

# Étude sur le bilan commercial et le potentiel de synergie au centre-ville de Drummondville

RAPPORT FINAL

---

11 septembre 2025



Le 11 septembre 2025

Monsieur Francis Adam, ing.  
Directeur général  
**Ville de Drummondville**  
415, rue Lindsay  
Drummondville (Québec) J2B 6W3

**Raymond Chabot  
Grant Thornton & Cie S.E.N.C.R.L.**  
Bureau 2000  
600, rue De La Gauchetière Ouest  
Montréal (Québec) H3B 4L8

T 514 878-2691

**Objet : Étude sur le bilan commercial et le potentiel de synergie au centre-ville de Drummondville**

Monsieur,

Nous avons le plaisir de vous soumettre notre offre de service concernant le mandat mentionné en objet.

Le présent document contient de l'information sur Raymond Chabot Grant Thornton & Cie s.e.n.c.r.l. (ci-après « RCGT »), sur nos compétences professionnelles ainsi que sur notre expérience liée à la réalisation de mandats similaires. Il explique aussi l'approche que nous suggérons pour la réalisation de ce mandat.

Afin d'assurer le succès de ce projet, nous vous proposons des experts triés sur le volet. Nous croyons que la contribution de ces ressources sera un facteur clé de succès. Vous aurez aussi un accès privilégié à nos quelque 200 professionnels en conseil, prêts à parer à toute éventualité et qui mettront à contribution leur expertise afin de mener à bien votre projet.

Nous estimons être bien placés pour vous aider grâce à nos avantages distinctifs : la qualité, la pluridisciplinarité et la solide expertise de l'équipe de professionnels qui sera affectée au mandat, notre connaissance et notre expérience de votre secteur d'activité, ainsi qu'une méthodologie éprouvée, inspirée des bonnes pratiques de votre domaine et adaptée aux besoins et au contexte de votre organisation.

Notre volonté de répondre entièrement aux besoins et aux attentes de nos clients témoigne de l'importance que nous accordons à nos relations avec eux. En effet, le haut taux de satisfaction de nos clients reflète une appréciation marquée pour la qualité des relations établies, la compétence des conseillers et leur capacité à cibler les aspects importants du mandat.

Nous sommes disponibles en tout temps pour vous présenter en personne notre offre de service, nos ressources et notre portefeuille de réalisations, afin que vous soyez à même de constater la différence. Nous espérons que cette offre de service vous permettra d'apprécier la qualité de notre société et des professionnels qui vous sont proposés, ainsi que notre capacité à répondre aux différents besoins exprimés.

Pour toute information supplémentaire, nous vous invitons à communiquer avec Jean-Philippe Brosseau 418 647-5413.

Espérant avoir l'occasion de partager vos défis, nous vous prions de recevoir, Monsieur, nos salutations les plus distinguées.

*Raymond Chabot Grant Thornton & Cie SENCRL*

**Jean-Philippe Brosseau, M. Sc., MBA, PMP**  
Associé – Conseil en management

# Sommaire exécutif

La Ville de Drummondville a mandaté RCGT afin d'être soutenue dans la réalisation d'une étude visant, d'une part, à dresser le bilan commercial du centre-ville et, d'autre part, à évaluer le potentiel des projets en cours en termes de dynamisme commercial et d'accroissement de la synergie au centre-ville.

## Une étude effectuée en cinq étapes



### Faits saillants du portrait socioéconomique :

- Environ 2 800 personnes habiteront au centre-ville en 2026.
- L'âge médian de la population du centre-ville est de 64,7 ans, soit 19,6 ans de plus que dans le reste de Drummondville.
- Le revenu moyen des ménages du centre-ville est 40 % moins élevé que dans le reste de Drummondville.

### Faits saillants du portrait commercial :

- Environ 375 établissements commerciaux se trouvent au centre-ville, dont 54 % sont des services et 25 % des commerces.
- Les impacts des événements au Centre Marcel-Dionne semblent mitigés sur l'achalandage des commerces du centre-ville.
- Approximativement 21 505 visiteurs du Centre iraient dans les restaurants du centre-ville lors des événements annuellement, soit 24 % de l'ensemble des visiteurs.

# Résultats des analyses

## Sommaire exécutif

### Estimation des opportunités économiques des projets de développement au centre-ville

Opportunités	Projets	Dépenses additionnelles générées par l'opportunité
Dépenses potentielles additionnelles dans les restaurants du centre-ville lors d'événements au Centre Marcel-Dionne et à la salle de spectacle	<ul style="list-style-type: none"><li>Centre Marcel-Dionne</li><li>Espace de diffusion multidisciplinaire</li></ul>	0,7 M\$
Dépenses supplémentaires potentielles des nouveaux ménages résidant au centre-ville	<ul style="list-style-type: none"><li>155, rue Loring</li><li>Fortissimo</li></ul>	entre 43,2 M\$ et 79,9 M\$
<b>Total</b>		entre 43,9 M\$ et 80,6 M\$

**La présence du nouveau Centre Marcel-Dionne générerait des dépenses annuelles d'environ 1,0 M\$ dans les restaurants.**

### Présentation de l'effet de synergie d'un centre-ville dynamique

Les projets en développement viendront renforcer la synergie nécessaire pour un centre-ville dynamique avec leurs impacts sur le secteur.



Revitalisation du tissu urbain



Émergence d'un pôle culturel et événementiel



Croissance de la population résidentielle



Transition vers un développement durable



Dynamisation du tissu commercial

### Recommandations et pistes d'action

Afin de maximiser l'effet de synergie dans le centre-ville de Drummondville, il est recommandé de centraliser les activités et les attraits dans le secteur. Cette concentration agira comme levier pour le développement du centre-ville.

Les pistes d'action suivantes permettraient de redynamiser le centre-ville :

- 1 Centraliser les activités et événements dans le centre-ville
- 2 Maintenir la présence du Centre Marcel-Dionne au centre-ville
- 3 Soutenir les projets de développement immobilier favorisant la densification du centre-ville
- 4 Faciliter l'accessibilité multimodale au centre-ville

---

# Table des matières

Contexte et mandat	6
Profil socioéconomique	10
Portrait commercial	25
Opportunités économiques des projets de développement au centre-ville	46
Effet de synergie d'un centre-ville dynamique	53
Constats et recommandations	58
Annexes	



Source : Tourisme Drummondville

# Contexte et mandat



Source : Tourisme Drummondville

# Le présent mandat repose sur trois principaux objectifs

## Contexte, mandat et objectifs de l'étude

### Contexte

La Ville de Drummondville connaît présentement une effervescence sur le plan économique. Au cours des cinq dernières années, les investissements manufacturiers ont dépassé le milliard de dollars, tandis que les investissements commerciaux ont atteint environ 250 millions de dollars, créant ainsi plusieurs milliers de nouveaux emplois.

Le centre-ville de Drummondville a largement profité de ce dynamisme. Selon le dernier rapport annuel de Drummond économique, le taux de vacance des surfaces commerciales au centre-ville n'était que de 7,8 % en 2023. Les projets de densification résidentielle vont également soutenir le développement de la ville dans les prochaines années. Parmi eux, le projet Fortissimo, un vaste complexe résidentiel mixte couvrant plus de 800 000 pi<sup>2</sup> et qui offrira à terme plus de 800 nouvelles unités d'habitation.

En parallèle, la Ville travaille sur le dossier de rénovation du Centre Marcel-Dionne afin de le doter d'équipements modernes et adaptés aux nouvelles exigences de la LHJMQ. Un projet de création d'un nouvel espace de diffusion multidisciplinaire fait également l'objet d'analyses de la part de la Ville. Tous ces projets mis ensemble viendront soutenir le dynamisme du centre-ville de Drummondville.

Source : analyse RCGT.

### Mandat

Dans ce contexte, la Ville de Drummondville a mandaté RCGT afin d'être soutenue dans la réalisation d'une étude qui viendra, d'une part, dresser le bilan commercial du centre-ville et, d'autre part, évaluer le potentiel des projets en cours en termes de dynamisme commercial et d'accroissement de la synergie au centre-ville.

### Objectifs

- **Objectif 1** : Dresser un portrait de la situation commerciale actuelle au centre-ville de Drummondville;
- **Objectif 2** : Identifier les projets à venir pouvant avoir un impact sur le tissu commercial du centre-ville;
- **Objectif 3** : Évaluer le potentiel de synergie au centre-ville en termes de développement commercial et économique découlant des projets à venir.

# La ville à l'étude a connu une croissance importante au cours des dernières années

## Zone à l'étude

La présente étude se concentre sur les activités commerciales de la ville de Drummondville, plus précisément sur les activités commerciales de son centre-ville. Drummondville est la 14<sup>e</sup> ville en importance au Québec et la plus peuplée de la région du Centre-du-Québec. La ville dispose d'une économie florissante et d'une croissance démographique rapide, offrant aujourd'hui une gamme diversifiée de commerces. Les profils sociodémographiques sont analysés et comparés entre les zones afin de brosser un portrait adéquat de la situation commerciale.

### Carte de la zone à l'étude 2024



Sources : Ville de Drummondville 2024; analyse RCGT.

# La densification offre un potentiel important et permettrait de répondre aux besoins futurs de la communauté

## Principales caractéristiques du centre-ville

Dans son étude technique sur le potentiel de densification du centre-ville, la Ville de Drummondville qualifie le centre-ville de secteur caractérisé par une défavorisation économique. L'étude démontre également que le taux de vacance est plus élevé au centre-ville que dans le reste de la ville.

De plus, malgré la présence de lignes d'autobus et de pistes cyclables projetées, la mobilité reste un défi du secteur. Les bâtiments du centre-ville comptent principalement un ou deux étages.

Finalement, le secteur dispose de 23 aires de stationnement hors rue offrant 1 742 places, bien que la perception d'un manque de stationnement soit répandue.

### Principales caractéristiques du centre-ville

2024



**1 742**

places de stationnement



**1**

gare de train



**5**

lignes d'autobus du terminus urbain



**Bâtiments de 1 ou 2 étages**

La majorité des édifices du centre-ville comptent 1 ou 2 étages



**133**

bâtiments avec un intérêt patrimonial



**Qualité des bâtiments**

il existe plusieurs propriétés dont le terrain a une plus grande valeur que le bâtiment

Sources : Étude technique sur le potentiel de densification du centre-ville 2024; analyse RCGT.

# Profil socioéconomique



Source : Tourisme Drummondville

# Le profil socioéconomique permet d'analyser les dynamiques façonnant la ville

## Profil socioéconomique

---

Le portrait socioéconomique de Drummondville offre un regard sur les dynamiques façonnant la ville. Cette section vise à présenter les principales caractéristiques de la population drummondvilloise, tout en mettant en lumière les enjeux et les opportunités qui influencent son développement, notamment dans le secteur du centre-ville.

Une analyse de l'évolution de la population et des principales caractéristiques de celle-ci est d'abord présentée afin de mieux comprendre les besoins actuels et futurs de la communauté. L'éducation et la formation font également l'objet d'une attention particulière, éléments essentiels pour soutenir le développement du secteur.

Un survol de l'économie locale, avec une présentation des dépenses et des revenus moyens des ménages, et l'indice de défavorisation mettent en évidence les forces économiques de Drummondville, tout en soulignant les défis à relever pour assurer une croissance au cours des prochaines années.

Source : analyse RCGT.



Source : Tourisme Drummondville

# Au cours des prochaines années, la population du centre-ville devrait croître à un rythme plus lent que celui de la ville

## Évolution et prévision de la population

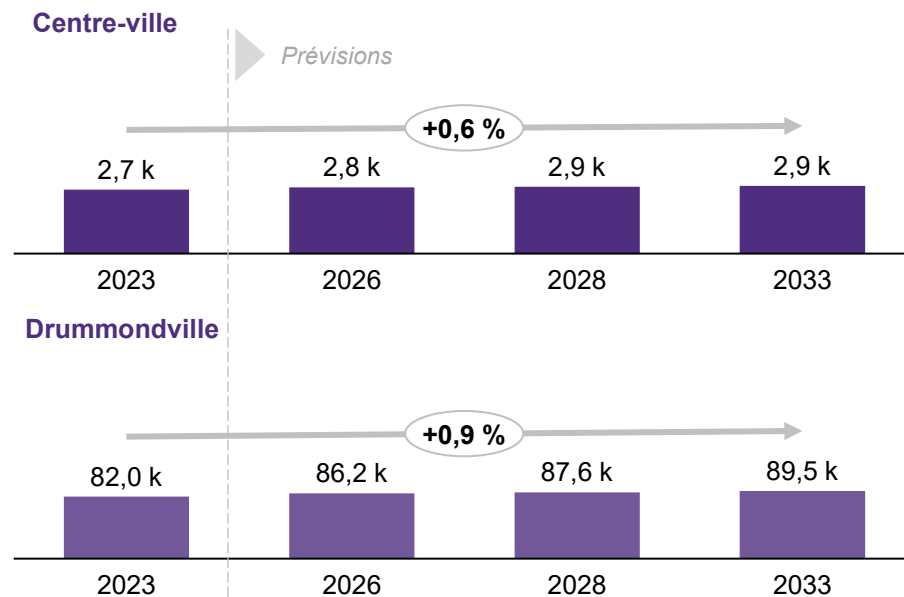
En 2023, c'était plus de 2 700 personnes qui habitaient au centre-ville de Drummondville, comparativement à un peu plus de 82 000 pour l'ensemble de la ville. Ainsi, 3,3 % des résidents habitaient au centre-ville.

Les projections prévoient des hausses annuelles de la population et des ménages plus faibles au centre-ville que dans le reste de la ville. En effet, entre 2023 et 2033, la population augmenterait annuellement de 0,6 % tandis que pour l'ensemble de la ville, la hausse serait de 0,9 %.

Les projections de Sitewise se basent sur la croissance démographique et les tendances passées. Elles ne considèrent pas les nouveaux projets immobiliers ni les facteurs expliquant le déplacement de population. Il se pourrait donc que l'augmentation anticipée soit supérieure à celle proposée dans ces projections. L'impact des projets immobiliers présentés dans les sections suivantes n'est pas pris en compte dans les prévisions ci-dessous.

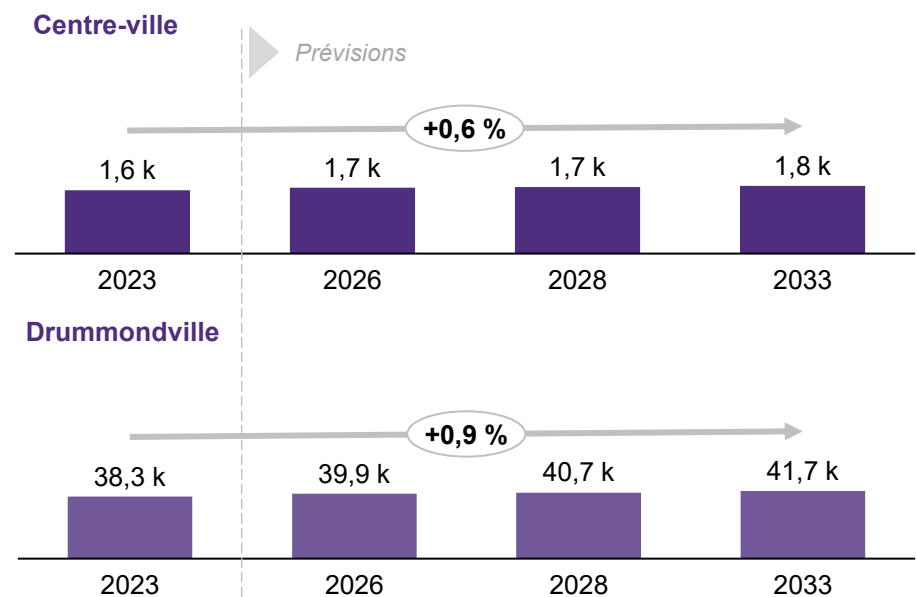
### Évolution et prévision de la population

En milliers, 2023-2033



### Évolution et prévision du nombre de ménages

En milliers, 2023-2033



Sources : Statistique Canada (traitement par Sitewise), 2023; analyse RCGT.

# La population du centre-ville est plus âgée que celle de l'ensemble de la ville

## Répartition de la population par tranche d'âge

La population du centre-ville est plus âgée que celle de Drummondville, avec des âges médians de 64,7 ans et 45,1 ans respectivement.

La catégorie des personnes âgées de 70 ans et plus est celle enregistrant la plus grande proportion de la population du centre-ville, avec 44 % de la population. Dans l'ensemble de la ville, la répartition de la population selon l'âge est plus uniforme entre les tranches d'âge.

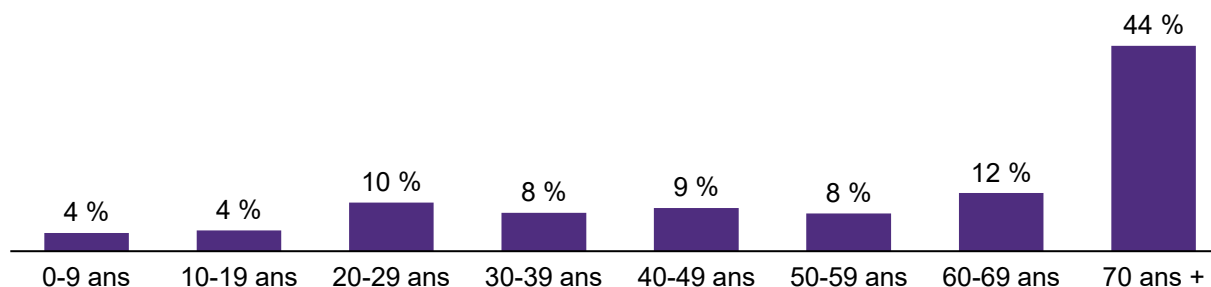
La proportion plus importante de personnes de 70 ans et plus au centre-ville s'explique entre autres par la présence de plusieurs résidences pour personnes âgées. En effet, plus de cinq résidences se trouvent dans le secteur.

### Répartition de la population par tranche d'âge

En % de la population totale, 2023

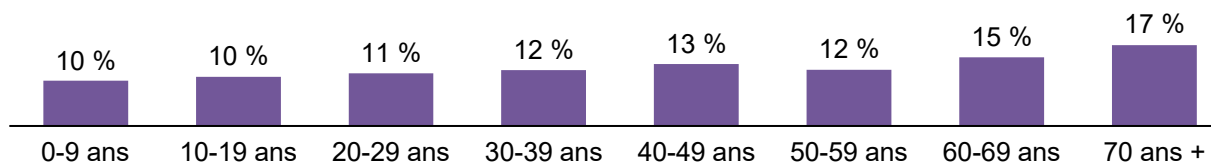
#### Centre-ville

Âge médian : **64,7 ans**



#### Drummondville

Âge médian : **45,1 ans**



Sources : Statistique Canada (traitement par Sitewise), 2023; Bonjour Résidences, 2025; analyse RCGT.

# La majorité des résidents du centre-ville habitent seuls, baissant ainsi le nombre moyen de personnes par ménage

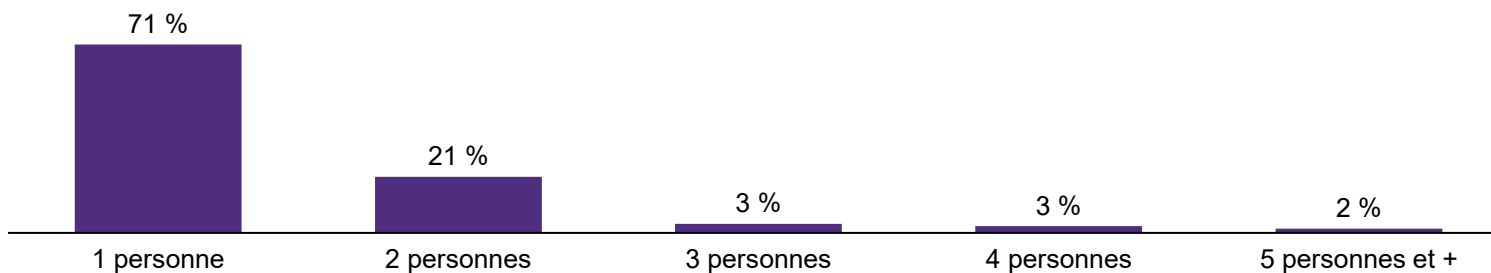
Répartition de la population en fonction de la taille du ménage

La moyenne de personnes par ménage est plus élevée pour l'ensemble de la ville que pour seulement le centre-ville, soit de 2,1 personnes comparativement à 1,4 personne pour le centre-ville. Les ménages d'une seule personne sont les plus courants pour les deux secteurs à l'étude. Cependant, cette proportion est particulièrement élevée pour le centre-ville, où 71 % des ménages sont composés d'une seule personne, comparativement à 39 % pour l'ensemble de Drummondville. Cela peut également s'expliquer par la présence des résidences de personnes âgées.

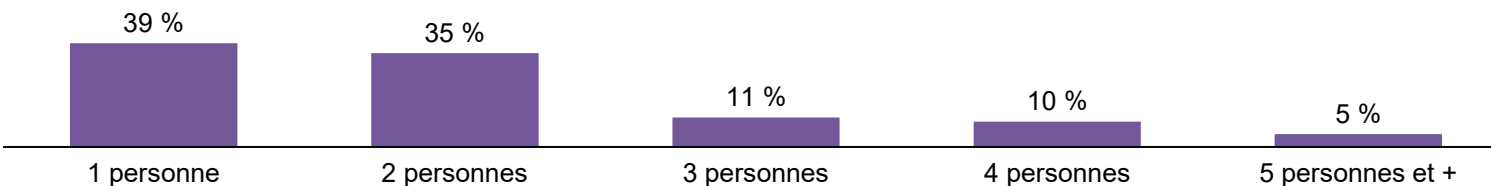
## Répartition de la population par taille de ménage

En %, en nombre de personnes, 2023

### Centre-ville



### Drummondville



Moyenne de personnes par ménage

1,4

2,1

Sources : Statistique Canada (traitement par Sitewise), 2023; analyse RCGT.

# La structure familiale est similaire pour les familles du centre-ville et pour celles de l'ensemble de Drummondville

## Portrait des familles

Le centre-ville compte 385 familles, dont près de la moitié (48 %) sont des couples sans enfant. Ce sont plus de 22 900 familles qui habitent à Drummondville, dont 47 % sont composées de couples sans enfant. La proportion de familles avec enfant est, quant à elle, plus élevée pour l'ensemble de la ville, avec une proportion de 36 % de sa population, comparativement à 26 % pour le centre-ville.

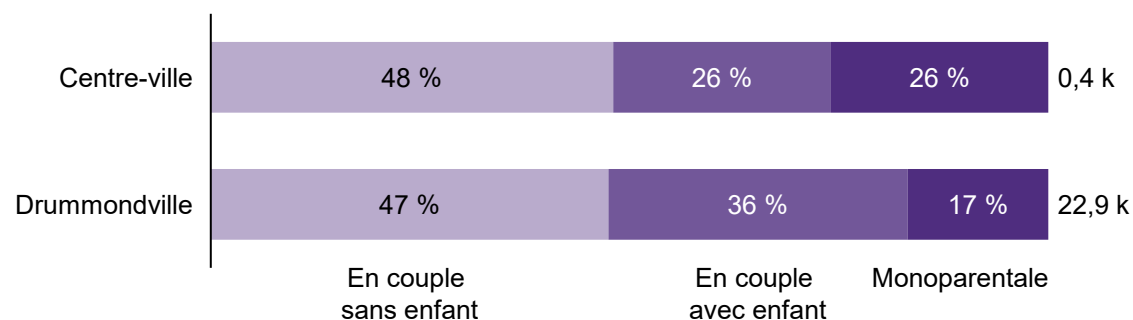
La structure des familles est similaire dans les deux sections à l'étude. Plus précisément, les familles sont en moyenne composées de 2,8 personnes, avec un enfant par famille.

La notion de **famille** selon Statistique Canada se définit comme un couple avec ou sans enfant, un couple en union libre avec ou sans enfant ou un parent d'une famille monoparentale.

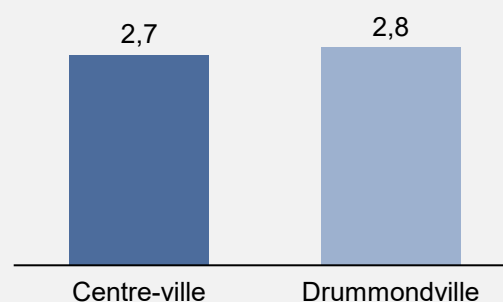
Un **ménage** est plutôt une personne ou un groupe de personnes qui occupe un même logement.

### Portrait des familles par zone

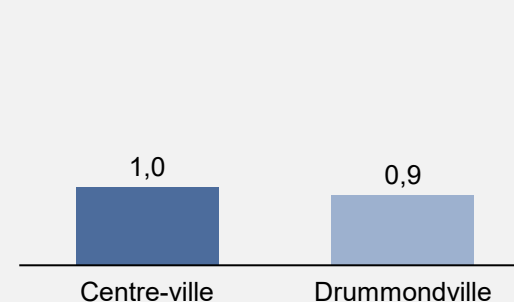
Total des familles, en %, en nombre, 2023



### Nombre moyen de personnes par famille



### Nombre moyen d'enfants par famille



Sources : Statistique Canada (traitement par Sitewise), 2023; analyse RCGT.

# La principale langue parlée à la maison par les résidents est le français

## Langues parlées

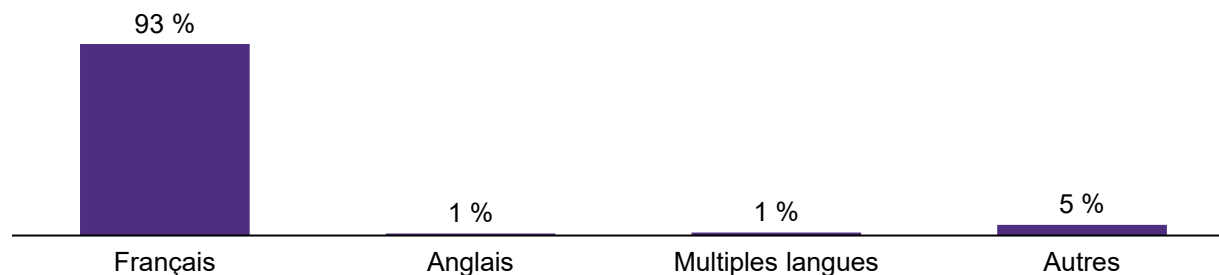
En tout, 93 % des ménages du centre-ville parlent en français à la maison. Cette proportion est encore plus élevée pour les ménages de l'ensemble de Drummondville, où 97 % des ménages parlent français à la maison.

De plus, la proportion de ménages parlant une autre langue que le français ou l'anglais est plus élevée au centre-ville, soit de 5 %.

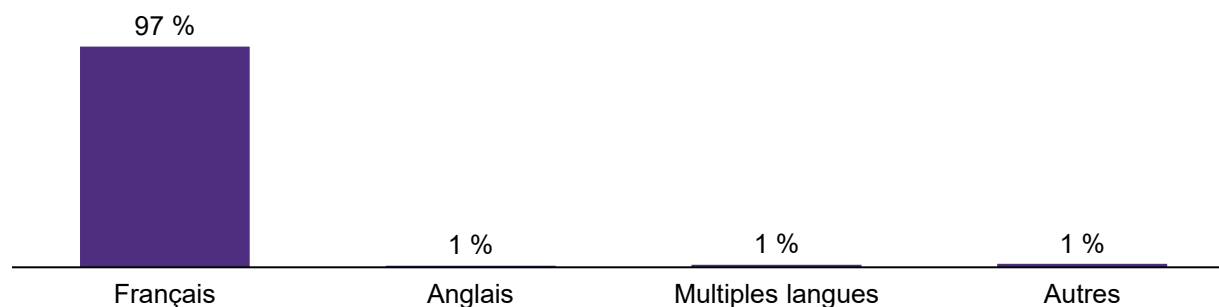
### Langues parlées dans les ménages

En % de la population totale, 2023

#### Centre-ville



#### Drummondville



Sources : Statistique Canada (traitement par Sitewise), 2023; analyse RCGT.

# Au centre-ville, plus d'un résident sur trois ne détient aucun diplôme

## Niveau de scolarité

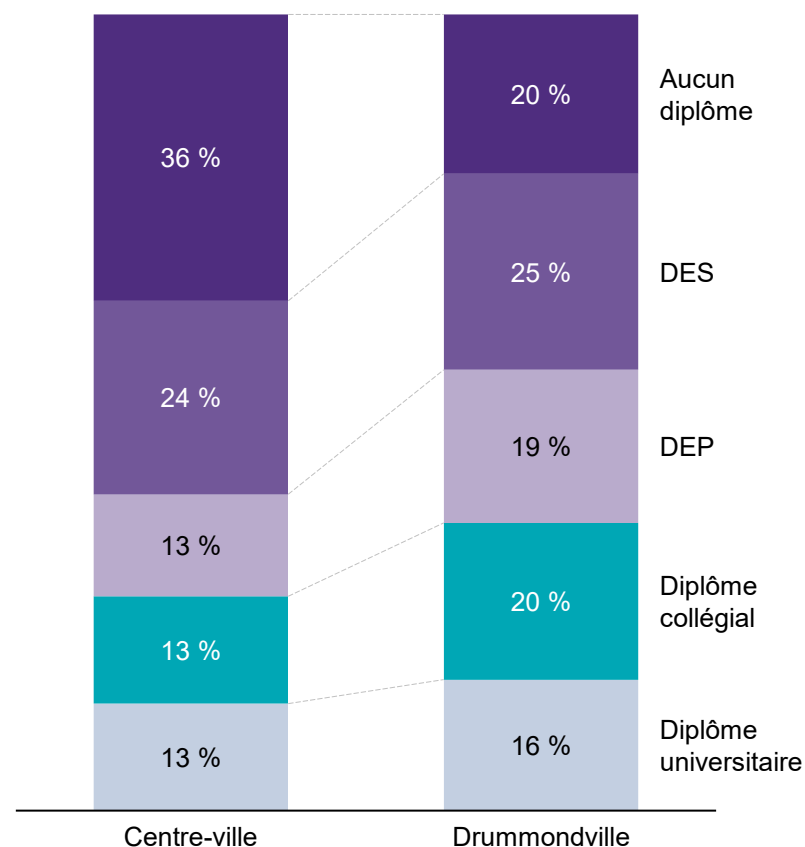
La proportion de résidents ne détenant aucun diplôme est plus élevée pour le centre-ville que pour l'ensemble de Drummondville. Effectivement, 36 % des résidents du centre-ville ne détiennent aucun diplôme, alors que ce nombre est de 20 % pour l'ensemble de la ville. Cependant, la proportion de diplômés universitaires est relativement semblable entre les deux sections à l'étude.

Le nombre de diplômés universitaires est légèrement plus élevé dans l'ensemble de la ville que pour le centre-ville. Plus précisément, 16 % des résidents de Drummondville détiennent un diplôme universitaire, comparativement à 13 % des résidents du centre-ville.

La proportion des résidents de Drummondville détenant un diplôme d'études professionnelles ou un diplôme collégial est inférieure au centre-ville. En effet, seulement 13 % des résidents du centre-ville ont obtenu un diplôme d'études professionnelles, comparativement à 19 % pour l'ensemble de la ville. De plus, 13 % de la population du centre-ville détient un diplôme d'études collégiales, contre 20 % pour l'ensemble de la ville.

### Répartition de la population en fonction du niveau de scolarité

En % de la population de 15 ans et plus, 2023



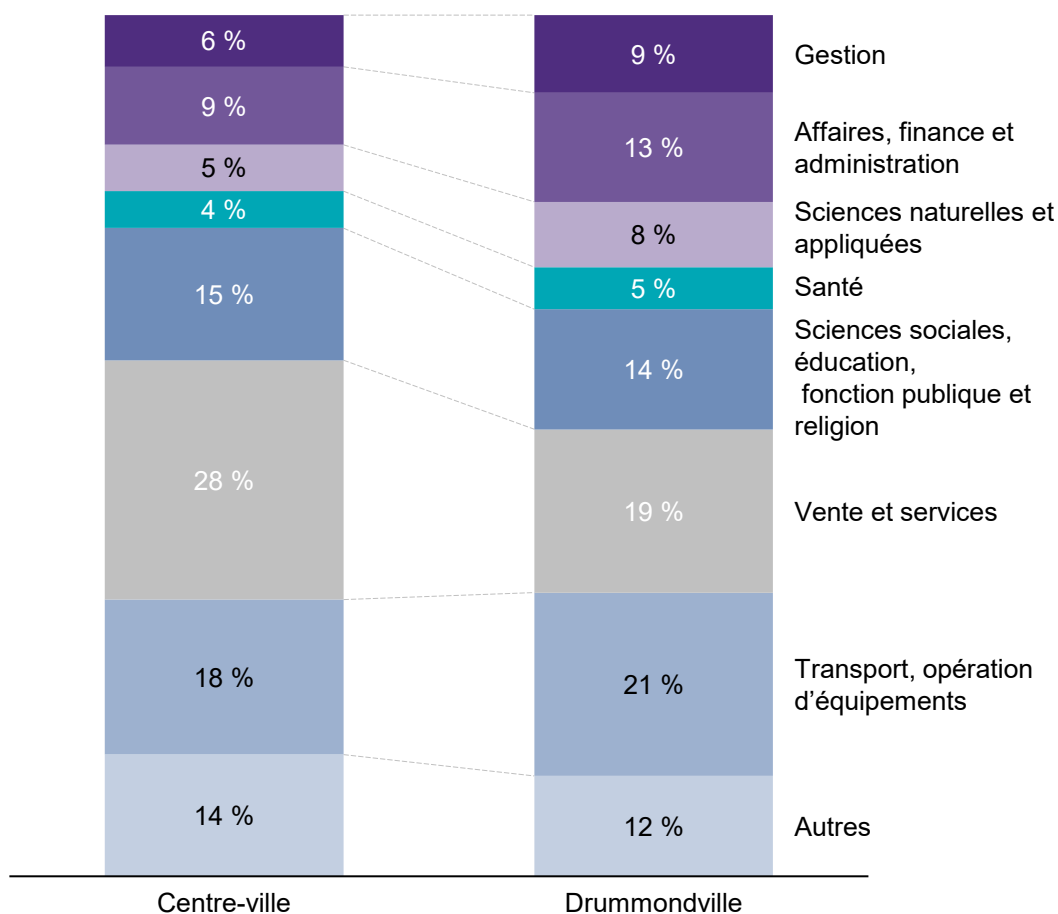
Sources : Statistique Canada (traitement par Sitewise), 2023; analyse RCGT.

# Les principaux domaines d'emploi des résidents du centre-ville sont la vente et les services ainsi que le transport

Occupations de la population active

## Répartition de la population active par domaine d'emploi

En % de la population active de 15 ans et plus, 2023



Le principal domaine d'emploi occupé par la population active est celui de la vente et des services, représentant 28 % de la population active du centre-ville. Cette proportion est légèrement moins importante pour l'ensemble de la ville, soit 19 %.

Le domaine du transport et d'opération d'équipements représente également une catégorie importante, constituant 18 % des postes occupés par les résidents du centre-ville et 21 % des postes pour l'ensemble de la ville.

Sources : Statistique Canada (traitement par Sitewise), 2023; analyse RCGT.

# Les résidents préfèrent utiliser la voiture pour aller à leur lieu de travail

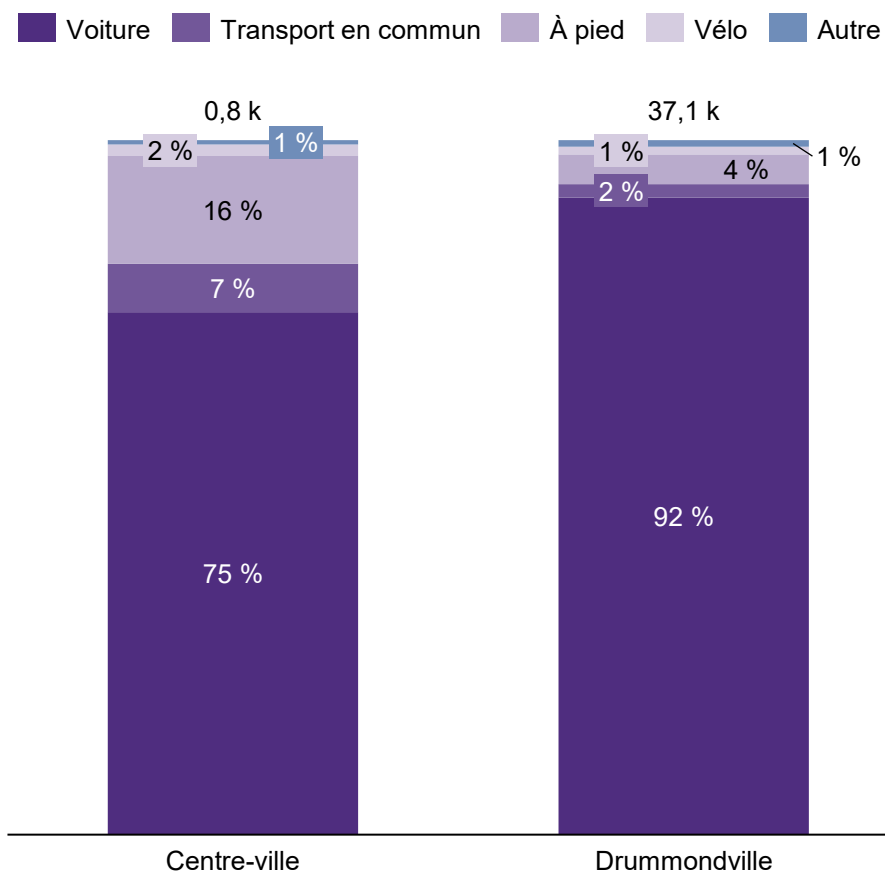
## Moyen de transport

La voiture est le moyen de transport préféré par la majorité des travailleurs pour se rendre au travail, 92 % des travailleurs résidant à Drummondville l'utilisant. Au centre-ville, c'est plutôt 75 % des travailleurs résidents qui utilisent ce moyen de transport.

Le transport en commun et la marche sont des moyens de transport plus utilisés par les résidents du centre-ville que par ceux de l'ensemble de la ville. Plus précisément, 7 % des travailleurs résidant au centre-ville utilisent le transport en commun pour aller travailler, contre 2 % pour l'ensemble de la ville. De plus, 16 % des travailleurs du centre-ville déclarent aller travailler à pied, comparativement à seulement 4 % pour l'ensemble de Drummondville.

### Moyen de transport utilisé pour aller travailler

En milliers, en % des travailleurs âgés de 15 ans et plus, 2023



Sources : Statistique Canada (traitement par Sitewise), 2023; analyse RCGT.

# La majorité des ménages du centre-ville sont locataires de leur logement

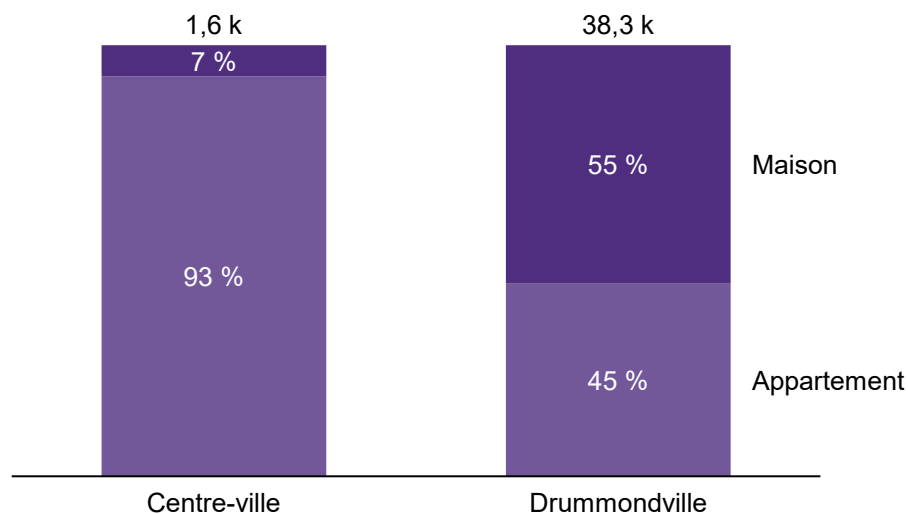
## Répartition des logements

Les ménages du centre-ville résident en grande majorité dans des logements de type « appartements », soit 93 % du total. À l'inverse, la proportion de ménages habitant dans une maison est plus élevée dans l'ensemble de la ville, soit 55 %.

La proportion de ménages propriétaires est considérablement plus faible au centre-ville que dans l'ensemble de la ville. En 2023, la majorité des ménages du centre-ville étaient locataires, représentant 90 % du total, comparativement à 47 % pour l'ensemble de Drummondville.

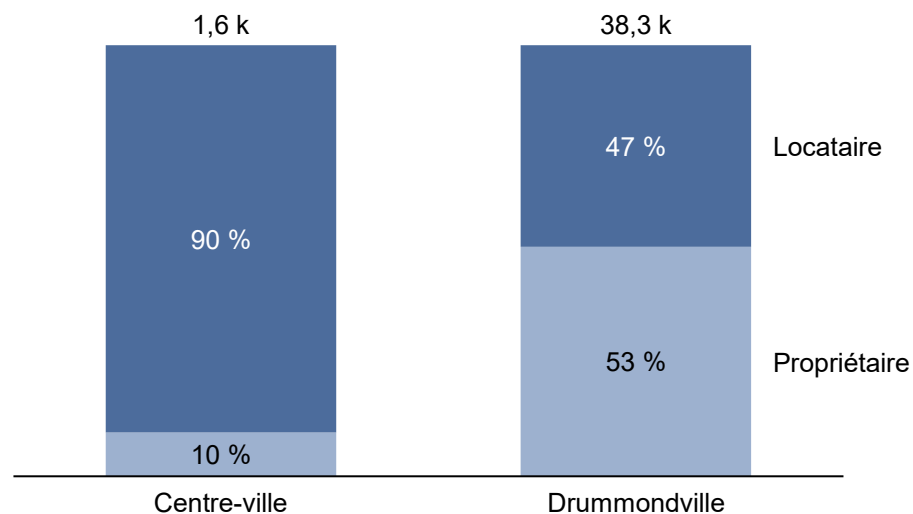
### Répartition des logements selon le type d'habitation

En milliers, en % des logements occupés, 2023



### Répartition des logements selon le type d'occupation

En milliers, en % des logements occupés, 2023



Sources : Statistique Canada (traitement par Sitewise), 2023; analyse RCGT.

# Le revenu moyen des ménages du centre-ville de Drummondville est inférieur à celui de l'ensemble de la ville

## Revenu moyen des ménages

Un peu plus de 50 % des ménages du centre-ville ont un revenu annuel inférieur à 40 000 \$. En comparaison, cette proportion est de 25 % dans le reste de Drummondville.

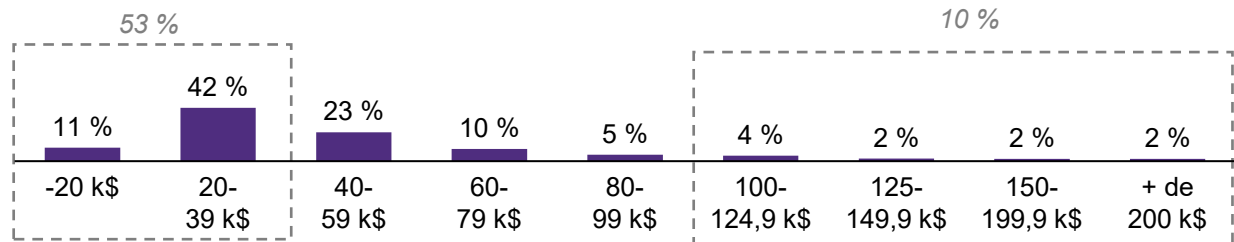
De plus, la part des ménages gagnant plus de 100 000 \$ par an est nettement plus faible au centre-ville (10 %) que dans l'ensemble de la ville, où elle atteint 31 %.

Le revenu moyen par ménage du centre-ville est de 51 895 \$ et de 86 479 \$ pour l'ensemble de la ville. Le revenu médian par ménage du centre-ville est également inférieur à celui de l'ensemble de Drummondville, soit de 38 793 \$ comparativement à 68 907 \$.

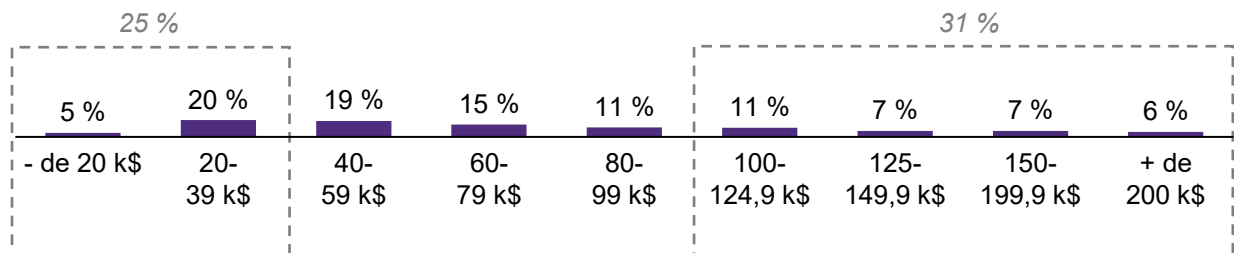
### Revenu annuel par ménage

En % des ménages, en \$, 2023

#### Centre-ville

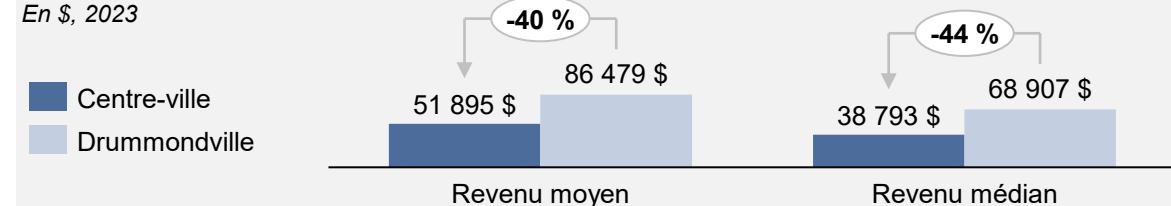


#### Drummondville



### Revenu moyen et médian par ménage

En \$, 2023



Sources : Statistique Canada (traitement par Sitewise), 2023; analyse RCGT.

# Les ménages du centre-ville dépensent particulièrement moins que les ménages de l'ensemble de la ville

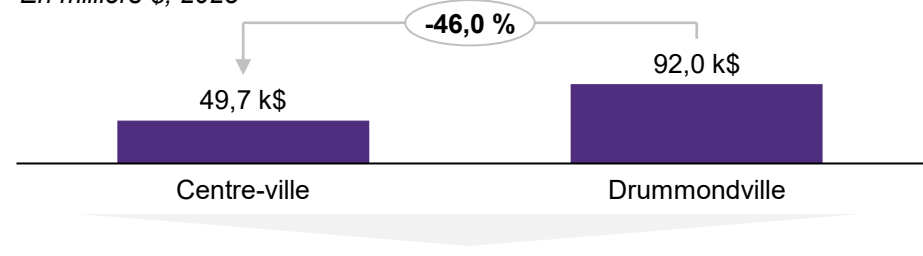
## Dépenses totales moyennes

Les ménages du centre-ville dépensent en moyenne près de 50 000 \$ par année, soit environ 42 300 \$ (46,0 %) de moins que ceux de l'ensemble de Drummondville. Les dépenses liées aux biens de consommation suivent la même tendance. Elles atteignent environ 39 800 \$ au centre-ville, comparativement à 64 200 \$ pour l'ensemble de la ville, ce qui représente un écart de 61,3 % en faveur de cette dernière. La plus petite taille des ménages explique une part de cette différence en plus du revenu disponible qui est moindre au centre-ville.

Plus précisément, les dépenses en biens de consommation occupent une plus grande proportion des dépenses totales des ménages du centre-ville que pour ceux de l'ensemble de Drummondville. En tout, 80,1 % des dépenses totales des ménages du centre-ville sont en biens de consommation comparativement à une proportion de 69,8 % pour les ménages de l'ensemble de la ville.

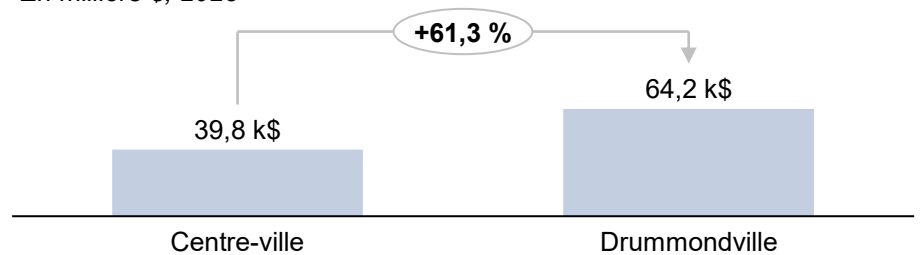
### Dépenses totales annuelles moyennes par ménage

En milliers \$, 2023



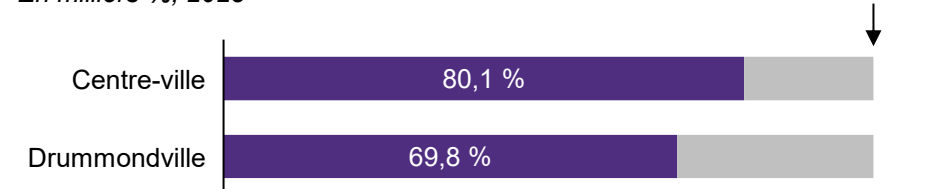
### Dépenses moyennes pour les biens de consommation par ménage

En milliers \$, 2023



### Proportion des dépenses en biens de consommation en fonction des dépenses totales, par ménage

En milliers %, 2023



Sources : Statistique Canada (traitement par Sitewise), 2023; analyse RCGT.

# Le logement occupe une part importante des dépenses en biens de consommation des ménages

## Répartition des dépenses de biens de consommation

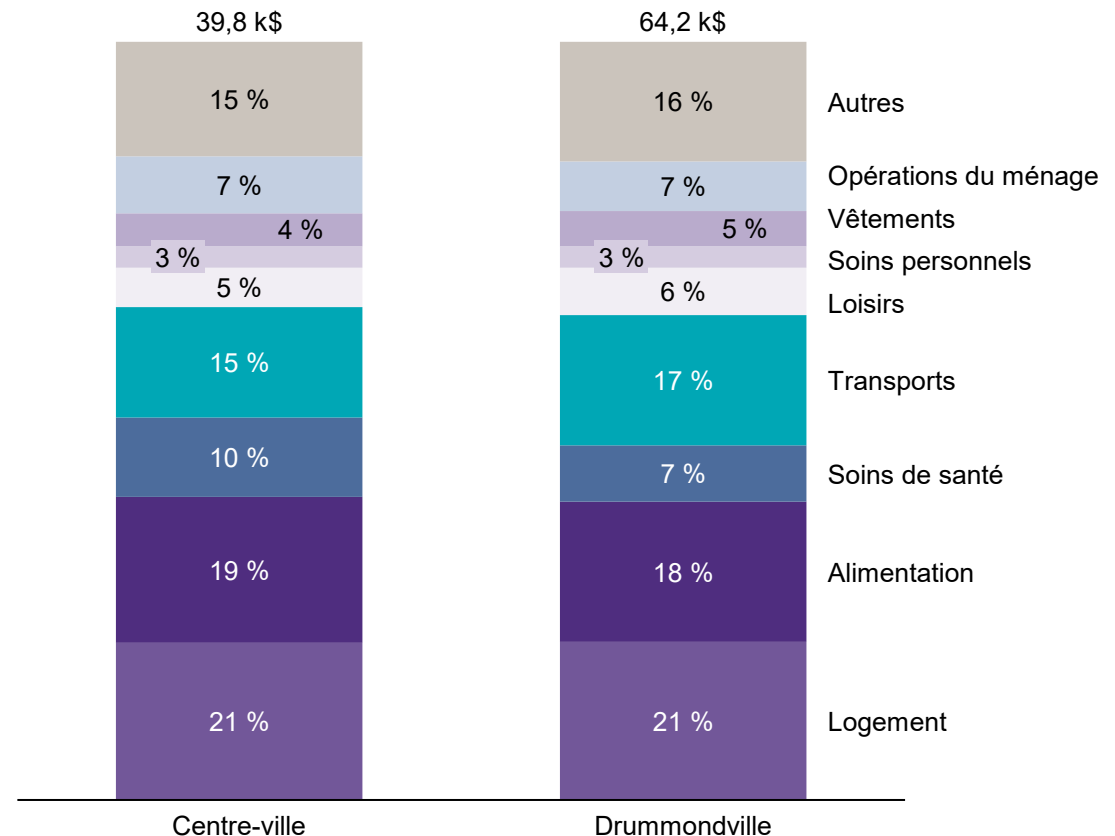
Dans son ensemble, la répartition des différents postes de dépenses est similaire entre les ménages du centre-ville et ceux de l'ensemble de Drummondville.

Plus précisément, les ménages accordent 21 % de leurs dépenses en biens de consommation totales au logement.

La catégorie de l'alimentation se trouve au deuxième rang avec une proportion d'environ 19 % des dépenses des biens de consommation pour les ménages du centre-ville, comparativement à une proportion de 18 % pour les ménages de l'ensemble de la ville.

### Répartition des dépenses pour les biens de consommation des ménages selon la catégorie de dépenses

En milliers \$, en %, 2023



Sources : Statistique Canada (traitement par Sitewise), 2023; analyse RCGT.

# Sept principaux constats se dégagent du portrait socioéconomique

## Constats

- 1 Ce sont 3,3 % des résidents de la ville qui habitent au centre-ville.
- 2 Le nombre de ménages au centre-ville évolue plus lentement que celui de l'ensemble de la ville. Selon les prévisions, le nombre de ménages au centre-ville augmentera d'environ 0,6 % par année, comparativement à 0,9 % pour l'ensemble de la ville pour la période de 2018 à 2033. Les projets immobiliers à venir au centre-ville ne sont pas inclus dans ces projections.
- 3 Avec la présence de plusieurs résidences pour personnes âgées dans le secteur, la population du centre-ville est plus âgée que celle de Drummondville, avec des âges médians respectifs de 64,7 ans et 45,1 ans.
- 4 La moyenne de personnes par ménage est plus élevée pour l'ensemble de la ville que pour seulement le centre-ville, soit de 2,1 personnes comparativement à 1,4 personne pour le centre-ville.
- 5 Les ménages du centre-ville gagnent en moyenne un plus faible revenu que pour l'ensemble de la ville. Au total, 53 % des ménages du centre-ville gagnent moins de 39 k\$, comparativement à 25 % des ménages de Drummondville. De plus, les revenus moyen et médian du centre-ville sont inférieurs à ceux de la ville.
- 6 La majorité des résidents du centre-ville travaillent dans le domaine de la vente et des services, et plus d'un résident sur trois ne détient aucun diplôme.
- 7 Les ménages du centre-ville résident majoritairement dans des logements de type « appartements » et sont majoritairement des locataires.

Sources : Statistique Canada (traitement par Sitewise), 2023; analyse RCGT.

# Portrait commercial



Source : Tourisme Drummondville

---

# Un portrait commercial permettant d'analyser le tissu commercial du centre-ville

---

Le portrait commercial vise à présenter la dynamique économique du centre-ville, à identifier les forces et les défis auxquels font face les commerçants, ainsi qu'à cerner les opportunités de développement futur.

Les trois sections distinctes du portrait permettent d'analyser différents points de vue sur l'activité économique du centre-ville.

- 1 Analyse commerciale**

Basée sur les données transmises par Drummond économique, l'analyse commerciale présente le tissu commercial actuel ainsi que les principales activités économiques du centre-ville.
- 2 Perspectives des commerçants**

Issues du sondage réalisé auprès de 103 commerçants, les analyses présentées offrent un aperçu du type de clientèle des commerces du centre-ville en plus de présenter le niveau de satisfaction des commerçants concernant différents facteurs du centre-ville.
- 3 Activités commerciales reliées au Centre Marcel-Dionne**

Une enquête réalisée par Propulso, pour le compte de la Ville de Drummondville, permet de dresser un portrait des visiteurs du Centre Marcel-Dionne et d'identifier leurs habitudes de consommation ainsi que leur impact sur le centre-ville.

# Les concentrations des activités économiques de la ville différent selon les secteurs

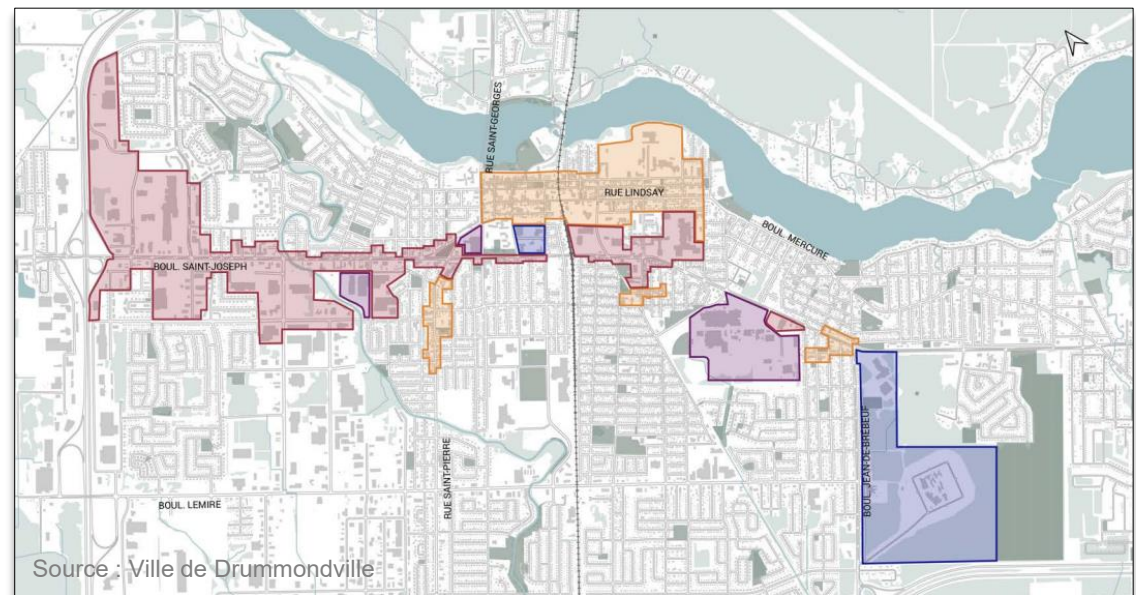
## Activités économiques de Drummondville

Dans une étude sur le potentiel de densification du centre-ville, la Ville de Drummondville a analysé les activités économiques du secteur. Les concentrations par secteur ont été identifiées.

Il ressort de l'étude que le centre-ville regroupe la majorité des commerces de proximité, des bureaux, ainsi que des établissements de restauration et de divertissement, servant une clientèle régionale. D'autres zones commerciales de proximité sont réparties ailleurs sur le territoire, notamment sur les rues Saint-Pierre et Saint-Georges. Le boulevard Saint-Joseph accueille de nombreux commerces axés sur l'automobile, des restaurants, ainsi que des commerces de grande surface. La mixité entre usages résidentiels et commerciaux s'intensifie à l'approche du centre-ville, tandis qu'en direction de Saint-Nicéphore, le boulevard prend davantage une fonction résidentielle et devient un axe de transport bordé de résidences. Par ailleurs, plusieurs terrains à usage industriel sont encore présents dans les quartiers centraux, témoignant du passé industriel de Drummondville. Cela pose aujourd'hui des enjeux de cohabitation avec les secteurs résidentiels qui les entourent.

Sources : Étude du potentiel de densification du centre-ville 2024; analyse RCGT.

**Carte des activités économiques de Drummondville 2024**



- Concentration commerciale
- Concentration mixte
- Concentration institutionnelle
- Aire aménagée
- Concentration industrielle

# En 2025, le taux de vacance du centre-ville en nombre de locaux commerciaux est de 11,4 %

## Portrait commercial

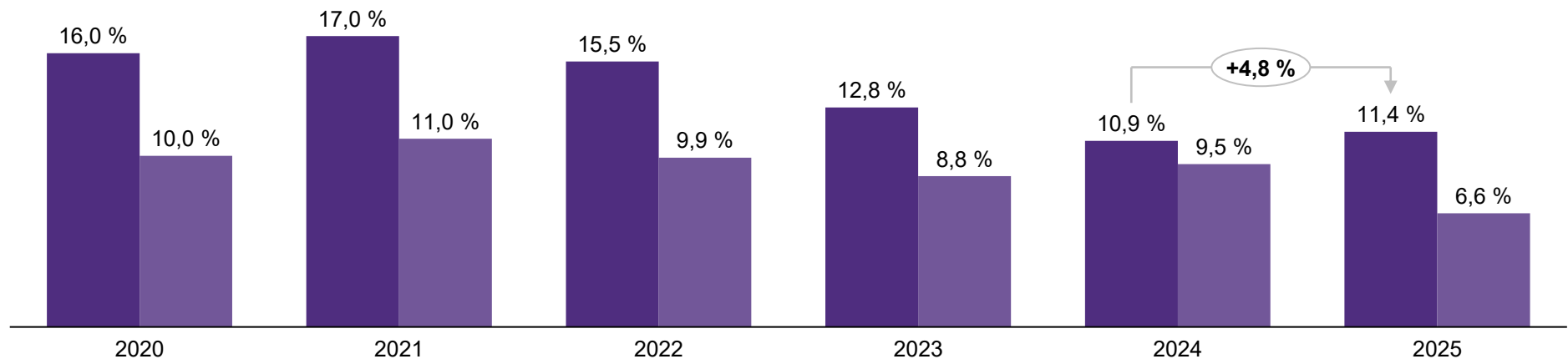
En 2025, le taux de vacance des locaux commerciaux au centre-ville s'établit à 11,4 %, en baisse notable par rapport à 2020, où il atteignait 16,0 %. Cette diminution témoigne d'une amélioration globale de l'occupation commerciale sur une période de cinq ans. Toutefois, une hausse récente est observée. Ce taux de vacance a augmenté de 4,8 points de pourcentage (pp) de 2024 à 2025.

En ce qui concerne la superficie vacante, la tendance est également à la baisse sur cinq ans. Le taux de vacance en proportion de la superficie disponible est passé de 10,0 % en 2020 à 6,6 % en 2025.

### Évolution du taux de vacance des locaux du centre-ville

En %, 2020-2025

- Taux de vacance en nombre de locaux
- Taux de vacance en pourcentage de la superficie disponible



Sources : Drummond économique, 2025; analyse RCGT.

# Les établissements de services représentent la majorité des entreprises du centre-ville

## Types d'entreprises du centre-ville

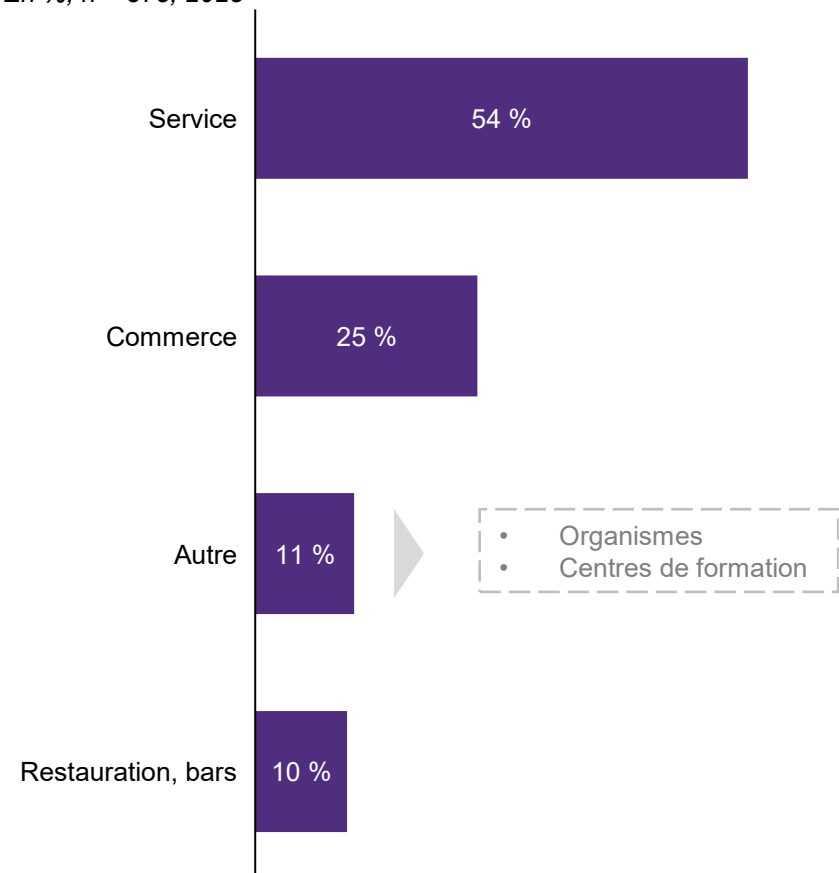
Selon les données fournies par Drummond économique, le centre-ville compte 375 établissements commerciaux.

Les entreprises de service dominent le paysage commercial du centre-ville, représentant un peu plus de la moitié des établissements (54 %). Les commerces de détail suivent avec 25 %, témoignant d'une offre variée pour les consommateurs. Enfin, les restaurants et bars représentant 10 % des entreprises du secteur. Les entreprises classées dans la catégorie « Autre », comprenant notamment les organismes et les centres de formation, représentent, quant à eux, une proportion de 11 %.

Note : Les principales catégories d'établissements du secteur sont présentées plus en détail dans les prochaines pages.

### Répartition des entreprises du centre-ville par principales vocations

En %, n = 375, 2025



Sources : Drummond économique, 2025; analyse RCGT.

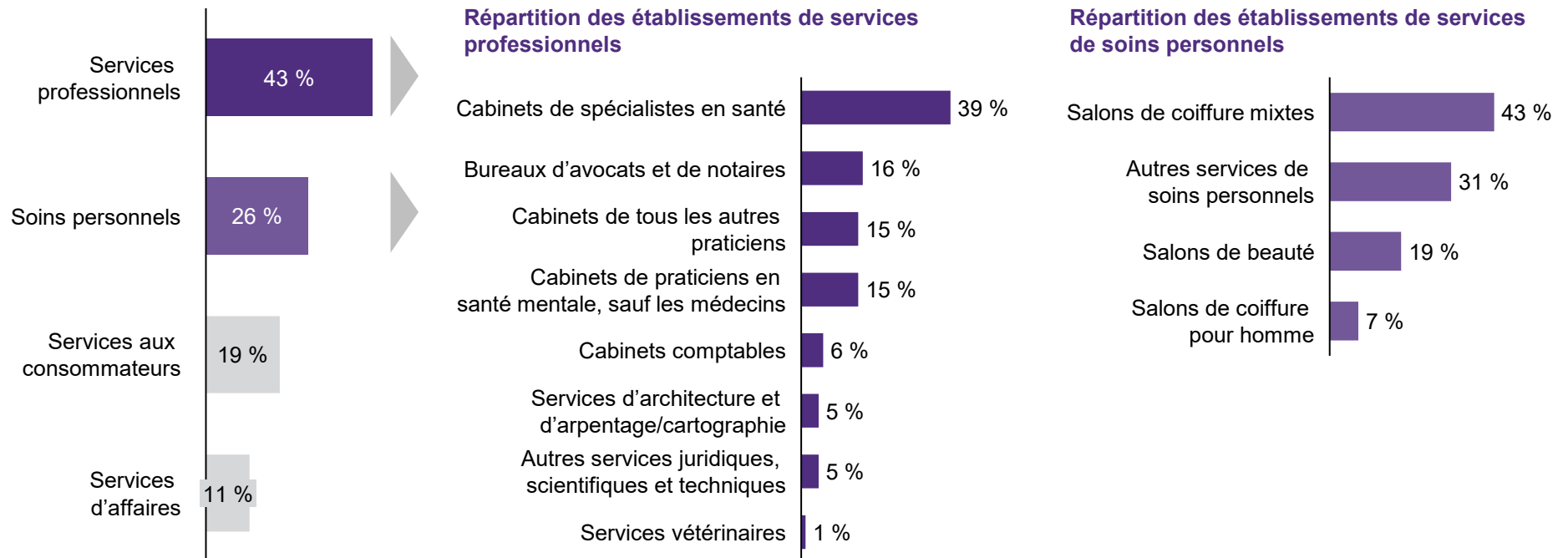
# La majorité des établissements de service relèvent du secteur professionnel

## Sous-catégories des établissements de service

Parmi les entreprises, les services professionnels dominent le paysage des établissements de service avec 43 %, suivis des services de soins personnels (26 %), des services aux consommateurs (19 %) et des services d'affaires (11 %). Au sein des services professionnels, les cabinets de spécialistes en santé représentent la plus grande part (39 %), devant les bureaux d'avocats et de notaires (16 %). Du côté des soins personnels, les salons de coiffure mixtes sont largement majoritaires (43 %), suivis des autres services de soins personnels (31 %) et des salons de beauté (19 %).

### Répartition des établissements de service, par type

En %, 2025



Sources : Drummond économique, 2025; analyse RCGT.

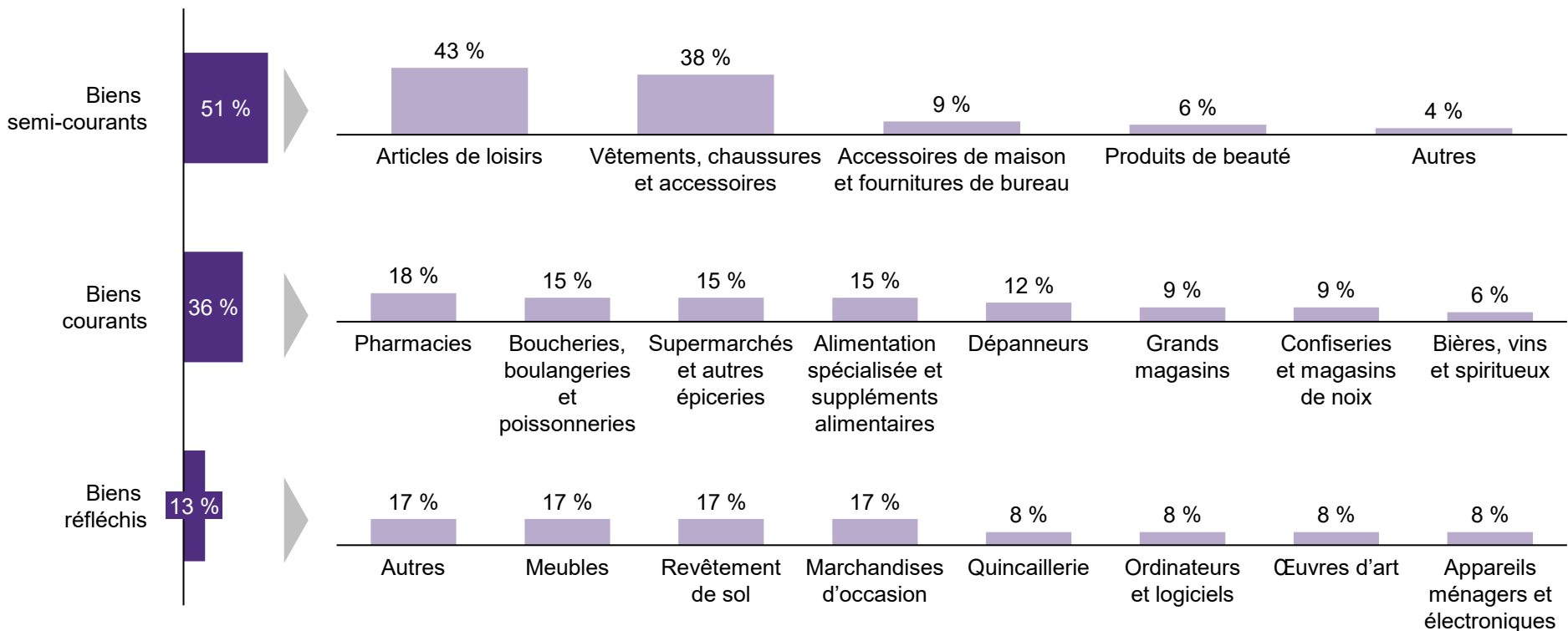
# Les commerces de détail sont majoritairement composés d'établissements de biens semi-courants

## Sous-catégories des établissements de commerce de détail

La majorité (51 %) des commerces de détail du centre-ville sont des établissements de biens semi-courants. Parmi eux, les magasins d'articles de loisirs et de vêtements occupent des places importantes, constituant respectivement 43 % et 38 % de ceux-ci. Les biens courants comptent pour 36 % des commerces, avec une forte concentration de pharmacies (18 %). Enfin, les établissements spécialisés dans les biens réfléchis représentent 13 % du total des établissements du centre-ville.

### Répartition des commerces de détail, par type

En %, 2025



Sources : Drummond économique, 2025; analyse RCGT.

# La clientèle des commerces du centre-ville est principalement constituée de résidents du secteur

## Clients

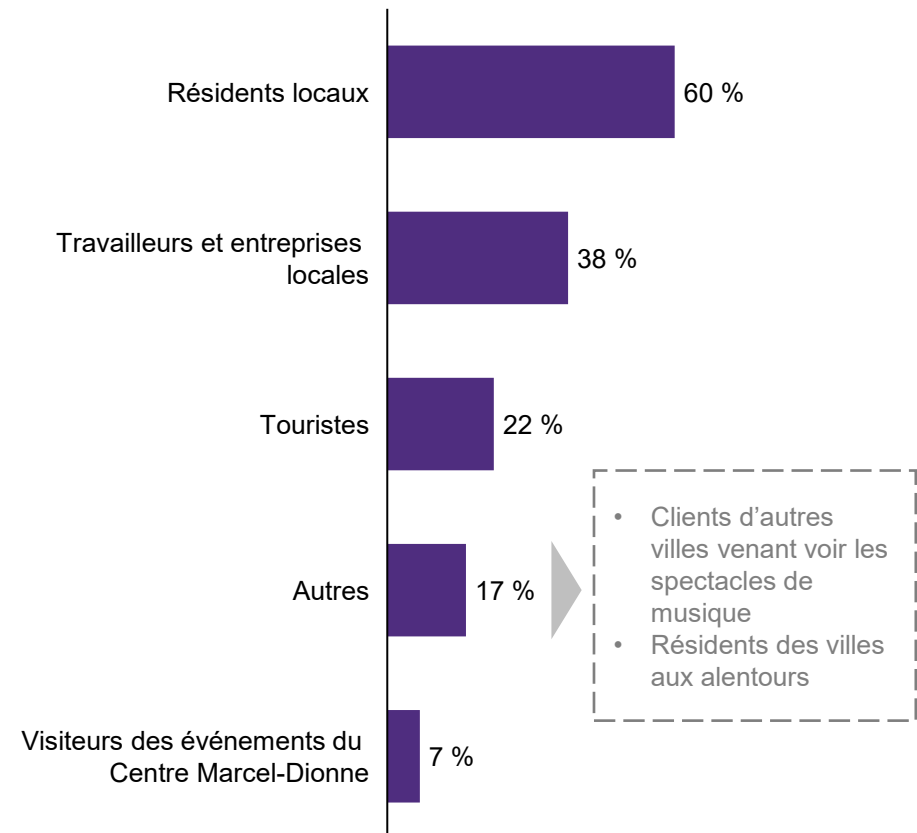
La majorité des commerces répondants (60 %) indiquent que leur principale clientèle est composée de résidents locaux. Les travailleurs et entreprises du secteur représentent également une part importante, constituant le principal type de clients pour 38 % des répondants.

Par ailleurs, 7 % des commerces répondants déclarent que les visiteurs des événements du Centre Marcel-Dionne sont leur principal type de client. Les commerces ayant répondu ainsi sont tous des restaurants et bars.

La prochaine page décrit les principaux facteurs d'attraction ayant motivé l'implantation des commerçants dans le secteur.

### Répartition des commerces selon les principaux types de clients

En %, n = 103, 2025



Sources : Sondage auprès des commerçants, 2025; analyse RCGT.

# La disponibilité des locaux est le principal facteur d'attraction du centre-ville

## Facteurs d'implantation du commerce

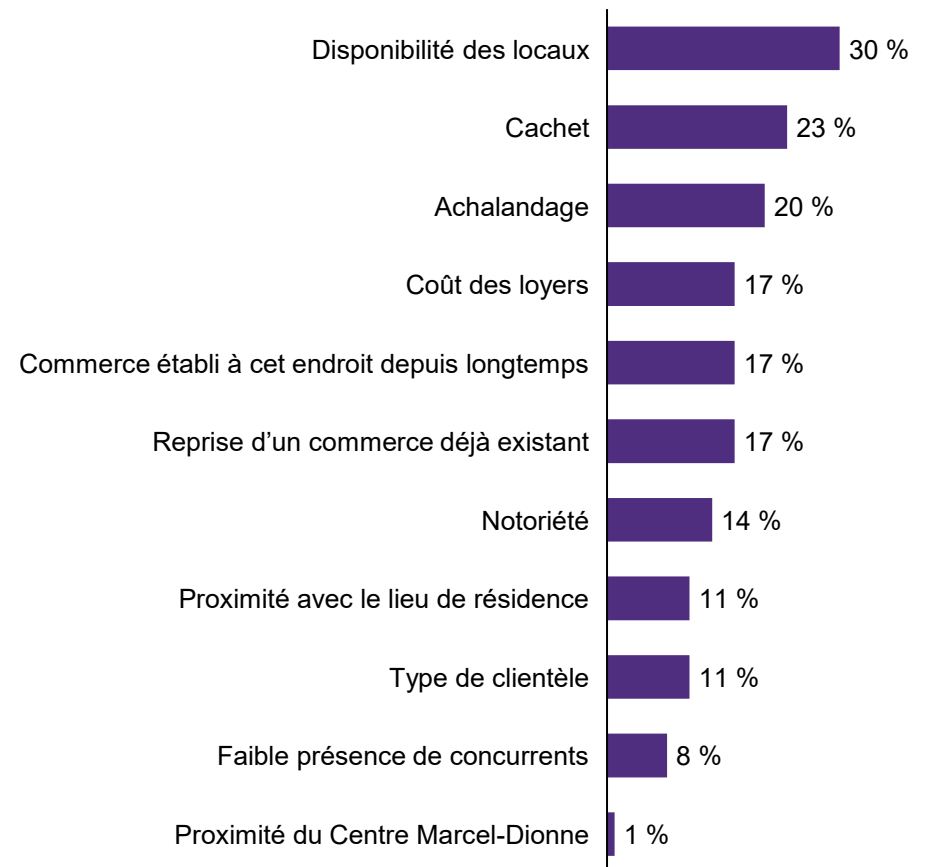
Trois éléments principaux motivent l'implantation des commerces au centre-ville : la disponibilité des locaux, le cachet du secteur et l'achalandage. Plus précisément, 30 % des répondants citent la disponibilité des locaux comme facteur déterminant, suivis de 23 % pour le cachet du secteur et 20 % pour l'achalandage. D'autres éléments ont également influencé leur décision, notamment le coût des loyers, l'ancienneté de l'établissement dans le secteur et la reprise d'un commerce existant.

Par ailleurs, un seul répondant a mentionné la proximité du Centre Marcel-Dionne comme facteur déterminant dans son choix de localisation.

Les principaux qualificatifs positifs du centre-ville selon les commerçants, qui sont présentés à la page suivante, sont l'accès à des commerces de proximité, la bonne ambiance et la proximité des attraits de la ville. Pour ce qui est des principaux qualificatifs négatifs, l'accessibilité en voiture, la demande irrégulière et le manque de sécurité arrivent en tête de liste. Le manque d'attraits se positionne également au quatrième rang.

### Répartition des répondants en fonction des facteurs d'attraction ayant motivé leur implantation dans le secteur

En %, n = 103, 2025



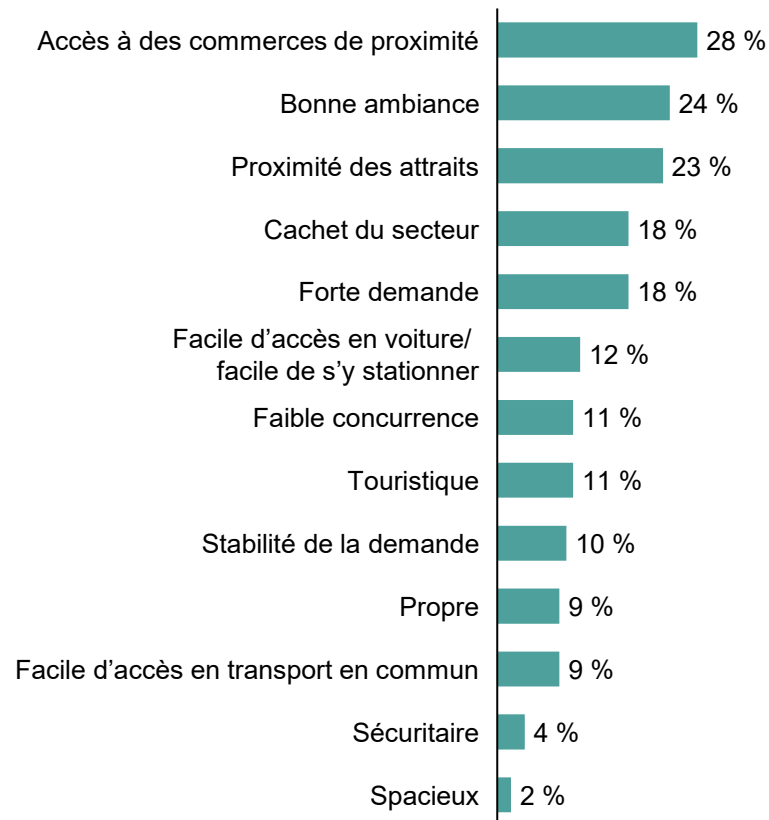
Sources : Sondage auprès des commerçants, 2025; analyse RCGT.

# La difficulté d'accès en voiture et de stationnement est le principal qualificatif négatif du centre-ville

Qualificatifs positifs et négatifs du secteur

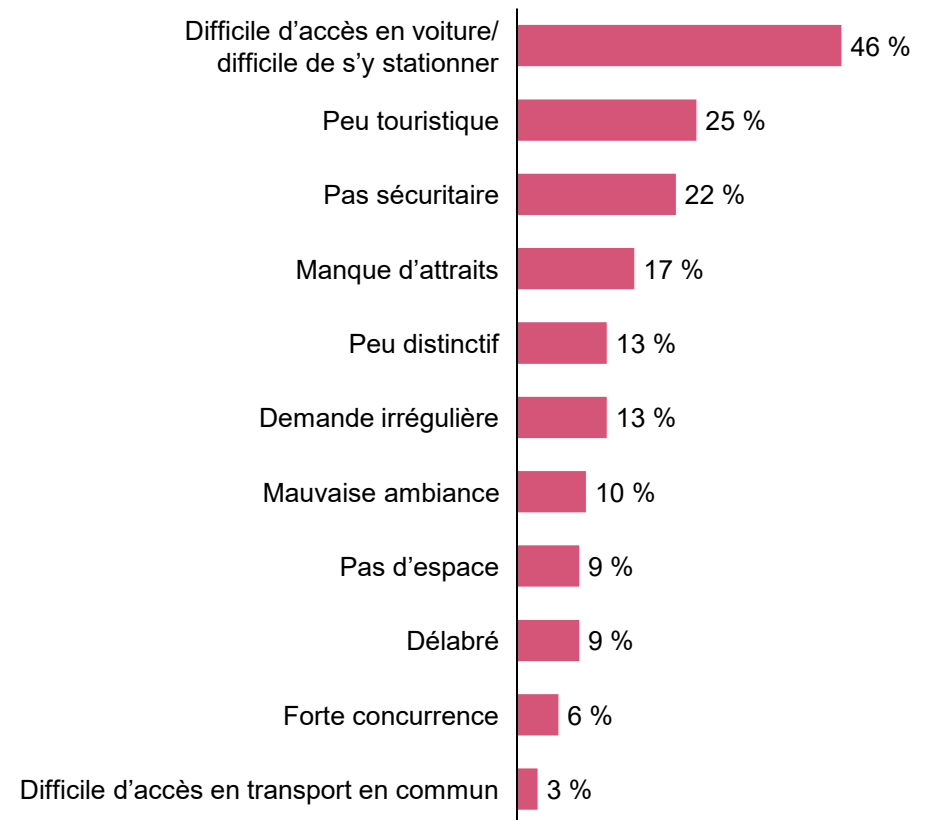
## Répartition des répondants en fonction des principaux qualificatifs positifs

En %, n = 103, 2025



## Répartition des répondants en fonction des principaux qualificatifs négatifs

En %, n = 103, 2025



Note : Les choix de réponses « Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre » et « Non applicable » n'ont pas été compilés.

Sources : Sondage auprès des commerçants, 2025; analyse RCGT.

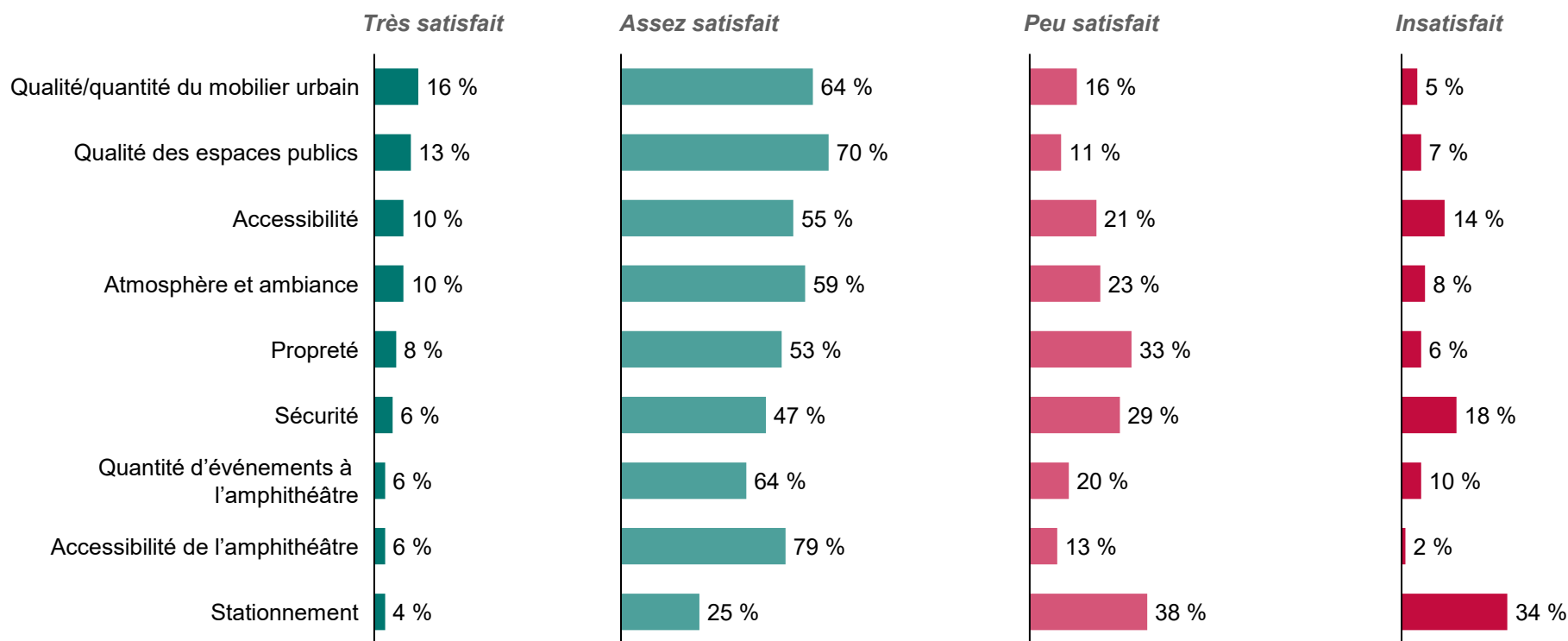
# La majorité des répondants sont satisfaits de l'accessibilité de l'amphithéâtre, tandis que la capacité de stationnement, suscite davantage d'insatisfaction

Niveau de satisfaction des commerçants envers différentes caractéristiques du secteur

La qualité et la quantité du mobilier urbain ainsi que la qualité des espaces publics obtiennent le plus haut taux de satisfaction parmi les facteurs présentés. La capacité de stationnement au centre-ville et la sécurité ont quant à eux les taux d'insatisfaction les plus élevés. De manière générale, la quantité d'événements ayant lieu à l'amphithéâtre et son accessibilité semblent satisfaire les commerces répondants.

## Niveau de satisfaction des répondants en fonction de différentes caractéristiques du secteur

En %, n = 80, 2025



Note : Les choix de réponses « Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre » et « Non applicable » n'ont pas été compilés.

Sources : Sondage auprès des commerçants, 2025; analyse RCGT.

# La moitié des répondants sont assez satisfaits de la qualité et de la vitalité du centre-ville et envisagent de rester au même endroit

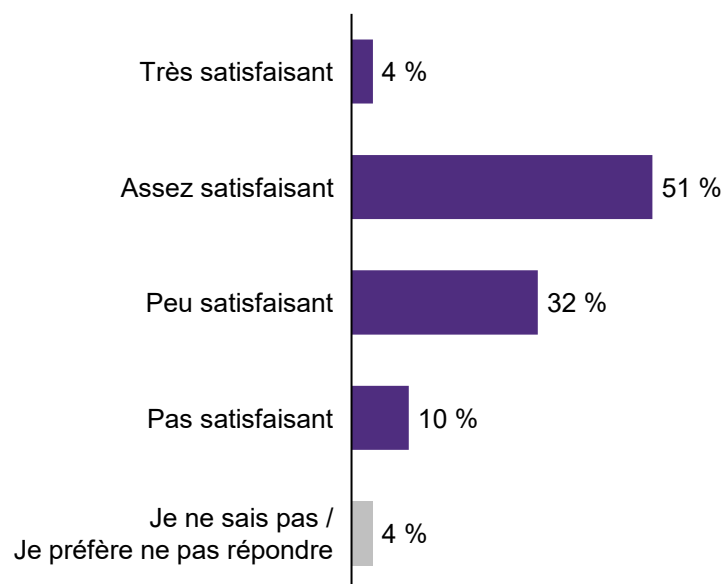
Niveau de satisfaction face à la qualité et à la vitalité du secteur et intention des commerçants

La moitié des commerçants (51 %) déclarent être assez satisfaits de la qualité et de la vitalité du centre-ville. Toutefois, la proportion de commerçants ayant déclaré être « Très satisfait » est relativement faible, soit de seulement 4 %. De plus, ce sont 32 % des répondants qui sont peu satisfaits et 10 % qui sont insatisfaits.

Lorsqu'il a été demandé aux commerçants de partager leurs perspectives de développement au cours des trois prochaines années, 56 % envisagent de rester au même endroit. Toutefois, quelques-uns prévoient de vendre, de fermer ou de déménager leur place d'affaires, soit 26 % des répondants.

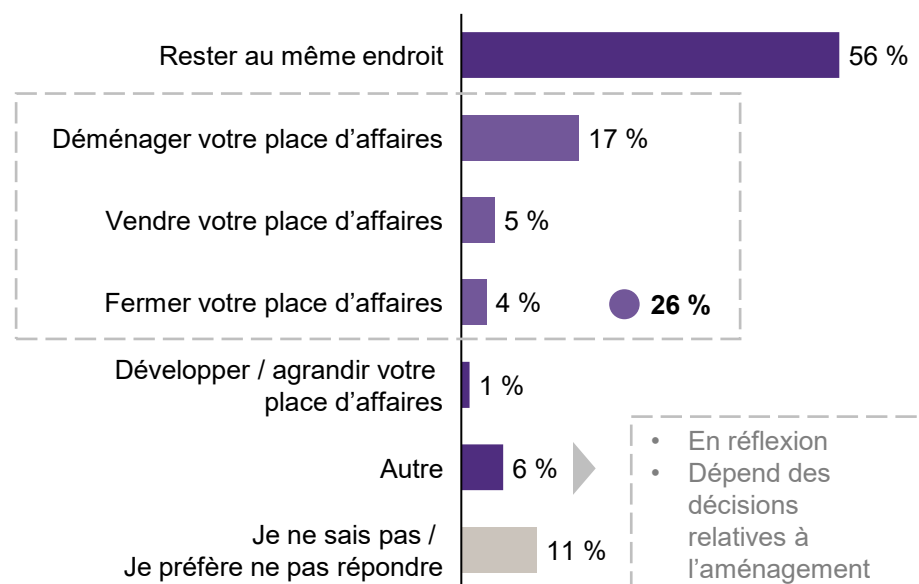
## Répartition des répondants en fonction du niveau de satisfaction face à la qualité et à la vitalité du secteur

En % des réponses, n = 82, 2025



## Intentions des commerçants au cours des trois prochaines années

En % des réponses, n = 81, 2025



Sources : Sondage auprès des commerçants, 2025; analyse RCGT.

# 70 % des visiteurs du Centre Marcel-Dionne résident dans un rayon de 40 km du centre-ville de Drummondville

## Profil des visiteurs

Les données recueillies par Propulso pour le compte de la Ville de Drummondville permettent de dresser un portrait des visiteurs du Centre Marcel-Dionne et d'identifier leurs habitudes de consommation.

Les données recensées ont permis de faire le portrait des visiteurs du centre-ville. L'âge moyen des visiteurs est de 43 ans et le revenu moyen par ménage s'élève à 107 088 \$. Cela indique un niveau socioéconomique relativement élevé. Plus de 70 % des visiteurs sont des locaux, c'est-à-dire qu'ils habitent à moins de 40 km du centre-ville. En termes de comportement, chaque visiteur effectue en moyenne 3,7 visites par année, avec une durée moyenne de 45,8 minutes par visite.

### Profil des visiteurs du Centre Marcel-Dionne 2025



L'âge moyen des visiteurs est de **43 ans**



Le revenu moyen par ménage est de **107 088 \$**



**72 %** des visiteurs sont de Drummondville et des municipalités voisines



Les visiteurs effectuent en moyenne **3,7 visites** par année



La durée moyenne des visites est de **45,8 minutes**

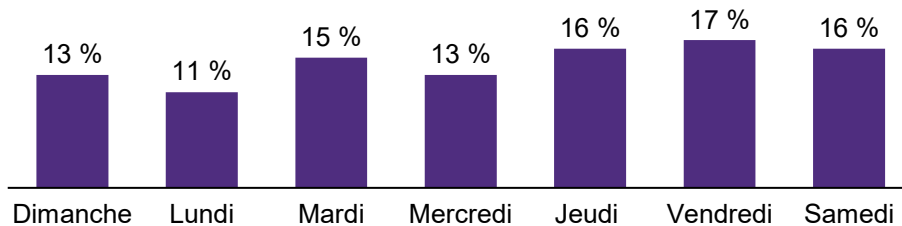
Sources : Drummond économique, 2025; analyse RCGT.

# Près de la moitié des visites au Centre Marcel-Dionne ont lieu du vendredi au dimanche

## Profil des visites au centre-ville

### Répartition des visites par jour de la semaine

En %, 2025

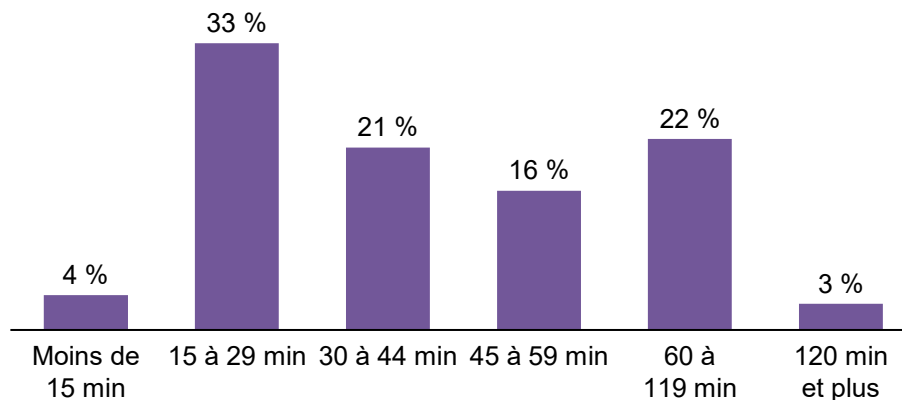


Le vendredi est la journée de plus forte fréquentation au Centre Marcel-Dionne, représentant 17 % de l'achalandage hebdomadaire, tandis que le lundi est le moins populaire, avec seulement 11 % des visites de la semaine.

De plus, 46 % des visites ont eu lieu durant le vendredi ou la fin de semaine.

### Répartition des visites selon la durée

En %, 2025



Plus du tiers des visites au centre-ville sont d'une durée de moins de 30 minutes. À l'inverse, le quart des visites du centre-ville sont d'une durée de une heure ou plus. Cela inclut, entre autres, les visites au Centre Marcel-Dionne.

Sources : Drummond économique, 2025; analyse RCGT.

# Un peu plus de 21 000 visiteurs du Centre Marcel-Dionne fréquenteraient également les restaurants annuellement

## Comportement des visiteurs du Centre Marcel-Dionne

Les données récoltées par Propulso permettent d'identifier les comportements des visiteurs avant et après leur visite au Centre Marcel-Dionne. Les constats s'orientent principalement sur les lieux fréquentés dans un intervalle de deux heures avant et après une visite au Centre ainsi que le lieu de départ du parcours effectué par les visiteurs.

### Lieux fréquentés avant et après les événements par les visiteurs

Près du quart des visiteurs du Centre visitent également les restaurants du centre-ville annuellement. Ce sont donc 21 505 clients du centre qui fréquentent les restaurants du centre-ville annuellement. Les visiteurs fréquentent également les stations-service et les établissements de restauration rapide avant et après leur sortie au Centre.

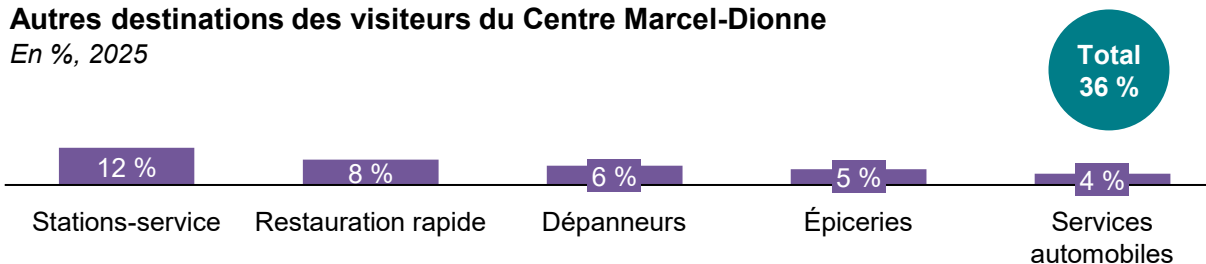
#### Proportion des visiteurs du Centre qui visitent les restaurants du centre-ville annuellement

En %, 2025



#### Autres destinations des visiteurs du Centre Marcel-Dionne

En %, 2025



Sources : Drummond économique, 2025; analyse RCGT.

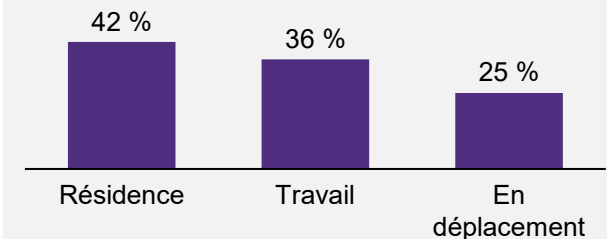
### Provenance des visiteurs

Les parcours des visiteurs commencent à leur lieu de résidence pour 42 % des visiteurs et à leur lieu de travail pour 36 %.

À noter qu'un visiteur peut apparaître dans plusieurs catégories en fonction de ses différents parcours avant ou après sa visite au centre.

#### Répartition des visiteurs selon le lieu de départ de son parcours pour aller au Centre Marcel-Dionne

En %, 2025



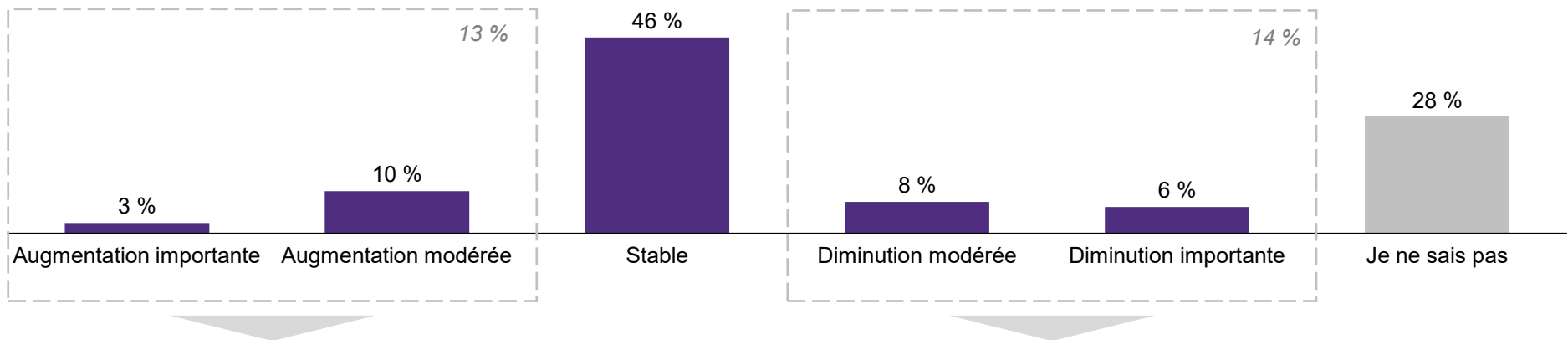
# D'après le sondage, l'achalandage des commerces du centre-ville reste stable lors d'événements au Centre

## Impacts des événements du Centre Marcel-Dionne sur l'achalandage

Parmi les 13 % de commerces qui enregistrent une hausse d'achalandage lors des événements au Centre Marcel-Dionne, une large majorité d'entre eux (80 %) sont des restaurants ou bars. Pour ce qui est des commerces enregistrant une baisse de l'achalandage, la majorité sont des commerces de détail (45 %) et 36 % sont des restaurants ou bars.

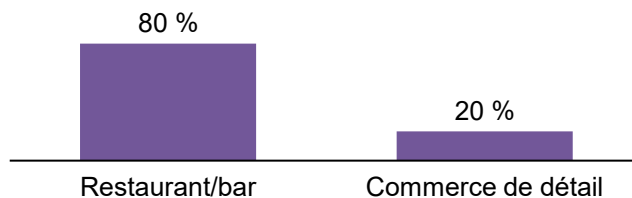
### Impacts des événements au Centre Marcel-Dionne sur l'achalandage du commerce

En % des réponses, n = 80, 2025



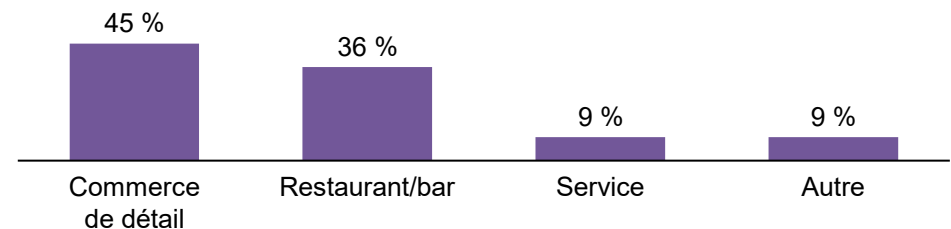
### Types de commerces enregistrant une augmentation de l'achalandage à la suite des événements du Centre Marcel-Dionne

En % des réponses, n = 10, 2025



### Types de commerces enregistrant une diminution de l'achalandage à la suite des événements du Centre Marcel-Dionne

En % des réponses, n = 11, 2025



Sources : Sondage auprès des commerçants, 2025; analyse RCGT.

# Parmi les événements organisés, les matchs de hockey apportent le plus de clients aux commerces

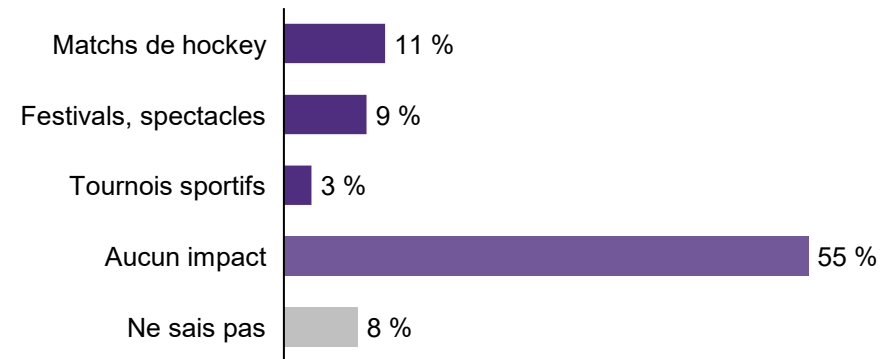
## Impacts des événements du Centre Marcel-Dionne

Parmi les événements organisés au Centre Marcel-Dionne, les matchs de hockey sont ceux qui apportent le plus de clients dans les commerces, selon 11 % des répondants. Les spectacles suivent, mentionnés par 9 % des commerçants. Toutefois, une majorité (55 %) indique que les événements du Centre n'ont aucun impact sur leur clientèle.

De plus, 75 % des commerces indiquent que les événements du Centre Marcel-Dionne génèrent moins de 10 % de leur clientèle annuelle, tandis que 22 % déclarent ne pas être en mesure d'évaluer cet impact.

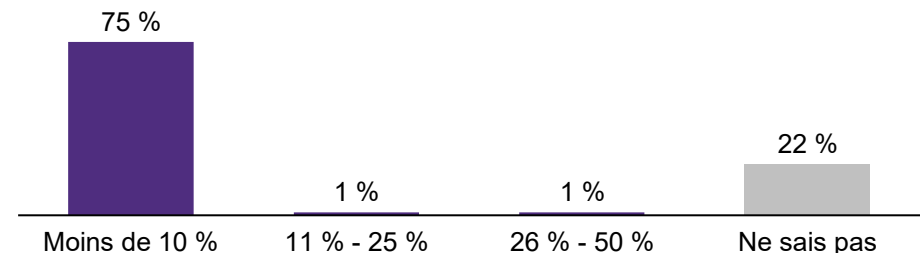
### Événements du Centre Marcel-Dionne qui apportent le plus de clients aux commerces

En %, n = 103, 2025



### Proportion de la clientèle annuelle provenant des événements du Centre Marcel-Dionne

En % des réponses, n = 81, 2025



Sources : Sondage auprès des commerçants, 2025; analyse RCGT.

# Le Centre stimule l'achalandage de certains commerces, notamment avant les événements et dans la restauration

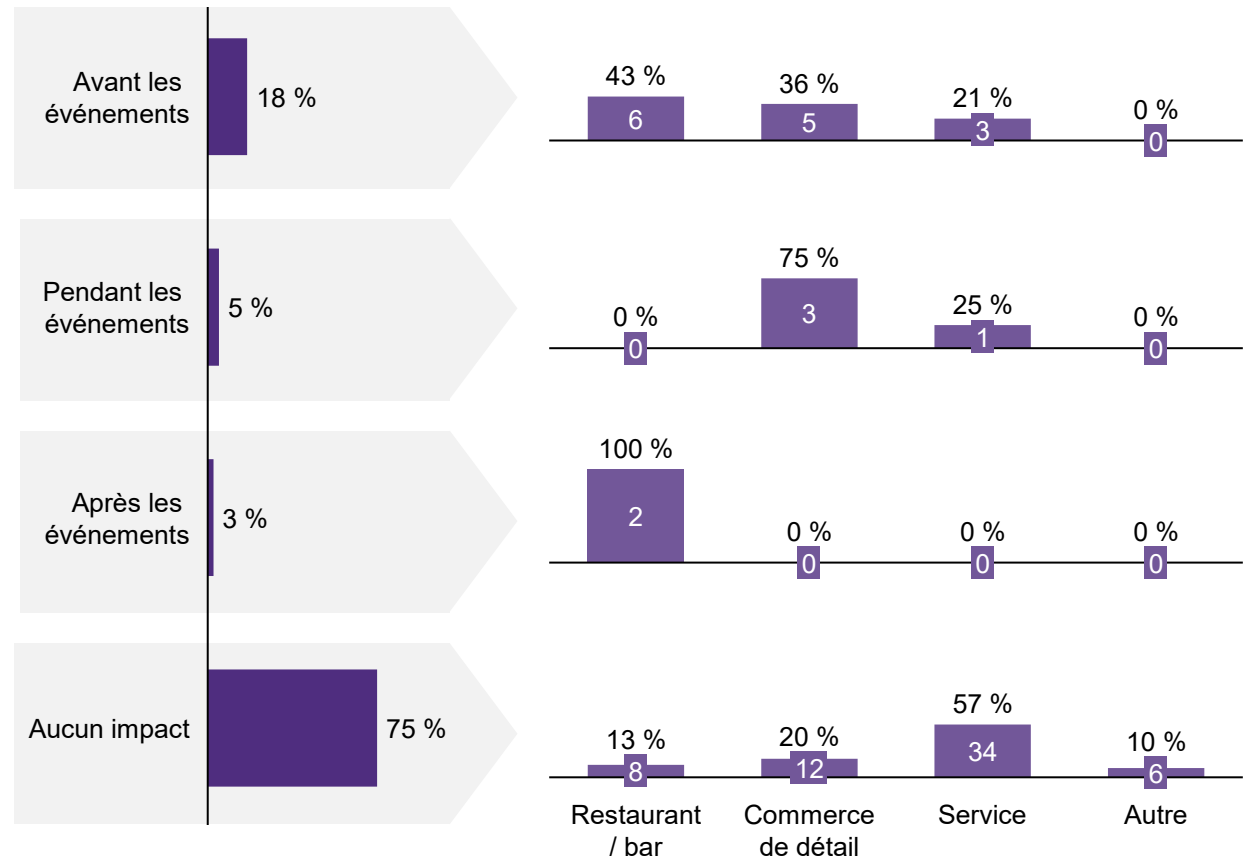
Moments avec le plus d'achalandage lié au Centre Marcel-Dionne

Les périodes précédant les événements au Centre Marcel-Dionne sont celles où l'achalandage est le plus élevé, selon 18 % des commerçants, dont 43 % d'entre eux sont des restaurants ou bars. Pendant les événements, 5 % des répondants, principalement des commerces de détail, observent une hausse de fréquentation. Enfin, 3 % des commerces, exclusivement des restaurants et bars, constatent une augmentation de l'achalandage après les événements.

Cependant, une majorité de répondants (75 %) affirment ne constater aucun impact des événements sur leur achalandage. Parmi ceux-ci, on retrouve principalement des établissements offrant des services.

## Répartition des commerces selon le moment avec le plus d'achalandage lié au Centre Marcel-Dionne

En % des réponses, nombre en absolu, 2025



Sources : Sondage auprès des commerçants, 2025; analyse RCGT.

# Bien que l'impact sur le chiffre d'affaires soit limité, certains commerces, notamment dans la restauration, en tirent parti

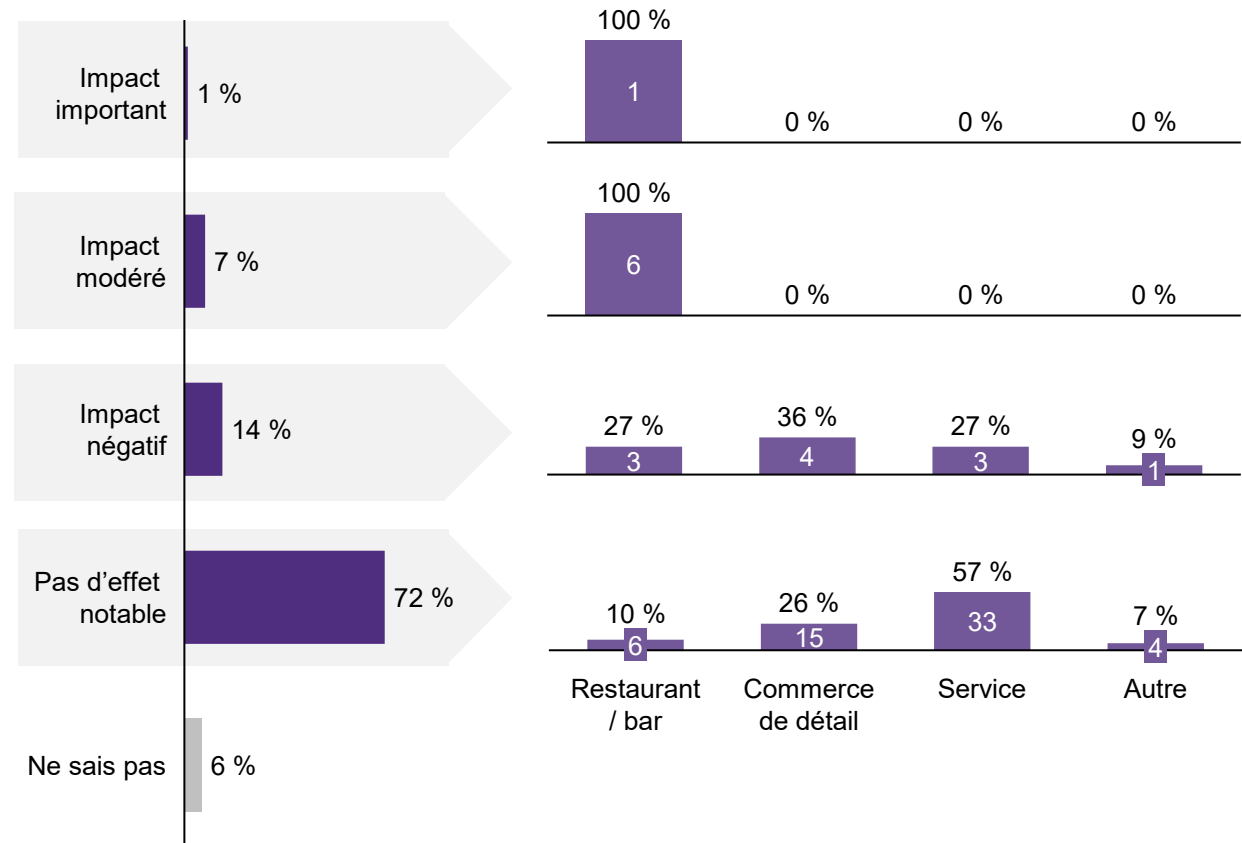
Impact du Centre Marcel-Dionne sur le chiffre d'affaires des commerces

L'impact du Centre Marcel-Dionne sur le chiffre d'affaires des commerces est généralement limité. Seulement sept répondants, soit 8 % de ceux-ci et exclusivement des restaurants et bars, rapportent un effet positif. À l'inverse, 14 % observent un impact négatif, principalement parmi les commerces de détail, les services et la restauration.

La majorité (72 %) ne perçoit aucun effet notable, en particulier les établissements de services. Enfin, 6 % des répondants ne savent pas évaluer l'impact.

## Répartition des commerces selon l'impact du Centre Marcel-Dionne sur le chiffre d'affaires des commerces

En % des réponses, nombre en absolu, 2025



Sources : Sondage auprès des commerçants, 2025; analyse RCGT.

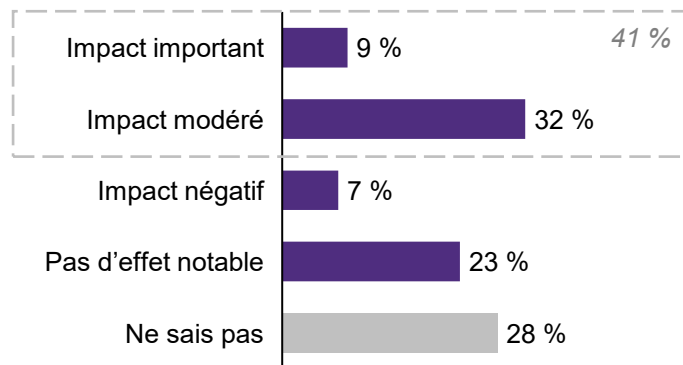
# Près de la moitié des répondants notent un impact positif du Centre sur l'attractivité économique du secteur

## Impacts du Centre Marcel-Dionne

La majorité des commerces (85 %) ne constatent aucune augmentation de revenus lors des événements au Centre Marcel-Dionne. Concernant la fréquentation du centre-ville, 41 % perçoivent un impact positif sur la fréquentation du centre-ville par les résidents. En ce qui a trait à l'attractivité économique du secteur, près de la moitié des répondants (47 %) notent un impact positif. Les données révèlent que le Centre Marcel-Dionne contribue positivement à la vitalité du centre-ville. Le Centre joue un rôle structurant dans l'animation urbaine et laisse entrevoir un potentiel à renforcer pour maximiser les retombées locales.

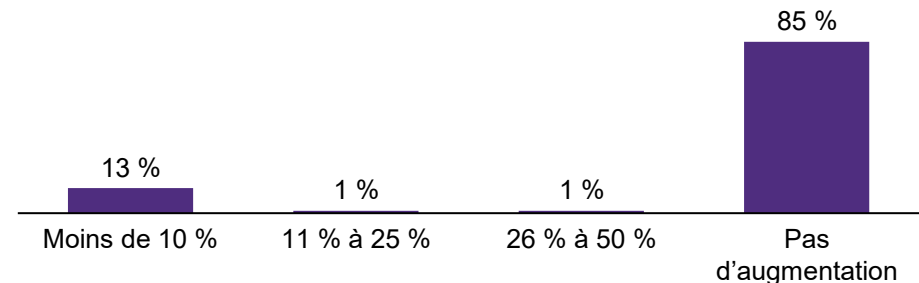
### Répartition des commerces selon leur impression de l'impact du Centre Marcel-Dionne sur la fréquentation du centre-ville par les résidents

En %, n = 81, 2025



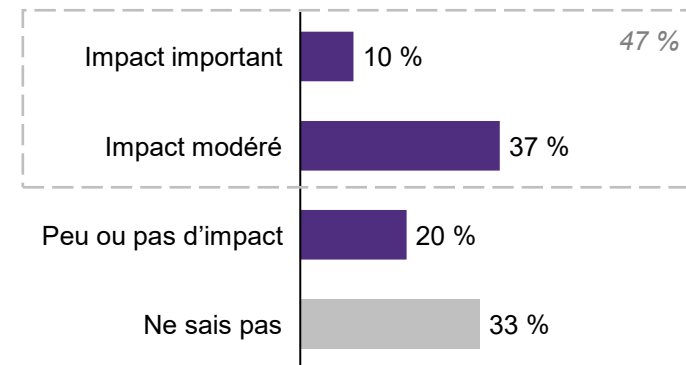
### Répartition des commerces selon l'augmentation moyenne des revenus lors d'événements au Centre Marcel-Dionne

En %, n = 81, 2025



### Répartition des commerces selon leur impression de l'impact du Centre Marcel-Dionne sur l'attractivité économique du secteur

En %, n = 81, 2025



Sources : Sondage auprès des commerçants, 2025; analyse RCGT.

# Huit principaux constats se dégagent du portrait commercial, dont certains sont propres au Centre

## Constats

- 1 Le taux de vacance des locaux est passé de 16 % en 2020 à 11,4 % en 2025, indiquant une amélioration sur cinq ans. Toutefois, une hausse récente de 4,8 points de pourcentage a été observée entre 2024 et 2025.
- 2 Les entreprises de service représentent la majorité des établissements (54 %), suivies par les commerces de détail (25 %) et les restaurants ou bars (10 %). La diversité des commerces et la présence d'infrastructures culturelles renforcent l'attractivité du secteur.
- 3 Les services professionnels dominent les établissements de service (43 %), notamment les cabinets de spécialistes en santé (39 %), les bureaux d'avocats et de notaires (16 %) et les autres praticiens et professionnels de la santé mentale (30 %).
- 4 La difficulté d'accès en voiture et de stationnement est le principal qualificatif négatif du centre-ville. À l'inverse, le principal qualificatif positif est l'accès aux commerces de proximité.
- 5 Près de la moitié des visites au Centre Marcel-Dionne ont lieu du vendredi au dimanche, et le quart le fréquente plus d'une heure.
- 6 En tout, 24 % des visiteurs du Centre Marcel-Dionne ont visité un restaurant du centre-ville avant ou après avoir assisté à un événement au centre.
- 7 Les impacts des événements au Centre Marcel-Dionne semblent mitigés sur l'achalandage des commerces du centre-ville. Toutefois, l'impression des commerçants de l'effet du Centre sur la fréquentation du secteur par les résidents et l'activité économique de celui-ci est positive.
- 8 Les restaurants sont les commerces ayant le plus d'effet positif sur leur achalandage et leur chiffre d'affaires lors des événements au Centre Marcel-Dionne. Selon les estimations de Drummond économique, ce serait approximativement 21 505 visiteurs du Centre qui iraient annuellement dans les restaurants du centre-ville lors des événements.

Source : analyse RCGT.

# Opportunités économiques des projets de développement au centre-ville



Source : Tourisme Drummondville



# Ces deux projets permettront de positionner la ville comme un pôle d'attractivité

## Projets institutionnels et commerciaux

### Modernisation du Centre Marcel-Dionne

L'amphithéâtre contient actuellement plus de 3 000 sièges, faisant de celui-ci l'amphithéâtre le plus important de la ville. L'agrandissement permettra d'ajouter 1 000 places et de rénover les installations actuelles telles que les vestiaires, les loges et les entrées principales du bâtiment. En augmentant sa capacité d'accueil à 4 000 places et en modernisant ses installations, cet amphithéâtre vise à devenir un pôle d'attraction majeur pour les événements sportifs et culturels.

Grâce à sa proximité immédiate avec les commerces, restaurants et bars du centre-ville, chaque événement devient une occasion de dynamiser l'économie locale.

Dans sa forme actuelle, le Centre Marcel-Dionne attire annuellement environ 91 200 visiteurs selon Drummond économique. L'ajout de 1 000 places et la modernisation du Centre pourraient se traduire par une augmentation des visites.

En se basant sur les hypothèses proposées, **le nombre de visiteurs pourrait croître de 30 400 pour atteindre un total annuel de 121 600.**

Sources : Ville de Drummondville, 2025; analyse RCGT.

### Espace de diffusion multidisciplinaire

En 2023, la Ville de Drummondville a acquis un bâtiment vacant pour y créer une salle de spectacle multidisciplinaire au centre-ville. Modulable et polyvalente, cette nouvelle salle offrira un espace de création, de diffusion et de rencontres, en complément à l'offre culturelle existante.

La Maison des arts y prévoit environ 150 événements annuels au départ, pour atteindre plus de 250 par la suite. Ce projet deviendra un moteur culturel, social et économique, renforçant l'attractivité du centre-ville. Située sur la rue Heriot, la salle stimulera la fréquentation des commerces locaux et contribuera à la vitalité urbaine, tout en répondant à un besoin culturel encore peu exploité.

**L'impact en termes d'achalandage dans les restaurants du centre-ville est présenté à la page suivante.**

# La réalisation des projets aura un impact sur la fréquentation des restaurants du centre-ville

## Impact des projets institutionnels et commerciaux

L'ajout d'un espace de diffusion culturelle au centre-ville de Drummondville et la modernisation du Centre Marcel-Dionne généreront de l'achalandage dans les restaurants du centre-ville lors d'événements. Le nombre annuel d'utilisateurs potentiels allant au restaurant durant la soirée d'un événement a été estimé en utilisant la proportion de personnes qui vont au restaurant avant ou après un événement au Centre Marcel-Dionne, qui est de 23,6 %.

L'achalandage additionnel au Centre Marcel-Dionne à la suite de la modernisation serait de 30 400 visiteurs par année, ce qui représente environ 7 174 personnes de plus qui fréquenteraient les restaurants le soir d'un événement. Du côté de l'espace de diffusion multidisciplinaire, un plan d'affaires pour la salle de spectacle réalisé en 2022 par RCGT estimait un achalandage annuel d'environ 53 000 personnes. Il est donc possible d'estimer à 12 508 le nombre annuel d'utilisateurs de l'espace de diffusion culturelle allant au restaurant lors de leur sortie.

Ces projets seraient donc responsables d'environ 19 682 sorties dans les restaurants du centre-ville annuellement.

Projets	Achalandage additionnel potentiel par an	Taux d'utilisateurs allant au restaurant durant la soirée d'un événement	Nombre additionnel d'utilisateurs potentiels allant au restaurant durant la soirée d'un événement par an
Modernisation du Centre Marcel-Dionne	30 400	23,6 %	7 174
Espace de diffusion multidisciplinaire	53 000		12 508
<b>Total</b>			<b>19 682</b>

Lorsque pris dans son ensemble, la présence du nouveau Centre Marcel-Dionne au centre-ville amènerait près de **29 000** personnes dans les restaurants du secteur par an.

Sources : RCGT, 2022; Drummond économique, 2025; analyse RCGT.

# Deux projets de densification immobilière sont en cours et viendront dynamiser le centre-ville de Drummondville

## Projets résidentiels

Le renouvellement du parc immobilier du centre-ville est plus lent en comparaison au reste de Drummondville selon les études de la Ville. Les initiatives de densification, comme les projets Fortissimo et 155, rue Loring, visent à revitaliser la zone en augmentant l'offre de logements et de locaux commerciaux. Plus précisément, ces projets résidentiels prévoient l'ajout de 868 logements à proximité du centre-ville.

Ces nouveaux projets auront ainsi comme impact d'accroître la population au centre-ville et, par le fait même, l'achalandage dans les commerces du secteur.

Projets	Nombre d'unités	Types d'unités	Caractéristiques
Fortissimo	821	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studios</li> <li>• Appartements</li> <li>• Maisons de ville</li> <li>• Logements abordables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en valeur des éléments historiques et patrimoniaux</li> <li>• Amélioration de l'accès à la rivière Saint-François</li> <li>• Intégration de rues piétonnes</li> <li>• Début de la construction prévue en 2025</li> </ul>
155, rue Loring	47	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studios</li> <li>• Appartements</li> <li>• Locaux commerciaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projet de revalorisation d'un bâtiment patrimonial</li> <li>• Construction sur cinq étages</li> </ul>

Sources : Fortissimo, Construgep, Ville de Drummondville, Étude du potentiel de densification du centre-ville 2024, analyse RCGT.

# Les nouveaux foyers du centre-ville généreront des dépenses additionnelles annuelles de plus de 43 M\$

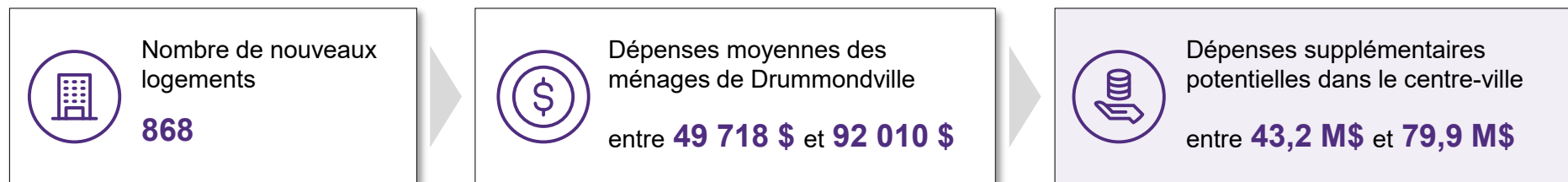
## Impact des projets sur les dépenses

Les projets résidentiels en cours de développement au centre-ville auront à leur finalisation un effet structurant sur l'économie locale en stimulant de manière importante les dépenses locales. En se basant sur une dépense annuelle moyenne de 49 718 \$ par ménage, et en tenant compte de la construction de 868 nouveaux logements, on estime que ces nouveaux ménages généreront des dépenses additionnelles annuelles totalisant près de 43 millions de dollars dans le secteur. Cette croissance anticipée des dépenses contribuera à dynamiser l'activité commerciale et à renforcer l'attractivité du centre-ville. En fonction du nombre moyen de personnes par ménage dans le centre-ville de Drummondville, ces nouveaux logements amèneraient 1 215 nouveaux résidents dans le secteur, soit une hausse de 42 % comparativement à la population projetée en 2026.

La page suivante présente une synthèse des principaux impacts que les projets de développement, tant commerciaux que résidentiels, auront sur le centre-ville. Elle met en évidence les retombées sociales et urbaines attendues, illustrant ainsi l'ampleur des transformations à venir dans ce secteur stratégique. Par ailleurs, bien que non incluses dans les estimations actuelles, les autres initiatives en cours, allant de projets de petite à grande envergure et les projets prévus à plus long terme, tel que le projet de développement près de la gare du centre-ville, contribueront à accroître le nombre de logements dans la ville. Ces développements représentent également un potentiel de dépenses supplémentaires dans le centre-ville, mais leurs impacts n'ont pas été modélisés dans le cadre de cette analyse.

### Estimation des dépenses annuelles additionnelles générées par les principaux projets résidentiels

2025



Source : analyse RCGT.

# Des opportunités économiques importantes découlent des projets actuellement en développement au centre-ville

## Sommaire des opportunités

Sous l'hypothèse que les dépenses moyennes au restaurant avant les événements au Centre Marcel-Dionne et à la salle de spectacle sont d'environ 35 \$ par personne, il est possible d'estimer les dépenses générées annuellement par la présence de ces deux lieux au centre-ville de Drummondville



Nombre de personnes additionnelles allant au restaurant avant d'aller à un événement

**19 682**



Dépenses moyennes par personne dans les restaurants avant les événements

**35 \$**



Dépenses potentielles additionnelles dans les restaurants du centre-ville lors d'événements

**688 870 \$**

La compilation des dépenses potentielles dans les restaurants du centre-ville lors des événements ainsi que dépenses supplémentaires potentielles dans le centre-ville à la suite des nouveaux développements immobiliers permet d'estimer les opportunités économiques de ces projets lorsqu'ils seront à terme.



Dépenses potentielles additionnelles dans les restaurants du centre-ville lors d'événements au Centre Marcel-Dionne et à la salle de spectacle

**0,7 M\$**



Dépenses supplémentaires potentielles des nouveaux ménages résidant au centre-ville

entre **43,2 M\$** et **79,9 M\$**



**Opportunités économiques des projets**

entre **43,9 M\$** et **80,6 M\$**

Source : analyse RCGT.

# Effet de synergie d'un centre-ville dynamique








Source : Tourisme Drummondville

# Le dynamisme d'un centre-ville se base sur la présence d'un ensemble d'éléments interreliés

## Éléments pour un centre-ville dynamique

La vitalité d'un centre-ville repose sur la combinaison de plusieurs facteurs essentiels. Pour créer une véritable synergie et offrir une expérience enrichissante tant aux résidents qu'aux visiteurs, tous ces éléments doivent être réunis.

	<b>Commerces de proximité</b>	Maintenir une vie de quartier active, de créer de l'achalandage et réduire l'usage de la voiture
	<b>Services de santé et sociaux</b>	Répondre aux besoins de toutes les clientèles
	<b>Établissements culturels et communautaires</b>	Renforcer le sentiment d'appartenance et créer de l'achalandage
	<b>Espaces publics de qualité</b>	Encourager les interactions sociales et les déplacements actifs
	<b>Logements abordables</b>	Assurer une mixité sociale
	<b>Accessibilité multimodale</b>	Faciliter l'accessibilité du centre-ville et permettre l'usage de différents moyens de transport comme la marche, le vélo, le transport en commun ou la voiture
	<b>Leadership fort</b>	Travailler en collaboration entre les différents acteurs afin de partager une vision commune et impliquer les parties prenantes

Sources : INSPQ (Revitaliser les cœurs des villes et des villages), 2020; Journal de Montréal (Aménagement du territoire : À la redécouverte des centres-villes et des noyaux villageois), 2023; analyse RCGT, 2025.

# Les projets de développement auront des effets positifs sur le secteur surtout en générant un achalandage additionnel

## Potentiels des principaux projets



### Revitalisation du tissu urbain

Les projets en développement prévus au centre-ville vont recentrer les activités économiques, culturelles et résidentielles dans un même secteur. La présence de ces différentes activités attire de manière générale les investissements additionnels dans la construction et la rénovation d'infrastructures ainsi que l'aménagement d'espaces publics.



### Croissance de la population résidentielle

Avec les 868 nouveaux logements prévus, de nouveaux résidents s'installeront au centre-ville, changeant le profil de la population dans le secteur. En effet, l'âge moyen risque de diminuer et le revenu moyen devrait augmenter. Cette croissance démographique soutiendra la demande pour les commerces de proximité, les services et les infrastructures publiques.



### Dynamisation du tissu commercial

L'achalandage généré par l'augmentation de la population et par l'arrivée d'un nouveau pôle culturel créera un effet d'attraction pour les commerces, restaurants et services. Les besoins les plus importants des résidents agiront également comme un effet d'attraction. La hausse du nombre de commerces renforcera la vitalité économique locale et attirera de nouveaux investisseurs.



### Émergence d'un pôle culturel et événementiel

Des projets comme la modernisation du Centre Marcel-Dionne et la nouvelle salle de spectacle positionneront le centre-ville comme un lieu de destination pour les événements culturels et sportifs, augmentant l'achalandage et les retombées économiques. Ces pôles participeront à la revitalisation du tissu urbain et à la dynamisation du tissu commercial.



### Transition vers un développement durable

Les projets intègrent des principes de mobilité durable, de verdissement, de valorisation patrimoniale et de mixité des usages. Cela contribuera à un écosystème urbain plus résilient, inclusif et respectueux de l'environnement. Les projets limitent également l'étalement urbain.

Source : analyse RCGT.

# Les projets en développement viendront renforcer la synergie nécessaire pour un centre-ville dynamique

Impact des projets en développement sur le dynamisme du centre-ville

Les effets positifs des projets en développement viendront respectivement renforcer les facteurs nécessaires pour générer une synergie au centre-ville et dynamiser le secteur.

Facteurs	Revitalisation du tissu urbain	Croissance de la population résidentielle	Dynamisation du tissu commercial	Émergence d'un pôle culturel et événementiel	Transition vers un développement durable
Commerces de proximité	✓	✓	✓	✓	
Services de santé et sociaux		✓	✓		
Établissements culturels et communautaires	✓			✓	
Espaces publics de qualité				✓	✓
Logements abordables		✓			
Accessibilité multimodale	✓				✓
Leadership fort	<i>Le leadership viendra des responsables en place</i>				

Source : analyse RCGT.

# Les bénéfices d'un centre-ville dynamique sont multiples et diversifiés

## Bénéfices d'un centre-ville dynamique

Un centre-ville dynamique amène des bénéfices autant économiques, sociaux, culturels qu'environnementaux pour sa ville ou municipalité. Certains de ces bénéfices sont plus directs, comme la création d'emplois et l'accès aux services. D'autres se feront plutôt sentir à plus long terme, comme la cohésion sociale, l'identité urbaine et la réduction de l'étalement urbain.



### Bénéfices économiques

- Création d'emplois
- Attractivité des commerces
- Tourisme accru



### Bénéfices sociaux

- Cohésion sociale
- Accès aux services
- Sécurité



### Bénéfices culturels et identitaires

- Valorisation du patrimoine
- Vie culturelle dynamique
- Identité urbaine forte



### Bénéfices environnementaux

- Réduction de l'étalement urbain
- Mobilité durable
- Réutilisation des infrastructures

Source : analyse RCGT, 2025.

# Constats et recommandations



Source : Tourisme Drummondville

# La présence du nouveau Centre Marcel-Dionne représente un potentiel événementiel élargi et générerait des dépenses d'environ 1,0 M\$ dans les restaurants par an

## Constats

La modernisation du Centre Marcel-Dionne permettrait d'accroître le nombre de visiteurs annuellement, ce qui se ferait également sentir dans le nombre de personnes fréquentant les restaurants avant ou après un événement. En conservant l'hypothèse de dépenses moyennes par personne dans les restaurants de 35 \$ et en estimant à 28 698 visiteurs allant au restaurant les soirs d'événement par an, la présence du Centre au centre-ville générerait des dépenses d'un peu plus de 1,0 M\$.

En comparaison, d'après Drummond économique, le Centre Marcel-Dionne attire actuellement environ 91 200 visiteurs par année. La proportion de ces visiteurs allant au restaurant étant de 23,6 %, les dépenses dans les restaurants du centre-ville sont ainsi d'environ 0,75 M\$.

En plus des visites dans les restaurants, les résultats de Propulso indiquent également la fréquentation de commerces avant ou après les événements au Centre. La présence de celui-ci au centre-ville a donc des effets sur l'achalandage des commerces également. Au-delà des événements de hockey, le Centre possède un fort potentiel pour accueillir une diversité d'activités culturelles, sportives et communautaires. L'ajout de nouvelles activités telles que la gymnastique ou le cheerleading contribuerait à enrichir l'offre événementielle et à attirer de nouveaux publics. L'organisation d'événements complémentaires au Centre favoriserait ainsi une dynamisation accrue du centre-ville.

Sources : Analyse RCGT, 2025.



Nombre de personnes allant au restaurant lors d'un événement au Centre Marcel-Dionne

**28 698**



Dépenses moyennes par personne dans les restaurants avant les événements

**35 \$**



Dépenses potentielles dans les restaurants du centre-ville lors d'événements au Centre Marcel-Dionne

**1,0 M\$**

# Le Centre Marcel-Dionne s’inscrit dans la trame du centre-ville de Drummondville

## Recommandations

Comme dans plusieurs villes du Québec, le centre-ville de Drummondville fait face à plusieurs enjeux, dont le vieillissement de la population et la dévitalisation du secteur qui se fait sentir par un taux de vacance des locaux commerciaux de 11 %.

Bien que la présence du Centre Marcel-Dionne ait un effet limité sur l’achalandage des commerces selon les commerçants, il est estimé que plus de 750 000 \$ seraient dépensés dans les restaurants lors des événements au Centre par année. De plus, les commerçants voient positivement la présence du Centre Marcel-Dionne au centre-ville en ce qui a trait à l’attractivité économique du secteur. Le retrait du Centre Marcel-Dionne du centre-ville limiterait l’effet de synergie possible et diminuerait le nombre de personnes fréquentant le centre-ville. Le Centre peut également être utilisé comme un point d’animation.

Le développement du centre-ville de Drummondville repose sur une vision d’ensemble visant à soutenir et à faire progresser les éléments structurants qui contribuent à son dynamisme et à l’augmentation de son achalandage. Les projets en développement représentent des opportunités économiques évaluées entre 44,6 M\$ et 81,3 M\$. Celles-ci permettront également de restructurer le centre-ville et d’établir les bases pour la revitalisation du tissu urbain.

Tel qu’il est présenté, l’ensemble de ces initiatives participe à l’enrichissement de l’écosystème urbain. Comme il est démontré, les facteurs essentiels à la vitalité d’un centre-ville dépassent largement la seule présence de commerces. Les projets résidentiels et commerciaux s’inscrivent dans une démarche intégrée de revitalisation et de restructuration du secteur et en constituent des composantes clés.

## Recommandations

Afin de maximiser l’effet de synergie dans le centre-ville de Drummondville, il est recommandé de centraliser les activités et les attraits dans le secteur. Cette concentration agira comme levier pour le développement du centre-ville.

## Pistes d’action

Les pistes d’action suivantes permettraient de redynamiser le centre-ville :

- 1 Centraliser les activités et événements dans le centre-ville
- 2 Maintenir la présence du Centre Marcel-Dionne au centre-ville
- 3 Soutenir les projets de développement immobilier favorisant la densification du centre-ville
- 4 Faciliter l’accessibilité multimodale au centre-ville










# Annexes



Source : Tourisme Drummondville

# Sommaire des types de biens et services pouvant être offerts

## Annexes

		Exemples de commerces ou services
	<b>Biens courants</b> Les biens courants sont des biens essentiels ou tous types de biens dont une personne peut se prévaloir au quotidien.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Épiceries</li> <li>• Pharmacies</li> </ul>
	<b>Biens semi-courants</b> Les biens semi-courants regroupent les biens ayant une vie de durée moyenne et que le consommateur achète fréquemment ou à l'occasion.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Magasins de vêtements</li> <li>• Magasins d'articles divers</li> </ul>
	<b>Biens réfléchis</b> Les biens réfléchis sont des biens durables dans le temps et que les consommateurs achètent peu fréquemment.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrepreneurs en construction</li> <li>• Magasins d'ameublement</li> </ul>
	<b>Restauration et bars</b> Les commerces et services de restauration regroupent les restaurants à service rapide, ceux de type familial et les traiteurs.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restaurants</li> <li>• Bars</li> </ul>
	<b>Services aux consommateurs</b> Les services aux consommateurs font référence aux types de services que les organisations vendent aux particuliers et aux ménages.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banque, caisses populaires, guichets</li> <li>• Courtiers et agences</li> <li>• Centres de conditionnement physique</li> </ul>
	<b>Services d'affaires</b> Les services d'affaires concernent les services qui aident les entreprises à fonctionner, comme la gestion, la comptabilité, les ressources humaines, la logistique et le support informatique, etc.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Services immobiliers ou de location</li> <li>• Industrie de l'information</li> <li>• Conception de systèmes informatiques</li> </ul>
	<b>Services professionnels</b> Les services professionnels concernent les services spécialisés fournis par des experts, comme les avocats, les architectes, les ingénieurs ainsi que les professionnels de la santé.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cliniques médicales</li> <li>• Professionnels de la santé</li> </ul>
	<b>Soins personnels</b> Les soins personnels regroupent les services en lien avec les soins esthétiques et de santé.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Massothérapie</li> <li>• Salons de coiffure</li> <li>• Spas et saunas</li> </ul>
	<b>Autres</b> La catégorie « autres » correspond aux biens et services de type bureaux, organismes religieux, fondations, groupes de citoyens, associations communautaires et autres.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organismes religieux</li> <li>• Fondations, groupes de citoyens et organisations similaires</li> </ul>

Source : analyse RCGT, 2025.

rcgt.com



Raymond Chabot  
Grant Thornton

© Raymond Chabot Grant Thornton & Cie S.E.N.C.R.L., 2021, 2023. Tous droits réservés.

« Grant Thornton » fait référence à la marque sous laquelle les sociétés membres de Grant Thornton fournissent des services de certification, de fiscalité et de conseil à leurs clients, et peut aussi désigner une ou plusieurs sociétés membres, selon le contexte. Raymond Chabot Grant Thornton S.E.N.C.R.L. est une société membre de Grant Thornton International Ltd (GTIL). GTIL et les sociétés membres ne constituent pas une association mondiale. GTIL et chacune des sociétés membres sont des entités juridiques indépendantes. Les services professionnels sont offerts par les sociétés membres.