



Un vent de fraîcheur



Avril 2007

Notre-Dame à la une



L'Agenda

Événement d'ouverture du Rogers Nor-Com

11- 12- 13- 14 avril

Êtes-vous de ceux qui dénichent les aubaines avant tout le monde lorsque vous magasiner ? Si c'est le cas, ne ratez pas l'occasion d'aller visiter le nouveau Rogers Nor-Com sur la rue Notre-Dame. Du 11 au 14 avril, vous pourrez bénéficier d'offres exclusives au Canada sur tous les produits et les services en magasin. BBQ gratuit à l'extérieur !

Rogers Nor-Com
494 A Notre-Dame, Repentigny
450 657-3666
Heures d'ouverture
Lundi au mercredi : 8h30 à 18h
Jeudi et vendredi : 8h30 à 20h
Samedi : 10h à 16h

Saviez-vous que ...

Vos événements et promotions peuvent faire partie du prochain agenda du mois de mai : communiquez avec votre chargée de projet avant le 1^{er} mai pour ajouter vos dates ou autres informations pertinentes au journal. Les coordonnées pour la joindre sont à la p.4.

Sommaire

- Élections du CA p.2
- Le Notre-Dame à la une fait peau neuve p.2
- La commerçante du mois
La Quintessence de la Beauté p.3
- Quel prix vos clients sont prêts à payer ? p.4
- À venir dans notre prochain numéro p.4



Élection des officiers du CA

Lors du dernier Conseil Administratif de la Corporation Rues Principales Repentigny, le 27 mars dernier, les officiers du CA pour l'année 2007 ont été élus. En fait, il faut dire que les officiers de l'an passé ont bien fait leur travail puisque ce sont les mêmes qui ont été réélus par la majorité pour un deuxième mandat :

Présidente

Marie Bergeron

Porte-parole du comité de gestion et propriétaire de l'Académie Concept Coiffure Beauté

Vice-président

Jean-Guy Perreault

Propriétaire de la Boulangerie Repentigny

Trésorière

Sylvie Dupuis

Porte-parole du comité animation et propriétaire de la Crèmerie de l'Île

Le Notre-Dame à la Une fait peau neuve

Le Notre-Dame à la Une se fait faire une cure de rajeunissement. Plusieurs changements seront apportés à l'édition du mois de mai pour rendre notre journal plus attrayant et représentatif de l'image du centre-ville de Repentigny.



Deux rubriques seront présentes d'une édition à l'autre: le mot de la Présidente ainsi que le commerçant du mois. Dès ce mois-ci, un commerce de la rue Notre-Dame sera présenté dans le journal.

De plus, il sera maintenant possible d'annoncer vos produits et services dans le journal. Contactez-nous pour connaître nos prix.

Réservez votre espace publicitaire tôt pour l'édition du mois de mai !



La commerçante du mois La Quintessence de la Beauté

Le dicton *avril ne te découvre pas d'un fil* prend tout son sens aujourd'hui, jeudi 5 avril alors qu'il est déjà tombé cinq pouces de neige mouillée sur le sol du centre-ville de Repentigny. Bref, j'ai le moral d'une fille qui a cru au printemps voire à l'été la fin de semaine passée, alors que plusieurs avaient déjà sorti les capris et même les jupes du placard... J'entre chez notre commerçante du mois, le nouveau centre La Quintessence de la Beauté qui vient d'ouvrir il y a trois semaines. Maryse Harvey, la propriétaire m'accueille avec un sourire rayonnant dans une ambiance très *cocooning*. Elle m'invite à passer au salon où le décor épuré côtoie la chaleur du bois des portes françaises qui assurent l'intimité des clients. Devant le foyer, assise dans un grand fauteuil douillet avec mon jus d'orange, j'ai l'impression de prendre une pause même si je viens faire une entrevue avec la propriétaire des lieux.

La Quintessence de la Beauté est en fait, une ancienne maison privée qui a été transformée en havre de détente et de beauté. La propriétaire offre un éventail de services diversifiés qui permettent aux clients de se faire chouchouter pendant une journée complète. Une partie du sous-sol est vouée à la coiffure où il est possible d'avoir un massage lorsqu'on se fait laver les cheveux dans un lavabo ergonomique. À côté du salon de coiffure, les mains des clients peuvent avoir un traitement de faveur au salon des manucuristes.

Au premier étage, c'est l'esthétique qui est au rendez-vous. Les esthéticiennes offrent l'épilation à la cire et au laser ainsi qu'une panoplie de soins pour le visage. Maryse me confiait que les soins sont personnalisés aux besoins des clients. Par exemple, une cliente ayant la peau déshydratée pourra bénéficier d'un traitement spécial aux extraits d'algues et de silicium organique.

Le soin des pieds est également aux premières loges : le spa-pédicure redonne vie aux pieds fatigués ! L'étage de l'esthétique offre aussi le service de maquillage notamment le maquillage semi-permanent. De plus, certains produits pour le visage, très prisés par des personnalités du showbiz comme la ligne *G.M. Collin* et le maquillage *Art Déco* sont disponibles.

Le deuxième étage célèbre le bien-être du reste du corps où l'on vous propose plusieurs types de massages comme des massages suédois ou spécialisés pour les femmes enceintes et plusieurs autres. Différents types d'enveloppements pour le corps sont aussi offerts : aux algues, à la boue, au chocolat ainsi que l'exfoliation corporelle aux sels marins. À la fin du traitement, les clients peuvent relaxer dans une immense douche tout droit sortie du magazine *Décormag* !

Pour conclure, tout porte à croire que le nouveau centre La Quintessence de la Beauté connaîtra un grand succès avec son offre de services diversifiés, ses produits de qualité et son service à la clientèle personnalisé. Nous leur souhaitons la bienvenue au centre-ville de Repentigny !

La Quintessence de la Beauté
561 Notre-Dame
450 721-0811



Quel prix vos clients sont prêts à payer ?

Fixer le prix des produits et services n'est pas une mince affaire. En commerce de détail, un mauvais prix peut nuire à l'image du produit ou du service et même à l'image de l'entreprise qui le commercialise.

Il faut tenir compte de trois critères pour fixer la juste valeur du prix soit : le prix de revient, le prix de la concurrence et le prix psychologique que le consommateur est prêt à payer. (*Commerce*, 2007) Le prix psychologique concerne la prédisposition d'un consommateur à payer le produit ou service en question. Par exemple, la force de la marque, la notoriété de la marque ou le niveau de la gamme de produits sont des facteurs qui influencent le prix psychologique. Autrement dit, un client qui est prêt à payer plus cher un chandail marqué Adidas ou un iPod plutôt qu'un produit similaire d'une marque moins connue, accorde une grande valeur psychologique au marque reconnue.

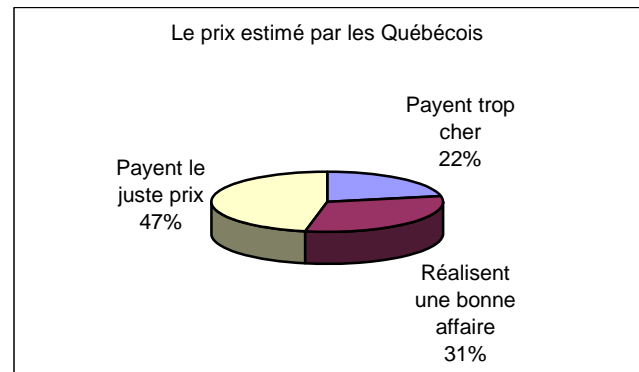
Quel prix les Québécois sont-ils prêts à payer ?

Un sondage de Léger Marketing révèle :

« Un Québécois sur deux pense qu'il paie le juste prix, et tiers croient faire une bonne affaire ! De plus, la majorité Québécois sous-évaluent la charge émotive d'une marque quand vient le temps d'acheter des vêtements.

Un répondant sur deux estime que les entreprises sont seulement guidées par la maximisation de leurs profits lorsqu'elles établissent le prix de leurs produits, par

rapport à un tiers qui jugent que ces prix sont justes, compte te *Source : Commerce. 2007.*



le
des
[...]

Source : Turenne, Martine. 2007. « Clients heureux + Détaillants heureux = Juste prix ». *Commerce*. No 108 (avril). p. 22.

À venir dans notre prochain numéro...

Surveillez l'agenda du mois de mai, car il y aura un déjeuner-conférence sur le marketing!



Corporation Rues Principales Repentigny
435 Notre-Dame Repentigny, Qc
J6A 2T3
514 895-6488
info@centrevillederepentigny.com



Personne ressource : **Véronique Bernier**, Chargée de projet

