



Drummond  
économique



PORTRAIT  
**2023**  
DU COMMERCE  
DE DÉTAIL ET DE SERVICES

MRC DE DRUMMOND

## MISE EN CONTEXTE

Réalisée depuis 15 ans, cette enquête permet de prendre **le pouls annuel de la situation économique du commerce de détail et de services auprès des entreprises de la MRC de Drummond**. Depuis l'édition de 2021, nous avons élargi le champ d'application de l'enquête aux entreprises de services afin d'enrichir la compréhension de la dynamique économique du territoire.

L'information recueillie nous permet, entre autres :

- d'être au fait des perspectives d'avenir des entreprises présentes sur le territoire;
- de connaître les différents enjeux dans la gestion de l'entreprise;
- de savoir si celles-ci sont présentes sur Internet.

Dans le cadre de cette enquête : 1405 entreprises ont été approchées entre le 11 janvier et le 8 février 2024.

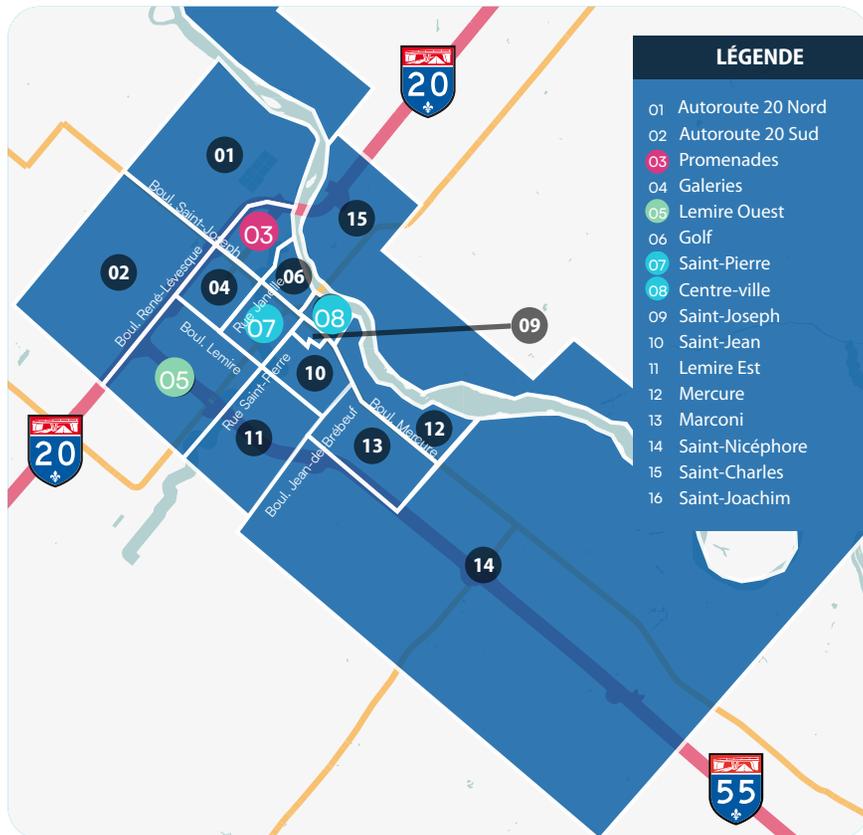
## SECTIONS

- 04 **Profil des entreprises**
- 07 **Situation économique des entreprises**
- 08 **Perspectives économiques**
- 09 **Ressources humaines**
- 12 **Présence numérique**
- 14 **Numérisation**
- 16 **Enjeux dans la gestion**
- 17 **Priorités pour l'année 2024**
- 18 **Autres données**
- 19 **Conclusion**
- 20 **Méthodologie**
- 20 **Traitement des données**

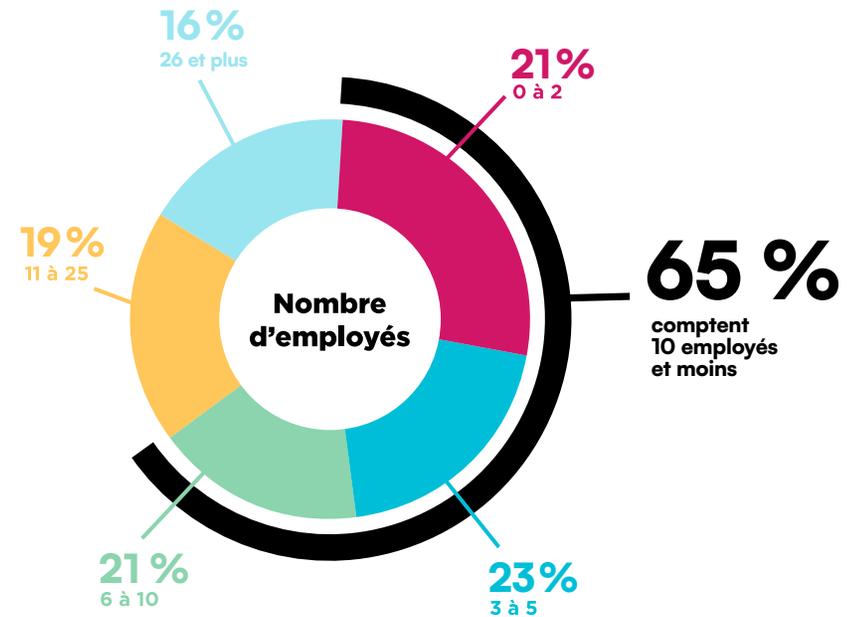
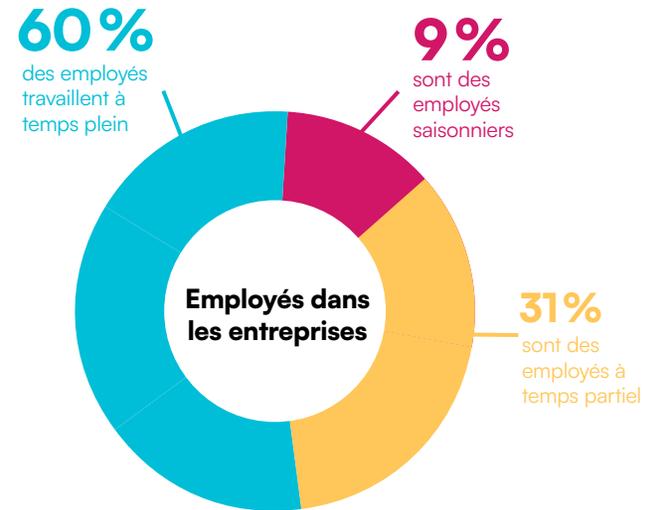
## PROFIL DES ENTREPRISES

Bien que l'ensemble du territoire de la MRC de Drummond ait été sondé, la majorité des entreprises ayant répondu à l'enquête sont établies à Drummondville (88 %). À Drummondville, par ordre d'importance et de concentration commerciale, citons les secteurs :

### Nombres de répondants



## PROFIL DES ENTREPRISES



## PROFIL DES ENTREPRISES

CATÉGORIES D'ENTREPRISE	NB	%
Services	150	32
Restaurants, cafés et cantines	55	12
Magasins spécialisés	53	12
Produits alimentaires, boissons et tabacs	41	9
Divertissements	27	6
Appareils d'équipements domestiques et électroniques	23	5
Textile, habillement et chaussures	20	4
Entretien de véhicules et de carburant pour autos	18	4
Quincailleries	15	3
Hôtels, agences de voyages et autres équipements pour séjours de courte durée	12	3
Informatique	6	1
Véhicules automobiles et accessoires	4	1
Grandes surfaces	1	0
Pharmacies	1	0
Autres	37	8
<b>TOTAL</b>	<b>463</b>	<b>100</b>

## SITUATION DES ENTREPRISES



**67 %**

situation économique améliorée ou demeurée stable

C'est une diminution de 8 % en comparaison avec 2022 (75 %).

Par secteur d'activité, cela se décline de la façon suivante :

Commerce de détail	: 58 %
Restauration/bars	: 63 %
Entreprise de services	: 77 %
Entreprise de divertissement	: 83 %
Hôtellerie, gîte et camping	: 67 %

### Raisons ayant influencées la situation :

Les entreprises ayant connu une année plus difficile sont plus nombreuses (26 %) que lors de la dernière enquête (19 %), et les principales raisons sont :

### Favorable



- Agrandissement, rénovations, déménagement, réouverture ou ouverture d'une nouvelle succursale
- Nouvelle clientèle, croissance de la clientèle, achalandage en hausse ainsi que la demande
- Notoriété et le service
- Fin de la pandémie et le retour à la normale
- Marketing et la publicité

### Défavorable



- Conjoncture économique : l'inflation entraînant une répercussion sur les prix, l'achalandage de clientèle (baisse) et une diminution des profits.

## PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES

Malgré la conjoncture économique actuelle, les répondants ont déclaré être optimistes ou neutres à 93 % quant au développement de leur entreprise pour la prochaine année. Seulement 7 % sont pessimistes.



**93%**

sont optimistes ou neutres par rapport aux perspectives de développement.



**7%**

sont pessimistes.

\*À noter : Les entreprises n'ont pas toutes répondues aux questions concernant la situation économique et les perspectives économiques.

## RESSOURCES HUMAINES

Les principaux moyens pour promouvoir les offres d'emplois des entreprises :

- Réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram, etc.)
- Bouche-à-oreille
- Sites d'emplois institutionnels (Services Québec (Emploi-Québec), etc.)
- Autres sites d'emplois (Indeed, Jobboom, etc.)

Employés à temps plein

**50%**

des entreprises désirent embaucher du nouveau personnel à temps plein en 2024, dont :



**75%**

veulent embaucher de une à deux personnes.



**18%**

désirent embaucher plus de quatre employés.

Employés à temps partiel

**46%**

des entreprises aimeraient embaucher des employés à temps partiel en 2024 dont :



**71%**

veulent embaucher de une à deux

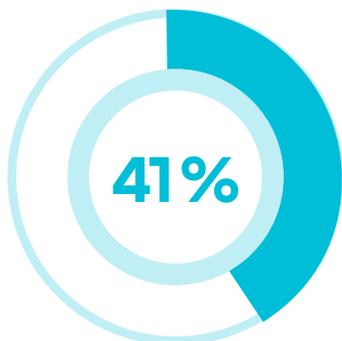


**23%**

désirent embaucher plus de quatre employés.

\*À noter : Les entreprises n'ont pas toutes répondues aux questions concernant les ressources humaines.

## RESSOURCES HUMAINES



DES ENTREPRISES ONT DE LA DIFFICULTÉ À TROUVER DU PERSONNEL.

C'est une diminution de 15 % avec l'année précédente (2022). Il faut remonter en 2009 pour le taux le plus bas en manque de main-d'œuvre (35 %)\*.



ONT MENTIONNÉS QU'ILS AVAIENT DE LA DIFFICULTÉ À RETENIR LEURS EMPLOYÉS.

C'est une diminution de 4 % par rapport à 2022 où c'était de 19 %. Notons que pour le secteur d'activités de l'hôtellerie, gîte et camping, ce chiffre s'élève à 27 %. \*Cela peut s'expliquer par le travail saisonnier et la main-d'œuvre étudiante.

### LES PROBLÈMES ÉNUMÉRÉS LE PLUS SOUVENT POUR LES RESSOURCES HUMAINES :

- Le manque, la rareté de la main-d'œuvre ainsi que du personnel qualifié;
- Le recrutement de la main-d'œuvre et trouver comment attirer le personnel (les enjeux liés au salaire sont un exemple);
- La rétention du personnel.

## RESSOURCES HUMAINES

### PARMI LES ENTREPRISES SONDÉES, VOICI LES POSTES QUI ONT ÉTÉ ÉNUMÉRÉS LE PLUS FRÉQUEMMENT :

- Cuisinier ou aide-cuisinier, serveurs et plongeurs;
- Conseiller à la vente et service à la clientèle;
- Mécanicien
- Professionnels (ex. : comptables, ingénieurs, avocats, etc.)

### INTÉRÊT POUR DES TRAVAILLEURS EXPÉRIMENTÉS OU DES STAGIAIRES.

**63%** des répondants sont prêts à engager des **gens à la retraite ou en situation de préretraite** (salariés ou bénévoles).

**65%** sont prêts à engager un **stagiaire de niveau collégial ou universitaire**.

\*Veuillez noter que les comparaisons sont effectuées avec les enquêtes antérieures où seulement le commerce de détail était sondé. À noter : Les entreprises n'ont pas toutes répondues aux questions concernant les ressources humaines

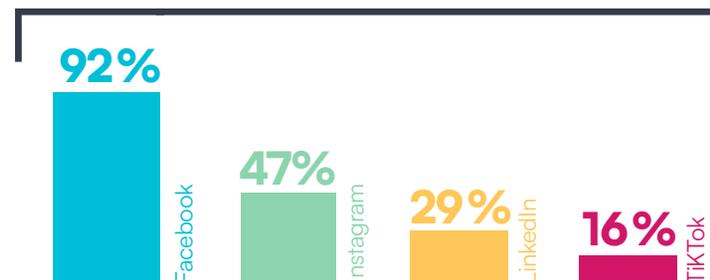
## PRÉSENCE NUMÉRIQUE

			
Commerce de détail	<b>82%</b>	<b>53%</b>	<b>81%</b>
Entreprise de services	<b>83%</b>	<b>25%</b>	<b>82%</b>
Restauration/ Bars	<b>74%</b>	<b>48%</b>	<b>75%</b>
Hôtellerie, Gîte, Camping	<b>93%</b>	<b>60%</b>	<b>22%</b>
Divertissement	<b>100%</b>	<b>80%</b>	<b>50%</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>89%</b> des entreprises ont leur fiche Google sur Google Maps.	<b>83%</b> possèdent un site Internet	<b>41%</b> ont un site transactionnel	<b>75%</b> ont moins de 25 % de leurs ventes réalisées en ligne

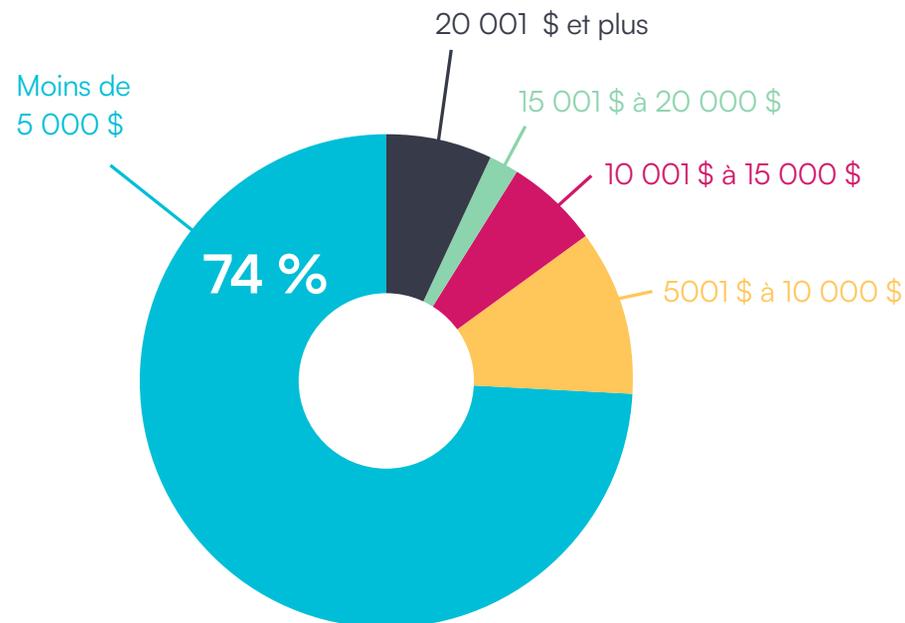
\* À noter : Les entreprises n'ont pas toutes répondues aux questions concernant la présence numérique

## PRÉSENCE NUMÉRIQUE

**93%** des entreprises sont présentes sur les médias sociaux



Investissements en budget marketing numérique en 2023  
(FacebookAds, GoogleAds, Google Shopping, Google display, etc.)



Notons que les secteurs d'activités qui ont le plus investi en budget marketing numérique sont : le commerce de détail et l'hôtellerie, gîte et camping.

\* À noter : Les entreprises n'ont pas toutes répondues aux questions concernant la présence numérique

## NUMÉRISATION

Concernant l'avancement de leur numérisation, voici les aspects qui sont le plus et le moins numérisés pour chacune des 5 catégories d'entreprises :

Ce qui est le plus numérisé :

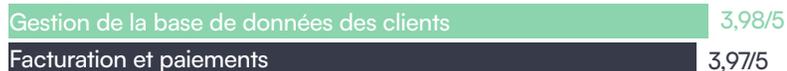
### Commerce de détail



### Restauration/bars



### Entreprise de services



### Entreprise de divertissement



### Hôtellerie, gîte et camping



- GESTION DE LA PAIE
- GESTION DE LA BASE DE DONNÉES CLIENTS

## NUMÉRISATION

Ce qui est le moins numérisé :

### Commerce de détail



### Restauration/bars



### Entreprise de services



### Entreprise de divertissement



### Hôtellerie, gîte et camping



- GESTION DES HORAIRES ET CONGÉS
- SYSTÈME DE COMMENTAIRES DES CLIENTS

## ENJEUX DANS LA GESTION

Les principaux enjeux ou problèmes vécus dans les différents secteurs d'activités de la MRC de Drummond en 2023 sont :

### Commerce de détail

- Les ressources humaines (le recrutement de la main-d'œuvre, la rétention, la rareté et trouver des personnes qualifiées)
- Le développement des affaires
- Le marketing

### Restauration/bars

- Les ressources humaines (le recrutement de la main-d'œuvre, la rétention, la rareté et trouver des personnes qualifiées)
- Gestion des coûts et de la rentabilité

### Entreprise de services

- Les ressources humaines (le recrutement de la main-d'œuvre, la rétention, la rareté et trouver des personnes qualifiées)
- Concurrence

### Entreprise de divertissement

- Les ressources humaines (le recrutement et la rétention du personnel qualifié)
- Coûts publicitaires et rentabilité

### Hôtellerie, gîte et camping

- Les ressources humaines (trouver des employés)
- Concurrence

## PRINCIPAL ENJEU

### RESSOURCES HUMAINES

- Le recrutement de la main-d'oeuvre
- La rétention du personnel
- Trouver des personnes qualifiées

\* À noter : Les entreprises n'ont pas toutes répondues aux questions concernant la numérisation.

## PRIORITÉS POUR L'ANNÉE 2024

Les entreprises devaient, selon une échelle d'un à cinq, déterminer leur priorité pour 2024. Voici ce qui est prioritaire pour chacune des catégories d'entreprises :

### Commerce de détail



### Restauration/bars



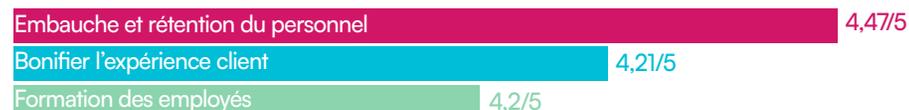
### Entreprise de services



### Entreprise de divertissement



### Hôtellerie, gîte et camping



## PRINCIPALE PRIORITÉ BONIFIER L'EXPÉRIENCE CLIENT

\* À noter: Les entreprises n'ont pas toutes répondues aux questions concernant leur priorité pour 2024.

## AUTRES DONNÉES

### Membres d'un réseau d'affaires

**46%** des entreprises sondées sont membre d'un réseau d'affaires.

### Connaissance de la loi 25 sur la protection des renseignements personnels

**27%** des entreprises sondées ne connaissent pas la loi 25

La loi 25 est une loi modernisant les dispositions législatives en matière de protection des renseignements personnels dans le secteur privé visant toutes les entreprises, petites ou grosses. L'an passé, ce pourcentage s'élevait à 55 %.

## CONCLUSION

Face à la situation économique, notamment l'impact des habitudes et des comportements des consommateurs qui ont changés, les résultats de 2023 sont encourageants. Ils indiquent que la réalité des commerces de détails et de services est stable ou positive quant au développement de leur entreprise pour l'année à venir, avec un taux de confiance de 93 %.

L'enjeu des ressources humaines continuera d'être central pour les années à venir. Bien que les résultats démontrent une baisse de 15 % par rapport à 2022, le pourcentage demeure élevé avec 41 %. Le développement des compétences des employés, en particulier celles nécessaires pour la pérennité de l'entreprise, est assurément une piste de solution. D'autres défis ont également été identifiés, notamment la concurrence, les coûts publicitaires, la rentabilité, le développement des affaires et le marketing.

La transformation numérique des entreprises est un processus débuté depuis plusieurs années, que ce soit par la création ou l'amélioration des sites Internet, l'utilisation des réseaux sociaux, le développement de boutiques en ligne, la mise en place de stratégies marketing, ou encore par l'avancement de leur numérisation. Il sera donc important pour les entreprises de s'adapter ou de continuer à se mettre à jour sur le numérique pour survivre. L'automatisation de leurs procédés entraînera de nombreux changements qui vont impacter directement leur modèle d'affaires. Cela va générer une série de transformations successives qui influenceront leur réalité de gestion.

## MÉTHODOLOGIE

### Questionnaire

31 questions préparées par Drummond économique

### Date de collecte des données

Du 11 janvier au 8 février 2024

### Taille de l'échantillonnage aléatoire simple

n = 1 405

### Nombre de répondants

463

### Taux de réponse

33 %

### Répondants

Chefs d'entreprise (68%), gérants (8 %) ou autres (24 %) (ex. : directeur, adjoint administratif, superviseur, etc.)

### Marge d'erreur

4 %, niveau de confiance de 95 %



## PORTRAIT 2023 DU COMMERCE DE DÉTAIL ET DE SERVICES

MRC DE DRUMMOND

### TRAITEMENT DE DONNÉES

#### Analyse et rédaction

Véronique Larose, urbaniste

#### Conception graphique

Fluid design graphique

#### Sondeurs

Appels téléphoniques : Diane Grondin, Dominique Labbé-Gosselin, Marc-André Dumont et Véronique Larose

La majorité des entreprises ont rempli le questionnaire directement sur Internet.

#### Coordination

Véronique Larose, urbaniste