

L A C H A M B R E D E C O M M E R C E

D U

C O M T E D E D R U M M O N D

M E M O I R E A N N U E L 1 9 6 6

A Son Honneur le Maire et  
Messieurs les Echevins,

La Chambre de Commerce du Comté de Drummond vous présente une fois de plus son mémoire annuel. Notre association compte plus 400 hommes d'affaires dans le Comté de Drummond et s'intéresse au développement économique, civique et social de notre région.

Si l'on analyse les recommandations dans les mémoires antérieurs, on remarquera que les membres du conseil leur ont donné suite dans une très grande proportion. Ce mémoire contient plusieurs suggestions qui devraient être étudiées sérieusement même si l'application de celles-ci est lointaine.

Vous remarquerez que certaines sections du mémoire s'appliquent au Drummondville métropolitain et aussi au Comté de Drummond. La Chambre a étudié au cours de l'année, plusieurs problèmes à caractère régional et se doit d'inclure dans ce mémoire les solutions pronées par les membres de ses comités.

Selon la tradition établie dans la préparation de ces mémoires, la Chambre a bien voulu faire montre d'objectivité et d'impartialité en présentant des idées dont le seul but est de promouvoir le bien-être économique, civique et social de la collectivité. Il serait bon de souligner ici que

les conclusions de plusieurs sections de ce mémoire, sont le résultat de longues études par les membres des comités de la Chambre conformément aux récentes directives émises par la Chambre de Commerce de la Province de Québec. En effet, celle-ci recommande l'abandon des suggestions à nature générale.

La Chambre vous remercie de votre collaboration du passé et espère que vous serez en mesure de rendre concrètes les recommandations de ce mémoire.

Maurice Richard, C.A.

Président.

COMITE DES RECHERCHES ECONOMIQUES

Membres du comité

MM. Charles Hébert, C.A. - Président

Jacques René De Cotret, C.A.

Yvon Dionne, C.A.

Lucien Morissette, Industriel

Jean Matte, Gérant - Banque Canadienne Nationale

SUJETS DES RECHERCHES

Commerce au détail de: a) Drummondville  
b) Drummondville Métropolitain  
c) Comté de Drummond

La Chambre de Commerce du Comté de Drummond a formé cette année un nouveau comité qui a pour nom "COMITE DES RECHERCHES ECONOMIQUES." Ce comité est formé de trois comptables agréés, un industriel et un gérant de banque.

Le comité a jugé opportun d'orienter ses recherches cette année dans le Commerce au Détail du Comté de Drummond, et plus particulièrement de ce que nous sommes convenus d'appeler le Grand Drummondville ou encore le Drummondville Métropolitain ainsi que de la Cité de Drummondville.

Cette orientation de nos recherches a surtout été motivée par une situation de fait qui existe à Drummondville depuis nombre d'années et qui, nous le présumons, est de nature à affecter le commerce au détail du comté, ou tout au moins celui du Drummondville Métropolitain et de Drummondville.

Cette situation de fait pourrait se décrire sommairement

comme suit:

a) Drummondville ne connaît pas une organisation commerciale "Centralisée" au point de vue géographique. Nous comptons présentement plusieurs secteurs commerciaux plus ou moins achalandés, distinctement situables au point de vue géographique à l'intérieur de Drummondville et du Drummondville Métropolitain;

b) Cette décentralisation géographique des intérêts a évidemment fait naître autant d'associations d'hommes d'affaire qui voient à promouvoir ou à défendre les intérêts de leur secteur commercial respectif.

La Chambre de Commerce du Comté de Drummond, par l'entremise de son Comité des Recherches Economiques, a alors inscrit à son programme cette question qui a fait l'objet de notre étude: "La décentralisation commerciale est-elle réellement préjudiciable à l'ensemble du commerce au détail de Drummondville?"

Une étude de cette nature devait alors se faire par le moyen de la "comparaison". Comme l'essence de la question porte sur le commerce au détail, il nous fallait comparer des collectivités dont la situation économique dans son ensemble et dont le revenu par tête de population se comparaient bien à notre collectivité. En effet, le revenu per capita prend ici une première importance, car il s'agit en somme de découvrir ceci: " Le citoyen de Drummondville ou du Grand Drummondville consomme-t-il une partie aussi importante de son revenu dans la localité que le fait le citoyen d'une autre ville dans sa propre ville".

Nos recherches nous ont alors fait constater que Victoriaville et St-Hyacinthe se comparaient bien à Drummondville au sujet des points de vue mentionnés ci-dessus. Aussi, en plus d'être nos

voisines, ces deux villes ont une organisation commerciale bien centralisée. Nous croyons donc que la comparaison avec ces deux villes devrait bien refléter l'effet de la décentralisation commerciale à Drummondville, si ce facteur est réellement de nature à influencer le public acheteur.

Comme les trois villes ci-dessus sont le pôle d'attraction de leur comté respectif, nous avons cru bon aussi d'établir une comparaison entre ces trois comtés, car si les résultats per capita sont sensiblement différents dans chaque ville, cette tendance devrait aussi se refléter dans les comtés. Cette dernière comparaison deviendrait donc une confirmation de la première.

Les membres du comité ont alors ébauché un programme d'études qui comporte les points ci-dessous:

A) POUR LES VILLES SUIVANTES:

1- Déterminer le pouvoir d'achat ou le revenu per capita des trois villes suivantes:

Drummondville;  
Victoriaville;  
St-Hyacinthe;

2- Déterminer le total des ventes au détail des trois villes ci-dessus et le résultat per capita;

B) POUR LES ZONES URBAINES SUIVANTES:

1- Déterminer le pouvoir d'achat ou le revenu per capita des trois zones urbaines suivantes:

Drummondville métropolitain;  
Victoriaville métropolitain;  
St-Hyacinthe métropolitain;

2- Déterminer le total des ventes au détail des trois zones urbaines ci-dessus et le résultat per capita;

C) POUR LES COMTES SUIVANTS:

1- Déterminer le pouvoir d'achat ou le revenu per capita des trois comtés suivants:

Comté de Drummond;  
Comté d'Arthabaska;  
Comté de St-Hyacinthe;

2- Déterminer le total des ventes au détail des trois mêmes comtés et le résultat per capita;

Le Ministère de l'Industrie et du Commerce par l'entremise du Bureau de la Statistique du Québec a été notre principale source d'informations dans ce travail. Malheureusement, les renseignements les plus récents dont il disposait sur ces questions datent de 1961. Le Ministère a cependant complété ces informations en nous faisant parvenir une copie de l'ouvrage "Surveys of Market 1964-65" du Financial Post qui répond à une partie de nos questions pour l'année 1963, et l'on a alors constaté que la tendance de 1961 se maintenait en 1963.

Nous avons aussi constaté que les "Ventes au détail Per Capita" dans chaque ville en 1961 démontrait une différence assez importante dans chaque ville qu'il devient difficile de croire que cette situation serait entièrement corrigée en 1965.

Nous désirons ici remercier M. Maurice Richard, C.A., président de la Chambre, pour sa collaboration ainsi que M. Roland Beaulieu chef de la section des études régionales au Ministère de l'Industrie et du Commerce de la province de Québec pour tous les renseignements qu'il nous a communiqué et qui nous ont permis de tenir cette étude et de rédiger ce rapport.

Nous vous invitons maintenant à examiner attentivement les tableaux qui suivent:

CHAMBRE DE COMMERCE DU COMTE DE DRUMMOND  
RAPPORT DU COMITE DES RECHERCHES ECONOMIQUES  
ETUDE SUR LE COMMERCE AU DETAIL  
DIVERS TABLEAUX EXPLICATIFS

TABLEAU I: Comparaison des trois villes suivantes en 1961:  
Drummondville, St-Hyacinthe, Victoriaville.

TABLEAU II: Comparaison des zones urbaines suivantes en 1961:  
Drummondville métropolitain;  
St-Hyacinthe métropolitain;  
Victoriaville métropolitain;

TABLEAU III: Comparaison des comtés suivants en 1961:  
Drummond, St-Hyacinthe, Arthabaska

Discussion sur la valeur de ces renseignements;

TABLEAU IV: Ventes au détail per capita dans la gradation suivante:  
a) Per capita pour le comté;  
b) Per capita pour la zone urbaine;  
c) Per capita pour la ville;

TABLEAU IV: Comparaison des mêmes comtés en 1963;

TABLEAU 1COMPARAISON DES TROIS VILLES SUIVANTES:

DRUMMONDVILLE; ST-HYACINTHE; VICTORIAVILLE;

1er SUJET: Pouvoir d'achat ou revenu moyen de chaque famille:

	<u>TOTAL DES FAMILLES SALARIEES</u>	<u>CLASSEMENT</u>	<u>REVENU MOYEN PAR FAMILLE SALARIEE</u>	<u>CLASSEMENT</u>
Drummondville	4,224	1ère	\$4,107.00	1ère
St-Hyacinthe	3,158	2ième	\$4,054.00	2ième
Victoriaville	2,805	3ième	\$3,969.00	3ième

2ième SUJET: Total des ventes au détail et par tête de population (per capita) dans chacune de ces villes:

	<u>POPULATION</u>	<u>CLASSE- MENT</u>	<u>VENTES TO- TALES AU DETAIL</u>	<u>CLASSE- MENT</u>	<u>VENTES AU DETAIL PER CAPITA</u>	<u>CLASSE- MENT</u>
Drummondville	27,909	1ère	\$31,565,900.00	2ième	\$1,131.00	3ième
St-Hyacinthe	22,354	2ième	\$32,966,100.00	1ère	\$1,475.00	2ième
Victoriaville	10,720	3ième	\$20,045,800.00	3ième	\$1,870.00	1ère

NOTE: Les "Ventes au détail per capita" est une moyenne qui tient compte de la population alors que le Revenu Moyen par famille salariée ne tient pas compte des revenus autres que le salaire.

Cette remarque pourrait-elle quand même empêcher de faire les observations suivantes:

OBSERVATIONS:

- 1) Alors que Drummondville se classe 1ère pour le Revenu Moyen par famille salariée, elle se classe dernière pour les Ventes au détail per capita;
- 2) En 1961, les citoyens de St-Hyacinthe et Victoriaville achetaient au détail dans leur propre ville pour un montant de \$344. et \$739. respectivement de plus par tête de population que le faisait le citoyen de Drummondville dans sa ville:

	<u>VENTES AU DETAIL 1961 PER CAPITA</u>		
St-Hyacinthe	\$ 1,475.00	\$1,870.00	Victoriaville
Drummondville	\$ 1,131.00	\$1,131.00	Drummondville
	\$ 344.00	\$ 739.00	

TABLEAU II

COMPARAISON DES ZONES URBAINES SUIVANTES:

Drummondville métropolitain;  
St-Hyacinthe métropolitain;  
Victoriaville métropolitain;

1er SUJET: Pouvoir d'achat ou revenu moyen de chaque famille;

	<u>TOTAL DES FAMILLES SALARIEES</u>	<u>CLASSE-MENT</u>	<u>REVENU MOYEN PAR FAMILLE SALARIEE</u>	<u>CLASSE-MENT</u>
Drummondville Métropolitain	5,765		\$4,088.00	
St-Hyacinthe Métropolitain	Renseignements non disponibles		Renseignements non disponibles	
Victoriaville Métropolitain	Renseignements non disponibles		Renseignements non disponibles	

NOTE - Drummondville Métropolitain comprend: Drummondville, Drummondville-Sud, Drummondville-Ouest, Drummondville-Nord;

2ième SUJET: Total des ventes au détail et par tête de population (per capita) dans chacune de ces zones urbaines:

<u>ZONE METRO-POLITAINE DE:</u>	<u>POPULATION</u>	<u>CLASSE-MENT</u>	<u>VENTES TO-TALES AU DETAIL</u>	<u>CLASSE-MENT</u>	<u>VENTES AU DETAIL PER CAPITA</u>	<u>CLASSE-MENT</u>
Drummondville	39,308	1ère	\$36,412,900.00	2ième	\$ 926.00	3ième
St-Hyacinthe	31,659	2ième	\$41,255,200.00	1ère	\$1,303.00	2ième
Victoriaville	13,697	3ième	\$23,044,900.00	3ième	\$1,682.00	1ère

OBSERVATIONS:

- 1) Tout comme au Tableau I, en 1961, Drummondville Métropolitain se classait dernier comparativement aux deux autres zones urbaines dans le montant de Ventes au détail per capita réalisé dans sa zone;
- 2) Les différences dans les achats au détail per capita effectué par le consommateur dans sa zone métropolitaine sont presque identiques à celles mentionnées au Tableau I;

VENTES AU DETAIL 1961 PER CAPITA

St-Hyacinthe métropolitain	\$1,303.00	\$1,682.00	Victoriaville métropolitain
Drummondville métropolitain	\$ 926.00	\$ 926.00	Drummondville métropolitain
	\$ 377.00	\$ 756.00	

TABLEAU IIICOMPARAISONS DES COMTES DRUMMOND, ST-HYACINTHE, ARTHABASKA

1er SUJET: Pouvoir d'achat ou revenu moyen de chaque famille salariée dans chaque comté:

	TOTAL DES FAMILLES SALARIEES	CLASSE- MENT	REVENU MOYEN PAR FAMILLE SALARIEE	CLASSE- MENT
Comté Drummond	7,056	1er	\$ 3,904.00	2ième
Comté St-Hyacinthe	5,480	2ième	\$ 3,916.00	1er
Comté Arthabaska	4,755	3ième	\$ 3,783.00	3ième

2ième SUJET: Total des ventes au détail par Comté et par tête de population (per capita) :

	POPULATION	CLASSE- MENT	VENTES TO- TALES AU DETAIL	CLASSE- MENT	VENTES AU DETAIL PER CAPITA	CLASSE- MENT
Cté Drummond	58,220	1er	\$42,393,500.00	2ième	\$ 728.00	2ième
Cté St-Hyacinthe	44,993	3ième	\$42,555,900.00	1er	\$ 946.00	1er
Cté Arthabaska	45,301	2ième	\$31,384,600.00	3ième	\$ 693.00	3ième

OBSERVATION:

Il semblerait que le revenu per capita était inférieur dans le comté Arthabaska en 1961 à ce qu'il était dans le comté de Drummond. Si ce n'était de cette différence dans le revenu, il est alors probable que les Ventes au détail per capita auraient été supérieures dans le Comté Arthabaska comparative-ment à celles du Comté de Drummond.

Cette situation confirmerait donc celle existante dans les villes et zones urbaines en ce qui regarde le commerce au détail à l'exception que le Comté de St-Hyacinthe se classe avant le comté Arthabaska.

DISCUSSION SUR LA VALEUR DE CES RENSEIGNEMENTS

Les trois villes ci-dessus étant le pôle d'attraction de leur comté respectif, la vente au détail per capita devrait donc être supérieure dans la ville que dans le comté.

Ainsi, les gens du comté de Drummond demeurant à l'extérieur de Drummondville, viennent probablement à Drummondville pour se procurer les biens ou services qu'ils ne peuvent acheter dans leur propre municipalité. Cet apport a donc pour effet d'augmenter le total des ventes au détail de Drummondville; comme ce total doit être divisé par la population de Drummondville seulement, pour déterminer les ventes au détail per capita de Drummondville, il devient alors évident que les ventes au détail per capita de Drummondville devraient représenter un montant supérieur aux ventes per capita réalisées dans le comté de Drummond.

Le Tableau IV qui suit démontre bien cette ascendance dans chacun des cas comparé en ce qui regarde le montant des ventes au détail per capita.

Aussi, tel que nous l'avons déjà mentionné, une autre source d'information (Surveys of Market du Financial Post) donne des renseignements en 1963 qui maintiennent la tendance de 1961 à l'échelle des comtés (voir Tableau V qui suit). (Nous n'avons pu établir de comparaisons en 1963 pour les villes et zones urbaines).

Les constatations ci-dessus nous portent donc à croire que ces renseignements se présentent sous une forme suffisamment logique pour accepter leur valeur.

ANNEE 1961TABLEAU IV

Tableau démontrant l'augmentation des ventes au détail per capita selon que cette moyenne est calculée dans la gradation suivante:

- a) Per Capita pour le Comté;
- b) Per Capita pour la Zone Urbaine;
- c) Per Capita pour la Ville;

	<u>VENTES AU DETAIL</u>		
	<u>A)</u> <u>COMTE</u>	<u>B)</u> <u>ZONE</u> <u>METROPOLITAINE</u>	<u>C)</u> <u>VILLE</u>
	Drummond	Drummondville Métropolitain	Drummondville
VENTES AU DETAIL PER CAPITA:	\$728.00	\$ 926.00	\$1,131.00
	St-Hyacinthe	St-Hyacinthe Métropolitain	St-Hyacinthe
VENTES AU DETAIL PER CAPITA:	\$946.00	\$1,303,00	\$1,475.00
	Arthabaska	Victoriaville Métropolitain	Victoriaville
VENTES AU DETAIL PER CAPITA:	\$693.00	\$1,682.00	\$1,870.00

TABLEAU VCOMPARAISON DES COMTES DRUMMOND, ST-HYACINTHE, ARTHABASKA

SUJET: Total des ventes au détail par comté et par tête de population (per capita):

ANNEE 1963

	<u>VENTES TO-</u> <u>TALES AU</u> <u>DETAIL</u>	<u>CLASSE-</u> <u>MENT</u>	<u>VENTES AU</u> <u>DETAIL PER</u> <u>CAPITA</u>	<u>CLASSE-</u> <u>MENT</u>
Comté Drummond	\$47,800,000.00	2ième	\$ 810.00	2ième
Comté St-Hyacinthe	\$49,200,000.00	1er	\$ 1,050.00	1er
Comté Arthabaska	\$36,100,000.00	3ième	\$ 770,00	3ième

NOTES: 1) Renseignements extraits de la revue: "SURVEY OF MARKET 1964-65 du FINANCIAL POST".

2) Voir Tableau III 1961 pour comparaison;

CONCLUSION GENERALE

A la lumière des renseignements et observations qui précèdent, nous n'affirmerons pas que le fait de la décentralisation commerciale est l'unique cause du rang de Drummondville dans le secteur "Commerce au Détail" comparativement à St-Hyacinthe et Victoriaville.

Le fait cependant que le revenu per capita était supérieur à Drummondville que dans les deux villes voisines;

Le fait aussi que ces trois villes semblent jouer le même rôle à l'intérieur de leur comté respectif;

Enfin le fait que la centralisation commerciale de St-Hyacinthe et Victoriaville se présente comme la principale distinction avec Drummondville au point de vue commerce au détail;

nous portent tout au moins à conclure que la décentralisation commerciale à certainement contribué à affecter le commerce au détail dans Drummondville et dans le Drummondville Métropolitain en 1961.

Depuis 1961 cependant, des progrès remarquables ont été réalisés dans notre cité et le Drummondville Métropolitain dans les secteurs routier, industriel et service d'hôtellerie pour ne nommer que ceux-là, qui normalement ont dû améliorer le rendement du Commerce au Détail au point de vue vente au détail per capita.

Mais du fait que, en 1966, l'organisation commerciale de Drummondville demeure décentralisée, ne faut-il pas continuer à se poser les mêmes questions:

a) Le public acheteur faisant partie du pôle d'attraction que constitue Drummondville achète-t-il le maximum normal dans nos magasins au détail de Drummondville et du Drummondville Métropolitain?

b) Le public acheteur ne faisant pas partie du pôle d'attraction que constitue Drummondville est-il suffisamment attiré chez-nous pour venir dépenser une partie de son revenu dans les magasins au détail de chez-nous?

### SUGGESTIONS

Considérant bien qu'une situation physique de cette importance ne se corrige pas en un tour de main, nous voulons tout de même soumettre quelques suggestions dont l'application pourrait peut-être compenser en partie cette situation:

- 1) Ne serait-il pas recommandable que nos associations d'hommes d'affaire se fusionnent ou tout au moins se consultent pour établir des politiques susceptibles d'attirer le plus possible l'acheteur de chez-nous comme celui de l'extérieur dans nos établissements de commerce au détail de Drummondville et du Drummondville Métropolitain;
- 2) Ne serait-il pas recommandable que nos magasins au détail ouvrent leur porte le jeudi soir?  
Les magasins sont ouverts présentement le jeudi soir à St-Hyacinthe.
- 3) Nos autorités municipales devraient continuer à accorder une attention bien spéciale à cette question qui relève sans doute d'un programme d'urbanisme?

Les membres du Comité de Recherches Economiques de votre Chambre de Commerce ont vivement été intéressés par le sujet étudié et leur satisfaction consistera dans l'intérêt que suscitera leur

rapport chez les membres ainsi que les services que cette étude pourra rendre aux citoyens de notre Cité, du Drummondville Métropolitain et du Comté de Drummond.

Charles Hébert, C.A.

Président  
Comité des Recherches Economiques