

L'ESSOR

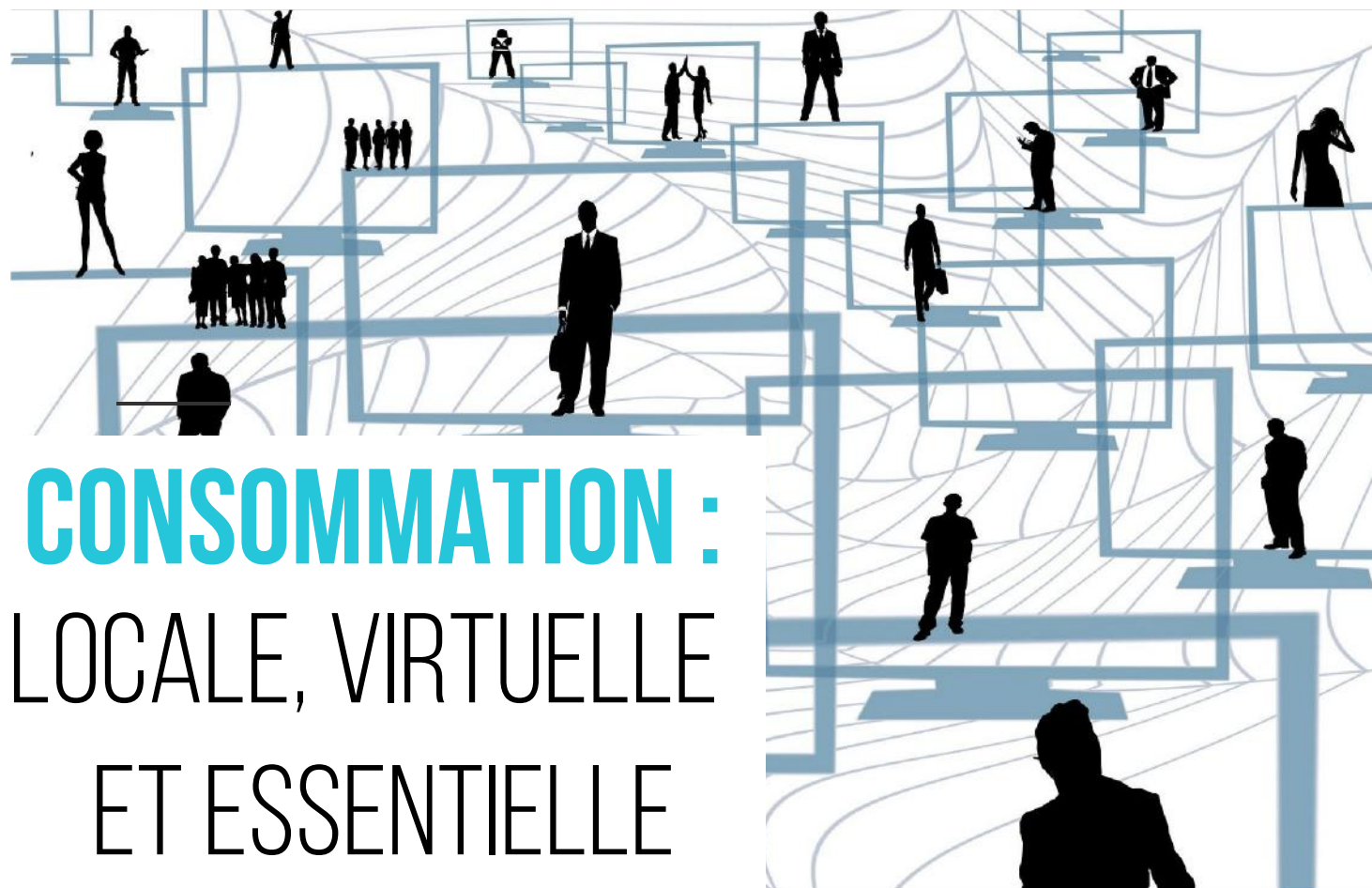
de nos quartiers



Journal destiné aux professionnels, aux entreprises et aux organisations des quartiers historiques de Trois-Rivières

TROIS 02.
REGARDS

LA 05.
CHRONIQUE'ESSOR



CONSOMMATION :
LOCALE, VIRTUELLE
ET ESSENTIELLE

LA BONNE
IDÉE 06.

L'ESPACE
PRO 07.

L'ESPACE
CDEC 08.

Ces trois entreprises sont plus essentielles qu'elles peuvent paraître à la surface et contribuent grandement au mieux-être de la collectivité trifluvienne. Elles ont accepté de nous parler de leur expérience, à la suite de la fermeture temporaire de leur entreprise, et des répercussions en découlant.

De quelle façon votre entreprise contribue-t-elle au mieux-être de la collectivité ?

Élizabeth Coutu, Directrice générale de la Société St-Vincent de Paul de Trois-Rivières et directrice du magasin Aux Trésors d'Ozanam :

2580, rue Royale Trois-Rivières (QC) G9A 4L5

www.facebook.com/direction.ssvptr



Au premier regard, la friperie semble simplement être une bonne adresse où se procurer des vêtements bon marché. Pourtant, la mission des Trésors d'Ozanam ratisse beaucoup plus large que ça. La preuve ? Quoiqu'une partie des opérations de l'organisme ne fût pas considérée comme étant un service essentiel, il est resté disponible tout au long du confinement pour répondre aux urgences et aux personnes en situation critique. Dans les faits, la société St-Vincent de Paul offre beaucoup plus que des vêtements et des petits objets pour la maison. La majorité des profits est réinvestie dans des projets pour venir en aide aux citoyens dans le besoin. Parmi ces actions on peut nommer l'embauche de plusieurs personnes en réinsertion sur le marché du travail, les distributions alimentaires hebdomadaires, le programme Opération bonne mine qui permet notamment d'aider les familles à diminuer la pression financière liée à la rentrée scolaire et j'en passe. Dans un autre ordre d'idée, il ne faut pas oublier leur rôle, dans la récupération de vêtements qui n'est pas à négliger.

Simon Girard, Directeur général-fondateur d'Escapade Mauricie :

93, rue des Forges Trois-Rivières, QC G9A 2G6

www.escapademaauricie.com



Pour sa première saison officielle, en raison de la pandémie, l'agence réceptive Escapade Mauricie a dû s'adapter et limiter ses opérations principalement à la location de vélos électriques, de motomarines et à quelques forfaits. C'est certainement un bon service récréatif à offrir aux résidents et aux touristes de la région. Mais attention, Escapade voit beaucoup plus grand que ça. L'agence de voyage prend en charge l'organisation des séjours, des déplacements et des activités en Mauricie. Elle chérit et connaît bien cette région. Elle travaille à mettre en lien et à faire rayonner les entreprises d'ici et les espaces naturels tout en respectant leur capacité de charge. Simon Girard nous invite à voyager autrement dans notre région et à la voir comme un écosystème. Chaque nouveau circuit créé, chaque forfait vendu contribue à faire connaître la région et contribue à la prospérité de ses commerçants.

Claudia Drolet, Propriétaire des Tissus Garceau :

359, Rue Saint-Laurent, Trois-Rivières, QC G8T 6H1

tissusgarceau.com



Claudia avait acquis l'entreprise « Tissus Garceau » depuis moins d'un an lorsque la pandémie s'est installée. Entreprise familiale qui propose des tissus et divers articles de couture, Tissus Garceau offre beaucoup plus que ça. Quoique non considérée comme essentielle, elle a su s'adapter et faire preuve de créativité afin de continuer à bien servir ses clients pour leur fournir du tissu et des accessoires nécessaires pour passer au travers la « crise du masque ». Tissus Garceau répond aussi aux besoins de divertissement, de créativité et à un besoin environnemental en permettant de prolonger la durée de vie de certains articles par la réparation. La propriétaire prend un réel plaisir à conseiller et à trouver des pistes de solutions aux projets de couture de ses clients.

Comment cette fermeture s'est-elle transformée en opportunité ou en défi? Avez-vous senti de la pression à offrir un service en ligne ?

Élizabeth Coutu, Directrice générale de la Société St-Vincent de Paul de Trois-Rivières et du magasin Aux Trésors d'Ozanam :
La pandémie a forcé l'organisme à repenser rapidement et efficacement à son mode de fonctionnement. Plusieurs aspects de la répartition du travail dont l'horaire, les tâches et le nombre de bénévoles furent modifiés et les résultats ont été satisfaisants. Nous n'avons pas opté pour un virage numérique puisque ce n'est pas nécessairement le meilleur moyen pour rejoindre notre clientèle cible. Cependant, nous avons une page Facebook qui nous permet de partager rapidement et facilement de l'information.

Simon Girard, Directeur général-fondateur d'Escapade Mauricie :

Depuis le début de ses opérations, Escapade Mauricie se veut une agence de voyage réceptive qui permet aux touristes et aux résidents locaux de découvrir la région de la Mauricie. Elle veut offrir des forfaits d'hébergement et du transport. Il lui est essentiel de tisser des liens et de travailler en partenariat avec les entreprises d'ici dans le développement du territoire. La pandémie a accentué le besoin de développer le tourisme local dans une approche de développement durable. Tout bien considéré, cette conscientisation a eu pour effet de multiplier les offres de partenariats notamment avec des transporteurs locaux et des sites touristiques divers.

Afin d'être compétitif et de se tailler une place de choix sur le marché du tourisme, il a toujours été impératif pour l'agence de voyage d'avoir un site Web transactionnel efficace. Cependant, l'expérience de Simon Girard lui a démontré que les clients continuent de vouloir parler à une personne afin d'être rassurés et avoir un service plus personnalisé, le contact humain reste donc indispensable à l'expérience client.

Claudia Drolet, Propriétaire des Tissus Garceau :

La propriétaire des Tissus Garceau était consciente que la vente en ligne était un besoin grandissant chez ses clients. Face au confinement, elle a dû rapidement développer la boutique en ligne, ce qui lui a permis de s'ouvrir aux marchés provinciaux et canadiens. Lors du premier confinement, la demande était grande et urgente pour du coton pour la confection de masques en tissus réutilisables. Cette augmentation rapide de la demande lui a d'ailleurs permis de confirmer qu'elle avait de bons fournisseurs puisque contrairement à d'autres, elle n'a jamais eu de problème d'approvisionnement.



TROIS REGARDS

Cette fermeture a représenté tout un défi au niveau des RH, comment l'avez-vous géré ?

Élizabeth Coutu, Directrice générale de la Société St-Vincent de Paul de Trois-Rivières et du magasin Aux Trésors d'Ozanam :

Au premier confinement, nous avons eu tout un défi. Plusieurs de nos bénévoles étaient âgés de plus de 70 ans et par conséquent, ne pouvaient plus occuper leur poste. Nous sommes passés de 50 bénévoles à environ 20. Nous avons dû apprendre à travailler à équipe réduite et à être plus polyvalents. Nous avons aussi dû créer un nouveau poste à l'accueil pour expliquer les consignes sanitaires à chaque client.

Simon Girard, Directeur général-fondateur d'Escapade Mauricie :

Le confinement n'a pas affecté le nombre d'employés mais a plutôt demandé la création d'un modèle efficace de télétravail. L'entreprise est confiante face à la saison à venir et semble être très attractive puisqu'elle reçoit déjà beaucoup de CV pour combler les postes pour la prochaine saison.

Claudia Drolet, Propriétaire des Tissus Garceau :

Lors de la première vague, nous étions deux à faire le travail 6 à 7 jours semaine. Devant l'incertitude j'hésitais à embaucher une personne supplémentaire. Maintenant que tout est stabilisé, les tâches sont mieux réparties et nous avons embauché une troisième personne.

Avez-vous remarqué un changement dans les habitudes de consommation de vos clients ? Croyez-vous que ces mesures puissent avoir influencé l'importance de l'achat local ?

Élizabeth Coutu, Directrice générale de la Société St-Vincent de Paul de Trois-Rivières et du magasin Aux Trésors d'Ozanam :

Les premiers mois du confinement, les gens donnaient beaucoup de choses. Est arrivé un moment où nous avons même dû mettre des chaînes sur nos cloches de dons. Aussi, notre clientèle a légèrement changé, nous remarquons une clientèle plus jeune, plus d'étudiants à la recherche de morceaux rétro. L'essayage n'étant pas permis à cause des nouvelles mesures d'hygiène, nos clients optent pour des morceaux plus essentiels. Nous vendons moins de robes de soirée par exemple.

Simon Girard, Directeur général-fondateur d'Escapade Mauricie :

Difficile de dire si nos clients ont changé leurs habitudes puisque nous sommes à nos débuts et que l'offre de service a été influencée par la tournure des événements. Les clients étaient au rendez-vous. Il va sans dire qu'avec l'arrivée du COVID-19, les habitudes des touristes vont changer. Escapade Mauricie espère partager ses valeurs d'achat local, elle rêve d'ailleurs que la majorité des Mauriciens fasse appel à ses services. « Si les gens de la région utilisent nos services et sont satisfaits, ils deviendront nos meilleurs ambassadeurs. » Qui de mieux que les locaux pour évaluer ce qui se fait localement!

Claudia Drolet, Propriétaire des Tissus Garceau :

Beaucoup de clients se sont remis à la couture pour la confection des masques, ce qui a ravivé leur passion de la couture et le goût du fait main et par conséquent, nous a créé un nouveau bassin de clients. Les clients affirment très ouvertement vouloir encourager une entreprise locale. Certaines commandes ont été faites par d'autres commerçants locaux qui considéraient important de se soutenir.

Si la pandémie nous apporte son lot de problèmes, il fait bon savoir que des entreprises telles qu' Escapade Mauricie, la société St-Vincent de Paul et Tissus Garceau, en faisant preuve de résilience, apportent le soutien nécessaire à l'équilibre économique et social de notre communauté locale.

TROIS REGARDS

Quand solidarité rime avec collectivité

Par Gilles Lafrenière

En temps de confinement, causé par la pandémie COVID-19, nous garderons seulement les commerces essentiels ouverts. »

La pandémie a provoqué une réflexion de société d'une profondeur insoupçonnée. Quels sont les services essentiels collectivement? Avons-nous individuellement tous la même échelle de valeurs? L'impact des interrelations commerciales est apparu plus largement qu'au premier regard des gouvernements. Les entreprises manufacturières qui fournissent les matières premières aux biens dit essentiels doivent aussi produire pour subvenir aux besoins des entreprises qui les fabriquent. Cette priorisation du travail ajoute à nos jeunes, qui sont en réflexion pour un choix de carrières, de nouvelles variables.

La pandémie, le confinement et les restrictions sanitaires nous ont présenté promptement les différentes dépendances socio-économiques de notre collectivité québécoise, mais aussi ses forces. Nommons certaines dépendances : les équipements de protection sanitaire (les masques, les visières, les blouses, etc.), l'absence de personnel immigrant pour le travail au champ, etc. Nos entrepreneurs ont fait preuve de créativité et ont transformé ce manque en opportunités. Et ce, même si le défi de suffisance alimentaire reste entier. Ils ont réorganisé leurs entreprises pour répondre aux besoins criants.

Dans un premier temps, à la prise de décision de fermer une grande partie de l'économie, les gouvernements ont mis en place une quantité de mesures et de programmes à vitesse grand V pour aider les citoyens et aussi les entreprises jugées non essentielles ou celles affectées financièrement par les mesures sanitaires. Les acteurs socioéconomiques et communautaires ont fait preuve de souplesse et de concertation pour supporter ces entreprises et les citoyens. La collectivité a fait preuve de sensibilité et d'une grande solidarité et celle-ci perdure. Nous constatons que conscientisation d'achat et de fabrication locale prend ancrage dans nos milieux.

Notre façon de vivre et de travailler a peut-être plus de souplesse que nous pensions. La venue du télétravail propose une tendance lourde à durer post pandémie. Cette nouvelle réalité annonce un changement important de l'écosystème socio-économique québécois. La répartition de la richesse occasionnée par le déplacement immobilier engendrera aussi une modification au niveau des services de proximité des grands centres versus les plus petits en périphérie. A court terme, le fait de rester à la maison a fait que les familles ont transféré leur budget autour de leur résidence (rénovations, fleurs, jardinage), ce qui avantage certains secteurs d'activités. Certains entrepreneurs ont même changé leur type de produits pour s'adapter à cette réalité.

Le confinement, en plus des méthodes de travail que nous devons maîtriser avec les plateformes virtuelles et les logiciels qui permettent le travail commun, crée de nouveaux marchés. Les conséquences périphériques comme la santé psychologique sont mises en relief pour s'assurer d'un bon équilibre présentiel et virtuel, qui aura un impact sur les espaces de bureau actuels. La collectivité a toutes les chances de sortir grandie de ce chaos!



EFFI TR, une idée simple et EFFicace !

À l'origine du projet, il y a Louis-Philippe Poulin, fondateur de la compagnie informatique ProgressionLIVE, (une application mobile permettant aux entreprises de coordonner des services de livraison pour leurs clientèles).

L'entreprise est florissante et ne souffre pas des conséquences de la pandémie, bien au contraire, le secteur informatique se démarque et innove rapidement ! Louis-Philippe Poulin a envie de mettre cette expertise au service de la communauté, mise à rude épreuve par la COVID-19. C'est en découvrant l'initiative Prof livraison que l'idée va germer (deux enseignants proposent des services de livraison pour l'épicerie destinés aux aînés). M. Poulin propose de mettre son logiciel gratuitement à disposition de cette belle initiative. Le succès est au rendez-vous. De fil en aiguille, l'idée d'élargir le principe à la communauté d'affaires de la ville de Trois-Rivières se développe. Avec l'aide de IDÉ TR, le projet va démarrer rapidement puisque l'expertise existante de l'entreprise va faire gagner un temps considérable.



Informations et contacts :

1640 6e rue, bur. 333 Trois-Rivières

QC, G8Y 5B8

info@effi24.com

819-801-6300

<https://www.effi24.com/>



Le concept ? Offrir un service de livraison local et rapide aux entreprises de la ville. Peu importe la taille du colis, tant qu'il peut être manutentionné, le prix est compétitif et fixé à 10\$. De plus, le service EFFicace assure la livraison en 24 heures maximum au client. Le logiciel permet de suivre en temps réel la livraison. EFFI dessert uniquement la ville de Trois-Rivières dans un rayon d'une petite vingtaine de km « on souhaite compétitionner Amazon à l'échelle locale ». Le seul impératif, pour une entreprise désireuse d'obtenir ce service, c'est d'avoir déjà entamé son virage numérique et de posséder une boutique en ligne. « Via par exemple, Shopify, un fournisseur d'infrastructure numérique et canadien avec un bureau basé à Montréal ». Les boutiques de vêtements, les épiceries et aussi les boutiques d'animaux, commencent à utiliser les services de l'entreprise. Au total, 4000 livraisons ont été réalisées depuis les débuts de l'entreprise. Un départ prometteur et une perspective de développement rassurante puisque les commandes en ligne ne sont pas près de s'arrêter. La compagnie de M. Poulin a déjà des idées de développement. Plusieurs entreprises proposent la cueillette en magasin mais ne sont pas en mesure d'assurer la livraison. EFFI pourrait venir pallier ce manque. Répliquer le concept dans d'autres villes est aussi en réflexion. Le principe reste le même, EFFI apporte son expertise dans le domaine logistique et technique et sous traite avec des entreprises déjà existantes pour la livraison. « On ne veut pas venir écraser la compétition bien au contraire, on souhaite créer un maillage entre les commerçants et les transporteurs locaux ». La pandémie a justement grandement favorisé cet esprit de collaboration entre professionnels et il faut que cela perdure.

L'achat local : un petit geste aux grandes retombées

Enjeu depuis longtemps, l'achat local a connu un essor considérable au cours de la dernière année. D'abord une priorité soutenue par les communautés locales, il s'est ensuite progressivement étendu à la vision de toute une province. La raison est simple, l'achat local revêt de multiples avantages, parfois tangibles et parfois intangibles pour le consommateur, mais toujours tout aussi importants pour le tissu socioéconomique d'un milieu.

C'est dans ce contexte qu'est née l'initiative Acheter local, c'est génial, sous l'initiative du comité de relance économique de Trois-Rivières et portée par Innovation et Développement économique Trois-Rivières avec l'appui des médias trifluviens. L'objectif sous-jacent visait à faire découvrir et redécouvrir nos commerces et entreprises qui contribuent au caractère distinctif de Trois-Rivières, tout en sensibilisant les citoyens aux multiples avantages de l'achat local. Ainsi, pendant un peu plus de deux mois, plusieurs actions clés ont été réalisées dont la mise en place d'une offensive publicitaire visant à faire briller nos entreprises trifluviennes, la mise en ligne d'articles et de blogues portant sur des produits locaux, des adresses et des inspirations de la région à découvrir et la mise sur pied d'une campagne de promotion de plats à emporter des restaurateurs locaux pendant le temps des fêtes.

Bien qu'il soit hasardeux d'évaluer les retombées directes de telles campagnes, toutes les actions ont permis de mettre en lumière la qualité et la diversité des commerces et entreprises de notre territoire. Les entreprises locales donnent une personnalité à leur quartier et en font un lieu où il fait bon vivre.



Les statistiques le prouvent : en achetant 5 \$ de plus par semaine en achat local, chaque ménage de Trois-Rivières contribue à injecter annuellement 15 millions de dollars supplémentaires dans l'économie trifluviennne. 5 \$, c'est une bière brassée ici, une boisson caféinée préparée dans un café indépendant de Trois-Rivières, un accessoire unique créé par un artisan trifluvien et vendu dans une petite boutique ayant pignon sur rue, c'est un panier de petits fruits acheté dans un kiosque à la ferme, et plus encore. Les options sont multiples et les retombées le sont tout autant.

Poussons un peu plus la réflexion. Selon un sondage réalisé par la firme Léger en février 2021, 78 % des consommateurs québécois ont acheté local en ligne depuis le début de la pandémie et la proportion atteint 87 % chez les 25 à 34 ans. Ainsi, on est en droit de penser que le virage numérique des entreprises et la disponibilité des produits en ligne sont un accélérateur de changement en matière d'achat local. Poursuivre le virage numérique de nos entreprises et développer les infrastructures de livraison constituent désormais le fer de lance pour la poursuite des habitudes d'achat local.

Par Audrey Castonguay
Chargée de projets spéciaux
Innovation et Développement économique
Trois-Rivières



L'ESPACE CDEC

RÉOUVERTURE DU FRIGO FREE GO



APRÈS QUELQUES MOIS DE VACANCES FORCÉES, NOUS SOMMES HEUREUX DE VOUS ANNONCER LA RÉOUVERTURE DU FRIGO FREE GO INSTALLÉ DANS LES LOCAUX DU BON CITOYEN, SITUÉ AU 45 RUE FUSEY DANS LE SECTEUR CAP-DE-LA-MADELEINE.

CE FRIGO COMMUNAUTAIRE, LIBRE-SERVICE PERMET DE LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE ET DE RÉDUIRE LA PAUVRETÉ. POUR PLUS D'INFORMATIONS, VISITEZ NOTRE PAGE FACEBOOK À :

WWW.FACEBOOK.COM/FRIGOFREEGOTR



JOURNÉE RECRUTEMENT

AGENT.E D'INFORMATION

PROGRAMME IMPARC

JEUDI 6 MAI 2021

13 H À 16 H

AU PARC LAVIOLETTE

*PRÈS DES TABLES À PIQUE-NIQUE AU BORD DU FLEUVE

Tu cherches un emploi en plein air ?
Tu veux tes journées libres cet été ?
Tu aimes le travail en équipe ?

N'attends plus et viens découvrir ton futur espace de travail ! Plusieurs postes à pourvoir de soir, salaire de 15 \$ / heure
Pour plus d'informations : 819 373-1473 # 2327

Le Journal de la CDEC de Trois-Rivières

Instauré en février 2001, L'Essor de nos quartiers (anciennement INFO_ÉCOF-CDEC) a pour objectif d'appuyer la revitalisation autant économique que sociale des entreprises, des professionnels et des organisations des premiers quartiers de Trois-Rivières.

Vous pouvez maintenant consulter en ligne la publication ou vous abonner au Journal L'Essor de nos quartiers, à l'adresse suivante : cdectr.ca

Pour tout commentaire ou suggestion sur le contenu de l'Essor de nos quartiers, n'hésitez pas à communiquer avec nous!

Pour nous joindre :
CDEC de Trois-Rivières
1060, rue Saint-François-Xavier
local 308, Trois-Rivières,
(Qc) G9A 1R8

Téléphone : 819-373-1473
Courriel : info@cdectr.ca
Montage et visuels :
Camille Dezauzier
Grace Gordon

L'Essor de nos quartiers - Numéro 86
(anciennement INFO-ÉCOF-CDEC).

Cette initiative est rendue possible grâce à l'appui financier de :



Canada