



PORTRAIT
2024
DU COMMERCE
DE DÉTAIL ET DE SERVICES

MRC DE DRUMMOND

MISE EN CONTEXTE

Cette enquête, réalisée depuis 2008, permet de faire annuellement une mise à jour de la **situation économique et des enjeux du commerce de détail et de services auprès des entreprises de la MRC de Drummond**. Depuis 2021, les entreprises de services sont intégrées dans cette démarche afin d'enrichir la compréhension de la dynamique économique du territoire.

L'information recueillie permet entre autres :

- d'identifier les défis, les opportunités de développement et d'être au fait des perspectives d'avenir des différents secteurs d'activités des entreprises;
- de mieux comprendre les différents enjeux dans la gestion, dont les ressources humaines, et tout ce qui touche le numérique dans l'entreprise;
- de mieux cerner les besoins afin adapter nos services aux entreprises.

Entre le 14 janvier et le 7 février 2025 : 1500 entreprises approchées et 446 ont répondu à l'enquête (un échantillon représentatif de la réalité).

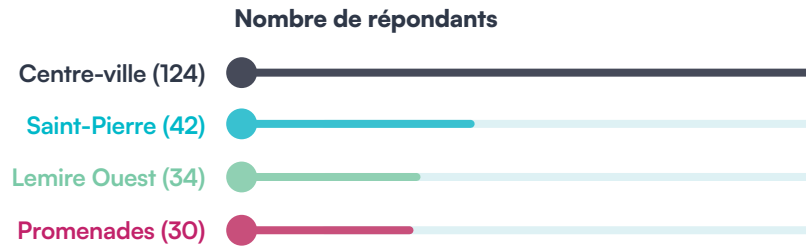
SECTIONS

- 04 Profil des entreprises
- 07 Situation économique des entreprises
- 08 Perspectives financières
- 09 Ressources humaines
- 12 Présence numérique
- 14 Numérisation
- 16 Enjeux dans la gestion
- 17 Priorités pour l'année 2025
- 18 Autres données
- 19 Conclusion
- 20 Méthodologie
- 20 Traitement des données

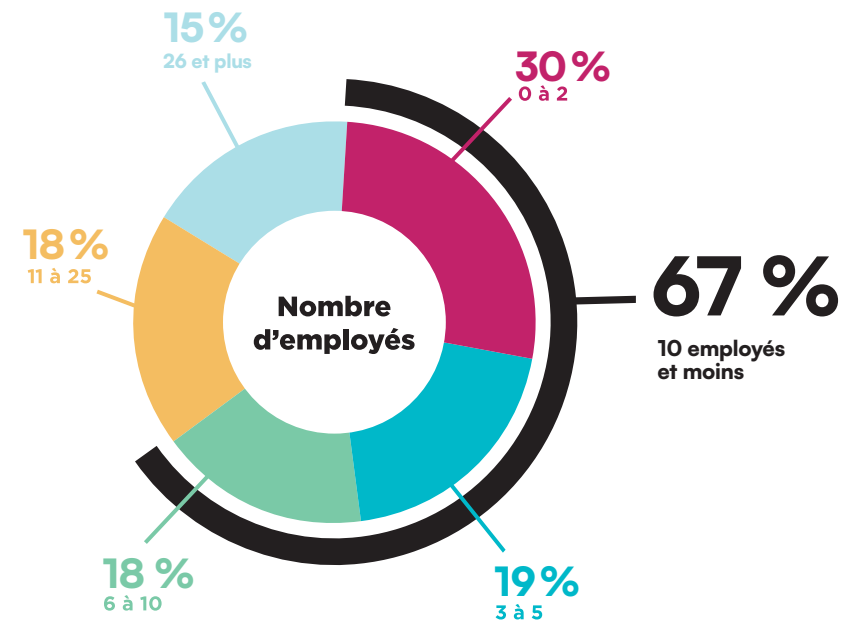
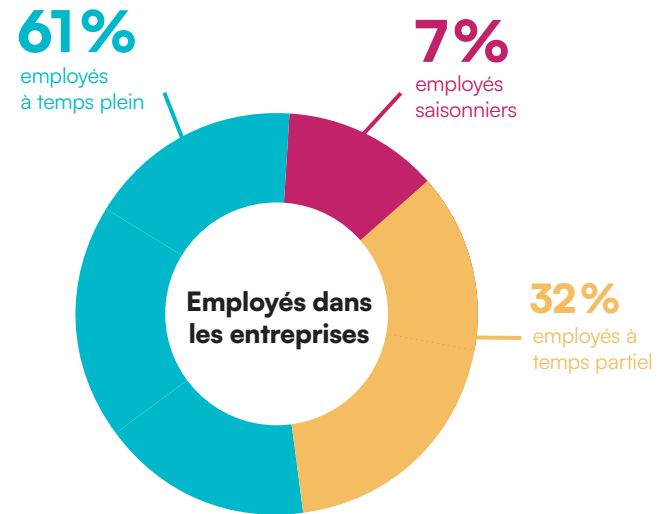
PROFIL DES ENTREPRISES

L'ensemble du territoire de la MRC de Drummond a été sondé, et la majorité des répondants à l'enquête se situe à Drummondville (89 %).

Les principaux secteurs où elles se retrouvent, classés par ordre d'importance, sont :



PROFIL DES ENTREPRISES



PROFIL DES ENTREPRISES

CATÉGORIES D'ENTREPRISES	NB	%
Services	192	43
Magasins spécialisés	56	13
Restaurants, cafés et cantines	46	10
Produits alimentaires, boissons et tabac	33	7
Divertissements	29	7
Quincailleries	22	5
Textile, habillement et chaussures	22	5
Hôtels, agences de voyages et autres équipements pour séjours de courte durée	13	3
Entretien de véhicules et de carburant pour autos	9	2
Appareils d'équipements domestiques et électroniques	8	2
Informatique	6	1
Véhicules automobiles et accessoires	6	1
Grandes surfaces	4	1
Pharmacies	0	0
Autres	0	0
TOTAL	446	100

SITUATION DES ENTREPRISES



73 %

situation économique améliorée ou demeurée stable

C'est une augmentation de 4 % en comparaison avec 2023 (67 %).

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

	2023	2024
Commerce de détail	: 58 %	68 %
Restauration/bars	: 63 %	60 %
Entreprise de services	: 77 %	79 %
Entreprise de divertissement	: 83 %	72 %
Hôtellerie, gîte et camping	: 67 %	92 %

À noter : C'est le secteur d'activités « Hôtellerie, gîte et camping » qui a connu la plus grande amélioration avec une augmentation de 25 %.

Les entreprises ayant connu une année plus difficile sont moins nombreuses (21 %) que lors de la dernière enquête (26 %).

Les principaux facteurs qui ont de l'influence sur la situation économique :

Favorable



- Nouvelle clientèle; croissance de la clientèle; achalandage en hausse ainsi que la demande
- Notoriété et un meilleur service
- Marketing et publicité améliorée
- Agrandissement; rénovations; déménagement, restructuration et fermeture de concurrents
- Contexte économique favorable; les subventions et coût des produits

Défavorable



- Conjoncture économique : l'inflation entraînant une répercussion sur les prix; baisse de l'achalandage de clientèle; une diminution des profits ainsi qu'une augmentation des salaires.

PERSPECTIVES FINANCIÈRES

Pour 2025, 58 % des répondants sont optimistes, tandis que 34 % sont neutres (À noter : le contexte du début d'année était différent).



58 %
optimistes



34 %
neutres

RESSOURCES HUMAINES

Les principaux moyens pour promouvoir les offres d'emplois :

- 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

53 %

des entreprises désirent embaucher du nouveau personnel à temps plein en 2025, dont :



79 %

veulent embaucher un à deux employés.



15 %

désirent embaucher plus de quatre employés.

Employés à temps partiel

44 %

des entreprises aimeraient embaucher des employés à temps partiel en 2025 dont :



71 %

veulent embaucher un à deux employés.



21 %

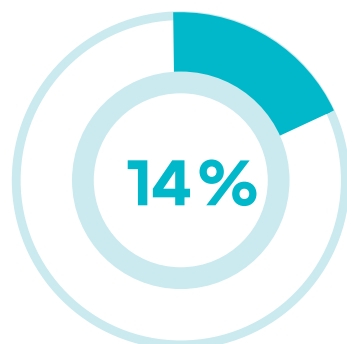
désirent embaucher plus de quatre employés.

RESSOURCES HUMAINES



C'est une diminution de 3 % en comparaison à 2023. Notons que pour le secteur d'activités des services, le taux est de 46 %. *Cela peut s'expliquer par le besoin d'employés plus qualifiés, spécialisés et d'expérience.

DES ENTREPRISES ONT DE LA DIFFICULTÉ À TROUVER DU PERSONNEL.



ONT MENTIONNÉ QU'ILS AVAIENT DE LA DIFFICULTÉ À RETENIR LEURS EMPLOYÉS EN COMPARAISON À 15 % EN 2023.

LES ENJEUX ÉNUMÉRÉS LE PLUS SOUVENT POUR LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES :

Le recrutement de la main-d'œuvre demeure un défi :

- le manque
- la rareté
- les qualifications
- l'attraction
- la supervision du personnel

RESSOURCES HUMAINES

LES POSTES LES PLUS RECHERCHÉS :



- Cuisiniers ou aide-cuisiniers, serveurs et plongeurs;
- Conseillers à la vente et service à la clientèle;
- Commis et journaliers;
- Adjoint administratifs;
- Professionnels (ex. : comptables, ingénieurs, avocats, etc.)

L'INTÉRÊT POUR DES STAGIAIRES

50%

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

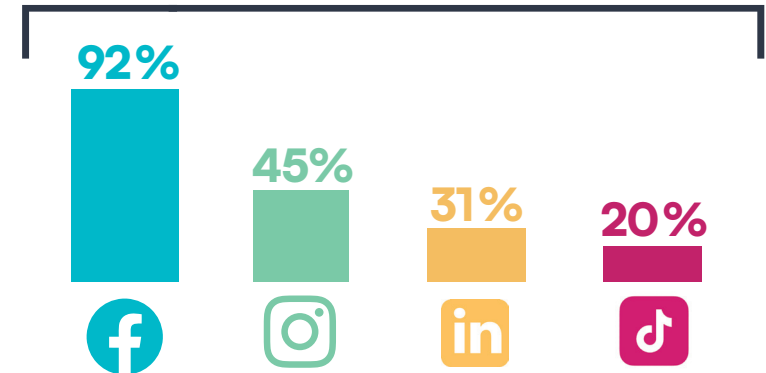
PRÉSENCE NUMÉRIQUE

	 Site internet	 Site transactionnel
Commerce de détail	85%	61%
Entreprise de services	84%	27%
Restauration/ Bars	76%	55%
Hôtellerie, Gîte, Camping	100%	75%
Divertissement	94%	50%
	TOTAL	TOTAL
	84% possèdent un site Internet	43% ont un site transactionnel

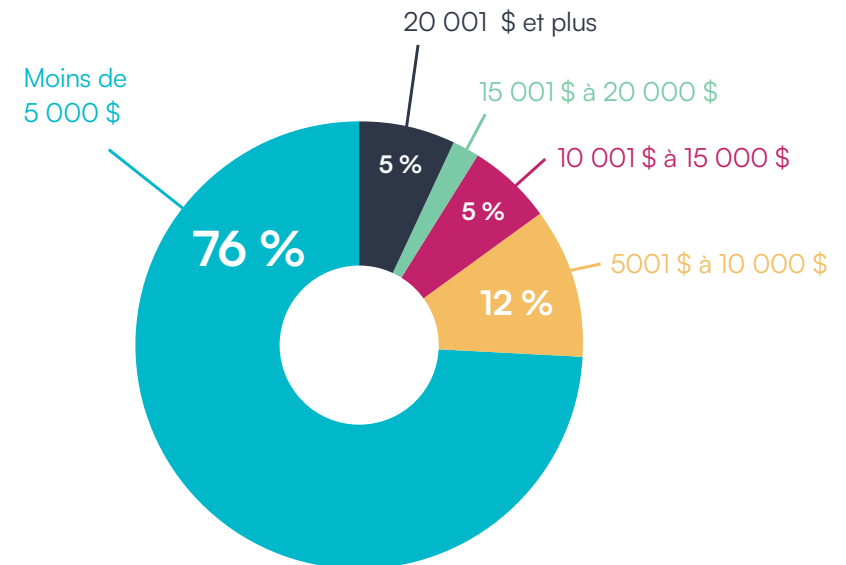
 **86%** des entreprises ont leur fiche Google sur Google Maps.

PRÉSENCE NUMÉRIQUE

95% des entreprises sont présentes sur les réseaux sociaux



Investissements en budget marketing numérique en 2024
(FacebookAds, GoogleAds, Google Shopping, Google display, etc.)



Le secteur d'activités qui a le plus investi en budget marketing numérique est : l'hôtellerie, gîte et camping.

* La somme des résultats dépasse le 100 %, car plus d'une réponse était possible pour la présence numérique.

NUMÉRISATION

Concernant l'avancement de leur numérisation, les aspects les plus et les moins numérisés pour chacune des cinq catégories d'entreprises sont les suivants :

Ce qui est le plus numérisé sur une échelle de 1 à 5 :

Commerce de détail



Restauration/bars



Entreprise de services



Entreprise de divertissement



Hôtellerie, gîte et camping

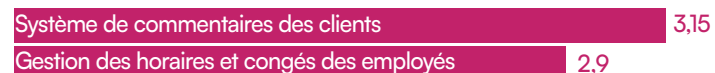


- COMPTABILITÉ
- GESTION DE LA PAIE

NUMÉRISATION

Ce qui est le moins numérisé sur une échelle de 1 à 5 :

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 différentes entreprises de la MRC de Drummond en 2024 sont :

Commerce de détail

- Les ressources humaines : la rétention, la rareté, le recrutement et les qualifications.
- Le développement des affaires dont le réseau de contacts et le développement de clientèles
- Le marketing numérique
- La concurrence, surtout la vente ligne

Restauration/bars

- Gestion des coûts et de la rentabilité
- Les ressources humaines : le recrutement, la rétention, la rareté et les qualifications.

Entreprise de services

- Les ressources humaines : le recrutement, la rétention, la rareté et les qualifications.
- Marketing et sa planification
- Augmenter la clientèle et les ventes

Entreprise de divertissement

- Les ressources humaines : recrutement et rétention.
- Coûts publicitaires et d'opérations (rentabilité)

Hôtellerie, gîte et camping

- Les ressources humaines : rétention.
- Réputation en ligne, plus précisément l'image et la notoriété

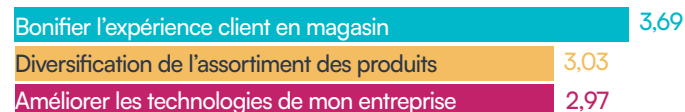
PRINCIPAL ENJEU

LA GESTION DES
RESSOURCES HUMAINES

PRIORITÉS POUR L'ANNÉE 2025

Les entreprises devaient évaluer, sur une échelle de 1 à 5, leurs priorités pour 2025.

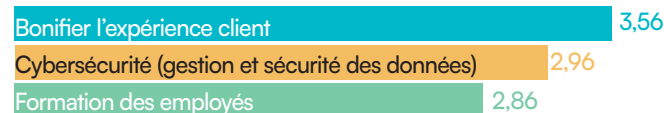
Commerce de détail



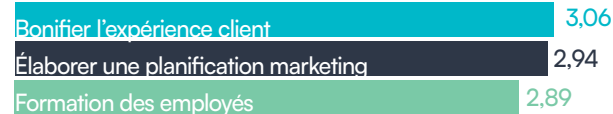
Restauration/bars



Entreprise de services



Entreprise de divertissement



Hôtellerie, gîte et camping



PRINCIPALE PRIORITÉ **BONIFIER L'EXPÉRIENCE CLIENT**

AUTRES DONNÉES

Membres d'un réseau d'affaires

37%



34%
Membres

CONCLUSION

Les secteurs du commerce de détail et des entreprises de services traversent d'importantes transformations, accélérées par l'évolution rapide des technologies. Ces changements influencent directement les comportements des consommateurs, qui évoluent à un rythme effréné, tout en posant de nouveaux défis en matière de gestion des ressources humaines et d'adaptation des modèles d'affaires.

Concernant la projection financière de leur entreprise pour l'année 2025, 58 % sont optimistes et 34 % sont neutres. Ces résultats démontrent une confiance face à l'avenir tout en étant réaliste quant aux défis à relever.

La gestion des ressources humaines reste un enjeu majeur pour les entreprises. Parmi les pistes de solutions, la marque employeur est un des leviers pour le recrutement et la rétention de la main-d'œuvre.

Bonifier l'expérience client est désormais perçue comme un levier essentiel de différenciation, en particulier pour les entreprises ayant pignon sur rue. Plus que jamais, offrir une expérience client exceptionnelle constitue un avantage concurrentiel décisif. Miser sur cette approche génère des retombées positives et s'impose aujourd'hui comme une condition incontournable pour assurer la réussite et la pérennité des entreprises.

La transformation numérique des entreprises est aussi identifiée comme prioritaire. Nous constatons que les entreprises ne sont pas toutes au même niveau, que ce soit pour la création ou l'amélioration des sites web, l'utilisation des réseaux sociaux, le développement de boutiques en ligne et l'implantation de stratégies marketing. Pour demeurer compétitives dans un environnement en constante évolution, les entreprises doivent adopter des actions concrètes et adaptées à leur réalité.

Pour assurer leur pérennité, les entreprises doivent anticiper les avancées technologiques qui continueront de transformer le commerce de détail et les services en 2025. L'IA, la réalité augmentée et les technologies durables redéfinissent les pratiques du secteur, exigeant une adaptation rapide pour préserver la compétitivité. Si des défis subsistent, notamment en matière de cybersécurité et de résistance au changement, ces innovations offrent aussi d'importantes opportunités pour enrichir l'expérience client et optimiser les opérations. L'intégration de ces technologies, combinée au développement des compétences, sera un levier essentiel pour permettre aux entreprises de se démarquer dans un monde toujours plus connecté.

MÉTHODOLOGIE

Questionnaire

30 questions préparées par Drummond économique

Date de collecte des données

Du 14 janvier au 7 février 2025

Taille de l'échantillonnage aléatoire simple

n = 1 500

Nombre de répondants

446

Taux de réponse

30 % (Un taux représentatif de la situation)

Répondants

Chefs d'entreprise (80 %),
gérants (6 %)
ou autres (14 %)
(ex. : directeur, adjoint administratif, superviseur, etc.)

Marge d'erreur

4 %, niveau de confiance de 95 %

Note :

Les entreprises n'ont pas toutes répondu aux questions sur :

- les perspectives financières
- les ressources humaines
- la présence numérique
- la numérisation
- les enjeux dans la gestion de leur entreprise
- les priorités
- le réseau d'affaires
- le fait d'être membre ou pas de Drummond économique.



PORTRAIT 2024 DU COMMERCE DE DÉTAIL ET DE SERVICES

MRC DE DRUMMOND

TRAITEMENT DE DONNÉES

Analyse et rédaction

Véronique Larose, urbaniste
Diane Grondin, conseillère en dynamisation commerciale

Conception graphique

Fluid design graphique

Sondeurs

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

Coordination

Véronique Larose, urbaniste