



Nos rues commerciales, nos centres-villages, nos centres-villes se sont façonnés petit-à-petit, au fil des années et parfois des siècles, selon la géographie de la place et les gens de la communauté. Ces rues sont souvent le cœur de la ville ou du village, là où tout se passait... où l'on se rencontrait. On y trouve de tout: des

commerces, des bureaux de professionnels, des espaces verts, des hôtels, des marchés publics...

Ce caractère bien particulier, ce cachet, constitue la richesse de nos rues principales. C'est sur ce potentiel que doit se baser les efforts de revitalisation économique.



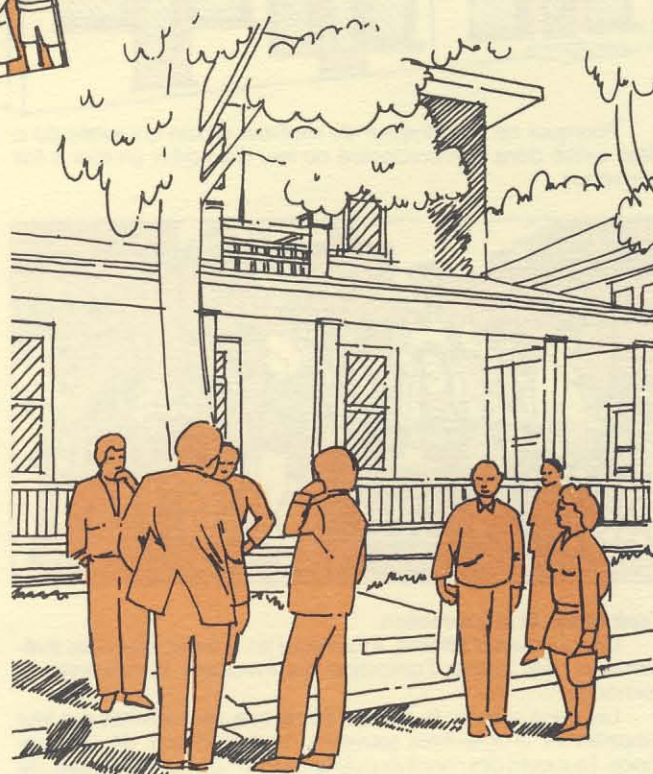
Il faut aussi donner la chance aux consommateurs de redécouvrir l'attrait de leur centre-ville, de retrouver leur fierté et leur confiance. Comment y arriver? Par un effort de tous et chacun selon une stratégie qui tient compte à la fois de tous les aspects de la vie d'une rue commerciale.

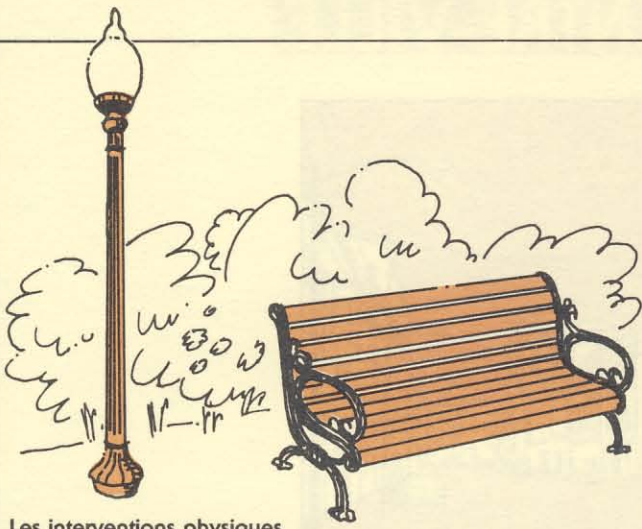
Une stratégie pour nos centres-villes

Pour assurer le succès d'une revitalisation de nos vieux secteurs commerciaux, il faut répondre aux besoins réels du milieu. On doit compter sur la participation de tous, et donc, d'abord, s'organiser. Il faut aussi embellir nos rues, les animer, puis en faire la promotion et favoriser une diversité commerciale intéressante qui attire les clients. Mais ceci demande avant tout de développer une attitude positive et dynamique.

L'organisation

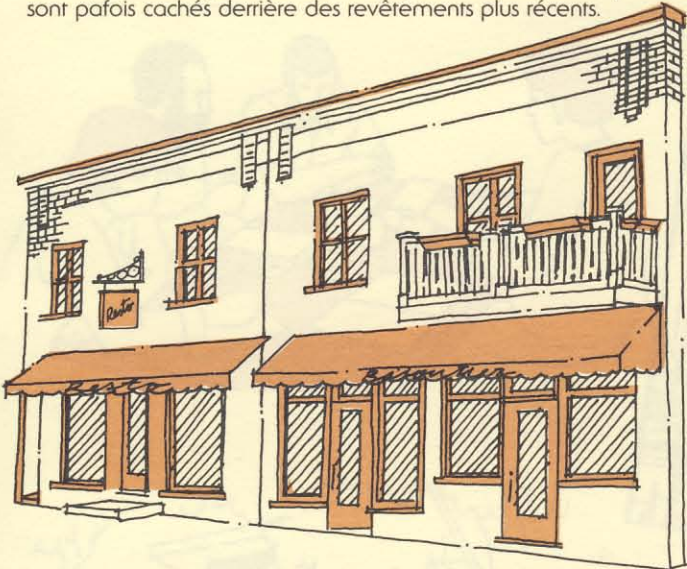
La première étape de cette stratégie consiste donc à s'unir et à s'organiser autour d'un plan d'action commun. Ceci veut dire que chaque occupant et marchand s'implique personnellement. Et ce, afin de mettre à profit ses idées, ses contacts, ses talents. Il en tire en retour des avantages: une meilleure image, des actions plus efficaces, de meilleures affaires et même des rabais sur certains achats de groupe tels les auvents, l'huile à chauffage ou la publicité dans les médias.





Les interventions physiques

Pour attirer la population, les consommateurs et les touristes, il faut rendre notre rue principale physiquement attrayante. C'est beaucoup plus simple qu'on le croit! Généralement, le caractère de ces quartiers, de ces rues est unique: l'architecture, la topographie, la présence de cours d'eau ou d'éléments naturels particuliers y contribuent. Il suffit de le mettre en valeur... et non de le banaliser! Pourquoi utiliser des matériaux qu'on retrouve partout alors que ceux déjà en place sont originaux et caractéristiques? Il sont parfois cachés derrière des revêtements plus récents.



Pourquoi ne pas s'inspirer du mobilier urbain qui existe ou a déjà existé dans la municipalité au lieu d'en créer un tout à fait nouveau?



L'animation et la promotion

Ces quartiers d'affaires, il faut aussi les animer, créer des événements, des points d'attraction qui favorisent la rencontre et l'échange.

Les gens sentent le besoin de revivre des activités qui leur rappelleront d'agréables souvenirs, des moments de leur enfance. Le succès des marchés publics nous en donne l'exemple, de



même que l'attrait des parades ou du patinage sur la rivière... Cette ambiance, ces événements, favoriseront la création d'une image attrayante qu'il faudra mettre en marché et promouvoir efficacement auprès des clientèles visées.



Le développement économique

Des locaux inoccupés, des étages supérieurs désaffectés, des lots vacants n'ont rien d'attrayant pour les visiteurs. De plus en plus averti, le consommateur exige du choix dans les produits.

Il s'agit donc d'inciter les commerces, équipements hôteliers ou institutions à s'y installer pour créer le bon équilibre économique et répondre aux besoins de la clientèle. Celle-ci redeviendra donc fidèle à sa rue principale.

Les commerçants des centres-villes ou de villages peuvent donc miser sur la force et l'efficacité d'une bonne organisation et sur des attraits uniques.

Ils sauront ainsi allier l'image d'une équipe préoccupée de satisfaire ses clients au charme de l'individualité et de la diversité.

Les clients et les touristes ne s'y tromperont pas!



Le programme Rues principales évolue grâce, en partie, à une contribution du ministère de l'Expansion Industrielle régionale du Canada.