CHAMBORD

Saguenay–Lac-Saint-Jean
MRC DU DOMAINE-DU-ROY

ROUTE 155 ROUTE 169

RÉSUMÉ CITOYEN

L'étude sur nos commerces, expliquée simplement

Ce document résume, dans des mots simples, l'étude commerciale réalisée pour notre municipalité. Le but est de vous donner les **faits** et de partager l'information en toute transparence.

L'étude complète a été préparée par la firme Raymond Chabot Grant Thornton et déposée en mai 2026. Elle cherche à comprendre pourquoi certains commerces ont fermé et ce qui pourrait aider Chambord à retrouver des services de proximité.

> Ce résumé reprend fidèlement les constats et les pistes de l'étude. Les décisions, elles, restent à venir.

L'ESSENTIEL EN UN COUP D'ŒIL

Cinq choses à retenir

1

Depuis la fermeture de la Coop, il manque des services de base à Chambord — surtout une **épicerie**, mais aussi une quincaillerie et des restaurants.

2

Les citoyens comme les commerçants sont **très insatisfaits** de l'offre actuelle et doivent souvent aller magasiner ailleurs.

3

Chaque année, environ **23 millions $** de dépenses sortent de Chambord vers les villes voisines.

4

Le carrefour des routes **155 et 169** est un atout majeur, encore peu exploité : plus de 10 000 véhicules par jour l'été.

5

La solution la plus prometteuse : une **petite épicerie de proximité** adaptée à notre réalité, un projet à la fois.

OÙ EN EST CHAMBORD

Notre municipalité aujourd'hui

Chambord compte près de **1 800 résidents**. C'est une population un peu plus âgée que la moyenne de la région, mais avec un **revenu moyen plus élevé** que les municipalités voisines. Autrement dit, les gens d'ici ont les moyens de faire vivre des commerces de proximité.

1 800
résidents, environ

54 ans
âge médian (49 ans dans la MRC)

113 700 $
revenu moyen par ménage, par année

Mais notre municipalité a été frappée par la **fermeture de la Coop de Chambord**. Cette fermeture a entraîné la perte de l'épicerie et de la quincaillerie de la municipalité, ainsi que d'une trentaine d'emplois. Depuis, les gens doivent se déplacer pour faire leurs courses.

CE QUE LA FERMETURE A CHANGÉ

Pour acheter de la nourriture, les résidents vont maintenant à **Roberval** (15 min), **Desbiens** (moins de 10 min) ou **Métabetchouan** (15 min).

Sur le territoire, on compte **73 établissements**. Mais la plupart sont des services, des fermes ou des entreprises de construction. Les vrais commerces où l'on achète des biens du quotidien sont **rares** — ce qui explique pourquoi il faut souvent sortir de la municipalité.

LA PAROLE AUX CITOYENS ET AUX COMMERÇANTS

Ce que les gens d'ici ont dit

Pour bien comprendre les besoins, deux sondages ont été menés au début de 2026 : un auprès de la **population** et un auprès des **commerçants**. Des groupes de discussion et des entrevues ont complété le portrait.

346
citoyens ont répondu au sondage

28
commerçants ont répondu

92 %
des citoyens jugent l'offre insatisfaisante

Le message est clair et partagé : l'offre de commerces manque de **diversité**. Ce qui revient le plus souvent comme besoin, ce sont trois choses simples : l'**alimentation**, la **quincaillerie** et la **restauration**.

Ce que les citoyens aimeraient trouver à Chambord

- **Produits alimentaires de base** — souhaités par 74 % des répondants
- **Autres produits alimentaires** — souhaités par 65 %
- **Quincaillerie de base** — souhaitée par 54 %
- **Restaurants** — souhaités par 42 %
- **Produits locaux et du terroir** — souhaités par 40 %

UNE BONNE NOUVELLE POUR L'ACHAT LOCAL

Environ **7 personnes sur 10** se disent prêtes à acheter à Chambord, à condition que les prix soient **comparables** à ceux des villes voisines. La volonté d'encourager le local est bien présente.

Du côté des commerçants, les défis principaux sont le **manque de main-d'œuvre** et un achalandage irrégulier. Ils sont 83 % à voir le carrefour des routes 155 et 169 comme un levier de développement important.

L'ARGENT QUI QUITTE LA MUNICIPALITÉ

Des millions dépensés ailleurs

Quand on ne trouve pas ce qu'on cherche à Chambord, on va le payer ailleurs. Les spécialistes appellent cela des « **fuites commerciales** » : c'est l'argent des ménages d'ici qui est dépensé à l'extérieur de la municipalité.

23 M$
dépensés hors de Chambord chaque année

87 %
de nos dépenses commerciales partent ailleurs

3,9 M$
pourraient revenir dans la municipalité, de façon réaliste

Ces fuites touchent surtout l'**alimentation** : c'est la catégorie où l'on perd le plus d'argent, mais aussi celle qui a le plus de potentiel de retour. La plupart de ces achats se font à **Roberval**.

UN POTENTIEL ENCORE PLUS GRAND

Trois municipalités voisines n'ont pas d'épicerie : **Lac-Bouchette, Saint-André-du-Lac-Saint-Jean et Saint-François-de-Sales**. Leurs résidents pourraient aussi venir magasiner à Chambord. Cela représente un bassin de dépenses additionnel important.

Bonne nouvelle : une partie de cet argent peut revenir si l'offre locale s'améliore. Ramener ne serait-ce qu'une portion de ces dépenses aiderait directement la vitalité de la municipalité.

LES PISTES PROPOSÉES PAR L'ÉTUDE

Que peut-on faire?

L'étude a examiné plusieurs modèles de commerces qui fonctionnent dans d'autres petites municipalités du Québec. Les deux plus adaptés à Chambord seraient une **petite épicerie locale** ou un **magasin en libre-service** (ouvert en continu, avec peu de personnel). Les commerçants, eux, penchent surtout pour un magasin ou une coopérative **multiservices** qui regrouperait plusieurs besoins.

> **À GARDER EN TÊTE**
>
> Une épicerie, une quincaillerie ou un dépanneur de petite municipalité dégagent des **marges très minces**. Le succès d'un tel projet dépendra du volume de ventes, d'une gestion serrée et de l'appui de la communauté. La prudence est de mise, mais le besoin est réel.

Pour passer à l'action, l'étude propose un plan bâti autour de **trois grandes orientations** :

ORIENTATION 1

Attirer plus de clients

- Mieux relier nos commerces au **tourisme régional** (Val-Jalbert, Véloroute des Bleuets, villégiature)
- Organiser des **événements et des marchés** pour animer la municipalité et faire connaître nos commerces
- Renforcer le **sentiment d'appartenance** et la promotion de l'achat local

ORIENTATION 2

Développer l'offre de commerces

- Implanter un **commerce de proximité** (épicerie ou libre-service) avec produits frais et mets préparés
- Réaménager la **halte routière et le kiosque touristique** pour mettre nos commerces en valeur
- Revitaliser le **carrefour des routes 155 et 169** avec une meilleure signalisation

ORIENTATION 3

Ajuster les règles et les services de la municipalité

- Mieux **soutenir les commerçants**, notamment face au manque de main-d'œuvre
- Développer de **nouveaux quartiers résidentiels** pour attirer des familles
- **Ralentir la circulation** l'été et faciliter l'affichage des commerces
- Aller chercher des **aides gouvernementales** (comme le Fonds régions et ruralité)

LA RÈGLE D'OR DE L'ÉTUDE

Avancer **un projet à la fois**. Plutôt que de tout entreprendre en même temps, il vaut mieux réussir un premier projet solide — comme le retour d'un service alimentaire de base — puis bâtir à partir de là.

LA SUITE

Qui peut faire bouger les choses

Aucune de ces pistes ne peut se réaliser seule. Le développement de nos commerces repose sur la collaboration de plusieurs partenaires — **et sur la voix des citoyens**, qui pèse dans les décisions.

La Municipalité

Coordonne les projets, ajuste ses règlements et mobilise la communauté.

La SADC & la MRC

Accompagnent et financent les entreprises, du démarrage à la croissance.

Les citoyens

Encouragent l'achat local et font entendre leurs besoins auprès des instances.

POUR S'Y RETROUVER

Les mots de l'étude, en clair

Fuites commerciales

L'argent que les gens d'ici dépensent à l'extérieur de la municipalité, faute de le trouver sur place.

Commerce de proximité

Un commerce proche des résidences qui répond aux besoins du quotidien, comme une petite épicerie.

Biens courants

Les produits essentiels achetés souvent : nourriture, produits de pharmacie, etc.

Magasin en libre-service

Un petit commerce ouvert en continu, où l'on paie soi-même, avec peu ou pas de personnel sur place.

Coopérative de solidarité

Un commerce détenu et géré par ses membres — souvent des clients de la communauté — plutôt que par un seul propriétaire.

Villégiateur

Une personne qui possède un chalet ou une résidence secondaire et qui fréquente la municipalité, surtout l'été.

À propos de ce document. Ceci est un résumé en langage clair, préparé pour informer les citoyennes et citoyens de Chambord. Il ne remplace pas l'étude complète et ne constitue pas une décision de la municipalité.

Source : « Étude sur l'offre et la demande commerciale à Chambord », rapport final, Raymond Chabot Grant Thornton, mai 2026. Pour consulter l'étude complète ou poser vos questions, communiquez avec la Municipalité de Chambord.