Kapetanovic

CAFÉ AUX CINQ SOEURS

La transformation d'un ancien magasin général en café-boutique

Portrait

- + Année d'ouverture du commerce physique : 2016
- + Secteur d'activité : restauration, commerce de détail
- + Personnel : 10 à 12 employés selon les saisons
- + Localisation : Sainte-Thècle, en Mauricie

D'abord à la recherche d'une maison patrimoniale pour leur famille, Roxanne et Olivier ont finalement transformé un ancien magasin général abandonné depuis 20 ans en un café-boutique. Grâce au succès du commerce, que se sont approprié les locaux et les touristes, le couple participe maintenant activement à l'essor du village et au développement régional.

Collectivité

La rue principale de Sainte-Thècle, un village rural d'environ 2 500 habitants, à l'est de Shawinigan et de Saint-Tite, abrite peu de commerces, outre un BMR, un restaurant et une caisse Desjardins.

Contribution du commerce à la collectivité

- + L'ouverture du Café Aux Cinq Sœurs a fortement contribué à dynamiser le cœur villageois. Le succès de l'entreprise a suscité l'intérêt d'autres municipalités, qui ont approché le couple pour qu'il ouvre un nouveau commerce chez eux, voyant les formidables retombées du commerce dans sa communauté. Depuis son ouverture, de nouveaux habitants se sont installés à Sainte-Thècle, un engouement touristique est né et d'autres entrepreneurs s'y sont intéressés. En neuf ans, plusieurs commerces ont ouvert et l'école primaire est l'une des seules de la MRC à accueillir de plus en plus d'enfants.

« La paye, c'est aussi avoir un impact sur la communauté; les locaux sont fiers que ça soit dans leur village. C'est chez nous. »

- Roxanne Monfette, copropriétaire



Source : Aux Cinq Sœurs

Moments clés

2015

- + Acquisition d'une maison à laquelle était annexé l'ancien Magasin Général
- + Lancement du projet entrepreneurial de rénovation du magasin général pour en faire un commerce

2016

- + Ouverture du Café Aux Cinq Sœurs

2017

- + Fermeture de la rue pour une grande fête à laquelle ont participé plusieurs autres commerçants

2018

- + Achat d'une bâtisse en face du café pour diversifier les activités, vers l'agrotourisme et l'agroalimentaire

2019

- + Fermeture de ladite bâtisse pour des raisons de sécurité : découverte de vices cachés et de risques d'effondrement
- + Grand soutien de la communauté pour affronter cette épreuve

2023

- + Rénovation du deuxième étage pour agrandir la production du café grâce au Fonds de développement des entreprises touristiques

CLÉS DE SUCCÈS

L'appui de la MRC

La proximité avec leur MRC, proactive et bien informée, est un atout majeur. La MRC de Mékinac aide considérablement les entrepreneurs dans leurs recherches et démarches, offrant un soutien précieux pour le développement de projets locaux. Les employés prennent même les devants pour partager, par exemple, des subventions auxquelles les entrepreneurs pourraient postuler.

L'expérience et le storytelling

Créer une expérience, c'est ce que le couple a voulu faire avec son commerce. Ils ont repris l'histoire de la bâtisse et du commerce qui y avait longtemps eu pignon sur rue pour en faire quelque chose d'actuel. Ils ont su raconter une histoire et jouer sur la nostalgie du magasin général. Et ce n'est pas que du marketing, c'est la réalité.

Clientèle locale très fidèle

Les résidents fréquentent régulièrement le café et s'y procurent des cadeaux pour diverses occasions. Roxanne adapte constamment la marchandise aux saisons, aux fêtes et aux tendances pour répondre à tous les besoins. Le café rassemble des gens de tous âges, y compris des jeunes qu'ils ont vus grandir au fil des huit années d'activité.

SOUTIEN DU MILIEU

En 2019, une grande mobilisation du maire de l'époque a permis d'amasser 25 000 \$ pour contribuer aux frais de démolition et soutenir le couple dans leur projet, devenu le principal attrait du village. Une campagne de sociofinancement est mise en place et un spectacle d'humour est organisé pour les aider à payer une partie de l'hypothèque de la bâtisse qu'ils ont dû démolir à cause de problèmes structurels.

Soutien souhaité

- + Un soutien continu est indispensable pour assurer la prospérité des commerces établis. Durant les cinq premières années du café, le soutien et la reconnaissance reçus ont été cruciaux pour bâtir leur notoriété. Mais après plusieurs années d'activité, même en période de stabilité, quel soutien pourrait les aider à maintenir le cap, voire à aller plus loin ?

« L'important, c'est d'avoir des produits qui répondent aux besoins des locaux. Ils plairont aussi aux touristes. »

- Roxanne Monfette, copropriétaire

CONSEILS POUR D'AUTRES ENTREPRENEURS

1. Miser fortement sur une équipe soudée, avec des employés fidèles qui restent des années, qui développent une expertise et créent un lien avec la clientèle. C'est essentiel pour la stabilité et la croissance.
2. Adapter son produit aux besoins de la clientèle. Au début, on proposait des œuvres d'art. C'était beau, mais ça ne vendait pas. On a changé la stratégie pour offrir des produits d'utilité : corporel, papeterie, etc.
3. Se former en continu. Il est crucial de continuer à améliorer ses compétences, que ce soit en gestion des réseaux sociaux, en ressources humaines ou dans tout autre domaine pertinent.



Source : Aux Cinq Soeurs

BOUTIQUE POP-UP VERDUNLUV

Un pop-up géré par la SDC Wellington: soutenir l'arrivée de nouveaux commerçants

Portrait

- + Année d'ouverture de la boutique : 2023
- + Secteur d'activité : commerce de détail
- + Personnel : une personne de la SDC pour la programmation, variable au sein du pop-up selon les entreprises
- + Localisation : Arrondissement Verdun, à Montréal

Chapeauté par la Société de développement commercial Wellington, le pop-up est un espace clé en main, et entièrement modulable, destiné aux entreprises à succès qui souhaitent tester un nouvel environnement commercial. Sélectionnés pour compléter l'offre commerciale de la rue Wellington, les entrepreneurs peuvent y vendre leurs produits pendant un mois.

Collectivité

La rue Wellington, à Verdun, est une rue commerciale dynamique, piétonne en été, qui attire de nombreux passants. Bordée de boutiques, de cafés, de restaurants et de bars, elle accueille des événements ponctuels, comme une cabane à sucre au printemps. Avec ses installations pour enfants et ses rampes d'accessibilité universelle, la rue crée une vie de quartier animée et inclusive.

Contribution du commerce à la collectivité

- + Mise en place pour combler un manque de commerces de détail, la boutique pop-up joue un rôle clé dans la dynamisation de la Promenade Wellington¹. Elle contribue à la mise en valeur du territoire ainsi qu'au développement commercial, à l'esthétisme de la rue et à l'achalandage de la rue. En effet, sa programmation est désormais attendue d'une clientèle qui vient voir chaque nouveauté.

¹ SDC Wellington, s. d.



Source: Caroline Perron

Moments clés



2021

- + Location d'un conteneur et transformation en espace boutique



2022

- + Pendant deux mois d'été, le conteneur pop-up accueille 9 commerçants qui changent toutes les deux semaines



2023

- + Ouverture d'une boutique à l'année dans un local commercial traditionnel

« L'idée première, c'est de montrer aux entrepreneurs que s'installer sur la rue Wellington de façon pérenne pourrait être profitable. »

- Patrick Mainville, directeur général de la SDC Wellington

CLÉS DE SUCCÈS

Programmation

La création d'une programmation attrayante et dynamique, semblable à celle d'un festival, a permis d'attirer un public varié et de maintenir l'intérêt. L'organisation d'événements spéciaux et la communication claire de ce qui est prévu incitent les visiteurs à revenir.

Heures d'ouverture stables

La fiabilité des horaires d'ouverture est primordiale pour ne pas décevoir les visiteurs. Le choix d'horaires qui correspondent aux habitudes de la communauté, constants et bien communiqués maximise l'accessibilité et l'affluence.

Autofinancement

Le Pop-up VerdunLuv est un projet qui s'autofinance, ce qui est une grande fierté pour la SDC. Le loyer demandé aux entrepreneurs pour s'y installer pour un mois pourrait sembler élevé, mais il inclut de nombreux avantages clés en main, en plus de la cotisation des membres de la SDC.

SOUTIEN DU MILIEU

La SDC travaille au développement commercial

Grâce au financement de l'Arrondissement Verdun, la SDC peut dédier des ressources humaines et un budget au recrutement commercial. Pour ce faire, elle a principalement misé sur le projet de boutique pop-up. Par ailleurs, dans sa sélection, l'équipe veille à ne pas engendrer de concurrence déloyale pour les commerçants déjà établis.

Soutenir les besoins du milieu et leur évolution

Une boutique pop-up a le potentiel de regrouper plusieurs entreprises pour créer une attraction plus importante. Son offre doit répondre réellement à un besoin de la communauté, mais elle peut aussi modifier les habitudes des gens et les inciter à fréquenter la rue principale.

« On veut mettre de l'avant les entrepreneurs.
Ils ont risqué beaucoup pour en être
où ils en sont! »

- Patrick Mainville, directeur général de la SDC Wellington

CONSEILS POUR D'AUTRES ENTREPRENEURS

1. S'entendre sur l'objectif du pop-up et définir une vision claire et partagée entre tous les partenaires. Cela facilitera la coordination des efforts et maximisera les chances de réussite.
2. Porter attention aux détails et créer une atmosphère accueillante, de la décoration à l'éclairage. Et soigner la programmation et la communication.
3. Miser sur l'abordabilité du loyer et promouvoir l'idée de tester un marché. Dans des plus petits milieux en particulier, où la rentabilité est plus fragile, ce peut être un important incitatif.



Source : Caroline Perron

CINÉMA BEAUBIEN

Engagement communautaire pour la reprise collective du cinéma de quartier

Portrait

- + Année d'ouverture : 1937, transformation en OBNL en 2001
- + Secteur d'activité : Divertissement
- + Personnel : 27 employés
- + Localisation : Arrondissement Rosemont – La Petite-Patrie, à Montréal

Ancré dans le quartier Rosemont depuis les années 1930, le Cinéma Beaubien incarne la vitalité et la solidarité d'une communauté qui a su se mobiliser pour préserver ce lieu culturel « mettant de l'avant le cinéma d'art et d'essai, tout en cultivant des espaces de rencontre et d'échange »¹. Entreprise d'économie sociale, le cinéma a grandement contribué à l'essor économique du quartier.

Collectivité

Quartier dynamique et résidentiel de Montréal, Rosemont compte sur une forte présence de commerces de proximité et de parcs. L'avenue Beaubien est particulièrement vivante, offrant une variété de boutiques, restaurants, bars et cafés qui contribuent à l'attrait du quartier.

Contribution du commerce à la collectivité

Le cinéma est un élément essentiel de la vitalité des commerces environnants et a un effet structurant sur le quartier. Non seulement contribue-t-il à l'image positive du milieu, il est également le point central de Rosemont pour bien des résidents³.

« Certains commerçants nous ont dit avoir déménagé près du cinéma pour la clientèle et l'ambiance. »

- Roxanne Sayegh, directrice générale



Source : Parafilms

Moments clés

- 1937**
 - + Ouverture du cinéma de quartier Le Beaubien
- 1941**
 - + Vente à Odéon et changement de nom pour Le Dauphin
- 2000**
 - + Faillite d'Odéon et fermeture du Dauphin
- 2001**
 - + Mobilisation citoyenne pour sauvegarder le cinéma, grâce au leadership de la Corporation de développement communautaire de Rosemont-Petite-Patrie (CDEC)²
 - + Reprise du cinéma sous forme d'OBNL, avec un modèle d'économie sociale
 - + Réouverture sous le nom de Cinéma Beaubien
- 2013**
 - + Regroupement avec le Cinéma du Parc
- 2018**
 - + Regroupement avec le Cinéma du Musée

¹ Cinéma Beaubien, s. d.

² Angulo, 2019, p. 79

³ Angulo, 2019

CLÉS DE SUCCÈS

L'économie sociale comme modèle d'affaires

La transformation du Cinéma Beaubien en OBNL a favorisé une gestion orientée vers la mission culturelle et communautaire. Cette structure permet de réinvestir les revenus directement dans l'amélioration des services et de la programmation, tout en bénéficiant de subventions et de soutiens spécifiques aux organismes à but non lucratif.

Ancrage dans un pôle commercial de quartier

Le Cinéma Beaubien profite aux commerces voisins, mais l'inverse est aussi vrai. Le cœur de quartier dans lequel il est implanté donne le goût aux gens d'aller y passer un après-midi pour profiter du parc, prendre un café ou un repas, puis aller au cinéma.

Engagement communautaire

Depuis sa sauvegarde par la communauté en 2001, le cinéma travaille à maintenir cet engagement. Il encourage la participation active des résidents du quartier et de ses membres et stimule ainsi un sentiment d'appartenance et fidélise son membrariat. Il a également organisé plusieurs levées de fonds, notamment pour des rénovations importantes. Au-delà des gains financiers, ces campagnes renforcent les liens avec la communauté locale.

Regroupement de cinémas indépendants

Des alliances avec le Cinéma du Parc (2013) et le Cinéma du Musée (2018) entraînent une mutualisation des ressources humaines dédiées à l'administration, à la programmation, aux communications et à la comptabilité. Par ailleurs, chaque cinéma répond aux besoins spécifiques de sa communauté. Ce regroupement assure la vitalité de chacun et renforce leurs retombées dans leurs communautés respectives.

SOUTIEN DU MILIEU

Lors de la faillite d'Odéon, en 2001, et le rachat du cinéma par une pharmacie, les résidents de Rosemont se sont fortement mobilisés pour préserver ce lieu de culture et de rencontre. Une campagne d'obligations communautaires est entreprise en 2022, dans laquelle les membres de la communauté jouent le rôle d'investisseurs solidaires, puis ont le choix de renouveler leur investissement, de récupérer leurs intérêts ou de les offrir en dons à L'OBNL.

Soutien souhaité

Subventions accrues

Les revenus autonomes du Cinéma Beaubien assurent 90 % de son budget de fonctionnement. Toutefois, comme pour beaucoup de cinémas indépendants, son développement (projets spéciaux de programmation, rénovations, etc.) dépend de subventions. Une augmentation de revenus divers, dont le soutien d'institutions publiques, pourrait aider à accélérer son développement.

« Le groupe de cinémas, c'est comme une famille: des frères, soeurs et cousins qui se ressemblent, mais qui sont différents. Ce n'est pas une chaîne. Chacun a sa couleur, son public et sa programmation. »

- Roxanne Sayegh, directrice générale

CONSEILS POUR D'AUTRES ENTREPRENEURS

1. Impliquer la communauté dès le départ pour créer un sentiment d'appartenance et de soutien.
2. Être agile et diversifier les sources de revenus (événementiel, nourriture, offre de breuvages alcoolisés, groupes, partenariats) afin de s'adapter aux défis.



Source: Anne-Marie Barbeau.

L'ENTROPIQUE

Un salon ludique et inclusif contribuant à l'animation de la rue

Portrait

- + Année d'ouverture : 2021
- + Secteur d'activité : divertissement et commerce de détail
- + Personnel : les deux propriétaires et un employé pour les soirées
- + Localisation : Mont-Laurier, dans les Laurentides

C'est dans l'optique de dynamiser leur centre-ville et avec le souci d'offrir un lieu inclusif pour briser l'isolement qu'Édith et Joris ont ouvert L'Entropique. Ils ont fait de ce salon ludique un espace de divertissement unique, avec terrasse estivale, club social pour personnes âgées et jeu d'évasion extérieur, reliant plusieurs commerces environnants et animant ainsi le centre-ville de manière innovante.

Collectivité

Pôle régional de la MRC d'Antoine-Labelle, dans les Laurentides, et destination plein air, Mont-Laurier accueille plusieurs commerces, mais manque de lieux de socialisation, particulièrement intérieurs pour les journées de mauvais temps. Par ailleurs, la proximité du boulevard commercial et du centre-ville nuit à l'achalandage de la rue principale. La Ville a récemment rénové cette dernière, mais elle peine à retrouver son affluence, les habitants ayant perdu l'habitude de s'y promener.

Contribution du commerce à la collectivité

La population avait exprimé le besoin pour plus de lieux de rencontre dans la ville. Joris, inspiré par l'engagement de son père à Rues Principales Mont-Laurier, et Edith, passionnée par l'urbanisme, se sont mobilisés et ont ouvert L'Entropique, un commerce qui allait répondre à ce besoin et animer le centre-ville.

« La chambre de commerce avait fait un sondage et avait obtenu des résultats clairs : les gens veulent des terrasses, des crèmeries, des endroits pour passer du temps. En ce moment, il n'y a pas de parcours, les gens se stationnent, achètent, repartent. »

- Joris Lapierre-Meilleur, copropriétaire



Source : L'Entropique

Moments clés



2020

- + Création de L'Entropique juste avant la COVID, puis ouverture d'un point de service dans une pâtisserie de la rue principale



2021

- + Lancement de la campagne de financement Ulule : 7 525 \$ amassés auprès de 86 contributeurs pour l'ouverture officielle de la boutique
- + Ouverture de la boutique



2022-2023

- + Expansion des services avec l'introduction de jeux d'évasion et d'autres événements



2024

- + Ouverture d'une terrasse pour animer davantage le centre-ville
- + Lancement du club social pour offrir des activités gratuites aux aînés
- + Fermeture de la boutique physique par manque d'achalandage



CLÉS DE SUCCÈS

Soutien au démarrage d'entreprise

Malgré un début assez difficile avec un projet jugé trop excentrique pour le milieu, Joris et Edith ont reçu une précieuse aide de la part d'une employée à la Maison de l'entrepreneur de Mont-Laurier, qui a cru en leur projet. Elle les a aidés à monter un plan d'affaires rigoureux, leur permettant d'obtenir plusieurs subventions. Le programme Créavenir de Desjardins leur a également ouvert la porte à une marge de crédit et à des subventions.

SOUTIEN DU MILIEU

Le commerce a bénéficié d'une solidarité locale fort appréciable. La campagne de financement Ulule, couronnée de succès, en est un bon exemple, de même que les nombreux clients qui ont préféré soutenir L'Entropique plutôt que d'acheter en ligne. Par ailleurs, une synergie s'est établie entre commerces locaux, au bénéfice de chacun.

« Consommer dans ton centre-ville, c'est pas juste encourager le commerçant, c'est soutenir ton milieu. »

- Edith Beauchemin, copropriétaire

Soutien souhaité

Travailler à faire revenir les gens au centre-ville

Avec la rénovation récente de la rue principale, les résidents ont perdu l'habitude de venir au centre-ville. La municipalité doit intensifier ses efforts pour réactiver la rue principale, en favorisant des animations et en optimisant l'utilisation des espaces extérieurs nouvellement aménagés, tels que les trottoirs élargis.

Créer un réflexe centre-ville

Il est crucial de changer la perception qu'a le milieu des affaires que le centre-ville n'est pas rentable. Par exemple, un entrepreneur lauriermontois avait un projet d'animation et s'est fait conseiller par une grosse firme d'étude de s'établir sur le boulevard ou dans un centre commercial au lieu du centre-ville. La Ville doit mettre les efforts pour promouvoir les avantages de s'installer au centre-ville.

Priorité administrative à l'animation du centre-ville

Les longs délais pour obtenir un permis d'affichage ou de terrasse freinent la dynamisation du centre-ville. Dans une logique de réflexe centre-ville, la Ville devrait traiter en priorité les demandes concernant l'animation commerciale du centre-ville.

Adapter les règles de stationnement

La compréhension des commerçants est que les limites actuelles de deux heures de stationnement, et ce, jusqu'à 21 h, ne sont pas adaptées à l'occupation réelle. Il serait donc important que la Ville effectue une étude de stationnement pour ajuster ses règles de façon à répondre adéquatement aux besoins.

CONSEILS POUR D'AUTRES ENTREPRENEURS

Miser sur l'expérience, le service et les conseils plus que sur le produit. La clientèle va donc penser à votre entreprise avant d'aller en ligne.



Source: L'Entropique

LE RACK À BÉCIK

L'émancipation sociale par le vélo :
une coopérative par et pour la communauté

Portrait

- + Année d'ouverture du commerce physique : 2022
- + Secteur d'activité : Atelier d'autoréparation de vélos et vente de vélos usagés
- + Personnel : 3 salariés et environ 50 bénévoles
- + Localisation : Gatineau (secteur Hull) en Outaouais

Le Rack à bécik est une coopérative de solidarité qui revalorise des vélos usagés, offre des formations à la mécanique vélo et met à disposition des stations d'autoréparation. Réunie avec trois autres entreprises d'économie sociale au sein d'un espace partagé, le « Rez-de-jardin », elle contribue à transformer un espace vacant depuis une dizaine d'années en un lieu d'implication citoyenne.

Collectivité

La rue Eddy, à Gatineau, souffre de dévitalisation, mais connaît une certaine renaissance grâce à des initiatives comme le Rack à bécik et l'espace du Rez-de-jardin. Dans ce quartier marqué par l'embourgeoisement, on trouve à la fois des maisons allumettes typiques de l'époque ouvrière, de nouvelles tours à condominiums et des bâtiments gouvernementaux d'une dizaine d'étages. La rue compte quelques commerces, mais beaucoup de bâtiments sont encore vacants, malgré les efforts de dynamisation.

Contribution du commerce à la collectivité

- + Soutenir la mobilité à vélo dans un quartier défavorisé est en soi une contribution importante à la collectivité. Qui plus est, le Rack à bécik et ses colocataires font du Rez-de-jardin un véritable tiers-lieu au milieu de la rue Eddy, où priment les rencontres informelles, l'accueil et la convivialité. Enfin, la coopérative est fortement ancrée dans son milieu et mise sur de nombreux partenariats locaux pour réaliser sa mission.



Source : Rues principales

Moments clés

2021

- + Constitution de la coopérative
- + Campagne de sociofinancement sur La Ruche
- + Première remise de dons de vélo

2022

- + Ouverture de l'atelier
- + Multiplication des partenariats, notamment avec la Ville et des acteurs de la communauté vélo

2023

- + Plusieurs nouvelles activités, dont la première cohorte de Toutes à vélo
- + Renforcement des synergies au Rez-de-jardin

2024

- + Début des offres aux entreprises : formations adaptées
- + Lancement des ateliers mobiles
- + Cap des 800 vélos remis en circulation, dont 325 pour la seule année 2024

« Notre devise, c'est la réutilisation. Il y a beaucoup de choses qui prennent la poussière. Et le déclic est venu d'une annonce soulignant le triste 10^e anniversaire de la vacance du bâtiment. Les espaces aussi doivent être revalorisés. »

- Karl Goulet, ancien directeur général

CLÉS DE SUCCÈS

Synergie d'économie sociale

Le bâtiment dans lequel se trouve le Rack à bécik accueille également d'autres coopératives et OBNL, qui forment ensemble une colocation. En favorisant un écosystème d'économie sociale, ce regroupement crée un milieu de vie inclusif. Les visiteurs du Rack découvrent d'autres services dans le même bâtiment, comme Bibli'Outils pour les travaux manuels, Horti-Cité en agriculture urbaine, et Chez les Simone pour des rencontres inclusives qui célèbrent le monde féminin. Cette synergie enrichit l'expérience des usagers tout en permettant un partage des coûts.

« C'est encore au stade embryonnaire, mais c'est une grande famille qui tient aussi à créer un milieu de vie inclusif et agréable de gens passionnés. »

- Karl Goulet, ancien directeur général

SOUTIEN DU MILIEU

La coopérative ne pourrait pas fonctionner sans la forte mobilisation des bénévoles. Elle bénéficie également d'une proche collaboration avec la Ville de Gatineau, qui a la volonté de dynamiser son réseau cyclable et de promouvoir l'utilisation du vélo. Cette collaboration assure à la coopérative une pérennité financière et à la Ville, l'élaboration de projets alignés avec les priorités municipales.

Soutien souhaité

Prévisibilité immobilière

Avec toute l'activité immobilière sur la rue Eddy, l'incertitude liée à la vente du bâtiment dans un avenir rapproché rend difficile la planification à long terme. Heureusement, la colocation au Rez-de-Jardin nourrit un sentiment de résilience et fait germer plusieurs idées de réutilisation d'espaces vacants aux alentours, s'il devait y avoir relocalisation. Mais un cadre plus clair du développement de la rue aiderait les commerçants à prévenir les coups.

Financement de ressources humaines

Des subventions pour embaucher plus d'employés et stabiliser l'équipe non bénévole permettraient de renforcer la pérennité de l'organisation et d'assurer une gestion continue.

CONSEILS POUR D'AUTRES ENTREPRENEURS

1. Trouver sa niche en répondant à un besoin non comblé de manière innovante.
2. Mobiliser la communauté en valorisant et en responsabilisant les bénévoles. Par ailleurs, être transparent sur les finances et la mission de l'entreprise renforce la confiance et l'engagement de la communauté.
3. Créer des liens avec la municipalité permet de débloquer des fonds et de soutenir la pérennité de votre projet.



Source: Rack à bécik

Direction

Christian Petit, directeur des projets spéciaux –
Rues principales

Recherche et rédaction

Tabata Barthoulot, Coordonnatrice de projets –
Rues principales

Marie Chartier, Coordonnatrice de projets –
Rues principales

Soutien

Hugo Guerche, Coordonnateur de projets –
Rues principales

Joé Dufour, Coordonnateur principal
aux projets spéciaux – Rues principales

Graphisme

CORSAIRE Design Communication Web

Remerciements

L'équipe de Rues Principales remercie sincèrement
l'ensemble des personnes ayant apporté leur contribu-
tion et leur soutien dans la réalisation de ce projet.

- + Éric Gagnon et Geneviève Jolicoeur,
copropriétaires de Demain Peut-être
- + Johanne L. Landry,
présidente Coop alimentaire Rivière à Pierre
- + Louis Delisle, copropriétaire du Marché Prospect
- + Olivier Myre et Roxanne Monfette,
copropriétaires Café aux Cinq Soeurs
- + Patrick Mainville,
DG de la SDC Promenade Wellington
- + Roxanne Sayegh,
directrice générale du Cinéma Beaubien
- + Joris Lapierre-Meilleur et Edith Beauchemin,
copropriétaires du Salon de jeux L'Entropique
- + Karl Goulet, directeur général du Rack à Becik
- + Guylaine Pelletier, coordinatrice générale
et bénévole de l'épicerie Bizz

À propos de Rues Principales

Organisation d'intérêt public, Rues principales œuvre en milieu urbain et rural au dynamisme des cœurs des collectivités. Notre objectif est de renforcer et de créer des centralités qui sont autant des pôles civiques et d'affaires uniques que des milieux de vie rassembleurs, prospères et attractifs.

Rues principales se distingue par son approche globale combinant des compétences en organisation et mobilisation du milieu, en aménagement, en développement économique et en marketing du territoire.

Par ses activités d'accompagnement, de formation, de recherche et son réseau d'acteurs locaux, Rues principales est un point de rencontre entre les savoirs des milieux et les meilleures pratiques dans ces domaines. Nous travaillons de pair avec les collectivités pour les appuyer dans leurs projets de dynamisation de leur centre-ville, de leur cœur de quartier ou de leur noyau villageois.



QUÉBEC

870, avenue De Salaberry, bur. 201
Québec (Québec) G1R 2T9

MONTRÉAL

460, rue Sainte-Catherine Ouest, bur. 611
Montréal (Québec) H3B 1A6

 @ruesprincipales.org

 ca.linkedin.com/company/
rues-principales

 @rues.principales