



cahier

B affaires

Les quatre phases du Projet M



Jean Dumont

jdumont@lecourrier.qc.ca

Cet automne, les travaux préliminaires du Projet M débiteront au kilomètre 133 de l'autoroute Jean-Lesage.

Si la première phase est connue avec son hôtel (voir autre texte), une station-service, des restaurants et des boutiques, les trois autres devraient être développées sur un horizon de huit ans.

La phase deux bordera le complexe immobilier l'Eau Vive, entre le boulevard Casavant et Johnson. Elle comprendra une agora alimentaire, un projet qui a fait bien jaser au cours des derniers mois.

L'agora proposera des produits du terroir pour promouvoir ainsi la Technopole agroalimentaire. Ce secteur sera complété par des cours (ex. cour Mont-Royal) et par une boutique d'accessoires de cuisine.

La phase trois, au sud du boulevard Casavant, servira de localisation pour de grands espaces commerciaux. Enfin, la phase quatre, encore plus au sud, se veut un projet essentiellement résidentiel qui créera entre 500 et 1 000 unités d'habitations supplémentaires.

« Notre projet est typiquement maskoutain. Il a été créé pour répondre aux besoins des consommateurs d'ici qui se rendent actuellement sur la Rive-Sud, notamment à Boucherville, Brossard et Saint-Bruno. C'est un projet bien balancé puisqu'il est diversifié », indique Nellie Robin.

« Il fallait agir afin de retenir la plus grande partie des acheteurs qui ne trouvent pas présentement chez nous ce qu'ils veulent. »

En tout, l'investissement dépassera les 120 M\$ sur une superficie de plus d'un million de pieds carrés commerciaux. et résidentiels

Projet M

Après avoir envisagé, au cours des derniers mois, une série de concepts, en collaboration avec la firme publicitaire LG2, le Groupe Robin a retenu celui du *Projet M*.

Lire **Projet M** en **B 2**

BMW X3 2.5i 2005



#P0243

439⁹⁹/mois
plus taxes.
Location 36 mois
à 1.9% 0\$ comptant.

29 900\$
48 259 km

Automatique, Plan de protection Série CertifiéeMC
Jusqu'à deux ans ou 80 000 km (selon la première éventualité).
Date d'expiration* : 23 décembre, 2010
Limite de kilométrage* : 160 000 km

* Voir les détails chez votre concessionnaire BMW Sainte-Julie

1633, boul. Armand-Frappier, Sainte-Julie, autoroute 20 **SORTIE 102**
www.bmwstejulie.com | 450 922.1633

BMW 325xi Sedan 2005



#P0270

499⁹⁹/mois
plus taxes.
Location 36 mois
à 1.9% 0\$ comptant.

30 900\$
49 896 km

Automatique, Executive Edition, Roues en alliages de 17", volant sport gainé de cuir, toit ouvrant, sièges électriques, accès au coffre et sac à ski, sièges chauffant, HiFi Loudspeaker System



À seulement
20 minutes de
Saint-Hyacinthe





Pierre Dumaine, a.v.c.
Conseiller en sécurité financière
Représentant autonome

Les quatre phases du Projet M

Suite de la page B 1

« En créant une identité de marque qui se distingue, le projet n'est ni un mail, ni un carrefour, ni un centre commercial. On favorise le sentiment d'appartenance et la fierté locale. Ce projet *lifestyle* est une réponse à la demande des consommateurs qui veulent des produits et services arrimés aux tendances actuelles. »

« M pour magasiner, marchands, mode, manger, marché, moderne et avant tout Maskoutain », ajoute-t-elle.

Un lieu attractif

Pour Robert Robin, il est important que Saint-Hyacinthe redevienne un pôle commercial majeur et un lieu attractif.

« Pouvez-vous me dire pourquoi à Granby, qui a sensiblement la même population que nous, on retrouve généralement deux fois plus

de commerces et de restaurants qu'ici. Et regardez ce qui se passe à Drummondville où il y a un développement commercial important. »

« Les fuites commerciales sont de l'ordre de 150 millions de dollars par année et l'on estime qu'elles font perdre plus de 1200 emplois dans la région. »

Concrètement, une étude de marché fait valoir que 77 % des ménages de la MRC sont allés au moins une fois magasiner à l'extérieur au cours des derniers mois en y dépensant en moyenne 210 \$ par visite. « Si les Maskoutains n'hésitent pas à faire une demi-heure de route pour magasiner, c'est que Saint-Hyacinthe a perdu son titre de chef-lieu. »

« Par notre projet, et aussi avec celui des Galeries, nous voulons que les consommateurs d'ailleurs qui circulent sur l'autoroute décident de s'arrêter chez nous, à Saint-Hyacinthe. Nous voulons avoir une offre com-

merciale qui réponde à leur demande. Ce sera toute l'économie maskoutaine qui en profitera. »

Salle de spectacles

Les Robin n'hésitent pas à faire le parallèle avec la construction du Centre des arts Juliette-Lassonde.

À une certaine époque, le Centre culturel de Drummondville annonçait à pleine page dans les médias locaux pour la promotion de ses spectacles. Depuis l'arrivée de la salle de spectacles au centre-ville, c'est l'abandon, preuve que cette infrastructure répond à un besoin.

Dans ce contexte, ils avancent que la réfection du cinéma à Saint-Hyacinthe devenait une nécessité. La venue du Cinéma Beloeil, doté d'un aménagement qui répond aux goûts des cinéphiles, devenait un concurrent de plus en plus dérangeant. ◀

Robert Robin : questions réponses

- La rue Gauvin?

- Je suis inquiet et nos locataires sur la rue Cusson aussi. À mon avis, la Ville devrait songer à mettre une partie de la rue Johnson à quatre voies si elle ferme Gauvin. Il devrait y avoir un échange de terrain avec le centre commercial. Après tout, on doublera le volume de voitures vers Johnson. Ce serait souhaitable d'agir au plus tôt.

- Nuire aux commerces actuels

- Nous proposons une offre complémentaire à ce qui se fait. Notre intention n'est pas de nuire aux commerces et restaurants établis dans le centre-ville et dans les autres pôles commerciaux.

- Le projet des Galeries : avez-vous forcé la main?

- J'en n'ai aucune idée. Si c'est le cas, ce sera tant mieux. Nous avons deux projets distincts et je suis fier de voir M. Bibeau du groupe Beauward bouger. De toute façon, j'aime mieux avoir un concurrent ici chez nous que d'autres dans les régions avoisinantes. Selon nos études, il y a de la place pour tout le monde.

- Les fuites commerciales

- Les gens qui magasinent ailleurs ne trouvent nécessairement pas ce qu'ils cherchent ici à Saint-Hyacinthe. Nous sommes pourtant une

région attractive. Les fuites commerciales sont évaluées à 150 M\$ et font perdre plus de 1200 emplois dans la région. On subventionne la richesse des municipalités extérieures.

- Le train de banlieue

- C'est un incontournable. Et comble de malheur, ces trains couchent à Sainte-

Madeleine, vous imaginez. En plus, regardez la construction résidentielle que cela a amenée à Mont-Saint-Hilaire. Avec le prix de l'essence, les gens d'ici qui travaillent à Montréal vont changer leurs habitudes. ◀



Les plus confortables des solariums

OUVERT 7 JOURS



UNE MULTITUDE DE POSSIBILITÉS S'OFFRENT À VOUS SELON VOTRE BUDGET

NOUS SOMMES FABRICANT (PAS D'INTERMÉDIAIRE)

Confiez votre rêve à des professionnels certifiés



819 395-5555

194, rue Sylvestre
Saint-Germain-de-Grantham
Sortie 170, de l'autoroute 20,
direction Drummondville

Nos modèles :

Cathédrale, 1 versant, tourelle, « bay window », victorien, superposé, rotonde



www.solarium2000.com

OUVERT pendant l'EXPO

spécial 20 ans

771-2660 778-2660



1 pizza large AD, PF ou Végé

avec 1 frite format moyen et 2 litres de Pepsi 20\$ +tx

LIVRAISON GRATUITE (zone limitée) MINIMUM 7\$

Heures d'ouverture

L	-	M	-	M		J	-	V		D
11 h à 21 h			11 h à 22 h			15 h à 21 h				

2660, LAFONTAINE, ST-HYACINTHE (coin choquette)

LE CALCUL VAUT LE TRAVAIL...
En planification financière, une seule bonne idée peut vous faire sauver ou gagner des milliers de dollars.

En matière d'assurance, voici vos principales préoccupations :

LA RÉCLAMATION !

Depuis plusieurs années vous détenez sûrement déjà des protections d'assurance vie, d'assurance invalidité ou toutes autres formes de protections dont des preuves de santé et certains renseignements confidentiels étaient nécessaires au moment de la souscription pour l'étude de votre assurabilité.

Pour une question de budget et de temps, habituellement un assureur demande un seul rapport médical s'adressant généralement à votre médecin de famille. Par conséquent, un assureur ne peut pas être certain d'avoir obtenu toute l'information nécessaire à votre évaluation même si vous avez passé quelques tests de santé. C'est pourquoi un contrat d'assurance est essentiellement un contrat de bonne foi entre l'assuré et l'assureur. Et c'est la proposition d'assurance, incluse à votre contrat, contenant vos propres déclarations de santé, qui en atteste sa validité.

Avez-vous déjà vérifié si ces informations sur votre personne étaient complètes et véridiques ?

Une fausse déclaration ou une omission d'information importante pourrait servir d'alibi à un assureur pour refuser de vous payer lors d'une réclamation. Et comme vous le savez : une fois que le mal est fait, il est trop tard. Si vous jouez à l'autruche, vous risquez d'être mangé par les lions.

Pour retrouver votre paix d'esprit : **Faites valider vos protections !**

Rien de mieux qu'un professionnel de la santé pour recueillir de l'information sur votre santé. Il est beaucoup plus compétent en la matière que quiconque. Pour vous aider à vous rappeler vos vieux bobos, votre rapport personnel d'utilisation des services de la RAMQ est un excellent aide-mémoire. Puis pour vous assurer que les compagnies d'assurances détiennent une juste information sur vous, faites venir votre rapport du bureau des renseignements médicaux (MIB). Par la suite, divulguez l'information manquante à votre assureur et demandez lui de vous confirmer votre protection.

Prenez le taureau par ses cornes avant que l'assureur ne le fasse pour vous!

LE BESOIN !

Par la même occasion, analysez vos besoins de protections. Peut-être êtes-vous trop ou mal assuré ? **Vos besoins sont directement liés à vos objectifs de protections. Vous devez donc répondre à cette grande question : Pourquoi ?** ... Sécurité financière pour vous ou votre famille / Protection de votre patrimoine / Obligation de rachat / Remboursement de créances / Etc.

LES COÛTS !

Concentration, Spécialisation et Efficience fiscale sont les trois clés pour la réduction des coûts. 1- Plus vous concentrez vos besoins de protection, plus vous épargnez. 2- Un produit individuel, spécifique à votre besoin de protection, vous protégera mieux et sera moins dispendieux à long terme. 3- L'efficience fiscale s'optimise lorsque vous pouvez déduire vos coûts d'assurance, votre compagnie assume les primes et que vous pouvez épargner à l'abri l'impôt dans votre produit. Ainsi votre coût de reviens diminuera de beaucoup et deviendra un outil d'investissement profitable.

Si vous souhaitez avoir plus d'informations, il me fera plaisir de vous conseiller.

1355, rue Gauvin, suite 2000 Saint-Hyacinthe
Bureau : 450 771-7652 - Fax : 450 773-6074
Courriel : dumaine@sympatico.ca 0299072