



# LES COMMERCE & SERVICES AU TÉMISCAMINGUE

# ÉTAT DE SITUATION & DIAGNOSTIC

Actualisation du portrait réalisé en 2002 suite à l'entretien de groupe tenu en 2016

# Situation actuelle

- On entend par commerces et services : commerce de détails et de gros, hébergement, restauration, communications et information, industrie culturelle et spectacles, finances, assurances et services immobiliers, services professionnels et administratifs, transport et entreposage ainsi que services publics et de construction. Sont exclus, enseignement, santé, administration publique.
- Il y a deux types de commerces : les services commerciaux locaux adaptés au contexte rural des petites collectivités et les services commerciaux plus spécialisés à l'échelle territoriale.
- La propriété des commerces et services au Témiscamingue peut être privée ou collective.
- Selon le Répertoire des établissements d'Emploi-Québec, en 2013, la MRC de Témiscamingue comptait 374 établissements dans les commerces et services et employait 2393 personnes. Cela représentait 47,1 % de tous les établissements (795) et 36,2 % des 6615 emplois du Témiscamingue.
- Quand on prend en considération les 25 % des emplois totaux liés à l'enseignement, la santé et l'administration publique, on arrive à un total de 72 % des emplois dans le secteur des services. Ce qui est comparable à d'autres territoires au Québec.

## Dans les commerces et services, voici la répartition des établissements :

Commerces de détail et de gros	28 %
Hébergement, restauration, communications et information, industrie culturelle et spectacles	26 %
Finances, assurances et services immobiliers	12 %
Services professionnels et administratifs	12 %
Transport et entreposage	13 %
Services publics et de construction	9 %

# Forces

Les commerçants œuvrent depuis plusieurs années et possèdent une belle notoriété, ce qui attire des clientèles de l'extérieur ;

---

Regroupement des chambres de commerce ; il en reste 2 sur le territoire, dont Témis-Accord et Témiscaming/Kipawa ;

---

Le fait d'être dans un petit milieu facilite la référence à un commerce pour des services ;

---

Il existe un noyau de jeunes commerçants dynamiques qui arrivent avec de nouvelles idées et des services plus spécialisés ;

Plusieurs organisations sur le territoire se préoccupent d'offrir des formations et des services divers pour répondre aux besoins des entreprises (Service de formation aux entreprises, Centre local d'emploi (CLE), Société de développement du Témiscamingue (SDT), etc.) ;

---

Les entrepreneurs témiscamiens ont des expertises diversifiées puisqu'ils exploitent souvent plusieurs lignes de produits ;

Volonté du milieu commercial à développer des partenariats socioéconomiques ;

---

Contribution des commerces (en argent, en produits et en services) dans les événements du Témiscamingue (générosité, redistribution dans le milieu).

# Faiblesses

Difficulté des commerçants à mettre en commun leurs forces et à travailler ensemble (ex. : promotion). Les commerçants se voient comme des compétiteurs ;

---

Manque d'implication des commerçants dans le développement (ex : réseautage) ;

---

Manque de communication entre les commerçants ;

---

Inconstance des activités des Chambres de commerce à travers les années;

---

Peu de disponibilité à participer à des formations offertes par les divers intervenants du milieu ;

Malgré les efforts, le milieu municipal est trop peu outillé pour offrir des mesures facilitantes ou des incitatifs à l'installation pour le développement commercial ;

---

Heures d'ouverture très variables d'un commerce à l'autre ;

---

Liquidation de certains commerces par l'échec du transfert ou le manque de relève ;

---

Méconnaissance du territoire par le personnel de certains commerces pour orienter et renseigner les touristes (stations-services, restaurants, etc.) ;

Difficulté à avoir des formations techniques spécialisées dispensées sur le territoire ;

---

Recrutement et rétention de la main-d'œuvre (offrir des salaires compétitifs ou autres conditions de travail, disponibilité de la main-d'œuvre, etc.) ;

---

Sous-utilisation du web et des réseaux sociaux par les commerçants (commerce en ligne, par exemple).

# Opportunités

Il existe un marché pour les boutiques spécialisées qui ne peut être comblé par les grandes surfaces ;

---

La population est facile à mobiliser pour la mise en place de services de proximité et offre beaucoup de bénévolat (entrepreneuriat collectif, bénévolat, implication citoyenne, etc.) ;

---

Accessibilité à des fonds locaux et au fonds régional en entrepreneuriat féminin;

Il y a des opportunités d'affaires pour les commerçants témiscamiens à développer leur marché vers l'Abitibi et le Nord-Est ontarien ;

---

L'achalandage touristique peut être un atout, il faut maximiser les retombées ;

---

Accroissement de l'achat en ligne qui permet d'attirer des clients de l'extérieur et générer une source de revenus supplémentaire ;

Capacité d'utiliser les services en ligne des fournisseurs ;

---

Il y a un besoin dans les petites collectivités pour des commerces qui offrent une gamme de services diversifiés (épicerie, pharmacie, équipements, essence) ;

---

Influence d'une chambre de commerce dans les décisions ;

---

Opportunité du développement des services mobiles et à des services à distance (spécialisés et professionnels).

# Menaces

Attraction des grandes surfaces à proximité ;

---

Augmentation des achats en ligne ;

---

Disparition de services commerciaux dus à l'échec des transferts ;

---

Les programmes de financement traditionnel des institutions financières ne sont pas faits en fonction des types de commerces dans les petits marchés ;

---

Les clients sont de plus en plus exigeants et informés, surtout avec la présence d'internet ;

---

Difficile pour les commerçants de supporter des gros inventaires afin d'offrir des produits diversifiés répondant à la demande de la clientèle ;

---

Le rôle des grossistes et des réseaux de distribution changent et ne favorisent pas les petits commerces ;

---

Le secteur commercial est dépendant de la situation économique globale (forêt, agro, etc.) ;

Commerces extérieurs qui viennent s'installer et qui rivalisent les commerces existants ;

---

Accessibilité à internet inégale sur le territoire ;

---

L'immense superficie du territoire, la dispersion et la baisse de population et les commerces qui ne se situent pas toujours sur les axes routiers ;

---

Zonage agricole qui restreint le développement commercial (difficile et long pour avoir une autorisation à utilisation à des fins autres qu'agricoles ou de dézonage).

# Enjeux

Capacité d'ajuster l'entreprise en fonction des changements technologiques ;

---

Ajustement de l'offre de services en fonction des besoins des clients existants et/ou potentiels ;

---

Capacité des entrepreneurs à se conformer aux normes tout en restant compétitifs dans des petits marchés ;

---

Risque de perdre des entreprises et des services en raison de l'incapacité à réussir les transferts.

# Défis

Maintenir une base de services malgré la baisse démographique ;

---

Développer des commerces de niche ;

---

Améliorer la qualité de l'accueil;

---

Accroître le bassin de clients en allant chercher des clientèles ontariennes et abitibiennes ;

---

Trouver le moyen d'être moins dépendants des autres secteurs d'activités qui fluctuent selon les orientations gouvernementales;

---

Augmenter la population (attraction et rétention) ;

---

Réseauter les commerçants et former la main d'œuvre ;

---

Avoir accès à internet et la capacité de bien l'utiliser.

# Orientations

- Poursuivre le développement des Chambres de commerce (favoriser le réseautage, diffuser la formation disponible, etc.);
- Augmenter la visibilité des commerces auprès de la population, des visiteurs et des marchés immédiats (stratégies marketing, présence en ligne, faire connaître les partenariats d'affaires, géolocalisation, etc.);
- Adapter les services commerciaux en fonction de la démographie et des besoins de la clientèle et des opportunités qu'offre le secteur touristique;

## Vision

Le développement commercial au Témiscamingue est diversifié, structuré et cohérent. Il s'appuie sur un climat d'affaires qui favorise l'émergence et la prospérité des entreprises. Les entreprises ont développé une expertise afin d'ajuster rapidement leur offre de service à l'évolution des besoins de leurs clients et ainsi offrir un service à la clientèle de haute qualité. Les entreprises de commerces et services sont présentes en ligne et sur les marchés de l'Ontario et de l'Abitibi. Ils attirent également une clientèle de l'extérieur.