

Pour publication immédiate

Le 14 août 2009

ENTREPRISE GRAND MONCTON PUBLIE SA NOUVELLE STRATÉGIE RÉGIONALE DU SECTEUR DU COMMERCE DE DÉTAIL

Moncton (N.-B.) — Entreprise Grand Moncton (EGM) a publié un rapport ayant pour but de miser sur le statut du Grand Moncton comme principale destination de magasinage au Canada atlantique.

Le rapport, intitulé ***Growing the Retail Sector in Greater Moncton, fournit une série de recommandations qui appuieront l'essor continu du secteur du commerce de détail déjà solide et vibrant au Grand Moncton.***

« Même si de nombreux commerces de détail ont subi les effets négatifs d'un ralentissement économique mondial, le Grand Moncton a continué à afficher des résultats de ventes au détail solides et demeure un excellent emplacement pour l'expansion du secteur du commerce de détail », affirme Eric Pelletier, gérant de Promotion des investissements et des relations communautaires d'EGM.

Il y a plusieurs noyaux de commerce de détail sur le point d'être établis ou au stage de planification dans le Grand Moncton, notamment le Mapleton Power Centre à Moncton, la région du boulevard Dieppe dans les quartiers résidentiels de Dieppe et le parc Findlay à Riverview. Ces nouveaux projets démontrent à quel point le secteur du commerce de détail du Grand Moncton est solide et les prévisions des ventes au détail récentes illustrent les raisons pour lesquelles les détaillants continuent à choisir le Grand Moncton.

Selon FPmarkets, les ventes au détail de 2009 du Grand Moncton sont censées être 26 % supérieures à la moyenne nationale, avec la tendance positive persistant jusqu'à 2011 (6 % au-dessus de la moyenne) et 2014 (16 % au-dessus de la moyenne).

« La réussite de notre secteur de commerce de détail est en partie attribuable à un très grand bassin, mentionne John Thompson, président-directeur général d'EGM. Nous avons plus de 1,3 million de personnes à l'intérieur de 2,5 heures de route, et ces gens se rendent au Grand Moncton pour y dépenser leurs dollars dans les commerces de détail. »

Le rapport contient 10 recommandations, y compris la mise sur pied d'analyses de cas ciblées pour recruter des détaillants précis et les inciter à s'établir dans le Grand Moncton, un plan de marketing coordonné pour appuyer la croissance du secteur du commerce de détail et la rédaction d'un rapport sur la réussite du secteur du commerce de détail du Grand Moncton destiné aux principaux dirigeants et décisionnaires des magasins de détail.

« Les détaillants à la recherche d'une croissance solide au Canada atlantique devraient tout d'abord envisager le Grand Moncton. Nous continuerons donc à faire valoir nos arguments auprès de ces principaux décisionnaires du secteur du commerce de détail, des promoteurs, du Conseil canadien du commerce de détail, de l'Association canadienne de la franchise et du Conseil international des Centres commerciaux » conclut M. Pelletier.

Il est possible de télécharger un exemplaire du rapport à www.greatermoncton.org.

Information :

Chad Peters

Gérant, Marketing et communications

Bureau : 506-858-9550, poste 104

Cell. : 506-961-1994