



ESPACE STRATÉGIES

LGP STRATÉGIES
IMMOBILIÈRES

Demarcom
Cibler l'essentiel

Plan de développement industriel et commercial

Septembre 2016

Municipalité de Cowansville



Cowansville

GRANDIR - RAYONNER - PROSPÉRER

www.espacestrategies.com

Table des matières

1. Avant-propos	3
2. Éléments-clés du portrait socioéconomique	5
3. Volet industriel	10
– 3.1 Tendances et dynamiques	12
– 3.2 Analyse FFOM	15
– 3.3 Vision industrielle	17
– 3.4 Enjeux prioritaires	18
– 3.5 Grandes orientations stratégiques	19
– 3.6 Axes de développement et plan d'action	20
– 3.7 Synthèse	29
4. Volet commercial	30
– 4.1 Tendances et dynamiques	32
– 4.2 Analyse FFOM	34
– 4.3 Vision commerciale	36
– 4.4 Enjeux prioritaires	37
– 4.5 Grandes orientations stratégiques	38
– 4.6 Axes de développement et plan d'action	39
– 4.7 Synthèse	44
5. Annexes	45
– Annexe 1 – Liste des personnes présentes aux ateliers de concertation	46
– Annexe 2 – Enjeux prioritaires pour le développement industriel	47
– Annexe 3 – Vision industrielle : Cowansville 2025	48
– Annexe 4 – Identification des créneaux des MRC Brome-Missisquoi et de la Haute-Yamaska	49
– Annexe 5 – Plans de bâtiment industriel	50
– Annexe 6 – Vision commerciale : Cowansville 2025	53
– Annexe 7 – Rôles attendus des partenaires dans le développement commercial	54
– Annexe 8 – Thématiques de gestion de l'armature commerciale	55

AVANT-PROPOS

1. Avant-propos

Depuis plusieurs années, la Municipalité de Cowansville et ses partenaires institutionnels mènent une politique active de développement au profit des habitants et des usagers du territoire. Cette volonté s'est notamment traduite par la publication en 2013 d'un document de planification stratégique intitulé « Un présent engagé, un avenir assuré ».

Parmi les cinq grandes orientations définies de concert avec les acteurs cowansvillois, l'une concernait spécifiquement la consolidation du secteur industriel et l'expansion du secteur commercial. Forte des avancées déjà réalisées, la Municipalité souhaite aujourd'hui se doter d'une vision opérationnelle et affiner son plan d'action.

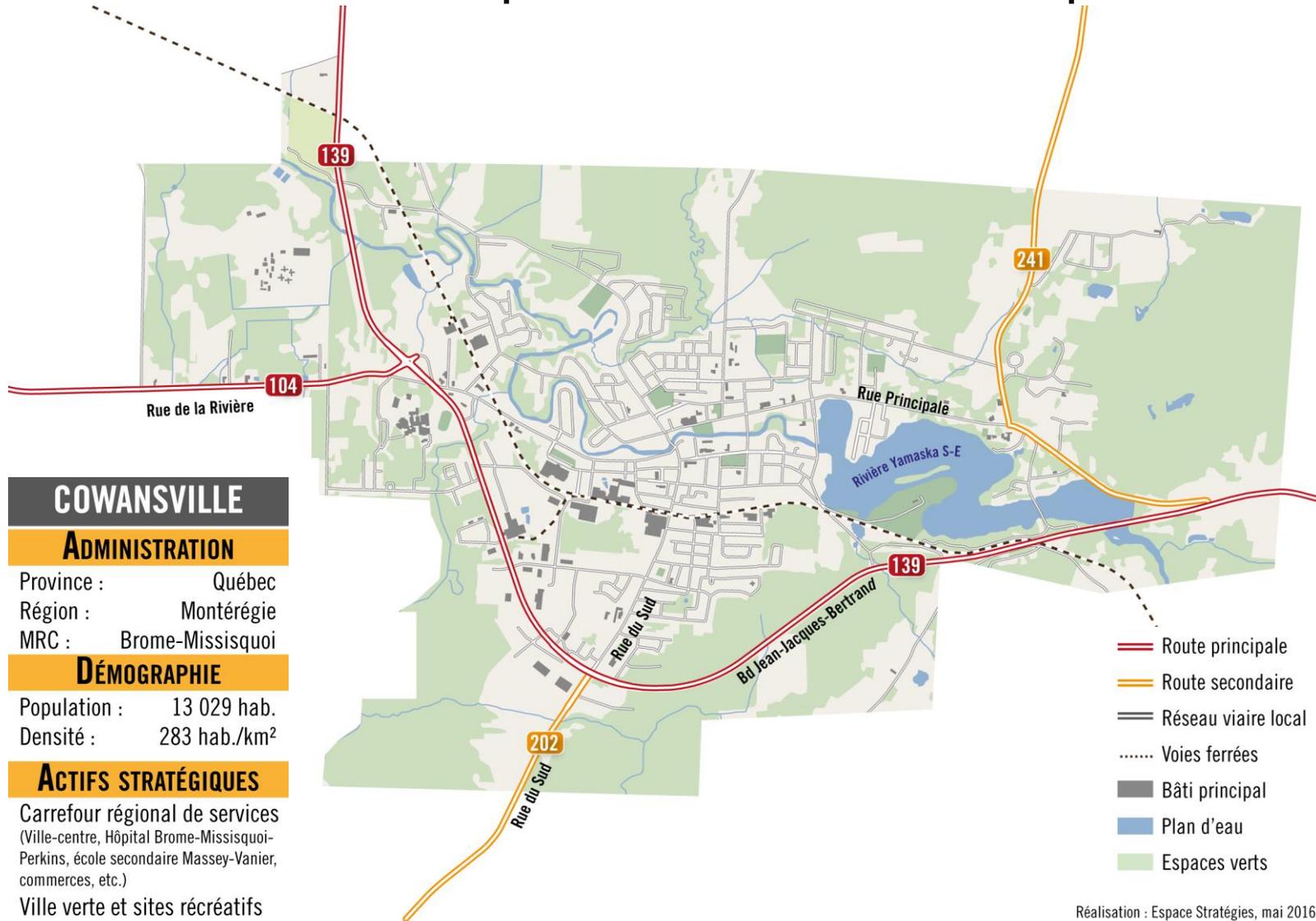
Le présent plan de développement industriel et commercial est basé sur une vision de développement à long terme et sur plusieurs enjeux propres au contexte local. Il vise ainsi à prioriser les initiatives stratégiques et les projets à valeur ajoutée à mettre de l'avant au cours des cinq (5) prochaines années.

Avec le soutien des firmes Stratégies Immobilières LGP et Demarcom, Espace Stratégies a réalisé un portrait socioéconomique du territoire et mis en exergue les dynamiques à l'œuvre. Ces éléments ont servi de base de discussion lors d'un premier atelier de travail qui a réuni des entrepreneurs, des commerçants, des acteurs socioéconomiques, des membres de la Municipalité, des conseillers municipaux ainsi que le Maire. Ensemble, les participants ont identifié une série d'enjeux afférents au développement de Cowansville.

Par la suite, deux chantiers de travail thématiques, le premier consacré à l'industrie et le second au commerce, ont été organisés avec pour objectif de définir et de hiérarchiser les actions à engager.

ÉLÉMENTS-CLÉS DU PORTRAIT SOCIOÉCONOMIQUE

2. Éléments-clés du portrait socioéconomique

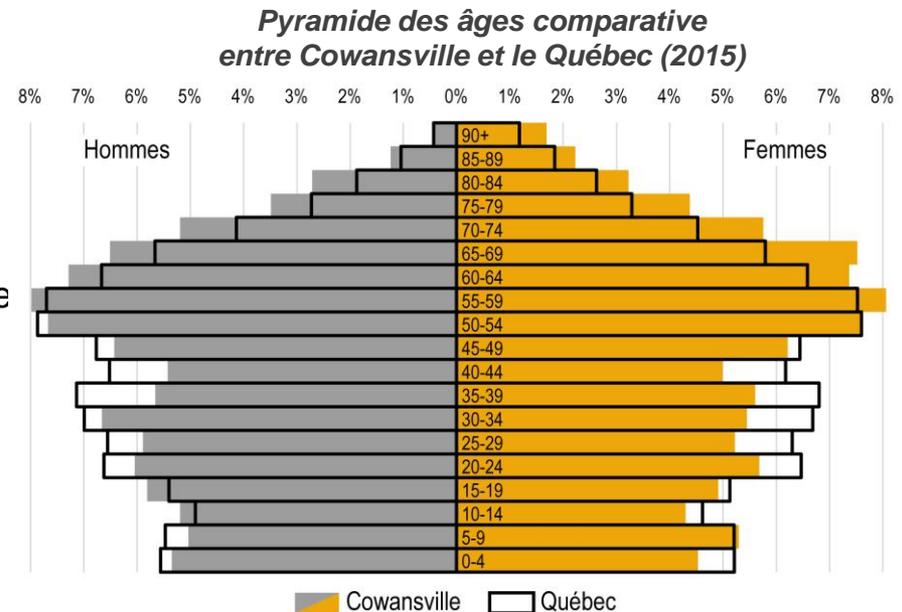


Réalisation : Espace Stratégies, mai 2016
Fond de plan : Openstreetmap

2. Éléments-clés du portrait socioéconomique

Cette section propose une analyse synthétique et actualisée du profil socioéconomique de la Municipalité de Cowansville. Les données proviennent de divers documents produits par la MRC, la Ville, Emploi-Québec et Statistique Canada. Les caractéristiques industrielles et commerciales seront présentées dans une section ultérieure.

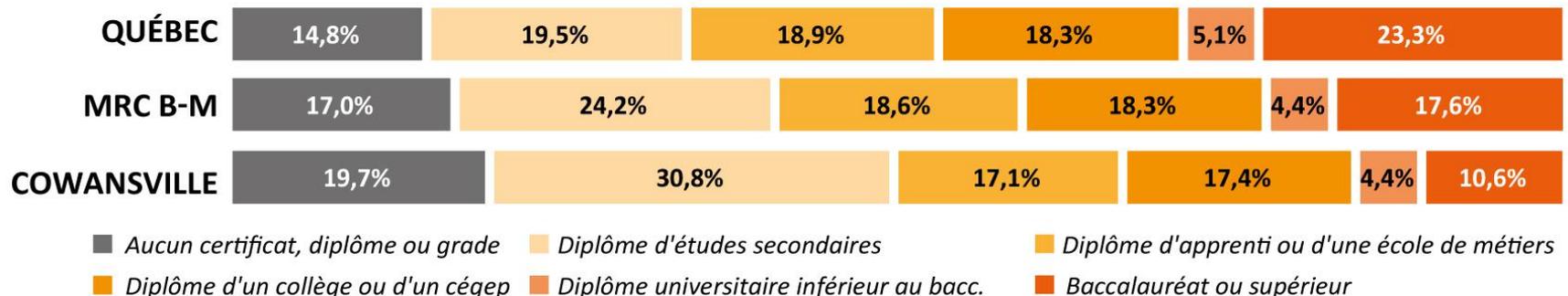
- **Cowansville, la ville la plus peuplée de la MRC Brome-Missisquoi.**
 - ✓ 13 029 habitants, soit 23 % de la population de la MRC (Décret de population de 2016).
- **Une croissance soutenue de la population ces 5 dernières années.**
 - ✓ La population cowansvilloise a crû de + 4,3 % entre 2011 et 2015. En comparaison, la population de la MRC et celle de la province n'ont augmenté respectivement que de + 3,7 % et + 3,2 %. Pour mémoire, entre 2006 et 2011, la Ville a connu une croissance démographique plus faible (2,5 %) que la MRC (5,4 %) et la province (4,9 %).
- **Une population relativement vieillissante caractérisée par une surreprésentation des plus de 60 ans.**
 - ✓ Par rapport à la moyenne provinciale, la structure par âges de la ville se distingue par une base étroite et une pointe large correspondant à la présence sur le territoire municipal de nombreuses personnes de plus de 60 ans.
 - ✓ La proportion de la population âgée de 60 ans et plus était de 29,5 % en 2015 (Québec = 24,2 %).
 - ✓ L'âge médian des Cowansvillois était de 45,5 ans en 2011 (41,9 ans au Québec).



2. Éléments-clés du portrait socioéconomique

- Une population majoritairement francophone bénéficiant toutefois d'une bonne connaissance de la seconde langue officielle (bilinguisme).**
 - ✓ 93,7 % des habitants sont capables de s'exprimer en français.
 - ✓ 49,8 % des habitants sont bilingues, un taux de bilinguisme supérieur à la moyenne québécoise (42,6 %).
- Une ville caractérisée par la faible présence de personnes immigrantes et de celles issues des minorités visibles.**
 - ✓ Seuls 2,6 % des Cowansvillois sont des immigrants, au sens défini par Statistique Canada, contre 12,6 % au Québec.
 - ✓ Les minorités visibles représentent 0,9 % de la population municipale (Québec = 11 %).
- Un taux de diplomation universitaire deux fois inférieur à la moyenne.**
 - ✓ En 2011, seuls 10,6 % des habitants âgés entre 25 et 64 ans disposaient d'un grade universitaire (Québec = 23,3 %).
 - ✓ Pour autant, Cowansville bénéficiait d'une proportion quasi équivalente de personnes possédant un diplôme professionnel (17,4 %).

Population totale âgée entre 25 ans et 64 ans selon le plus haut certificat, diplôme ou grade (2011)



2. Éléments-clés du portrait socioéconomique

- **Des revenus nettement inférieurs aux moyennes régionales et provinciales.**
 - ✓ Avec un revenu après impôt médian de 39 488 \$, les ménages cowansvillois disposent d'un pouvoir d'achat nettement plus faible que ceux des territoires voisins (MRC = 45 307 \$, Québec = 45 968 \$).

Revenu des ménages (2010)	Cowansville	MRC Brome-Missisquoi	Québec
Revenu total médian des ménages	43 252 \$	50 670 \$	51 842 \$
Revenu total moyen des ménages	55 203 \$	65 087 \$	66 205 \$
Revenu après impôt médian des ménages	39 488 \$	45 307 \$	45 968 \$
Revenu après impôt moyen des ménages	47 452 \$	54 293 \$	55 121 \$

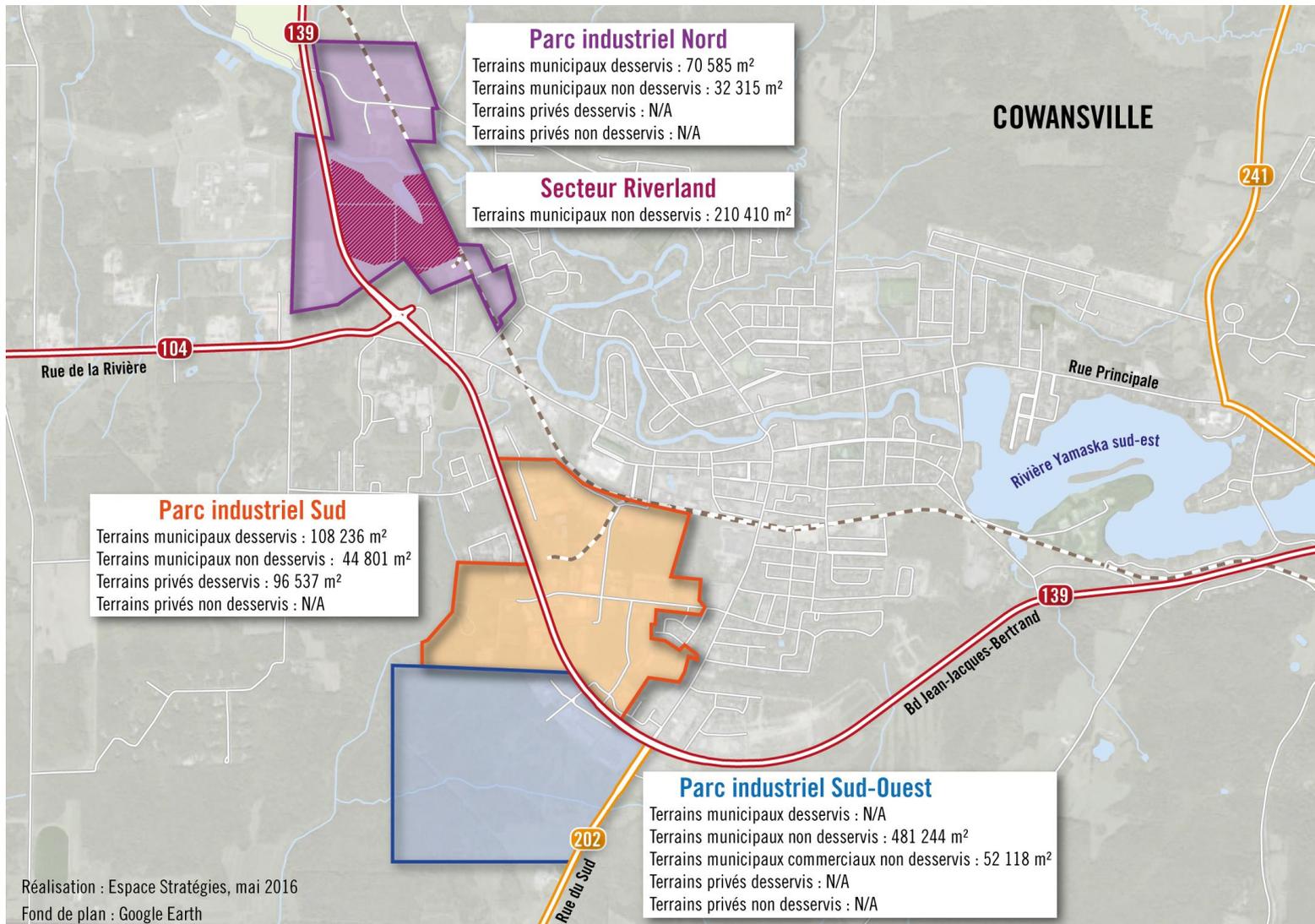
Source : statcan.gc.ca – 2011 (données 2010)

- **Ville-centre de sa MRC, Cowansville offre à ses usagers un ensemble de services de proximité (écoles, banques, dépanneurs, etc.) et se positionne également comme une centralité urbaine au bénéfice des habitants des municipalités limitrophes (cinéma, bibliothèque, parcs, aréna, piscines, etc.). Elle offre ainsi une certaine qualité de vie lui permettant d'attirer des familles, de la main-d'œuvre et des entreprises.**

VOLET INDUSTRIEL

3. Volet industriel

Cartographie



Réalisation : Espace Stratégies, mai 2016
Fond de plan : Google Earth

3. Volet industriel

3.1. Tendances et dynamiques

Les grandes tendances et dynamiques qui affectent le développement industriel de la Municipalité de Cowansville ont été regroupées selon quatre thématiques : tissu industriel, parcs industriels, entrepreneuriat, emploi et formation.

TISSU INDUSTRIEL

- **La structure industrielle de Cowansville apparaît aujourd’hui fragilisée et tend à perdre de l’importance à l’échelle régionale.**
 - ✓ Le tissu industriel est composé de 35 entreprises employant 869 personnes¹.
 - ✓ Première ville en importance démographique (23 %) de la MRC, elle ne concentre que 9 % de l’emploi industriel total de Brome-Missisquoi¹.
 - ✓ Au cours des dernières années, Cowansville a été reléguée au 4^e rang régional¹ après Bromont (4 961 emplois industriels), Lac-Brome (1 279) et Farnham (911).
- **Le tissu cowansvillois est essentiellement composé de PME s’inscrivant dans 4 principales filières économiques** (bois, textile, métal et chimie-plastique).
- **On constate une absence de créneau dominant et de grappe industrielle.**
- **On relève également le déclin de la filière textile amorcé au début des années 2000.**
 - ✓ Principal secteur en 2003 avec 1 234 employés (53 % des emplois industriels), la filière textile ne comptabilisait plus que 213 emplois en 2011, soit une baisse de 83 %.

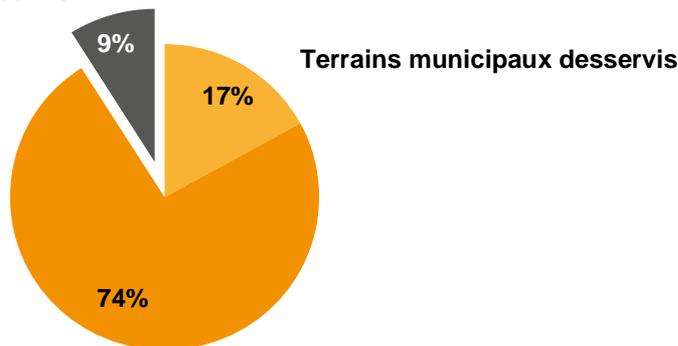
3. Volet industriel

3.1. Tendances et dynamiques

PARCS INDUSTRIELS

- **La ville dispose de 4 espaces à vocation industrielle accueillant des entreprises issues de plusieurs secteurs économiques (industries, commerces, tertiaire, etc.).**
 - ✓ Les parcs industriels Sud, Sud-Ouest, Nord et le secteur Riverland (cf. carte p.11).
- **Une offre limitée de terrains prêts à bâtir fragilisant l'attractivité de Cowansville à l'échelle régionale.**
 - ✓ La majorité des terrains industriels est détenue par la municipalité (91%).
 - ✓ Seuls 26% des terrains sont desservis par les réseaux (275 358 m² soit ±3M pi²).
 - ✓ Un positionnement défavorable en comparaison à Granby et Bromont, par exemple.

Terrains privés desservis



Terrains municipaux non desservis

Terrains industriels	Desservis	Non desservis
Municipaux	178 821 m ²	768 770 m ²
Privés	96 537 m ²	0 m ²
Total	275 358 m²	768 770 m²

3. Volet industriel

3.1. Tendances et dynamiques

ENTREPRENEURIAT

- **L'entrepreneuriat est un vecteur de développement soutenu par le CLD. Cette volonté s'incarne par l'ouverture de la Zone BM, un espace de travail partagé réservé aux travailleurs autonomes, aux microentreprises et aux PME en démarrage.**
 - ✓ 23 espaces de bureaux aménagés répartis sur 200 m².
 - ✓ Une personne-ressource assurant l'accompagnement des entrepreneurs (fiscalité, marketing, droit, etc.).
 - ✓ Une structure qui vise à accueillir des entreprises de tous les domaines d'activités.

EMPLOI ET FORMATION

- **Une pénurie de main-d'œuvre qualifiée et spécialisée** (techniciens, ingénieurs, etc.).
- **Des difficultés dans la rétention et l'attraction de la main-d'œuvre peu qualifiée** (fidélisation des travailleurs à bas salaire).
- **L'adéquation entre la formation de la main-d'œuvre et les besoins des entreprises est partiellement comblée par le Campus de Brome-Missisquoi** (3 DEP : mécanique industrielle de construction et d'entretien, soudage-montage et technique d'usinage), **la SOFIE** (Société de formation industrielle de l'Estrie) **et Emploi-Québec, qui dispose d'une antenne locale.**

3. Volet industriel

3.2. Analyse FFOM

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">✓ Positionnement géographique, à proximité de centres urbains (Sherbrooke et Montréal), de la frontière états-unienne et des infrastructures aéroportuaires✓ Présence d'un réseau ferroviaire✓ Qualité de vie et présence de nombreux services (commerces, hôpital, etc.)✓ Faibles coûts d'installation et d'exploitation (achat de terrains, location de biens immobiliers, taxes)✓ Présence de centres de formation (Campus de Brome-Missisquoi et SOFIE) et d'un cégep à proximité (Granby)✓ Création récente de la Zone BM, un espace d'accueil et d'accompagnement des entreprises en démarrage	<ul style="list-style-type: none">✓ Terrains vacants présentant des problèmes de tenure ou de desserte/raccordement aux réseaux✓ Disponibilité de la main-d'œuvre qualifiée à l'instar de nombreuses villes québécoises✓ Difficultés de recrutement de professionnels (comptables, ingénieurs et autres professionnels)✓ Absence de secteur industriel moteur permettant de définir le positionnement et de renforcer l'attractivité de Cowansville, notamment pour les entreprises étrangères✓ Manque de disponibilité de bâtiments aux normes✓ Éloignement relatif de l'autoroute 10 reliant Montréal à Sherbrooke (±15 km)

3. Volet industriel

3.2. Analyse FFOM

OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none">✓ Développement du secteur agroalimentaire et de la filière bois, particulièrement dans la 2e et 3e transformation✓ Création d'un espace d'incubation consacré aux entreprises industrielles✓ Création d'une filière d'accueil compatible avec les deux moteurs industriels régionaux (Granby et Bromont). Elle pourra s'articuler autour de créneaux liés à l'aéronautique, aux véhicules spéciaux (Granby) et à la microélectronique (Bromont). Il s'agira, par exemple, de renforcer les services B2B de ces créneaux à Cowansville.✓ Expertise reconnue dans le textile et dans le créneau d'excellence des matières souples avancées (Accord Montérégie)	<ul style="list-style-type: none">✓ Disparition totale des filières textile et bois (bâtons de hockey, planches à neige, etc.)✓ Absence de leadership pour mener à bien la stratégie de développement industriel✓ Risque de vétusté accrue des bâtiments industriels vacants✓ Transformation en profondeur du secteur manufacturier et perte des emplois associés

3. Volet industriel

3.3. Vision industrielle : Cowansville 2025

La vision de développement industriel à long terme a été exprimée par les acteurs locaux lors du premier atelier. Les échanges identifiant les initiatives structurantes et les projets réalisés à l'horizon 10 ans ont été synthétisés. Le détail de ces éléments figure en annexes.

Cowansville dans 10 ans :

Une ville qui s'est démarquée dans son positionnement et a trouvé une identité économique qui lui est propre.

Un site de choix pour l'implantation d'entreprises, offrant aux entrepreneurs de nombreuses ressources matérielles (locaux, Internet à haute vitesse, etc.) **et immatérielles** (main-d'œuvre qualifiée, accompagnement et incubation).

Un développement basé sur l'optimisation des potentialités locales (vitalité entrepreneuriale, secteurs d'excellence) **et sur l'appartenance à une chaîne de valeur régionale.**

Une ville, qui au-delà de son rôle de carrefour régional de services, constitue un pôle industriel majeur participant au rayonnement de sa région.

3. Volet industriel

3.4. Enjeux prioritaires

L'évaluation globale de la situation industrielle du territoire ainsi que les exercices réalisés lors des ateliers de concertation ont permis de faire ressortir des enjeux que la municipalité de Cowansville devra prendre en compte dans l'élaboration de son plan de développement. Quatre (4) grands enjeux stratégiques ont été synthétisés à partir des enjeux prioritaires définis par les acteurs locaux (cf. annexes).

Enjeux critiques

- **L'identification de secteurs porteurs et complémentaires avec l'environnement régional.**
- **L'offre de locaux et de terrains adaptés aux besoins des entreprises industrielles (disponibilité, superficie, prix, caractéristiques architecturales, etc.).**
- **Le renforcement de la notoriété et de l'attractivité de Cowansville.**
- **La pérennisation et la croissance des PME industrielles.**

3. Volet industriel

3.5. Grandes orientations stratégiques

Le plan de développement met de l'avant quatre grandes orientations stratégiques visant à dynamiser le développement industriel de la municipalité. Ces orientations résultent des analyses précédentes et des enjeux identifiés de concert avec les acteurs locaux.

1 »

S'inscrire pleinement dans les écosystèmes de Brome-Missisquoi et de la Montérégie en intégrant les entreprises locales dans les chaînes de valeur régionales

2 »

Accroître l'attractivité de Cowansville en menant des actions immobilières et foncières ciblées

3 »

Renforcer la connaissance du milieu industriel et promouvoir le positionnement économique de Cowansville

4 »

Soutenir le démarrage et le développement des entreprises industrielles, surtout celles en lien avec les créneaux régionaux et les chaînes de valeur locales

3. Volet industriel

3.6. Axes de développement et plan d'action

Orientation 1 : S'inscrire pleinement dans les écosystèmes de Brome-Missisquoi et de la Montérégie en intégrant les entreprises locales dans les chaînes de valeur régionales

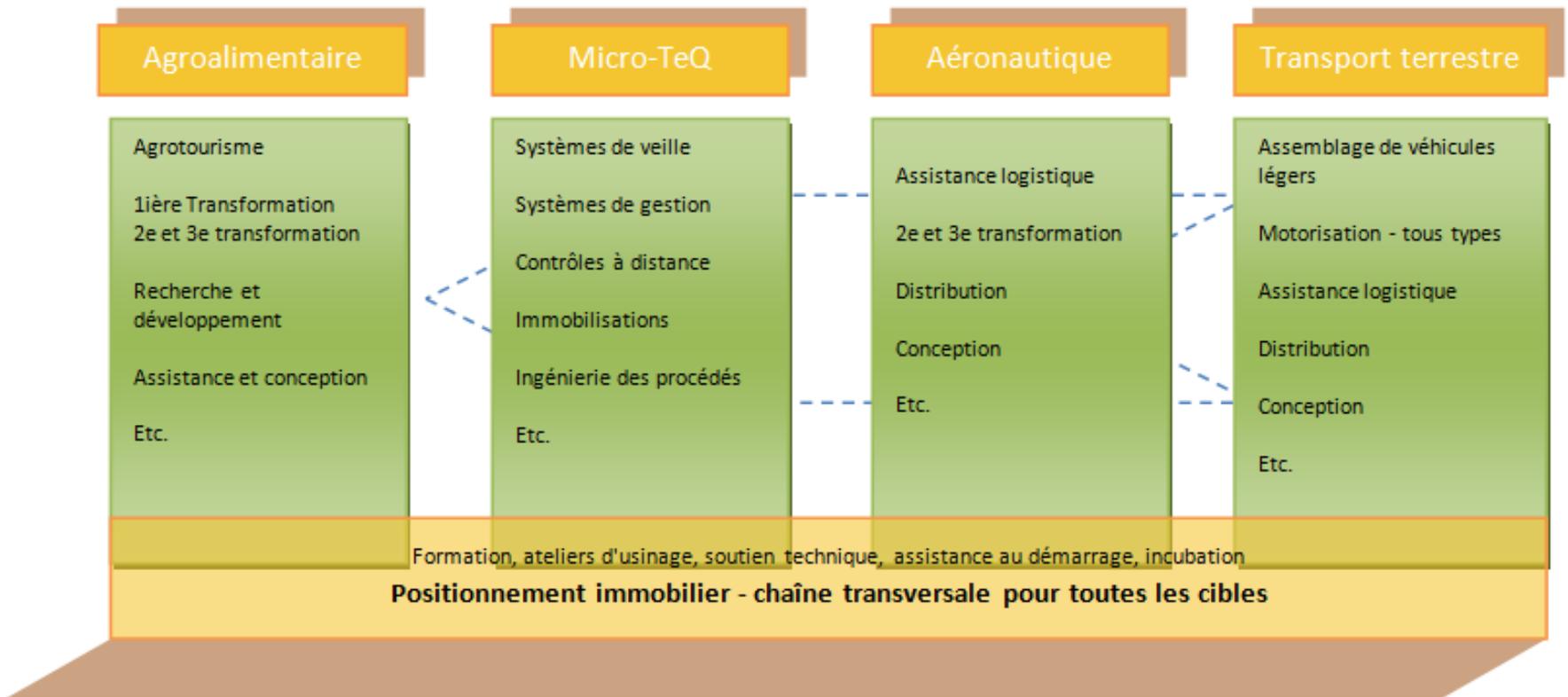
Axe	Action	Acteur	Temporalité
1.1 S'imbriquer dans les écosystèmes industriels de Brome- Missisquoi et de la Montérégie	Identifier les créneaux porteurs et assurer la « transversalité » du positionnement de Cowansville (voir diapositive suivante)	Ville	CT
	Devenir membre des principaux regroupements sectoriels de la <u>Montérégie</u> , dont notamment : <ul style="list-style-type: none"> ✓ MicroTeQ-10 (créneaux de Bromont et Granby) ✓ TransformAction (agroalimentaire – Brome-Missisquoi) ✓ Réseau de la transformation métallique (Granby) 	CLD + Ville	CT
	Offrir un produit immobilier aux membres des chaînes de valeur régionales	Ville	MT

Court terme (CT) : moins d'un an
 Moyen terme (MT) : 1 à 3 ans
 Long terme (LT) : 3 ans et plus
 En continu (EC)

3. Volet industriel

3.6. Axes de développement et plan d'action

Positionnement de Cowansville par rapport aux chaînes de valeur régionales



Légende:

Vert: créneaux

Doré: Positionnement immobilier

3. Volet industriel

3.6. Axes de développement et plan d'action

La transversalité : élément stratégique essentiel pour Cowansville

- Étant donné que :
 - Cowansville ne peut prétendre attirer systématiquement les grands donneurs d'ordres des créneaux régionaux (identifiés en vert dans le schéma précédent);
 - Cowansville est idéalement située entre deux pôles (Granby et Bromont) qui sont potentiellement des sites pour les leaders des créneaux;
- Alors :
 - Cowansville doit se positionner pour accueillir *les entreprises de services, de distribution ou de troisième transformation* dont les produits peuvent être utilisés par les donneurs d'ordres ou les entreprises de deuxième transformation de tous les créneaux régionaux (dont une liste partielle est inscrite dans les colonnes en vert) : c'est ce que l'on appelle la transversalité (illustrée par la portion en doré du bas du graphique de la page précédente);
 - **Cowansville doit donc orienter ses efforts d'attraction vers ce type d'entreprises plus « génériques »** dont les produits et services peuvent être plus universels. C'est pourquoi l'on place le créneau transversal vers le bas du schéma pour montrer que les clients des entreprises recherchées sont les donneurs d'ordres situés au haut de l'échelle des créneaux.

3. Volet industriel

3.6. Axes de développement et plan d'action

Orientation 2 : Accroître l'attractivité de Cowansville en menant des actions immobilières et foncières ciblées

Axe	Action	Acteur	Temporalité
2.1 Augmenter l'attractivité avec des promoteurs privés	Chercher à signer un protocole d'entente avec un ou des promoteurs immobiliers privés pour le développement d'une offre immobilière clés en main pour des bâtiments de 5 000 à 20 000 pi ² - Fonctionner au moyen d'un appel d'offres	Ville	MT
	Assurer la disponibilité en tout temps de 5 000 pi ² de bâtiment industriel possédant les caractéristiques suivantes : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Minimum de 21 pieds d'espace libre sous les solives ✓ Possibilité de 2 étages de bureaux à l'avant ✓ Porte de garage à l'arrière (minimum : 1 porte) ✓ Entreposage extérieur avec clôture végétalisée sur un côté (voir diapositive page suivante) 	Ville	EC
2.2 Augmenter l'attractivité par des actions foncières	Viabiliser 100 000 pi ² de terrains industriels par an – selon les disponibilités budgétaires	Ville	EC
	Achat de terrains industriels par la Ville (selon les possibilités de vente des propriétaires) – Prévoir un budget annualisé pour cette fin	Ville	EC
	Conduire une étude annuelle sur la valeur marchande des terrains industriels privés de la ville	CLD	EC
	Conduire une étude annuelle sur le rendement fiscal des entreprises industrielles	Ville	EC
	Faire un relevé du bâti industriel existant et le tenir à jour; en identifier les contraintes et les possibilités de redéveloppement. Prévoir la reconversion des terrains lorsque les bâtiments doivent être démolis	Ville	CT et EC

3. Volet industriel

3.6. Axes de développement et plan d'action

Exemple de bâtiment industriel pour 2^e et 3^e transformation ou pour services aux entreprises (B2B) – 4 unités de 2 500 pi² pour un total de 10 000 pi² (cf. annexe 5.5)

YHS
ARCHITECTE
architecture | urbanisme | gestion

LGP STRATÉGIES
IMMOBILIÈRES
accompagnement • planification • développement

2015 Inc. / Tous droits réservés. Logiciel © 2015
Bureau 201, Rue 201, 11410 St-Jovite, QC J0T 1A0
Contact: info@yhsarchitecte.com



3. Volet industriel

3.6. Axes de développement et plan d'action

Orientation 2 : Accroître l'attractivité de Cowansville en menant des actions immobilières et foncières ciblées

Axe	Action	Acteur	Temporalité
2.3 Augmenter l'attractivité par des actions financières	Étudier la possibilité de la création d'un fonds immobilier mixte (Ville, privé, autre) visant la participation municipale directe à son développement industriel	Ville CLD Promoteur(s)	MT
2.4 Assurer la concordance du zonage avec la stratégie proposée	Réviser le zonage des parcs et zones industrielles sur les aspects suivants en particulier : <ol style="list-style-type: none">1) Entreposage extérieur (à l'arrière ou sur un côté)2) COS (+ de 30 % - de 50 %)3) Rapprochement des bâtiments de la rue (15 à 25 mètres)4) Services (à revoir)	Ville	LT

3. Volet industriel

3.6. Axes de développement et plan d'action

Orientation 3 : Renforcer la connaissance du milieu industriel et promouvoir le positionnement économique de Cowansville

Axe	Action	Acteur	Temporalité
3.1 Démarcher des entreprises ciblées	Identifier les entreprises – à l'échelle de l'Amérique du Nord, mais principalement celles dont le siège social est à Toronto ou à Montréal – qui complètent les chaînes de valeur identifiées et qui offrent un service industriel aux donneurs d'ordres locaux	CLD + Investissement Québec	CT
	Identifier les entrepreneurs (champions) locaux pouvant assurer une correspondance entre cible et positionnement	Ville + CLD + Emploi Québec	CT
	Assurer un démarchage ciblé et suivi auprès des entreprises identifiées en utilisant les médias sociaux et les contacts personnalisés. Cette action demande la révision du protocole d'entente à long terme entre le CLD et la Ville pour déterminer les responsabilités et la nature des actions de chacun, selon les nouvelles orientations stratégiques.	Ville + CLD	CT
3.2 Promouvoir les initiatives au chapitre industriel auprès de la population locale	Saluer, dans les médias locaux, la venue de toute nouvelle entreprise industrielle, de tout investissement industriel ou de la création d'emplois au sein d'une entreprise existante	Ville + CCCR	EC
	Créer un site Web réservé à la promotion du secteur industriel cowansvillois. Il pourrait y être intégré, par exemple, une carte interactive des terrains et bâtiments disponibles ou encore une explication du concept de chaînes de valeur.	Ville + CLD + CCCR	EC
	Ajouter le mot « économique » à l'onglet du « développement » sur le site Internet de la Ville. Ajouter un texte sur l'onglet « Accueil des entrepreneurs » (voir action 4.1)	Ville	CT

3. Volet industriel

3.6. Axes de développement et plan d'action

Orientation 3 : Renforcer la connaissance du milieu industriel et promouvoir le positionnement économique de Cowansville

Axe	Action	Acteur	Temporalité
3.3 Promouvoir le positionnement de Cowansville auprès des instances de démarchage et des sites spécialisés (<i>site selectors</i>)	Préparer et diffuser un court document électronique (<i>one pager</i>) pour Investissement Québec, les ambassades et consulats canadiens et les Maisons du Québec sur le territoire nord-américain	CLD	CT
	Identifier les principaux intermédiaires (sites spécialisés – <i>site selectors</i> –, agences immobilières) actifs au sein des créneaux visés, et préparer et diffuser à leur intention les disponibilités immobilières au sein des parcs industriels	Ville + CLD	MT

3. Volet industriel

3.6. Axes de développement et plan d'action

Orientation 4 : Soutenir le démarrage et le développement des entreprises industrielles, surtout celles en lien avec les créneaux régionaux et les chaînes de valeur locales

Axe	Action	Acteur	Temporalité
4.1 Favoriser le développement d'entreprises industrielles	Mettre sur pied une procédure administrative accélérée (<i>fast track</i>) pour l'émission de permis de construction ou d'installation pour toute nouvelle entreprise industrielle	Ville	CT
	Mettre sur pied un protocole détaillé de l'accueil industriel comportant les éléments suivants : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Accueil logistique des promoteurs, leur famille et leurs employés ✓ Liste des services à mobiliser (loisirs, développement économique, permis, etc.) ✓ Fiche des besoins exprimés ✓ Identification de l'interface municipale au dossier (nom du fonctionnaire, type de soutien, autres intervenants non municipaux, le cas échéant, etc.) 	Ville	MT
	Identifier les possibles champions entrepreneurs au sein de Brome-Missisquoi et de la Montérégie, surtout ceux en lien avec les créneaux régionaux (cf. annexes) et les chaînes de valeur locales	Ville + CLD	EC
	Assurer la correspondance entre les projets et le fonds d'investissement financier	Ville + CLD	MT
	Mettre sur pied un espace d'incubation / <i>soft landing</i> / accélérateur d'entreprises d'à peu près 5 000 pi ² consacré uniquement aux entreprises industrielles	Ville + Promoteur privé	CT

3. Volet industriel

3.7. Synthèse

L'approche proposée se base donc sur un **positionnement strictement immobilier** pour Cowansville selon l'hypothèse que les principaux acteurs des créneaux de la région à Granby et à Bromont assurent une attractivité intéressante.

Toutefois, plusieurs participants, le long des chaînes de valeur, ne viennent pas s'installer ici par manque d'offres immobilières avantageuses.

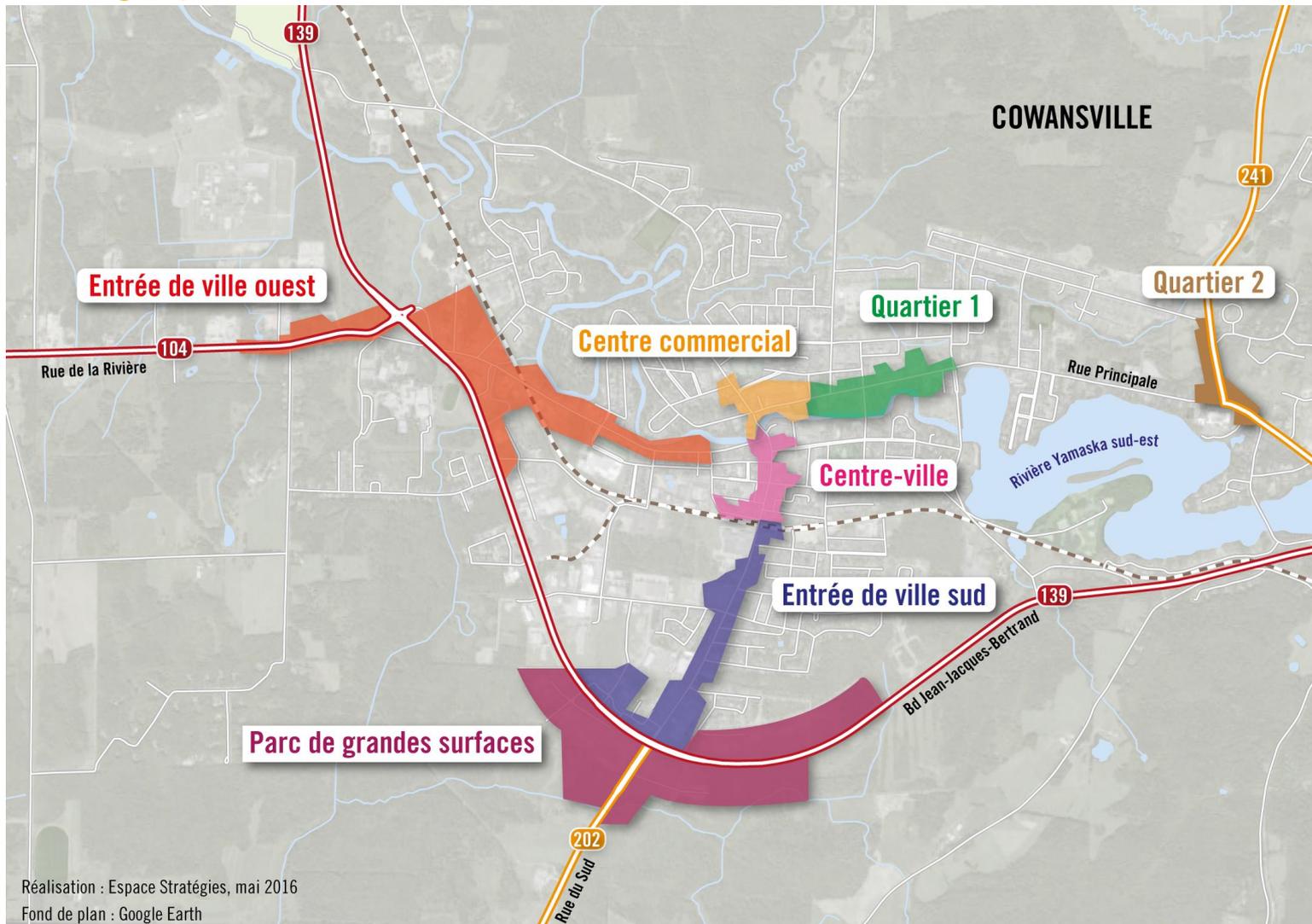
En proposant plusieurs solutions immobilières de bâtiments modernes pour des usages ciblés, la Ville de Cowansville vient donc **s'intégrer dans les créneaux existants** et vient augmenter son potentiel local d'attractivité par un positionnement de *transversalité*. L'existence d'une tradition industrielle et de bâtiments vacants vient encore renforcer ce constat.

Toutes les actions proposées sont donc orientées en ce sens. L'horizon de réalisation se mesure sur un cycle de 5 à 10 ans.

VOLET COMMERCIAL

4. Volet commercial

Cartographie



4. Volet commercial

4.1. Tendances et dynamiques

Les grandes tendances et dynamiques qui affectent le développement commercial de la Municipalité de Cowansville sont dressées dans la section suivante. Les données quantitatives proviennent en partie de l'étude d'orientations commerciales réalisée en 2012 par la firme Demarcom et d'informations fournies par la MRC et le CLD.

- **L'offre commerciale de Cowansville apparaît dense et diversifiée pour une municipalité de 13 000 habitants.**
 - ✓ Une offre commerciale estimée à $\pm 132\,000$ m² générant un chiffre d'affaires de ± 454 M \$ (*Orientations commerciales – 2012*).
 - ✓ La quasi-totalité des typologies et des catégories commerciales y sont implantées.
- **La demande locale apparente est estimée à ± 181 M \$.**
 - ✓ Les 7 412 ménages dépensent en moyenne 24 482 \$/an pour des biens et des services vendus au sein de commerces de détail.
- **La Ville bénéficie d'un statut de destination régionale pour les communautés environnantes.**
 - ✓ Un bilan (offre-demande) nettement excédentaire traduisant le pouvoir d'attraction commerciale de Cowansville.
- **En dépit de ce positionnement, Cowansville souffre de fuites commerciales (± 40 M \$) qui, au regard de son attraction, semblent secondaires, voire négligeables.**

4. Volet commercial

4.1. Tendances et dynamiques

- **Une structure commerciale encore fragile en dépit d'une nette amélioration ces dernières années.**
 - ✓ Un processus continu d'étalement commercial nuisant à l'attractivité de l'offre.
 - ✓ Un centre-ville qui peine à jouer pleinement son rôle de centralité.
 - ✓ Un renouveau institué par la mise en place d'actions de promotion du commerce de proximité et par une campagne de rénovation des devantures.
- **Un nombre important de terrains commerciaux vacants exposant la ville à un développement non maîtrisé de son armature.**
 - ✓ 139 terrains à vocation commerciale vacants ont été recensés. Ils représentent plus d'un million de mètres carrés (100 ha) dont la moitié se situe dans le parc des grandes surfaces (*Orientations commerciales – 2012*).
- **Des commerçants éprouvant des difficultés quant à l'appréhension des nouveaux modes de consommation (présence sur Internet, vente en ligne).**

4. Volet commercial

4.2. Analyse FFOM

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">✓ Importance des terrains vacants à vocation commerciale offrant ainsi des espaces disponibles pour le développement de l'offre✓ Destination commerciale pour les territoires environnants (rôle de destination régionale)✓ Dynamisme de la Chambre de Commerce de Cowansville et Région	<ul style="list-style-type: none">✓ <u>Entrée de ville ouest</u> : scénographie commerciale peu séduisante et offre peu diversifiée (automobile et restauration rapide)✓ <u>Entrée de ville sud</u> : étalement et mitage du linéaire commercial✓ <u>Parc des grandes surfaces</u> : parc de stationnement nuisant à la visibilité des devantures commerciales et multiplication de l'affichage publicitaire✓ <u>Centre-ville</u> : structure commerciale fragile marquée par la présence de nombreuses activités de service en rez-de-chaussée; un espace commercial peu lisible ne permettant pas d'identifier clairement son entrée et sa sortie✓ <u>Centre commercial</u> : bâtisse introvertie (mur aveugle sur la rue Principale) conduisant à une absence de synergie avec les commerces environnants

4. Volet commercial

4.2. Analyse FFOM

OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none">✓ Manques identifiés en hôtellerie/hébergement et sur le créneau de l'habillement, singulièrement celui des femmes et des enfants✓ Densification commerciale permettant de renforcer le rôle de destination de la ville✓ Opportunité de création d'une zone de restauration familiale✓ Opportunité de création d'une desserte automobile✓ Possibilité de doter la Ville d'une compétence en soutien commercial✓ Évasion commerciale (40 M \$) limitée, en regard du pouvoir d'attraction du tissu commercial	<ul style="list-style-type: none">✓ Amplification de la dissémination géographique de l'offre commerciale sur le territoire municipal✓ Cristallisation des comportements d'achat vers d'autres destinations✓ Développement commercial basé sur des potentialités non complémentaires et peu structurantes pour la Ville

4. Volet commercial

4.3. Vision commerciale : Cowansville 2025

La vision de développement commercial à long terme a été exprimée par les acteurs locaux lors du premier atelier. Les échanges identifiant les initiatives structurantes et les projets réalisés à l'horizon 10 ans ont été synthétisés. Le détail de ces éléments figure en annexes.

Cowansville dans 10 ans :

Une ville qui exerce pleinement sa fonction de pôle commercial de destination et rayonne sur les municipalités environnantes.

Son centre-ville propose une offre commerciale complète, diversifiée et attractive permettant de répondre aux besoins courants et quotidiens des habitants et des usagers (salariés, touristes et population en transit).

Chacun des pôles commerciaux du territoire dispose d'une vocation ciblée. Le centre-ville est un espace de centralité dont l'offre est enrichie par la présence de quelques pôles périphériques s'inscrivant dans une logique de complémentarité.

Ainsi, la valorisation et le renforcement de l'offre ont permis de contenir l'évasion commerciale vers les pôles extérieurs.

4. Volet commercial

4.4. Enjeux prioritaires

L'évaluation globale de la situation commerciale du territoire ainsi que les exercices réalisés lors des ateliers de concertation ont permis de faire ressortir cinq (5) grands enjeux que la Municipalité de Cowansville devra prendre en compte dans l'élaboration de son plan de développement. Certains de ces enjeux sont communs à l'ensemble du tissu commercial de la Ville, d'autres sont territorialisés et propres à certains secteurs prioritaires (centre-ville, centre commercial et zone des grandes surfaces).

Enjeux critiques

- **Le renforcement de l'attractivité de l'ensemble du tissu commercial cowansvillois.**
- **La mobilisation des commerçants autour d'initiatives structurantes.**
- **Le redesign urbain du centre-ville pour lui permettre d'exercer pleinement son rôle d'animation urbaine.**
- **Le requalification et la redynamisation de la rue Principale.**
- **La valorisation et l'attractivité du secteur des grandes surfaces.**

4. Volet commercial

4.5. Grandes orientations stratégiques

Le plan de développement met de l'avant quatre (4) grandes orientations stratégiques visant à dynamiser le développement commercial de la municipalité. Ces orientations résultent des analyses précédentes et des enjeux identifiés de concert avec les acteurs locaux. Par conséquent, elles tiennent compte des réalités du territoire.

Les quatre grandes orientations stratégiques à privilégier simultanément sont les suivantes :

1 » Maîtriser le développement et la gestion à long terme de l'armature commerciale¹

2 » Renforcer le positionnement de centralité urbaine et commerciale de Cowansville à l'échelle de la MRC Brome-Missisquoi

3 » Fédérer les commerçants autour d'une démarche visant à améliorer l'expérience client

4 » Redynamiser les trois pôles commerciaux stratégiques de la Ville : le centre-ville, la rue Principale et le parc des grandes surfaces

4. Volet commercial

4.6. Axes de développement et plan d'action

Orientation 1 : Maîtriser le développement et la gestion à long terme de l'armature commerciale

Axe	Action	Acteur	Temporalité
1. Mener une politique active de gestion de l'armature commerciale	La création d'un comité de développement commercial tripartite (Ville, CLD, Chambre de commerce) peut représenter <u>une démarche préalable</u> à l'affectation permanente d'une ressource consacrée au développement commercial de Cowansville. Il pourrait se doter de quelques objectifs atteignables et les réaliser à la mesure de ses capacités. Exemple : réaliser et diffuser, lors d'une rencontre régionale réunissant les gens d'affaires et les organisations économiques, une fiche synthétique présentant les occasions d'affaires.	Ville + CLD + CCCR ODC	CT
	<p>Par la suite, un organisme de développement commercial (ODC) pourrait être créé afin de mettre en valeur l'armature commerciale de Cowansville.</p> <p>Cette structure, qui peut prendre des formes variées, devra se doter d'une ressource en services-conseils (mise à disposition en interne ou recrutement d'un commissaire commercial). Celle-ci prendra le leadership de la démarche et devra inspirer confiance aux commerçants pour leur faire adopter de nouvelles pratiques (harmonisation des horaires d'ouverture par exemple). La crédibilité et la ténacité de cette ressource permettront de maintenir l'engagement du milieu sur le long terme, et ce, au-delà des changements politiques. Son rôle sera de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - veiller à la gestion de la mixité commerciale - identifier les nouvelles occasions d'affaires - recruter les nouveaux commerces - améliorer les pratiques d'affaires - accompagner les commerces nouvellement implantés 		CT ou MT

4. Volet commercial

4.6. Axes de développement et plan d'action

Orientation 2 : Renforcer le positionnement de centralité urbaine et commerciale de Cowansville à l'échelle de la MRC Brome-Missisquoi

Axe	Action	Acteur	Temporalité
2.1 Contribuer à la diminution de la vacance commerciale	Identifier l'ensemble des locaux commerciaux vacants de la ville ainsi que ceux faisant l'objet d'une cession de fonds ou de bail afin de mieux orienter les demandes d'implantation. Cet inventaire pourrait contenir des informations relatives à la superficie, à la vocation et à la valeur locative ou vénale du bien.	Ville ou ODC	CT
	Diffuser sur le site Web de l'organisme responsable de l'armature commerciale la liste des locaux vacants afin de renforcer la capacité d'attraction de nouveaux commerçants à une échelle plus large.	ODC	MT
	Contribuer à la diminution de la vacance commerciale par le recrutement de commerces aujourd'hui manquants (habillement, articles de maison, boucherie, cosmétique, magasin de peinture, etc.).	ODC	MT
2.2 Lutter contre l'étalement commercial	Définir précisément le périmètre des zones commerciales de la ville et empêcher, par le biais de la réglementation et du zonage, le développement de commerces en dehors de ces zones.	Ville	CT
2.3 Favoriser le rayonnement de Cowansville sur les municipalités environnantes	Positionner le centre-ville comme un espace de centralité commerciale d'attractivité intermunicipale. Il devra assurer la couverture des besoins commerciaux pour des biens courants des habitants de Cowansville et des territoires limitrophes. Il devra ainsi se différencier des autres pôles municipaux par son dimensionnement à « taille humaine » et par la possibilité d'effectuer un parcours marchand à pied (stationner son véhicule et se déplacer de commerce en commerce).	ODC + CCR	LT

4. Volet commercial

4.6. Axes de développement et plan d'action

Orientation 3 : Fédérer les commerçants autour d'une démarche visant à améliorer l'expérience client

Axe	Action	Acteur	Temporalité
3.1 Redéfinir le mandat accordé à la CCCR	Éclaircir les attentes et redéfinir les missions confiées à la Chambre de commerce par la Ville. Cette redéfinition portera notamment sur les actions à entreprendre conjointement pour redynamiser le centre-ville et sur la mobilisation des commerçants.	Ville + CCCR	CT
3.2 Fédérer les commerçants autour d'un projet commun	Faire un recueil des pratiques d'affaires pour avoir les fréquentations croisées des commerces. Identifier ce qui se fait déjà sur le marché, notamment au sein du Répertoire des bons coups de la Fondation Rues principales ¹ . Exemple : Renforcer la concertation entre restaurateurs pour assurer l'ouverture d'au moins un restaurant en tout temps (tous les soirs de la semaine et les jours fériés).	CCCR ou Commerçants	MT
	Intégrer les nouveaux commerçants dans le cercle des membres actifs et amener les anciens commerçants vers une logique de collaboration.		

1 - La Fondation Rues principales est un OBNL qui développe des ententes de services avec les municipalités désireuses de mettre en place des démarches de développement et de revitalisation économique et commerciale.

4. Volet commercial

4.6. Axes de développement et plan d'action

Orientation 4 : Redynamiser les trois pôles commerciaux stratégiques de la Ville : le centre-ville, la rue Principale et le parc des grandes surfaces

Axe	Action	Acteur	Temporalité
4.1 Centre-ville	Encourager le transfert des locaux professionnels et des activités de service installés en rez-de-chaussée au 2 ^e niveau.	Ville	EC
	Créer un environnement urbain propice à la déambulation et à la flânerie commerciale. Cette intervention urbaine pourrait s'incarner par : <ul style="list-style-type: none"> - l'élargissement des trottoirs - la facilitation de la livraison des commerces - l'installation de terrasses 		MT
4.2 Rue Principale et ses abords	Favoriser les synergies entre les commerces situés sur la rue Principale et le centre commercial Domaine du Parc par un réaménagement urbain de l'artère. Celui-ci devra faciliter les liaisons piétonnes entre ces deux espaces commerciaux et renforcer les liens entre la voie publique et le parc de stationnement situé en deuxième rideau.	Ville	MT
	Engager le dialogue avec le propriétaire du centre commercial pour lui exposer les enjeux et les avantages d'une diversification des fonctions (résidentielle, commerciale, économique et culturelle) sur son site.	Ville + Propriétaire	CT
	La conservation des commerces à bas coûts (Aubainerie et Dollarama) semble nécessaire compte tenu de la proximité des zones d'habitat social et du faible niveau de motorisation des populations aux abords.		
	Démarcher les structures hôtelières dans le but de favoriser l'implantation d'un hôtel-boutique de 15 à 20 chambres à proximité du Domaine du Parc ou au bord du lac (cf. étude de marché réalisée pour le compte de la Ville)	Ville + CLD	MT

4. Volet commercial

4.6. Axes de développement et plan d'action

Orientation 4 : Redynamiser les trois pôles commerciaux stratégiques de la Ville : le centre-ville, la rue Principale et le parc des grandes surfaces

Axe	Action	Acteur	Temporalité
4.3 Parc des grandes surfaces	Évaluer la pertinence de développer un front bâti commercial d'entrée de gamme le long du boulevard Jean-Jacques-Bertrand, en premier rideau de Walmart, afin de renforcer le pouvoir de captation des flux automobiles.	Ville + ODC	MT
4.4 Mobiliser les citoyens dans le développement de l'offre commerciale	Réaliser une étude quantitative (sondage) sur un échantillon représentatif de consommateurs, visant à : <ul style="list-style-type: none">• Comprendre leurs habitudes d'achat sur le territoire municipal et en dehors de Cowansville• Évaluer les éventuelles carences de l'offre commerciale cowansvilloise (commerces manquants qu'il serait opportun d'implanter au sein des trois pôles stratégiques)• Identifier leurs attentes et les axes d'amélioration souhaités	Ville	MT

4. Volet commercial

4.7. Synthèse

À faire sous peu

1. Créer un comité de développement tripartite (Ville+CLD+CCCR)



1. Identifier ou créer un ODC + recrutement d'une ressource (ODC)



3.1 Redéfinir les missions confiées à la Chambre de Commerce (Ville)



Vecteur

Rôles

VITALITÉ

IDENTITÉ

VOCATION

STRUCTURE PHYSIQUE

MIX COMMERCIAL

PROTÉGER

RÉGULER

VALORISER

DÉVELOPPER

4.4 Mobiliser les citoyens (Ville)



2.2 Définir le périmètre des zones commerciales et les usages (Ville)



4.1 Réglementer les services en rez-de-chaussée (Ville)



3.2 Recueil des pratiques de fréquentation croisée (CCCR ou commerçants)



2.1 Recruter de nouveaux commerces (ODC)



4.2 Démarcher les structure hôtelières (Ville + CLD)



4.3 Thématique entrée de gamme au parc de grandes surfaces (Ville + ODC)



2.3 Positionner la nouvelle vocation du centre-ville (CCCR + ODC)



À faire : 1 - 4 ans

À faire : +5 ans

- Prioritaire
- Important
- Utile

ODC : Organisme de développement commercial
 Ville : Ville de Cowansville
 CCCR : Chambre de Commerce de Cowansville et Région

ANNEXES

5. Annexes

5.1. Liste des personnes présentes aux ateliers de concertation

Commerçants, industriels et exploitants	
Nom	Entreprise
Vincent Ballivy	Ballivy Dentiste
Annie Huard Langlois	Boulangerie Mie Bretonne
Sandra Lamarche	Béton Cowansville
Michel Lafleur	Canadian Tire
Josée Boudreau	Chaussures Pop
Daniel Morgan	Domaines de Cowansville
Véronique Rudd	Esthétique Limar
Carl Chaussé	Fusion Solution
Michel Pagé	Garage Michel Pagé
Kevin Migué	Géomètre-arpenteur
Céline Daigneault	IGA Extra
Patrick Boucher	LB Avocats
Anne-Marie Desmarais	Manoir Sweetsburg
Michel Tremblay	Manoir Sweetsburg
Jean-Charles Hébert	Plomberie Goyer
Louise Couture	Pompex
Marie-Josée Normandin	Sports Expert
Yvan Fontaine	Cinéma Princess

Institutionnels, conseillers municipaux et maire	
Nom	Institution
Cathy Bernard	CC de Cowansville et région
Hélène Paquette	CC de Cowansville et région
Benoît Lévesque	CLD Brome-Missisquoi
Denis Beauchamp	CLD Brome-Missisquoi
Francis Dorion	CLD Brome-Missisquoi
Robert Desmarais	CLD Brome-Missisquoi
Lyne Simard	Emploi Québec
Sylvie Beauregard	SOFIE – Ville de Cowansville
Arthur Fauteux	Ville de Cowansville
Claude Lalonde	Ville de Cowansville
Corinne Labbé	Ville de Cowansville
Fanny Poisson	Ville de Cowansville
Lucille Robert	Ville de Cowansville
Marie-France Beaudry	Ville de Cowansville
Olivier Ricard	Ville de Cowansville
Yvon Pepin	Ville de Cowansville

Firmes-conseils	
Nom	Entreprise
Pierre Laflamme	Demarcom
Jocelyn Gagnon	Espace Stratégies
Yanis Voustad	Espace Stratégies
Jessika Brosseau	LGP Stratégies immobilières
Louis Grenier	LGP Stratégies immobilières

5. Annexes

5.2. Enjeux prioritaires pour le développement industriel

L'évaluation globale de la situation industrielle du territoire ainsi que les exercices réalisés lors des ateliers de concertation ont permis de faire ressortir des enjeux que la Municipalité de Cowansville devra prendre en compte dans l'élaboration de son plan de développement. Ces 14 enjeux prioritaires ont été synthétisés en quatre (4) grands enjeux stratégiques.

4 principaux enjeux stratégiques	Enjeux prioritaires définis par les acteurs locaux (ateliers 1 et 2)
1. L'identification de secteurs porteurs et complémentaires avec l'environnement régional	<ul style="list-style-type: none">- La définition de créneaux ou de secteurs à développer- La connaissance des besoins des territoires avoisinants et l'inscription dans un écosystème régional- L'expansion de la filière agroalimentaire en lien avec les ressources du territoire (viticulture, aviculture) et de la filière bois
2. L'offre de locaux et de terrains adaptés aux besoins des entreprises industrielles (disponibilité, superficie, prix, caractéristiques architecturales, etc.)	<ul style="list-style-type: none">- La pénurie de locaux respectant les normes actuelles de conception- Le vieillissement des parcs industriels comparativement à Granby et Bromont- La maîtrise foncière de la Municipalité- Le développement des terrains prêts à bâtir- La recherche de promoteurs pour développer les terrains
3. Le renforcement de la notoriété et de l'attractivité de Cowansville	<ul style="list-style-type: none">- Le démarchage, l'attraction et le soutien aux entreprises- Les incitatifs et les aides financières- La notoriété économique de Cowansville
4. La pérennisation et la croissance des PME industrielles	<ul style="list-style-type: none">- Une structure d'accueil et d'accompagnement- Le développement des PME- L'attraction des entreprises en lien avec les centres de formation

5. Annexes

5.3. Vision industrielle : Cowansville 2025

La vision de développement industriel à long terme a été exprimée par les acteurs locaux lors du premier atelier. Les échanges identifiant les initiatives structurantes et les projets réalisés à l'horizon 10 ans ont été classés par thématiques.

Thématique	Compte rendu
Filières économiques	<i>Nous sommes connus et reconnus pour notre développement industriel. Cela passe par l'inscription dans un créneau spécifique et l'appartenance à une chaîne de valeur.</i>
Chaîne de valeur régionale	<i>Des PME complémentaires aux industries des autres régions se sont implantées dans une logique de sous-traitance et de complémentarité.</i>
Foncier et locaux à vocation industrielle	<i>Les locaux laissés vacants par Consultex et Tupperware ont été achetés par un organisme de développement économique, rénovés puis loués.</i>
Politique d'attraction	<i>Accueillir plus d'entreprises industrielles majeures et technologiques. Accueillir plus de PME.</i>
Soutien aux entreprises	<i>Le territoire dispose d'un incubateur industriel accompagnant le lancement d'entreprises (...). Cowansville est « le royaume de l'entrepreneuriat ».</i>
Main-d'œuvre	<i>La main-d'œuvre disponible est en adéquation avec les besoins des entreprises.</i>
Gouvernance	<i>La Ville s'est démarquée dans son positionnement et est un lieu d'effervescence des PME. Le partenariat entre la Ville, les différents fonds et les entrepreneurs fonctionne bien.</i>
Facteur de localisation	<i>Le chemin de fer a contribué à l'arrivée de quelques entreprises industrielles relativement importantes en termes de chiffre d'affaires et d'emplois.</i>

5. Annexes

5.4. Créneaux d'excellence de la région

MRC Brome-Missisquoi	MRC de la Haute-Yamaska
<ul style="list-style-type: none">• Microélectronique• Exploitation du calcaire de première qualité• Transformation agroalimentaire spécialisée• Plastiques et nouveaux matériaux	<ul style="list-style-type: none">• Aéronautique• Transport terrestre - Véhicules spéciaux• Transformation alimentaire• Ingénierie hydroélectrique

5. Annexes

5.5. Plans de bâtiment industriel (1/3)

À noter : les espaces peuvent varier de 2 500 pi² à 10 000 pi² (possibilité de 8 portes de garage à l'arrière - 2 par unités de 2 500 pi²)



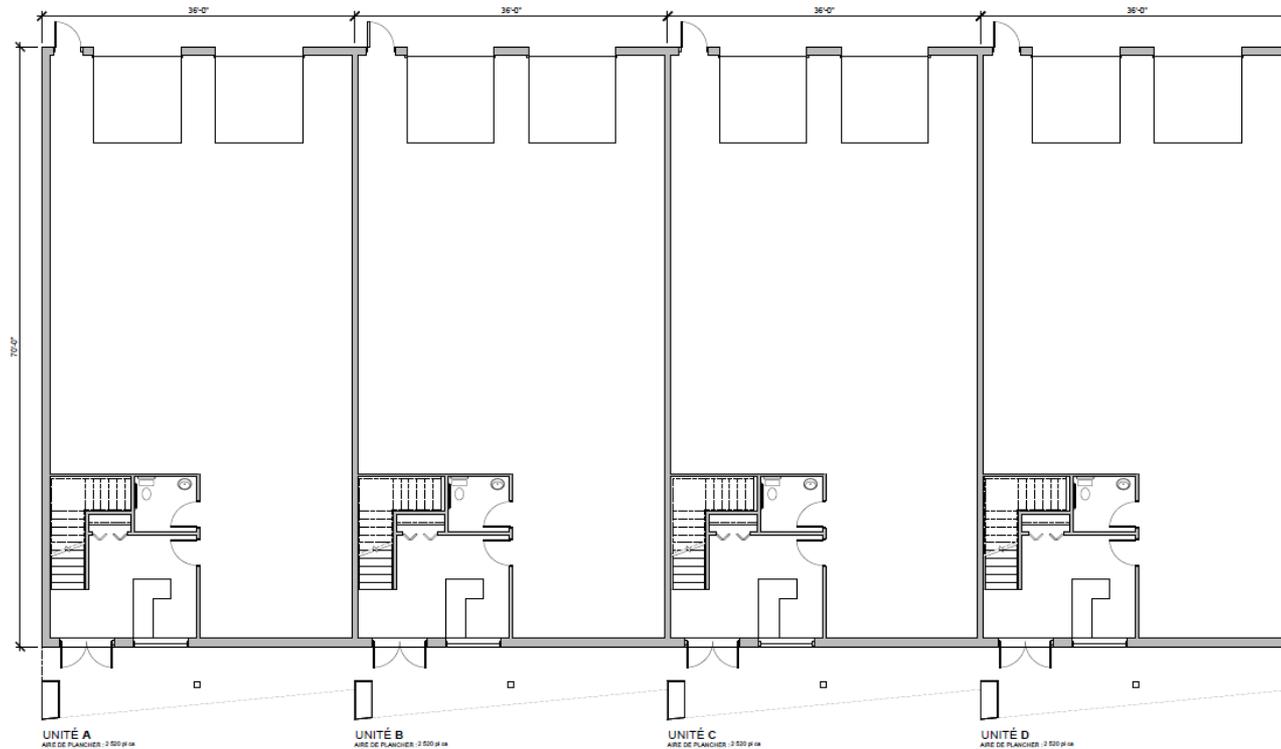
5. Annexes

5.5. Plans de bâtiment industriel (2/3)

Chaque unité : 2 500 pi² au sol (on peut regrouper les unités au besoin par multiple de 2 500 pi²)



255 boul. Fernand-Dubois, Longueuil, QC, J4G 2B8
Bureau 400, 514-771-2728 | info@yhs.com | 514-771-2728
Courriel: alejandra@yhsarchitecte.com



No projet: 2016-106

Projeté: Dessiné: Vérifié: Échelle: Date rév.:
A. ALPHONSE J. ALPHONSE V. BARRÉ ALPHONSE 1/20 13 DE 2016

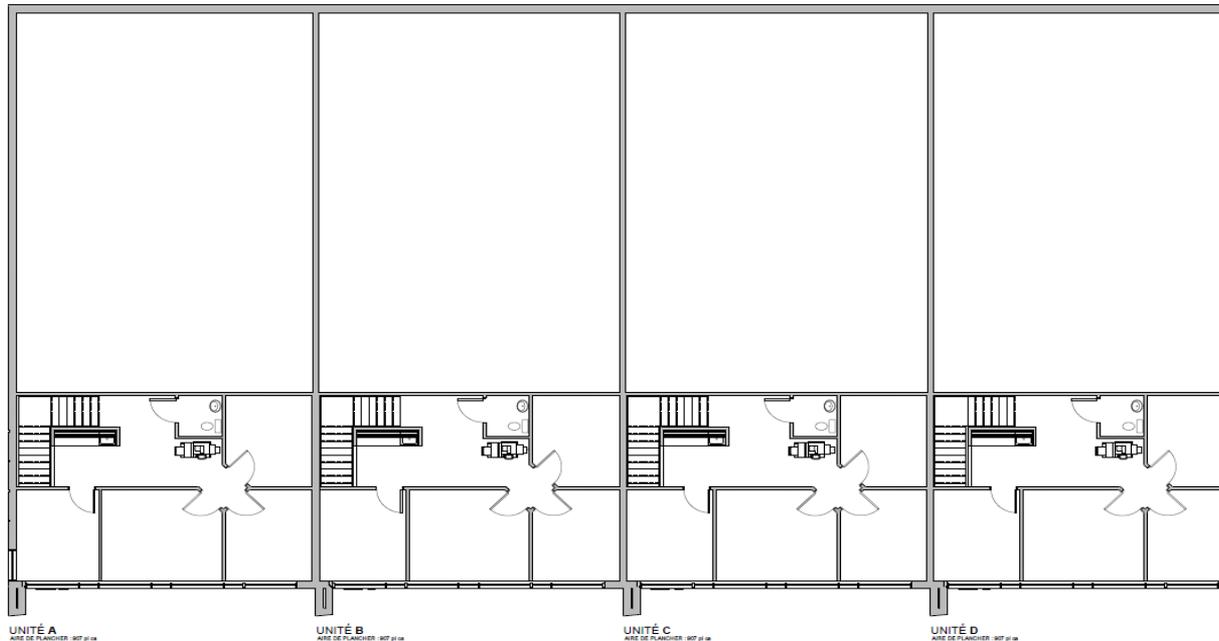
5. Annexes

5.5. Plans de bâtiment industriel (3/3)

L'ajout d'une mezzanine pour les bureaux vient ajouter 900 pi² de plancher utile à chaque unité pour un total de 3 400 pi² par unité ou 13 600 pi² pour le bâtiment.



2255 boul. Fernand-Lafontaine, Longueuil, QC, J4G 2R6
Bureau 400, Bure: (514) 771-7218 | Tél: (514) 771-7218
Courriel: steve@yhsarchitecte.com



No projet: 2016-106

Projet: Dessiné: Vérifié: Échelle: Date rev.:
C. GAGNON | E. LAVOIE | Y. SAMUEL | AUCLUNE | 13-05-2016

5. Annexes

5.6. Vision commerciale : Cowansville 2025

La vision de développement commercial à long terme a été exprimée par les acteurs locaux lors du premier atelier. Les échanges identifiant les initiatives structurantes et les projets réalisés à l'horizon 10 ans ont été classés par thématiques.

Thématiques	Compte rendu
Centre-ville	<i>Le centre-ville a connu une revitalisation majeure, et il y fait bon passer du temps. Un centre-ville coloré, vivant et piétonnier avec des commerces de détail avec terrasse.</i>
Rue Principale et centre commercial Domaine du Parc	<i>La rue Principale a été redynamisée, et le centre commercial a retrouvé son dynamisme.</i>
Parc de grandes surfaces	<i>Le secteur des grandes surfaces a continué son développement et attire les jeunes familles.</i>
Hôtellerie-restauration	<i>La qualité de l'hébergement et de la restauration s'est améliorée.</i>
Diversification de l'offre commerciale	<i>Les commerces proposent une offre diversifiée et orientée vers le moyen/haut de gamme.</i>
Gouvernance	<i>Il y a eu un changement de philosophie (opportunisme commercial) et la Ville, les commerçants et les citoyens ont une vision commune de développement.</i>
Positionnement	<i>On est connu et reconnu pour notre développement commercial et on a trouvé notre juste positionnement.</i>

5. Annexes

5.7. Rôles attendus des partenaires dans le développement commercial

Ville	CLD et/ou ODC	Chambre de commerce	Association de détaillants
<ul style="list-style-type: none">• Vision de développement• Planification du territoire• Zones commerciales• Terrains vacants	<ul style="list-style-type: none">• Informations statistiques de marché• Perspectives offertes par la municipalité• Rencontre d'investisseurs• Recrutement commercial• Table sectorielle	<ul style="list-style-type: none">• Positionnement de l'organisation• Représentation• Développement économique	<ul style="list-style-type: none">• Animation commerciale• Événements

5. Annexes

5.8. Thématiques de gestion de l'armature commerciale

Ville	CLD et/ou ODC	Chambre de commerce	Association de détaillants
<ul style="list-style-type: none">• Réglementation• Gestion des usages• Densité commerciale• Services en rez-de-chaussée• Stationnement• Complémentarité des zones	<ul style="list-style-type: none">• Thèmes commerciaux• Spécialisation• Études de marché• Accompagnement de projets• Encadrement professionnel	<ul style="list-style-type: none">• Formation des membres• Développement des compétences• Conférences	<ul style="list-style-type: none">• Cotisations des membres• Programme d'actions