

ACTIVITÉS À VENIR DANS LE QUARTIER

C'EST LA FÉRIE DE NOËL DANS LE QUARTIER

Nous vous invitons à décorer la façade de votre commerce
La SDC et le comité citoyen du quartier invitent les gens d'affaires (commerces et services) et les résidents du quartier à créer la Fête de Noël dans le quartier en décorant les façades commerciales et résidentielles.

ENSEMBLE, EMBELISSONS NOTRE QUARTIER!!

Un jury sillonnera les rues du quartier dans la semaine du 5 décembre et déterminera 3 gagnants dans chaque catégorie – COMMERCIAL, RÉSIDENTIEL, LOGEMENT

Le dévoilement des gagnants et la remise des PRIX aura lieu plus tard en décembre lors d'un 5 à 7 qui se tiendra dans le quartier. (Plus d'informations dans la prochaine parution du contact au début décembre). Nous vous invitons à décorer dès le début du mois de novembre afin que la magie de Noël ait le temps de s'opérer!



Action de grâces

Lundi le 10 octobre 2011 – Magasins ouverts – Congé chômé et payé

Jour de Noël

Dimanche le 25 décembre 2011 – Magasins fermés – Congé chômé et payé

Jour de l'an

Dimanche le 1er janvier 2012 : Magasins fermés – Congé chômé et payé

LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA SDC SAINT-JOSEPH

Monsieur Pierre Tremblay, président
Bijouterie Lampron

Monsieur Alain Martel, administrateur
Ville de Drummondville

Monsieur Richard DeBlois, vice-président
Tim Hortons

Monsieur Éric Blanchard, administrateur
L'Oeil graphique

Madame Marie-Josée Béland, secrétaire-trésorière
Anny Fleuriste

Monsieur Guy Drouin, administrateur
Commissariat au commerce

Monsieur Yves Gauthier, administrateur
Maximusik

Monsieur Yanick Pétrin, Gestionnaire
Commissariat au commerce



La SDC a été mise sur pied afin de favoriser le développement économique et la promotion du quartier Saint-Joseph. Pour toutes informations : **819 474-1766**.

Contact



Le journal de la Société
de développement commercial
du quartier Saint-Joseph

SEPTEMBRE 2011

Pour vous informer du dynamisme de votre quartier

LA FÊTE DU QUARTIER SAINT-JOSEPH, UNE 12^E ÉDITION HAUTE EN COULEUR

C'est samedi le 6 août dernier qu'a eu lieu la 12^e édition de la Fête populaire annuelle du quartier Saint-Joseph. De retour encore cette année sur les rues St-Albert et St-Marcel, cette journée a été organisée dans le but de faire redécouvrir le quartier Saint-Joseph à la population drummondvilloise et ses environs. Cet événement est une initiative de la Société de développement commercial du quartier Saint-Joseph (SDC quartier Saint-Joseph), avec la collaboration de ses partenaires; la Ville de Drummondville; le Commissariat au

commerce; le député de Drummond, M. Yves-François Blanchet; Tim Hortons; la Société St-Jean-Baptiste; le Comité Citoyen; la Paroisse Bon Pasteur; Parrainage Civique Drummond; les Loisirs St-Joseph et le Comité des loisirs parc Curé Demers. Une journée bien remplie, au cours de laquelle, plus de 6000 personnes ont déambulé sur les rues St-Albert et St-Marcel, ainsi que dans le parc Curé-Demers. Profitant ainsi des nombreuses activités mises en œuvre par les organisateurs de la Fête, le site fourmillait de visiteurs. Au grand bonheur des tout-petits, un bambi et sa mère étaient présents, on retrouvait les jeux gonflables et les clowns qui n'eurent qu'un court instant de répit. Les visiteurs affluaient, le traditionnel grand bazar a attiré des gens de plusieurs régions du Québec.



Cette 12^e édition fut haute en couleur. Les visiteurs ont pu y découvrir des nouveaux jeux gonflables, qui ont attirés bon nombre d'enfants, ainsi que les démonstrations de dressage de chiens. Faisant le bonheur de toutes les générations, de retour pour une troisième année, une balade en calèche nous proposait un bref tournant historique du quartier.

Animée par la musique et les spectacles sur scène, cette magnifique journée fut accompagnée par un service de restauration.

Que de bons commentaires ont été recueillis au sujet de la Fête. Quelques commerçants du quartier ont confié avoir hâte à l'an prochain pour renouveler l'évènement. De ce fait, la réussite de cette année sera des plus souhaitées pour l'an prochain.

Nous tenons à remercier bénévoles et commanditaires pour la réussite de cet événement, qui ne pourrait voir le jour sans leur soutien.

LA SDC C'EST : Plus de 50 membres, l'occasion de créer des contacts, des échanges, des informations pour faire connaître le quartier et les commerces existants

BIENVENUE AUX NOUVEAUX COMMERCES

Diabète Drummond inc. est un organisme à but non lucratif qui vient en aide aux personnes diabétiques du Centre du Québec. Mis sur pied en 1987 par M. Yvon Boisvert (prés. fondateur) cet organisme à plusieurs réalisations à leur crédit. Travaillant en étroite collaboration avec la clinique de diabétologie du CLSC Drummond, Diabète Drummond offre aux diabétiques soutien, motivation et enseignement et ce dans le but d'acquérir un meilleur contrôle de leur maladie. Des ateliers et des conférences sur l'alimentation, l'exercice, le soin des pieds leur sont offerts régulièrement. De plus, depuis plus de 20 ans ils opèrent une coopérative d'achat pour les fournitures de diabète. Dirigée depuis 18 ans par Mme Marie Préfontaine, Diabète Drummond a su acquérir une réputation de chef de file en prévention en tenant depuis 12 ans son Salon santé prévention. Manon Boisvert, intervenante assume la permanence de Diabète Drummond, nouvellement installée au 206 St-Marcel.

	No d'enr.: 0811000-11
DIABÈTE DRUMMOND INC.	206, Saint-Marcel Drummondville (Québec) J2B 2E2
Marie Préfontaine, directrice générale	Tél. : (819) 478-4630 Télec. : (819) 472-1783 info@diabetedrummond.com

Ouvert au début du mois de juillet au 2090 boulevard St-Joseph, le Petit Québec offre des repas de types restauration rapide dans un décor moderne et épuré. M. Alain Grondin, propriétaire, vous attend dans son nouveau restaurant.



Une deuxième succursale du populaire magasin Dollarama a récemment ouvert ses portes à Drummondville. Situé au 1940 boulevard St-Joseph, ce magasin d'une superficie totale de 8 000 p.c. vous offre le choix d'une tonne d'articles pour tous vos besoins à 1 \$ ou 2 \$.



FÉLICITATIONS À ANNY FLEURISTE !

Dans le cadre de la fête des mères 2011, Anny Fleuriste s'est démarqué en se hissant dans le top 10 de Canal Vie pour les fleuristes les plus réputés, les plus originaux et les plus populaires du Québec. Ouvert depuis plus de 50 ans, ce commerce est un incontournable pour souligner tout évènement ou tout simplement pour gâter un être cher.

Voici le texte intégral vantant le commerce : Vous recherchez une création originale et raffinée pour offrir à la fête des Mères, Anny Fleuriste à Drummondville peut répondre à vos exigences comme il le fait depuis 1958. N'hésitez pas à vous laisser conseiller par les spécialistes de la boutique pour faire votre choix parmi les fleurs coupées, les arrangements floraux, les plantes vertes, les paniers de fruits ou de chocolats ou encore les cadeaux. Un choix de cartes s'offre à vous pour la fête des Mères. La livraison s'étend à toute la région de Drummondville incluant St-Guillaume, St-Félix-de-Kingsey, St-Nicéphore, Wickham et encore plus.

Encore félicitations à Mme Béland pour ces nombreuses années de bon travail et bon succès pour les années à venir!

Source: www.canalvie.com



UN PUB COOP ? FALLAIT Y PENSER

La publicité coop, c'est de l'argent offert par le distributeur ou le fabricant pour promouvoir leurs produits. Ce type de communication cache des sommes importantes peu utilisées par les détaillants. Une explication de Pierre Laflamme de Demarcom inc.



Plus de 50 % des produits offerts en magasin ne font jamais l'objet d'une publicité dans les médias. Pour contrer ce problème, plusieurs fabricants ont mis au point une stratégie pour dynamiser leurs produits. Le détaillant se voit offrir la possibilité de disposer d'un budget de publicité qui peut varier de 1% à 5 % de ses achats nets (c'est-à-dire moins les retours, remboursements et autres escomptes) effectués auprès du fabricant. Cette somme doit être appareillée à une somme équivalente par le détaillant. C'est le concept de la publicité coop.

Peu de détaillants font appel ou demandent à leurs fournisseurs les conditions de leur programme de publicité coop. L'industrie du commerce de détail considère qu'il existe des sommes très importantes qui ne sont pas utilisées. C'est de l'argent dormant. Prenons un exemple. Un centre-ville qui dispose d'une superficie commerciale de 100 000 pieds carrés générera des ventes approximatives de 200 \$ au p. c., soit 20 M\$. La publicité coop peut représenter de 1 % à 5 % des ventes, soit un budget pouvant varier de 200 000 \$ à 1M\$.

Les obstacles les plus souvent cités par les détaillants de ne pas recourir à ces sommes publicitaires sont les suivantes :

- On ignore que le programme existe. Un détaillant peut offrir plus de 5000 produits dans son commerce. Certainement qu'un des fournisseurs offre un programme coop. Il suffit de le demander.
- On ne connaît pas le montant de dollars coop. Le détaillant a peut-être égaré l'information, mais le fournisseur est à même de lui indiquer la valeur de son compte coop. Il suffit aussi de le demander.
- Le détaillant est trop occupé pour penser à la publicité. Il y a tellement à faire que la publicité coop n'occupe que peu de places dans les priorités du moment.
- Le détaillant n'a ni les capacités ni le temps de créer une publicité efficace. Si le journal local est perçu comme un bon médium publicitaire, le représentant se fera un plaisir d'aider le détaillant dans la conception de sa publicité. De plus, le fabricant ou le fournisseur est aussi à même de proposer des annonces types.
- Le détaillant doute de la valeur du programme. Bien sûr, un mauvais plan, même s'il est gratuit, ne donnera pas de

bons résultats. Cependant, il est peu probable que le détaillant ne connaisse pas le bon média pour promouvoir des produits aux marges bénéficiaires intéressantes.

Comment ça marche?

Le fournisseur qui offre un plan de publicité coop aura habituellement des conditions précises d'utilisation. On spécifiera le type de média publicitaire à utiliser, les moments de l'année pour annoncer, les types de contenu (habituellement, on refusera de partager de l'espace publicitaire avec d'autres produits) ainsi que les conditions de remboursement de l'annonce. La façon de faire précise que le détaillant paye 50 % des frais d'une publicité et le fournisseur l'autre 50 % sur réception des factures.

Où vont les dollars coop?

Les médias les plus populaires sont les programmes d'incitation 28 % des budgets - bonus à la vente pour des représentants par exemple); les catalogues (12%); les revues (11 %); les expositions (11 %); l'envoi direct (8 %) et les publications spécialisées (7 %).

Il y a aussi une série de médias qui se partagent environ 11 % des sommes totales offertes en dollars coop. Il s'agit de sites Internet, de TV et de radio, de signes extérieurs, de bouts d'îlot, de matériel promotionnel en magasin (POS) et autres.

À qui appartient l'argent coop?

Bien des détaillants estiment que l'argent coop « offert » par le fournisseur est déjà inclus dans le prix du produit et estime que cet argent leur appartient déjà. Ils n'aiment pas être soumis à des programmes compliqués pour rapatrier cet argent qui leur est dû! Est-ce vrai? En partie seulement. C'est bien vrai que les coûts de commercialisation doivent être calculés dans le prix du produit. Cependant, et c'est bien connu, tous les détaillants qui se voient offrir un plan de publicité coop n'y participent pas totalement. Le fournisseur ne peut pas inclure la somme coop dans le prix du produit puisque tous les détaillants n'y participent pas, d'où les sommes inutilisées annuelles dans l'industrie. Pour les fournisseurs, l'argent coop représente un investissement pour faire de l'argent. Le dollar coop appartient au détaillant s'il l'utilise.

Donc, parlez à vos fournisseurs. Il y a certainement des sommes d'argent coop que vous pouvez utiliser. À moins, bien sûr, que de faire des ventes supplémentaires ne fassent pas partie de vos priorités!