

Étude de marché du Vieux-Québec

Recommandations concernant les informations à transmettre aux regroupements de gens d'affaires et commerçants concernés et les actions à entreprendre.

- I. Les résultats de l'étude doivent être transmis à chacune des deux associations sur le territoire.
- II. Les informations doivent être retransmises aux commerçants concernés afin que ces derniers puissent réagir aux perceptions et recommandations des différentes clientèles.
- III. Les associations doivent prendre les moyens nécessaires afin de modifier la perception des clientèles concernant les inconvénients à consommer dans le Vieux-Québec (prix, stationnement, choix)
- IV. Les associations doivent tabler sur les avantages à consommer dans le Vieux-Québec énoncés par les clientèles ciblées lors des promotions et activités.
- V. Des efforts doivent être entrepris afin que l'offre commerciale des secteurs concernés soit mieux diffusée auprès des résidants et des travailleurs.
- VI. Des efforts devraient être faits afin d'inciter les travailleurs à consommer davantage près de leur lieu de travail.
- VII. Des actions de la part des associations doivent être entreprises afin de conserver et améliorer l'offre commerciale existante.

De plus, il serait peut-être pertinent que les associations de gens d'affaires des secteurs avoisinants (Saint-Jean Faubourg, Espace Cartier et SDC Centre-Ville) puissent avoir accès à certaines informations considérant que ce sont les secteurs hors Vieux-Québec les plus fréquentés par les résidants et travailleurs sondés et comblent les lacunes au niveau de l'offre commerciale du Vieux-Québec.