

Notre objectif est de doter les municipalités d'un encadrement et d'une gamme d'outils de décision conçus pour la réalité municipale qui améliorent la qualité et la valeur de l'armature commerciale urbaine et qui rehaussent la valeur fiscale municipale.

En affaires depuis 1984 dans la recherche en marketing de détail, nous nous sommes intéressés à comprendre et à définir la valeur du commerce de détail pour les municipalités. En 2008, nous avons développé une méthodologie qui établit le portrait des enjeux commerciaux municipaux. Nous vous présentons quelques exemples de notre pratique.

Croissance démographique municipale

Une ville à forte croissance résidentielle au cours des 10 prochaines années pourrait nécessiter la création d'un nouveau centre-ville comportant de multiples utilisations. Notre étude portait sur la programmation commerciale de ce futur centre-ville.

Ailleurs, une croissance de plus de 5 000 nouveaux logements a nécessité une analyse du potentiel de création d'une rue dans un projet immobilier et une programmation commerciale de locaux.

Requalification

Nous avons fourni une analyse détaillée du cadre actuel de vente au détail pour plusieurs municipalités et identifié des projets de requalification immobilière. Nos données et nos rapports incluent les effets économiques en termes d'emplois, d'immobilier et d'investissements à réaliser.

Ce quartier fait l'objet d'une importante requalification immobilière autour d'une station de métro. L'objectif est de fournir aux résidents locaux une offre commerciale conviviale qui minimise les déplacements. L'analyse a porté sur le potentiel commercial associé à l'ajout prévu de 3 000 unités.

Ambiance

Aujourd'hui, l'ambiance représente la nouvelle tendance en matière de création d'ensembles commerciaux. Plus particulièrement, les dessertes de proximité et de quartier sont visées.

L'analyse a porté sur l'estimation des composantes commerciales et de services d'un centre d'ambiance inséré dans un projet résidentiel de plus de 3 000 logements.

Bilan de l'Offre et de la Demande (Bilan OD)

Une situation particulière, où une municipalité est desservie par des zones urbaines plus développées, ne bénéficie pas d'une offre commerciale locale. Notre analyse a démontré le potentiel commercial local pouvant se traduire par la construction de deux centres commerciaux, réduisant ainsi la dépendance des résidents sur d'autres territoires tout en améliorant l'empreinte carbone.

Ailleurs, La recherche a défini un bilan commercial pour chaque district ainsi qu'un plan de développement spécifique à chaque zone d'une ville qui s'est développée plus ou moins harmonieusement depuis l'unification des territoires.

Aussi, à la demande du Service du développement économique municipal, Demarcom a procédé à une analyse détaillée de l'offre commerciale et des opportunités de réaménagement immobilier du territoire.

Pierre Laflamme

Détenteur d'un Baccalauréat en Administration des Affaires de l'école des HEC de Montréal, Pierre Laflamme possède 38 années d'expérience dans les domaines de la recherche marketing et dans les enjeux de relance commerciale des espaces urbains.

C'est en observant les besoins des municipalités en réaction aux problèmes commerciaux locaux qu'il a créé en 2008 une pratique connue sous le nom de l'Armature Commerciale Urbaine avec plus de dix outils d'analyse. À ce jour, il a travaillé à améliorer les connaissances et le développement du processus dans plus de 152 villes du Québec.

Il est l'auteur d'un livre intitulé *L'Armature commerciale urbaine*, publié en 2013. De plus, il collabore régulièrement au magazine *Le Sablier* de l'Association des directeurs généraux de la ville de Québec.

Son expérience de recherche est largement utilisée pour analyser les besoins des clients afin de déterminer le bon mélange commercial. Pierre Laflamme, c'est son sens analytique et sa capacité à synthétiser des problèmes complexes.

plaflamme@demarcom.ca

Cellulaire : 450.672.1101

Marie-Andrée Bastien

Généraliste et habituée à travailler sur des dossiers d'envergure, elle est en mesure d'identifier et de cerner les enjeux de l'heure avec une capacité de lecture de situations qui tient compte des organisations. Marie-Andrée Bastien possède une solide expérience dans une diversité de domaines d'affaires tant au secteur public que dans le domaine privé.

Chez Demarcom depuis 2002, ses années de consultation lui ont permis d'acquérir une capacité d'apprentissage remarquable ainsi que de bénéficier d'une ouverture d'esprit constante. Elle est responsable de la gestion des équipes et des ressources. Elle assure aussi le contrôle de la qualité pour tous les projets.

mabastien@demarcom.ca

Cellulaire : 514.250.0500

Demarcom, c'est également une équipe de collaborateurs, issus principalement des milieux de l'urbanisme et de l'économie, pour répondre aux besoins et aux exigences de nos clients.

Demarcom

89 Riverside

Saint-Lambert, QC, J4R 1A3

Ligne sans frais 1.855.672.8989

Ligne locale 450.672.8989

Site Web www.demarcom.ca