

MOBILISER

LES BERGES DE LA RIVIÈRE

TRAVAILLER

TRANSFORMER

L'ACADIE-CHABANEL

CRÉER

VIVRE

COLLABORER

INVESTIR

PARTICIPER

DÉVELOPPER

GOUIN-LAURENTIEN

ÉTUDIER

CONSOMMER

SECTEUR DU PONT VIAU

BÂTIR

Osez

AHUNTSIC-CARTIERVILLE

[STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE 2011-2015]



Localisation centrale dans la région de Montréal. **Accessibilité** locale, régionale et internationale (ponts, autoroutes, transport collectif, aéroport international de Montréal à moins de 15 kilomètres). **Proximité** des **centres d'emplois** et d'un bassin important de **main-d'œuvre** diversifiée de qualité (Laval, couronne nord, Saint-Laurent, Ville-Marie et le Plateau-Mont-Royal). Desserte adéquate en **transport collectif**. Concentration d'entreprises reliées à l'**agroalimentaire** et à l'**industrie de la mode**. Milieu de vie diversifié : environnement résidentiel varié, nombreux secteurs commerciaux, bâti approprié pour accueillir une **diversité d'entreprises**. Proximité et présence de la **rivière des Prairies**, quantité de **parcs** et d'**espaces verts**. Présence **institutionnelle** importante (santé, éducation, gouvernemental). **Valeur** moyenne des loyers et des **propriétés** inférieure à la moyenne montréalaise.



Table des matières

Mot du Maire	06	4 CHANTIERS	20
Mot du Directeur d'arrondissement	06	4.1 L'ACADIE-CHABANEL.....	21
1 INTRODUCTION	07	4.2 GOUIN-LAURENTIEN	26
1.1 MISE EN CONTEXTE.....	07	4.3 SECTEUR DU PONT VIAU.....	30
1.2 CADRE D'INTERVENTION.....	07	4.4 LES BERGES DE LA RIVIÈRE DES PRAIRIES.....	33
1.3 DÉMARCHE	08	5 OUTILS DE DÉVELOPPEMENT	37
2 CADRE STRATÉGIQUE	09	ANNEXES	39
PLAN D'ACTION	10	A : PORTRAIT DU TERRITOIRE.....	40
3 ORIENTATIONS	11	B : PORTRAIT DES CHANTIERS	50
3.1 DÉVELOPPEMENT DU CADRE BÂTI.....	11	C : LISTE DES ACRONYMES	58
3.2 SERVICES AUX ENTREPRISES.....	15		
3.3 PROMOTION DU TERRITOIRE	18		

Mot du maire d'arrondissement



La raison d'être du développement économique dans l'arrondissement

La Stratégie de développement économique 2011-2015 **Osez Ahuntsic-Cartierville** s'adresse aux entrepreneurs qui font le choix d'investir sur notre territoire.

Je suis convaincu que les efforts que nous investissons en développement économique nous permettront de générer une croissance qui aura un impact

certain en faveur de l'amélioration de la qualité de vie des résidents et des gens d'affaires. Ce mouvement vers la croissance, en attirant plus d'investisseurs, crée une compétitivité qui stimule le dynamisme des forces vives du milieu et génère des gains économiques.

La prospérité recherchée aura un effet significatif sur une offre de services plus généreuse comme, par exemple, le financement de projets d'infrastructures, ou encore de nouvelles installations en sports et loisirs qui favorisent une utilisation optimale des espaces publics par les familles et les personnes âgées.

Pourquoi faire du développement économique? En créant plus de richesse, nous contribuons tous ensemble à laisser un environnement sain et un meilleur milieu de vie et d'affaires aux générations qui suivront!

Pierre Gagnier
Maire de l'arrondissement



Étienne Brunet
Conseiller de la ville,
district du Sault-au-
Récollet



Jocelyn Ann Campbell
Conseillère de la ville,
district de Saint-Sulpice



Harout Chitilian
Conseiller de la ville,
district de Bordeaux-
Cartierville



Émilie Thuillier
Conseillère de la ville,
district d'Ahuntsic

Mot du directeur d'arrondissement



L'arrondissement d'Ahuntsic-Cartierville est fier de vous présenter sa Stratégie de développement économique 2011-2015, **Osez Ahuntsic-Cartierville**. Ce plan d'actions économiques découle du plan de gestion stratégique adopté par vos élus lors du conseil d'arrondissement du 4 juillet 2011.

La Stratégie de développement économique est le résultat d'un travail de collaboration avec les différents partenaires socio-économiques de l'arrondissement qui ont participé à des rencontres de consultation. Ces rencontres ont permis de recueillir leurs commentaires et suggestions afin d'établir les grandes orientations de la Stratégie.

L'arrondissement d'Ahuntsic-Cartierville a eu la chance de compter sur les conseils et le soutien de la Direction du développement économique et urbain de la Ville de Montréal qui a appuyé la démarche de l'arrondissement puisque la Stratégie s'intègre parfaitement à celle de la Ville de Montréal.

La Stratégie permettra de mettre en place les conditions favorables afin d'assurer le succès des gens qui choisissent d'investir dans l'arrondissement dans le respect de son environnement.

Ahuntsic-Cartierville, un milieu de vie et d'affaires de choix, où les gens collaborent à son développement! **Osez Ahuntsic-Cartierville!**

Ronald Cyr
Directeur de l'arrondissement
d'Ahuntsic-Cartierville

1 INTRODUCTION

1.1 Mise en contexte

L'arrondissement d'Ahuntsic-Cartierville s'est doté en juin 2011 d'un Plan de gestion stratégique couvrant l'ensemble de ses domaines d'activités. C'est dans la foulée de ce plan que l'arrondissement présente la Stratégie de développement économique 2011-2015 intitulée : **OSEZ AHUNTSIC-CARTIERVILLE.**

1.2 Cadre d'intervention

La Stratégie est un outil essentiel pour **présenter les occasions d'affaires** existantes et pour favoriser le **développement du territoire**. Dans ce sens, elle s'adresse avant tout aux acteurs socio-économiques qui font le choix d'investir sur le territoire d'Ahuntsic-Cartierville.

De plus, la Stratégie établit un **plan de travail** pour les prochaines années en ce qui concerne des enjeux municipaux propres à l'arrondissement. Le plan d'action se concentre ainsi sur les efforts à réaliser pour favoriser le **développement immobilier**, pour améliorer les **services aux entreprises** et aux entrepreneurs, et pour **promouvoir le territoire**.

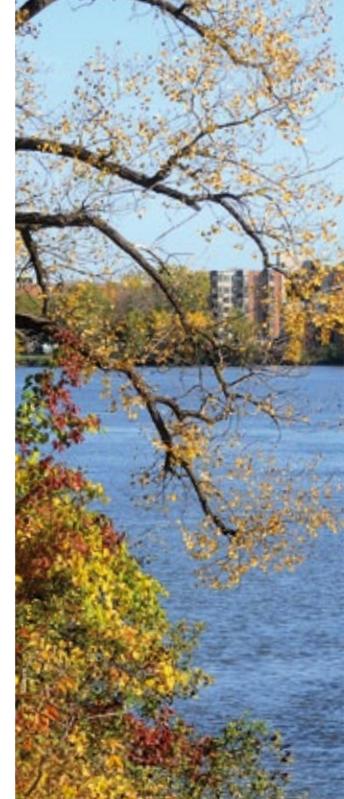
Le niveau d'intervention de l'arrondissement sur ces orientations diffère selon son champ d'expertise, les ressources disponibles et les services offerts par les intervenants locaux, notamment en économie sociale, en employabilité et en matière d'entrepreneuriat. La Stratégie ne prévoit pas de mesures spécifiques pour

ces champs d'intervention, mais entend soutenir les initiatives du milieu dans ces secteurs d'activité.

Par conséquent, l'arrondissement mise sur une collaboration étroite avec la **Corporation de développement économique communautaire (CDEC)** d'Ahuntsic-Cartierville, à qui est confié le mandat de **Centre local de développement (CLD)**. Ce mandat, qui définit l'offre de services destinée à la clientèle d'affaires, est indispensable et contribue à l'atteinte des objectifs de la Stratégie. Dans ce contexte, la préparation du prochain Plan d'action local pour l'économie et l'emploi (PALÉE) viendra préciser les interventions spécifiques prévues au mandat de la CDEC.

« Le Québec compte 120 centres locaux de développement (CLD) voués au développement local et au soutien à l'entrepreneuriat. [...] Ce partenariat [entre les CLD, les MRC et le gouvernement] est déterminant pour soutenir la création, la croissance et le transfert d'entreprises. »

(Extraits de la Stratégie québécoise sur l'entrepreneuriat, MDEIE, 2011)



1 INTRODUCTION

1.3 Démarche

La démarche poursuivie par la Stratégie tient compte des plans et des stratégies des différentes instances gouvernementales. Ainsi, le Plan de développement économique 2011-2015 de la Communauté métropolitaine de Montréal, la Stratégie de développement économique 2011-2017 de la Ville de Montréal, les stratégies québécoises sur l'entrepreneuriat, l'innovation et la mode du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation ont alimenté le contenu de la Stratégie. La présente démarche tient également compte des autres plans nouvellement adoptés par l'arrondissement, notamment le Plan de gestion stratégique et le Plan de développement durable 2011-2015, et des études récemment commandées par ses directions. Les grandes lignes et les orientations de ces plans permettent de mieux camper le cadre de la Stratégie.

La Stratégie mise également sur la collaboration des différents intervenants qui ont participé depuis le début à l'élaboration de la Stratégie. Les intervenants locaux en développement économique et les acteurs socio-économiques des secteurs privé et public ont été consultés individuellement. Ces rencontres ont permis de mieux cerner les préoccupations de ces acteurs et les enjeux de leur domaine d'action, de s'assurer que la Stratégie réponde à leurs besoins et de créer des liens pour des collaborations futures.

La Stratégie propose une série de mesures visant à susciter le développement du territoire et l'amélioration de la qualité des milieux de vie et d'affaires. Le plan d'action de la Stratégie regroupe ces mesures en deux parties : les **orientations** et les **chantiers** de développement.

Les **orientations** traitent d'enjeux généraux pour l'ensemble du territoire d'Ahuentsic-Cartierville. Les actions proposées sont regroupées en trois orientations : le **développement du cadre bâti**, les **services aux entreprises** et la **promotion du territoire**.

Les **chantiers** de développement regroupent des interventions à réaliser dans des secteurs jugés prioritaires en raison de leur potentiel. Des interventions sont proposées pour chacun afin de permettre l'essor de ces zones, d'assurer la pérennité des efforts déjà accomplis et d'accompagner les intervenants locaux en place. Ces quatre chantiers sont : **L'Acadie-Chabanel, Gouin-Laurentien**, le **secteur du pont Viau** et **les berges de la rivière des Prairies**.



2 CADRE STRATÉGIQUE

DEUX OBJECTIFS

- **Consolider et développer les actifs présents dans l'arrondissement**
- **Encourager de nouveaux investissements sur le territoire**

UNE VISION

Ahuntsic-Cartierville, un milieu de vie et d'affaires de choix, où les gens collaborent à son développement.

UNE MISSION

Mettre en place les conditions favorables afin d'assurer le succès des gens qui choisissent d'investir dans l'arrondissement, dans le respect de son environnement.

UN PLAN D'ACTION

Trois orientations

1. Développement du cadre bâti
2. Services aux entreprises
3. Promotion du territoire

Quatre chantiers

1. L'Acadie-Chabanel
2. Gouin-Laurentien
3. Le secteur du pont Viau
4. Les berges de la rivière des Prairies

CINQ VALEURS

Leadership : adopter une attitude proactive dans le développement de projets et du territoire

Collaboration : favoriser le réseautage entre les différents acteurs socio-économiques

Communication : mieux faire connaître l'offre de services et les attraits du territoire

Innovation : encourager les projets nouveaux et l'esprit de créativité

Développement

durable : miser sur un développement qui « répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs » (Commission Bruntland, 1987)





PLAN D'ACTION >



3 ORIENTATIONS

3.1 Développement du cadre bâti

Contexte

Ahuntsic-Cartierville jouit d'une localisation stratégique sur l'île de Montréal. Sa situation géographique, le réseau artériel et autoroutier qui couvre son territoire et la desserte en transport collectif sont quelques-uns de ses atouts. Avec 24 km² de superficie, le territoire regorge de propriétés présentant un bon potentiel de développement. Que ce soit par la mise en valeur de terrains vacants ou sous-utilisés, ou par le redéveloppement des espaces d'affaires disponibles, les possibilités sont nombreuses pour optimiser le cadre bâti du territoire et faire de certains secteurs dévitalisés des milieux de vie innovants et animés.

Ahuntsic-Cartierville se distingue également par la variété de son cadre bâti. L'arrondissement doit miser sur cet atout pour se doter de milieux de vie riches et captivants pour ses citoyens.

Mots-clés

Quartiers innovants, *Transit-oriented development*, Entrées d'arrondissement, Vitrynes autoroutières, Terrains vacants, Immobilier, Milieux de vie.

Priorités

- Se doter d'outils pour mieux promouvoir le potentiel de développement. Ces outils de communication favoriseront la prise de décision et l'acceptabilité des projets.
- Optimiser le potentiel de développement.
- Améliorer la qualité des milieux de vie et d'affaires.
- Adopter une approche proactive auprès des acteurs socio-économiques dans le développement de projets.

- Collaborer plus étroitement avec les intervenants locaux et les acteurs socio-économiques à la consolidation et au développement des secteurs commerciaux et d'affaires.
- Faciliter la réalisation des projets des acteurs socio-économiques.



Jean Gauthier
(Président, Association
des gens d'affaires
de Fleury Ouest)

« La rue Fleury Ouest comporte tous les ingrédients d'une destination commerciale d'ambiance au cœur d'un quartier résidentiel exceptionnel [d'Ahuntsic-Cartierville]. Ses qualités ne demandaient qu'à être mises en évidence; c'est ce que les intervenants en développement économique locaux nous ont aidé à réaliser. »

3 ORIENTATIONS

DÉVELOPPEMENT DU CADRE BÂTI

Volet immobilier

Optimiser l'utilisation des propriétés, améliorer la qualité des milieux de vie

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
I.01 Produire des outils de promotion des secteurs à requalifier et des propriétés présentant un potentiel de développement	Outils de présentation des possibilités de développement du territoire	+	+	+			CA, DEU, DSI, firmes externes
I.02 Rencontrer systématiquement les acteurs socio-économiques pour présenter les occasions d'affaires sur le territoire	Nombre de rencontres (10)	+	+	+	+	+	Acteurs socio-économiques, CA, CDEC
I.03 Accompagner les investisseurs privés dans leurs projets de développement	Nombre de permis émis (5); Valeur des investissements résidentiels et commerciaux (hausse de 5 % par rapport à 2010)	+	+	+	+	+	Acteurs socio-économiques, BDM, CDEC, DEU
I.04 Accompagner les institutions publiques dans leurs projets de développement	Nombre de permis émis (2); Valeur des investissements institutionnels (hausse de 5 % par rapport à 2010)	+	+	+	+	+	BDM, DCSLDS, DEU, HSCM
I.05 Organiser des visites du territoire à l'intention des principaux acteurs socio-économiques en immobilier	Visite guidée du territoire (1)		+	+	+	+	CA, DEU, SHDM
I.06 Participer à des activités de promotion immobilière et de développement économique	Représentation à diverses activités (4)	+	+	+	+	+	DEU

* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

DÉVELOPPEMENT DU CADRE BÂTI

Volet secteurs commerciaux

Diversifier l'offre de services des secteurs commerciaux, soutenir les regroupements commerciaux en place et assurer leur pérennité

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
C.01 Collaborer avec les regroupements de gens d'affaires dans leurs efforts de développement, d'animation et d'embellissement des secteurs commerciaux	Nouvelle association (1 en 2013)	+	+	+	+	+	CDEC, commerçants, FLO, GO, RDPQC, SDC
C.02 Accompagner les regroupements de gens d'affaires dans leurs démarches de diversification de l'offre commerciale	Étude de positionnement commercial (1)						CDEC, commerçants, FLO, GO, SDC
	Nombre de nouveaux établissements commerciaux (5)	+	+	+	+	+	
C.03 Évaluer l'intérêt de certains secteurs commerciaux pour bénéficier du programme PR@M – Commerce	Nombre de demandes d'adhésion au PR@M-Commerce (2 en 2014)			+	+	+	Commerçants, FLO, GO
C.04 Évaluer l'intérêt de mettre en place une clinique de design à l'intention des propriétaires d'immeubles commerciaux	Nombre de participants (5)				+	+	BDM
C.05 Évaluer la faisabilité d'un programme d'embellissement des vitrines vacantes	Nombre de commerces (5)				+		BDM

* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

3 ORIENTATIONS

DÉVELOPPEMENT DU CADRE BÂTI

Volet secteurs d'affaires

Concevoir des lieux d'emplois diversifiés et optimiser l'utilisation des espaces dédiés à l'activité économique

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
A.01 Rencontrer systématiquement les propriétaires et les gestionnaires d'immeubles des secteurs d'affaires afin de mieux connaître leurs intentions quant à leurs propriétés	Nombre de rencontres (10)		+	+	+	+	CDEC, RDPQC
A.02 Inciter les propriétaires à entretenir ou rénover les immeubles à vocation manufacturière pour y accueillir des activités de la nouvelle économie, en faisant la promotion du PR@M – Industrie	Nombre d'interventions pour transformation des immeubles commerciaux et industriels (5) Valeur des investissements commerciaux pour transformation (hausse de 5 % par rapport à 2010)		+	+	+	+	DEU
A.03 Établir un programme de reconnaissance pour les propriétaires et les gestionnaires d'immeubles ayant réalisé un projet significatif d'entretien, de verdissage et d'amélioration de la qualité de l'occupation de leurs bâtiments	Reconnaissance, distinction pour les propriétaires innovateurs (1)			+	+	+	CA
A.04 Collaborer au développement de l'identité des secteurs d'affaires	Concept identitaire (1)			+	+	+	CA, DEU

* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

3.2 Services aux entreprises

Contexte

L'arrondissement reconnaît l'importance de mettre en œuvre des actions touchant les entreprises, afin de susciter du dynamisme et de la vitalité sur son territoire. En tablant sur une offre adéquate de services, la Stratégie vise à consolider la présence des entreprises existantes, à faciliter l'intégration de nouvelles entreprises, à encourager le développement des affaires, à attirer la main-d'œuvre et à favoriser la création d'un environnement propice au réseautage avec les divers acteurs des autres secteurs d'activités.

Pour faciliter l'intégration et la croissance des entreprises et participer à l'épanouissement de sa population active, l'arrondissement mise principalement sur la collaboration de ses partenaires en développement économique dans les domaines de l'entrepreneuriat, du démarrage et du financement d'entreprises, de service-conseil et d'accompagnement.

Mots-clés

Entrepreneuriat, Talent, Mode, Créatifs, Réseautage, Agroalimentaire, Transit, Économie sociale, Institutions d'enseignement et de santé.



Priorités

- Collaborer à la croissance et au développement des entreprises existantes.
- Offrir un meilleur encadrement et bonifier le soutien aux efforts des intervenants existants.
- Collaborer à l'amélioration des services offerts aux entreprises et aux travailleurs.
- Mieux servir les gens d'affaires en tenant compte du nouveau contexte économique.



René Tremblay
(Directeur général, La
Corbeille Bordeaux-Cartierville)

« **La Corbeille Bordeaux-Cartierville est un organisme communautaire qui répond à un besoin criant dans le secteur de Bordeaux-Cartierville. En plus d'offrir un programme de réinsertion socioprofessionnelle aux personnes en situation d'exclusion, notre organisme vient en aide à plusieurs familles du quartier. Le support des équipes de l'arrondissement d'Ahuntsic-Cartierville et de la CDEC a été significatif dans le succès de nos projets d'affaires.** »

3 ORIENTATIONS

SERVICES AUX ENTREPRISES

Collaborer à la croissance et au développement des entreprises du territoire et à l'amélioration des services offerts aux entreprises

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
E.01 Accompagner les entreprises dans leurs choix d'implantation et de localisation, et dans leurs projets d'expansion	Hausse du nombre de certificats d'occupation (5 % par rapport à 2010)		+	+	+	+	CDEC, FLO, GO, MI, RDPQC, SDC
E.02 Faire la promotion du programme PR@M – Industrie	Nombre de demandes de PR@M (2)	+	+	+	+	+	AGAAC, CDEC, RDPQC
E.03 Obtenir les services du Centre de gestion des déplacements (CGD DESTL) comme expert-conseil en transport	Projet-pilote CGD DESTL - bureau d'arrondissement; Permanence des services au bureau d'arrondissement.	+	+	+	+	+	CA, CGD-DESTL
E.04 Adapter les services de transport collectif et actif aux besoins des entreprises dans les secteurs d'affaires et autres secteurs	Augmentation de la fréquence de passage des autobus en semaine (20 % par rapport à 2010); Augmentation de l'achalandage des transports collectifs dans les quartiers d'affaires (5 % par rapport à 2010);	+	+	+	+	+	AMT, CA, CGD-DESTL, STM, SVLS, VQ
E.05 Participer au comité d'investissement des fonds locaux	Nombre de rencontres (8)	+	+	+	+	+	CDEC
E.06 Participer au mandat CLD confié à la CDEC	Rapport d'évaluation (1)		+	+	+	+	CDEC

* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

SERVICES AUX ENTREPRISES

Collaborer à la croissance et au développement des entreprises du territoire et à l'amélioration des services offerts aux entreprises

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
E.07 Concevoir une trousse d'accueil qui sera remise aux entreprises obtenant un certificat d'occupation	Trousse d'accueil destinée aux entreprises		+	+	+	+	CA, CDEC, FLO, GO, MI, RDPQC, SDC
E.08 Collaborer avec la CDEC à la préparation du Plan d'action local pour l'économie et l'emploi (PALÉE)	PALÉE 2012-2015		+	+			CA, CDEC
E.09 Collaborer aux initiatives porteuses en entrepreneuriat	Nombre d'initiatives (1)		+	+	+	+	CA, CDEC, CJE-ABC, établissements d'enseignement
E.10 Faire la promotion des services du CGD DESTL auprès des entreprises de l'arrondissement et évaluer l'intérêt des entreprises pour se doter de ces services	Nombre d'entreprises clientes du CGD DESTL (2)		+	+	+	+	CDEC, CGD-DESTL
E.11 Établir un programme de reconnaissance pour les jeunes entrepreneurs et les entreprises ayant réalisé un projet significatif	Reconnaissance, distinction pour les jeunes entrepreneurs de l'arrondissement (1)			+	+	+	CA, CDEC, CJE-ABC
E.12 Collaborer à la mise en place de formations visant l'amélioration des pratiques d'affaires et de la productivité des entreprises du secteur de la mode	Ateliers « mode » (3)			+	+	+	BMM, CDEC, DEU, RDPQC, VP

* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

3 ORIENTATIONS

3.3 Promotion du territoire

Contexte

Les entreprises et les résidents choisissent de plus en plus de s'installer dans un milieu de vie et d'affaires de qualité et dynamique. La programmation d'activités et d'événements récréoculturels répartis sur douze mois, la qualité des parcs, les équipements sportifs et culturels, la présence d'établissements d'enseignement

et de santé, et la diversité des quartiers sont quelques-uns des avantages d'Ahuntsic-Cartierville qui doivent être diffusés pour attirer et retenir les investisseurs. Afin de mieux communiquer à la population l'offre de services unique de l'arrondissement d'Ahuntsic-Cartierville, la Stratégie propose une série de mesures visant à promouvoir le territoire, à soutenir les organismes qui travaillent à l'animation de l'arrondissement et à mieux renseigner le public sur les principales activités.



Maurice Piché
(Directeur général,
Collège de Bois-de-Boulogne)

De par son emplacement sur le territoire d'Ahuntsic-Cartierville, le Collège de Bois-de-Boulogne jouit de la proximité d'axes de transport et du réseau de transport collectif régionaux, ce qui lui permet de rayonner en-dehors des limites de l'arrondissement. La mixité du secteur dans lequel il se trouve recèle un potentiel unique qui permettrait de faire du Collège de Bois-de-Boulogne un pôle de vie ouvert à sa communauté. >>

<< De par son emplacement sur le territoire d'Ahuntsic-Cartierville, le Collège de Bois-de-Boulogne jouit de la proximité d'axes de transport et du réseau de transport collectif régionaux, ce qui lui permet de rayonner en-dehors des

Mots-clés

Communication, Promotion, Image, Notoriété, Événements, Accessibilité, Milieux de vie.

Priorités

- Se doter d'outils de communication modernes pour présenter les attraits du territoire à la population et aux investisseurs.
- Mieux faire connaître les événements du quartier en accompagnant les intervenants locaux ayant pour mission de promouvoir leur secteur et leurs activités.
- Promouvoir la nouvelle image de marque d'Ahuntsic-Cartierville et celle de ses secteurs d'emploi.

PROMOTION DU TERRITOIRE

Mieux communiquer les attraits de l'arrondissement, promouvoir la nouvelle image de marque d'Ahuntsic-Cartierville

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
P.01 Se doter d'outils modernes de communication pour présenter les attraits du territoire à la population et aux investisseurs	Nombre de visiteurs/visionnements (5 000)	+	+	+			ARAC, CA, CCC, CDEC, CiHi, CLIC-BC, DEU, DSI, FIM, FLO, GO, RDPQC, SA, SDC
P.02 Collaborer aux initiatives de promotion et d'animation des organismes à caractère économique présents sur le territoire	Demandes de contribution (3)	+	+	+	+	+	ARAC, CA, CCC, CDEC, CiHi, FIM, FLO, GO, Hebdos, RDPQC, SDC
P.03 Collaborer avec les autres directions à la promotion de la qualité de vie dans l'arrondissement	Poids médiatique (à évaluer)		+	+	+	+	CA
P.04 Participer à diverses activités promotionnelles pour faire connaître le territoire	Activités promotionnelles (4)		+	+	+	+	CA, CDEC, CiHi, DEU, DH, SHDM

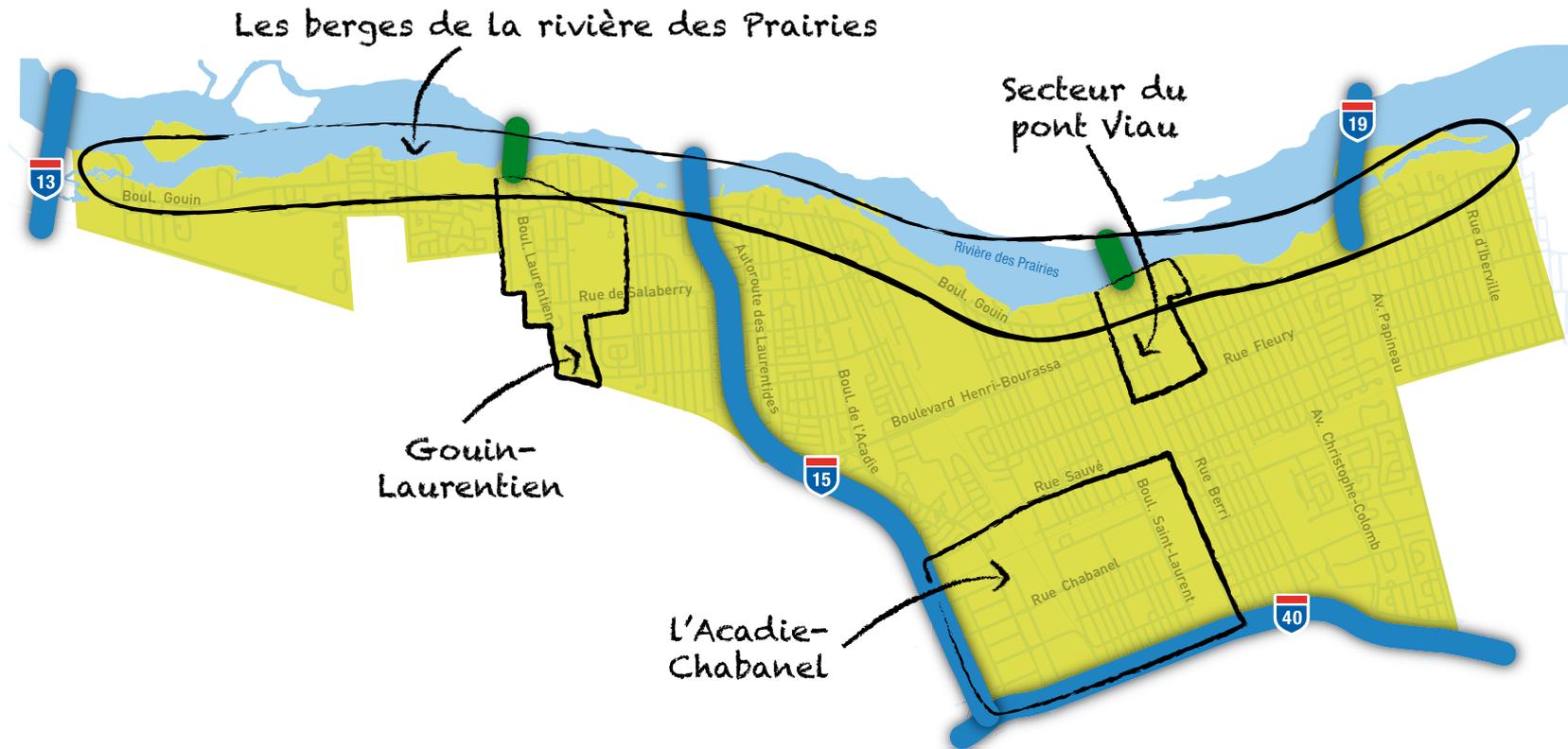
* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

4 CHANTIERS

4 chantiers de développement

- L'Acadie-Chabanel
- Gouin-Laurentien
- Secteur du pont Viau
- Les berges de la rivière des Prairies



4.1 L'Acadie-Chabanel

Un milieu de vie et d'affaires qui rayonne au-delà des frontières montréalaises.

Contexte

Autrefois reconnu comme un haut lieu de la mode, le secteur de l'Acadie-Chabanel connaît actuellement un renouveau. Cet essor s'est amorcé en 2004 avec, notamment, le prolongement de la rue Chabanel vers l'ouest par la construction du viaduc entre le Marché Central et le Quartier Chabanel, de même que l'aménagement de la gare de train Chabanel et le réaménagement plus convivial de la rue Chabanel Ouest.

Bordé par deux autoroutes, situées à l'ouest et au sud, en plus d'être facilement accessible à partir de l'aéroport international Montréal-Trudeau, l'Acadie-Chabanel possède tous les atouts pour devenir un quartier d'affaires d'importance à Montréal, puisqu'il jouit d'une localisation et d'un cadre bâti stratégiques pour les entreprises nécessitant de grands espaces et dont la provenance de la clientèle dépasse les limites de la région montréalaise.

Mots-clés

Créativité, Accessibilité, Espace, Entrée d'arrondissement, Secteur d'affaires, Vitrine autoroutière, Marché Central, Diversification, Mode, Milieux de vie.

Priorités

- Requalifier l'Acadie-Chabanel.
- Capitaliser sur le développement du train de l'Est et la gare de train Chabanel pour densifier le territoire selon les principes TOD.
- Faire du Quartier Chabanel le milieu de vie et d'affaires par excellence du nord de Montréal.



Natalie Voland
(Présidente, Gestion
Immobilière Quo Vadis)

« Entre les banlieues de la couronne nord et le centre-ville, au cœur d'un réseau d'autoroutes et bientôt accessible par train, l'Acadie-Chabanel répond idéalement au concept du *Work, live, play* en permettant à ses

usagers de travailler à proximité de leurs résidences [...]. De plus, Quo Vadis a reçu dans Ahuntsic-Cartierville un accueil extraordinaire, que ce soit auprès des équipes inspirantes et inspirées qui sont responsables du renouveau de l'Acadie-Chabanel. »

4 CHANTIERS



Mélissa Nepton
(Présidente, Mélissa Nepton)

« Pour une entreprise de création de mode comme la nôtre, le choix du Quartier Chabanel dans Ahuntsic-Cartierville s'est imposé de lui-même. En plus du nouvel essor que connaît le quartier avec ses nouveaux commerces et ses places d'affaires, les locaux, spacieux et abordables, conviennent parfaitement à nos besoins d'entreprise. La proximité de nos fournisseurs et de nos clients facilite également nos relations d'affaires. »

Axes d'intervention

4.1.1

Boulevard de l'Acadie

- Mettre en valeur cette entrée d'arrondissement stratégique.
- Consolider l'activité commerciale le long de l'artère.

4.1.2

Secteur de l'Acadie

- Consolider l'activité agroalimentaire, industrielle et commerciale.
- Requalifier la vitrine autoroutière.
- Densifier le cadre bâti destiné aux usages commerciaux.

4.1.3

Quartier Chabanel

- Consolider et développer le parc d'emplois.
- Diversifier et intensifier l'activité d'affaires du quartier.
- Soutenir les acteurs locaux dans leurs mandats de développement et de promotion du quartier.
- Mettre en valeur le boulevard Saint-Laurent et consolider son activité commerciale.

4.1.4

Marché Central

Favoriser la densification et la mixité des usages.

L'ACADIE-CHABANEL

UN MILIEU DE VIE ET D'AFFAIRES QUI RAYONNE AU-DELÀ DES FRONTIÈRES MONTRÉALAISES

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
AC.01 Rencontrer les propriétaires d'immeubles pour mieux connaître les perspectives d'occupation de leurs propriétés et discuter des enjeux de développement de l'Acadie-Chabanel	Groupe focus (2) Rencontres individuelles (5)		+	+	+	+	CA, RDPQC
Boulevard de l'Acadie							
AC.02 Former un regroupement commercial du boulevard de l'Acadie	Regroupement commercial du boulevard de l'Acadie (50 membres)			+	+	+	CA, CDEC
AC.03 Redéfinir l'image du boulevard de l'Acadie	Exercice de design urbain pour l'embellissement du boulevard de l'Acadie (20 participants)				+	+	CA, BDM, MC, commerçants du boulevard de l'Acadie
Secteur de l'Acadie							
AC.04 Collaborer à la formation d'un regroupement des gens d'affaires du secteur de l'Acadie	Regroupement des gens d'affaires du secteur de l'Acadie (35 membres)			+	+	+	CDEC
AC.05 Requalifier la vitrine autoroutière du secteur de l'Acadie	Nombre de rencontres (3) Nombre de demande de permis (1)				+	+	CA, DEU

* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

4 CHANTIERS

L'ACADIE-CHABANEL

UN MILIEU DE VIE ET D'AFFAIRES QUI RAYONNE AU-DELÀ DES FRONTIÈRES MONTRÉALAISES

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
Marché Central							
AC.06 Encourager la densification et la diversification des usages du Marché Central, notamment le site de la place des Producteurs	Nombre de rencontres (2)						AJMQ, DEU, MC
	Permis autorisés (1)		+	+	+	+	
	Valeur des investissements (à évaluer)			+	+	+	
Quartier Chabanel							
AC.07 Accompagner le RDPQC dans ses projets	Salon de la Mode (1)						CDEC, DEC, DEU, MAMROT, MDEIE, RDPQC
	Plan d'affaires	+	+	+	+	+	
AC.08 Promouvoir le Quartier Chabanel comme centre d'affaires auprès des entreprises offrant des services professionnels	Nombre de rencontres (10)						CDEC, DEU, MAMROT, RDPQC
	Certificats d'occupation émis à des entreprises de services professionnels (3)	+	+	+	+	+	
AC.09 Renouveler l'identité du Quartier Chabanel	Concept identitaire du Quartier Chabanel	+	+	+	+	+	CDEC, DEU, MAMROT, RDPQC
AC.10 Bonifier la desserte en transport collectif	Augmentation de la fréquence du passage d'autobus hors-pointe dans le Quartier Chabanel (aux 15 minutes)		+	+	+		AMT, CGD-DESTL, STM, SVLS

* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

L'ACADIE-CHABANEL

UN MILIEU DE VIE ET D'AFFAIRES QUI RAYONNE AU-DELÀ DES FRONTIÈRES MONTRÉALAISES

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
AC.11 Collaborer à l'aménagement de la place de l'Esplanade	Place publique de l'Esplanade		+	+	+		BDM, DEU
AC.12 Poursuivre les démarches pour insérer le Quartier Chabanel dans le parcours de Mode Montréal	Oriflammes (20) « Mode Montréal » dans le Quartier Chabanel		+	+	+	+	BMM, CDEC, DEU, RDPQC
AC.13 Collaborer à la réalisation de la passerelle pour le train de l'Est	Création d'un lien fonctionnel entre la gare Ahuntsic et le Quartier Chabanel	+	+	+			AMT, CGD-DESTL, DEU
AC.14 Redéfinir l'image du boulevard Saint-Laurent	Évaluation du potentiel du boulevard Saint-Laurent Concept d'aménagement			+	+	+	DEU
AC.15 Offrir des services aux entreprises de mode et de design	Entente de service avec Vestechpro (2 activités)			+	+	+	CDEC, DEU, RDPQC, VP
AC.16 Analyser la possibilité d'intégrer des unités résidentielles dans le Quartier Chabanel	Étude économique sur la faisabilité et les répercussions de l'intégration d'unités résidentielles				+	+	DEU, SHDM

* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

4 CHANTIERS

4.2 Gouin-Laurentien

Un quartier conçu par ses résidents et tissé avec son environnement



ment sentir sur l'intensité de l'activité commerciale présente sur le boulevard Gouin Ouest.

Contexte

Importante entrée de la ville de Montréal située à l'ouest du territoire d'Ahuntsic-Cartierville pour la couronne nord de l'île, le secteur Gouin-Laurentien est reconnu comme une zone de transit entre Laval et les arrondissements de Pierrefonds-Roxboro et de Saint-Laurent. Ce secteur est également un lieu d'accueil pour les nouveaux arrivants. Le visage socio-démographique du quartier a passablement changé ces dernières années. Sa dévitalisation se fait notam-

Le territoire visé par ce chantier inclut le secteur de revitalisation urbaine intégrée, un projet piloté par le Conseil local des intervenants communautaires de Bordeaux-Cartierville qui vise à améliorer les conditions de vie de la population et le cadre physique dans lequel elle évolue (Revitalisation urbaine intégrée, CLIC-BC, 2007).

Mots-clés

Entrée de ville de Montréal, Diversité ethnique, Noyau villageois, Institutions, Transport collectif, Proximité de la rivière, Secteur d'emploi de Saint-Laurent, Centre Y Cartierville, Hôpital du Sacré-Cœur de Montréal.

Priorités

- Revitaliser les secteurs commerciaux en tirant profit de la présence d'importants générateurs de déplacements.
- Revitaliser l'axe du boulevard Laurentien.
- Miser sur une offre culturelle, sociale et communautaire comme levier de développement.
- Diversifier l'offre d'unités d'habitation pour la population locale dans l'ensemble du secteur.

Axes d'intervention

4.2.1

Artère commerciale Gouin Ouest

- Regrouper les commerçants et les propriétaires en une association commerciale.
- Revoir la vocation commerciale du boulevard Gouin Ouest afin de mieux capter la clientèle de transit et celle de l'hôpital du Sacré-Cœur de Montréal.

- Revitaliser les espaces commerciaux existants.
- Intégrer les projets d'agrandissement de l'hôpital du Sacré-Cœur de Montréal au projet de revitalisation du boulevard Gouin Ouest.
- Développer le potentiel du boulevard Gouin Ouest.



« Les YMCA sont des pôles de développement économique et communautaire. Le YMCA s'est donc naturellement imposé comme la solution à un besoin de longue date de la communauté de Cartierville. La

mixité sociodémographique et le potentiel de développement du secteur se sont avérés des facteurs importants dans cette implantation. »

Serge St-André

(Directeur des opérations
Les YMCA du Québec)

Stéphane Vaillancourt

(Président-directeur général
Les YMCA du Québec)

Nehal Nassif (Directrice générale
Centre Y Cartierville)

4.2.2

Boulevard Laurentien

- Développer les terrains sous-utilisés.
- Renforcer le lien avec la gare de train Bois-Franc.
- Diversifier l'offre d'habitation.

4.2.3

Pôle culturel et communautaire

- Augmenter l'offre d'activités culturelles et commerciales en collaboration avec le centre Y Cartierville.
- Encourager la promotion immobilière dans le secteur du centre Y Cartierville et de la gare de train Bois-Franc.

4 CHANTIERS

GOUIN-LAURENTIEN

UN QUARTIER CONÇU PAR SES RÉSIDANTS ET TISSÉ AVEC SON ENVIRONNEMENT

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
GL.01 Collaborer à l'analyse du contexte urbain du secteur Gouin-Laurentien	Document de planification du secteur Gouin-Laurentien		+	+	+		CA, DEU
Boulevard Gouin Ouest							
GL.02 Regrouper les gens d'affaires et les propriétaires dans une association commerciale	Regroupement commercial des gens d'affaires du boulevard Gouin Ouest	+	+	+	+	+	CDEC, CLIC-BC, GO
GL.03 Évaluer les répercussions de l'agrandissement de l'hôpital du Sacré-Cœur de Montréal sur l'activité du secteur	Augmentation des ventes des commerces du boulevard Gouin Ouest (5 % par rapport à 2010)			+	+		CLIC-BC, GO, HSCM
Boulevard Laurentien							
GL.04 Faire de la prospection pour le réaménagement de terrains sous-utilisés	Nombre de permis émis (2)	+	+	+	+	+	Acteurs socio-économiques, CLIC-BC.

* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

GOUIN-LAURENTIEN

UN QUARTIER CONÇU PAR SES RÉSIDANTS ET TISSÉ AVEC SON ENVIRONNEMENT

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
Pôle culturel et communautaire							
GL.05 Collaborer à la création d'un centre multifonctionnel axé sur la culture et les activités communautaires	Nombre de permis émis (1 en 2014)		+	+	+	+	Acteurs socio-économiques, CA, CLIC-BC
GL.06 Encourager le développement mixte autour de la gare de train Bois-Franc	Nombre de permis émis (2)		+	+	+	+	Acteurs socio-économiques
GL.07 Encourager le développement mixte et culturel autour du centre Y Cartierville	Nombre de permis émis (1)				+	+	CA, CDEC, CLIC-BC

* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

4 CHANTIERS

4.3 Secteur du pont Viau

Un quartier au cœur des réseaux vert et bleu

Contexte

Importante porte d'entrée de la couronne nord de la ville de Montréal, le secteur du pont Viau est bordé par la rue Fleury au sud et la rivière des Prairies au nord. Ce secteur est une zone de transit située au carrefour de trois voies de circulation importantes de Montréal : le boulevard Henri-Bourassa, la rue Berri et la rue Lajeunesse. La station de métro Henri-Bourassa et le parc Ahuntsic, éléments majeurs de l'animation culturelle du territoire, s'y trouvent également. De plus, le secteur du pont Viau est au centre d'un important quartier résidentiel d'Ahuntsic-Cartierville.

Mots-clés

Entrée de ville, Pôle de transport collectif, Parcs, Rivière des Prairies, Promenade Fleury, Animation culturelle.

Priorités

- Marquer l'entrée de ville.
- Profiter des nouveaux projets résidentiels et faire la promotion des espaces publics, de la présence de la rivière et du réseau de transport collectif pour revitaliser le secteur.
- Créer un milieu de vie attrayant et animé en misant sur l'offre culturelle et une densification des propriétés le long des rues principales.
- Densifier les propriétés sous-utilisées.
- Arrimer le secteur aux berges de la rivière des Prairies.



Axes d'intervention

4.3.1

Rue Lajeunesse

- Encourager la mixité et la densification des propriétés à proximité des équipements collectifs majeurs.
- Réunir les propriétaires d'immeubles autour d'un projet de densification.
- Faire de la prospection auprès des acteurs socio-économiques pour transformer le secteur.

4.3.2

Boulevard Henri-Bourassa

- Analyser le contexte urbain aux abords de la station de métro Henri-Bourassa.
- Mettre sur pied un comité de résidants et de gens d'affaires du secteur pour se pencher sur l'image et la vocation du boulevard Henri-Bourassa.
- Collaborer à la permanence d'un marché public de fruits et légumes à proximité de la station de métro Henri-Bourassa.



Luc Maurice
(Président, Groupe Maurice)

« J'ai passé toute mon enfance dans l'arrondissement [d'Ahuntsic-Cartierville]. [...] Je ne crois pas qu'il y ait mieux comme qualité de vie à Montréal. Quiétude, proximité à tout, une rue de grand prestige qu'est le boulevard Gouin, c'est un quartier humain, et un lieu stratégique pour l'implantation de notre projet Les Jardins Millen. »

4 CHANTIERS

SECTEUR DU PONT VIAU

UN QUARTIER AU CŒUR DES RÉSEAUX VERT ET BLEU

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
PV.01 Collaborer à l'analyse du contexte urbain aux abords de la station de métro et du boulevard Henri-Bourassa et le long de la rue Lajeunesse	Document de planification du secteur du pont Viau		+	+			CA, DEU
Rue Lajeunesse							
PV.02 Collaborer au réaménagement de l'ancien terminus de la Société de transport de Laval (STL) et CIT	Nombre de rencontres (2)			+	+	+	AMT, DEU, STL, STM, CIT
PV.03 Promouvoir la requalification des propriétés sur la rue Lajeunesse au sud du boulevard Henri-Bourassa	Nombre de permis émis (2)			+	+	+	DEU
Boulevard Henri-Bourassa							
PV.04 Collaborer à l'implantation d'un marché de quartier permanent en bordure de la station de métro Henri-Bourassa.	Implantation du marché Henri-Bourassa	+	+	+	+	+	AMT, CA, CDEC, STM
PV.05 Collaborer à la mise sur pied d'un regroupement des gens d'affaires du boulevard Henri-Bourassa	Regroupement des gens d'affaires				+	+	CDEC
PV.06 Étudier le positionnement et la vocation du boulevard Henri-Bourassa.	Étude du positionnement commercial du boulevard Henri-Bourassa				+	+	

* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

4.4 Les berges de la rivière des Prairies

L'escapade nature au cœur de Montréal

Contexte

Avec quinze kilomètres de berge, 12 parcs dont 3 parcs-nature, des secteurs patrimoniaux et quelques institutions centenaires à proximité de la rivière, l'arrondissement d'Ahuntsic-Cartierville dispose d'un environnement unique à Montréal. De tels équipements confèrent une valeur ajoutée au territoire. Il importe de miser sur ces atouts pour le développement de l'arrondissement, afin d'en faire bénéficier la population locale et régionale.

Le secteur des berges de la rivière des Prairies se situe également au centre d'un réseau vert qui s'étend à la grandeur de l'île de Montréal et qui est appelé à devenir une destination par excellence pour les amateurs de plein air qui ne souhaitent pas trop s'éloigner de la métropole.

Mots-clés

Rivière, Parc, Patrimoine, Accessibilité, Animation, Noyaux villageois, Transport actif.

Priorités

- Profiter de la présence de la rivière des Prairies et des espaces publics à proximité comme levier pour le développement d'une offre récréoculturelle, afin d'en faire bénéficier la population locale et régionale.
- Augmenter l'achalandage touristique dans les installations existantes.
- Animer les espaces publics et améliorer l'accès à l'eau.



4 CHANTIERS

Axes d'intervention

4.4.1

Créer une destination récréoculturelle

- Faire des berges de la rivière des Prairies la destination récréoculturelle par excellence du nord de l'île de Montréal.
- Aménager et animer les espaces publics et les équipements collectifs.
- Concevoir une offre commerciale reliée à l'activité récréative et culturelle.
- Créer une image positive des berges de la rivière des Prairies comme destination récréoculturelle.

4.4.2

Promouvoir les attraits touristiques des berges de la rivière des Prairies

- Améliorer la signalisation des lieux situés sur les berges de la rivière des Prairies.
- Faire la promotion des berges de la rivière des Prairies et des activités offertes auprès des organismes touristiques.



LES BERGES DE LA RIVIÈRE DES PRAIRIES

L'ESCAPADE NATURE AU CŒUR DE MONTRÉAL

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
Créer une destination récréoculturelle							
RP.01 Poursuivre l'animation d'un comité de travail pour établir les interventions prioritaires	Plan préliminaire de développement, étude de faisabilité	+	+	+	+	+	CA, DEU, UMG
RP.02 Collaborer au développement d'une programmation récréoculturelle	Calendrier d'activités annuel	+	+	+	+	+	375, ARAC, CA, CCC, CDEC, CiHi, RB
RP.03 Collaborer à la recherche de partenaires pour la mise en œuvre de projets de développement des berges de la rivière des Prairies	Demandes de permis (2) et certificats d'occupation (2)		+	+	+	+	DEU
RP.04 Collaborer avec le Comité citoyen pour la mise en valeur du Bois-de-Saraguay	Nombre de projets (1)		+	+	+	+	CA, DEU, CCBS
RP.05 Promouvoir les berges de la rivière des Prairies comme destination récréoculturelle (offre, image et notoriété, projets, partenariats)	Image des berges de la rivière des Prairies		+	+	+		375, ARAC, CA, CDEC, CiHi, CLIC-BC, CMM, DEU, RB, SA, TM, VQ

* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

4 CHANTIERS

LES BERGES DE LA RIVIÈRE DES PRAIRIES

L'ESCAPADE NATURE AU CŒUR DE MONTRÉAL

Actions	Objectifs annuels (Cibles)	Échéancier (année)*					Collaborateurs**
		2011	2012	2013	2014	2015	
RP.06 Collaborer au développement du réseau cyclo-touristique le long du boulevard Gouin et des axes transversaux	Réaménagement de la piste cyclable (5 kilomètres linéaires)			+	+	+	CA, DEU, VQ
RP.07 Faire de la prospection auprès de promoteurs commerciaux	Demandes de permis (2) et certificats d'occupation (2)				+	+	DEU
Promouvoir les attraits touristiques des berges de la rivière des Prairies							
RP.08 Réseauter avec les agences touristiques pour inclure les berges de la rivière des Prairies dans les parcours montréalais	Collaboration avec les agences de promotion touristique (4 réunions, 4 publications)			+	+	+	ARAC, CA, CiHi, DEU, RB, TM, VQ
RP.09 Mettre en place des outils de communication pour promouvoir le lieu et les activités	Campagne de promotion			+	+	+	CA
RP.10 Soutenir la mission de promotion du territoire	Soutien technique et financier de la campagne de promotion (1 campagne locale en 2013)				+	+	CA

* Niveau d'intensité des efforts : + faible + moyen + fort

** Liste des acronymes en annexe C, page 58

5 OUTILS DE DÉVELOPPEMENT

Plusieurs outils et programmes sont à la disposition des investisseurs qui souhaitent investir dans Ahuntsic-Cartierville. C'est sans compter les instruments que l'arrondissement mettra en place afin d'aider les développeurs dans leurs décisions d'affaires.

5.1 Outils existants

Corporation de développement économique communautaire

Partenaire de l'arrondissement en développement économique local, la CDEC accompagne les entreprises en démarrage, en consolidation ou en expansion. Elle offre des conseils en gestion, de la formation et du financement.

PR@M Commerce

Le programme de subvention PR@M Commerce vient en aide aux commerçants pour mettre en valeur leur établissement d'affaires et pour favoriser la valorisation du design des commerces situés sur les artères traditionnelles de l'agglomération.

PR@M Industrie

Ce programme a pour objectif de soutenir la vitalité industrielle en encourageant les travaux de construction, d'agrandissement ou de conversion de bâtiments industriels.

Fonds d'investissement

Ce programme soutient le développement et la réalisation de grands projets, la revitalisation et le développement de grandes zones ainsi que la planification et l'intégration de grands projets de transport.

Fonds local d'investissement

Pour encourager l'esprit d'entrepreneuriat, les Fonds locaux sont des outils financiers aptes à accélérer la réalisation des projets d'entreprises sur le territoire.



5 OUTILS DE DÉVELOPPEMENT

5.2 Outils en développement



Comité aviseur

Constitué de représentants des secteurs public et privé, ce comité orientera l'équipe du développement économique dans le choix des projets de la mise en œuvre de la Stratégie, et assurera le suivi des projets sélectionnés.

Fiches techniques

L'arrondissement mettra à la disposition des acteurs socio-économiques des fiches techniques concernant les propriétés présentant un potentiel de développement.

Modélisation 3D du territoire d'Ahuntsic-Cartierville

Cet outil donnera des informations sur le territoire et sur son potentiel de développement. Des informations sur les propriétés et les chantiers s'y trouveront également. Il servira d'outil d'aide à la décision pour les nouveaux projets immobiliers.

Site Internet de la Stratégie de développement économique

Porte d'entrée pour les acteurs socio-économiques souhaitant investir sur le territoire, le site Internet de la Stratégie regroupe toute l'information pouvant les inciter à choisir Ahuntsic-Cartierville.

Trousse d'accueil destinée aux entreprises

Cet outil permettra d'établir un premier contact entre l'arrondissement et sa clientèle d'affaires. La trousse contiendra tous les renseignements nécessaires pour faciliter leur intégration.

Vidéo promotionnelle

Cet outil destiné au grand public présentera les attraits d'Ahuntsic-Cartierville afin de mieux l'informer de l'offre de services, de même que de la qualité et de la diversité des milieux de vie de ce territoire.



ANNEXES >



A PORTRAIT DU TERRITOIRE

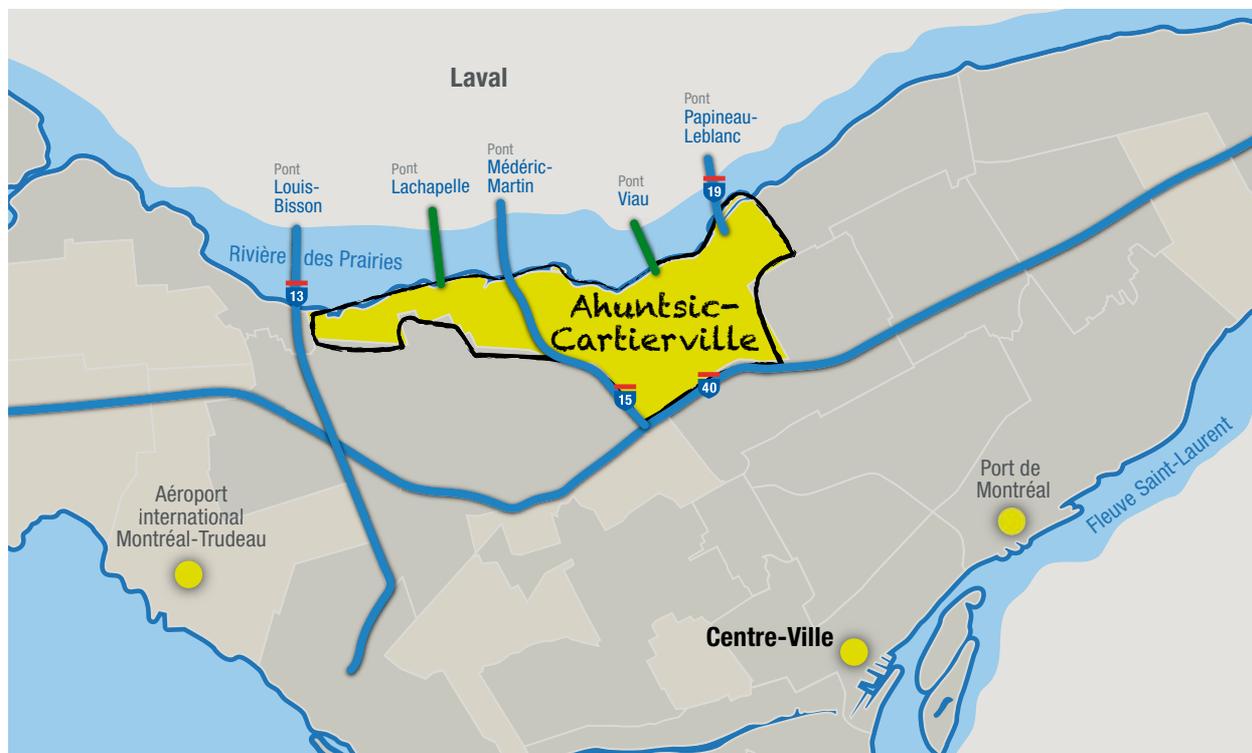
Ahuntsic-Cartierville c'est...

Un territoire stratégique dans la région métropolitaine de Montréal

Le centre géographique de la région

L'arrondissement est voisin de :

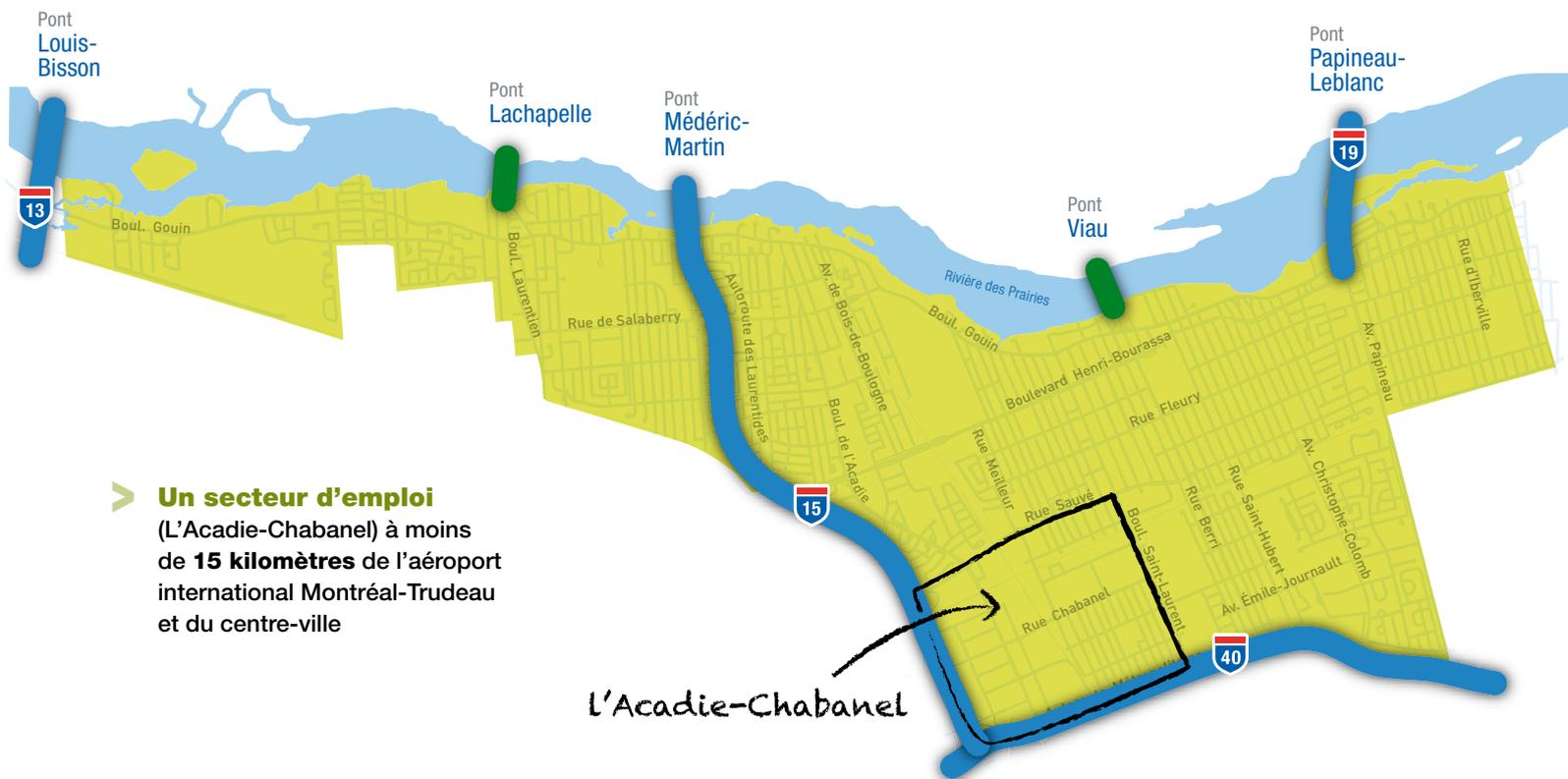
- > **Saint-Laurent** à l'ouest
- > **Villeray-St-Michel-Parc-Extension** et ville **Mont-Royal** au sud
- > **Montréal-Nord** à l'est



➤ **5 ponts** reliant l'arrondissement à Laval et enregistrant **près de 430 000 déplacements quotidiens** (Ministère des transports du Québec, 2009)

➤ **4 autoroutes** (13, 15, 19 et 40) enregistrant chacune **127 000 déplacements quotidiens en moyenne** (Ministère des transports du Québec, 2009)

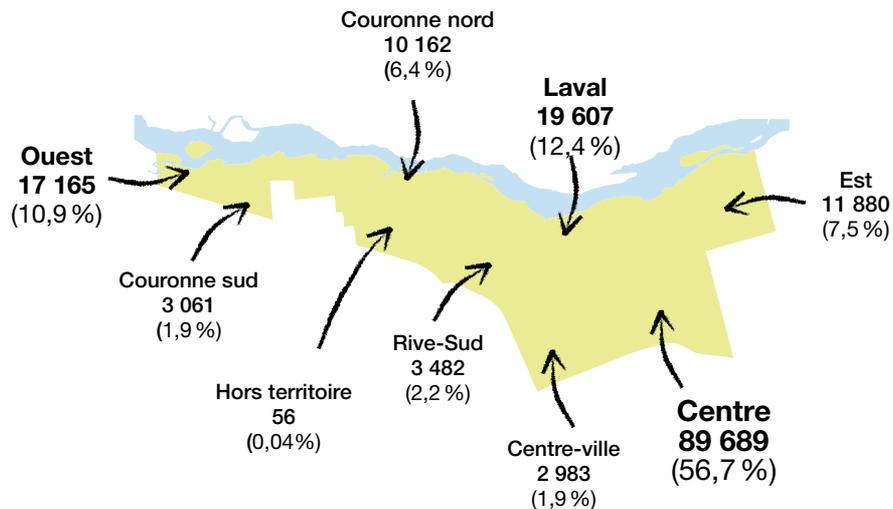
➤ **68,7 %** des déplacements proviennent de l'extérieur en heure de pointe



➤ **Un secteur d'emploi** (L'Acadie-Chabanel) à moins de **15 kilomètres** de l'aéroport international Montréal-Trudeau et du centre-ville

A PORTRAIT DU TERRITOIRE

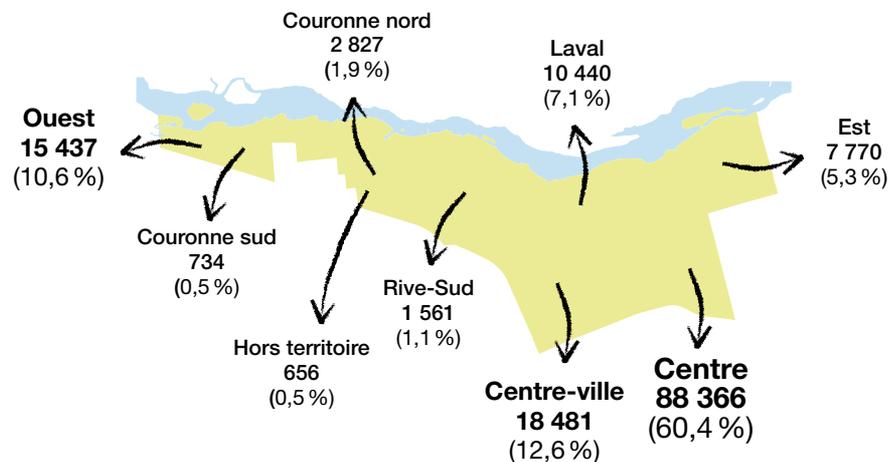
Déplacements attirés quotidiennement



- 35,3 % des déplacements produits par les citoyens à l'intérieur de l'arrondissement
- 146 273 déplacements produits contre 158 085 déplacements attirés

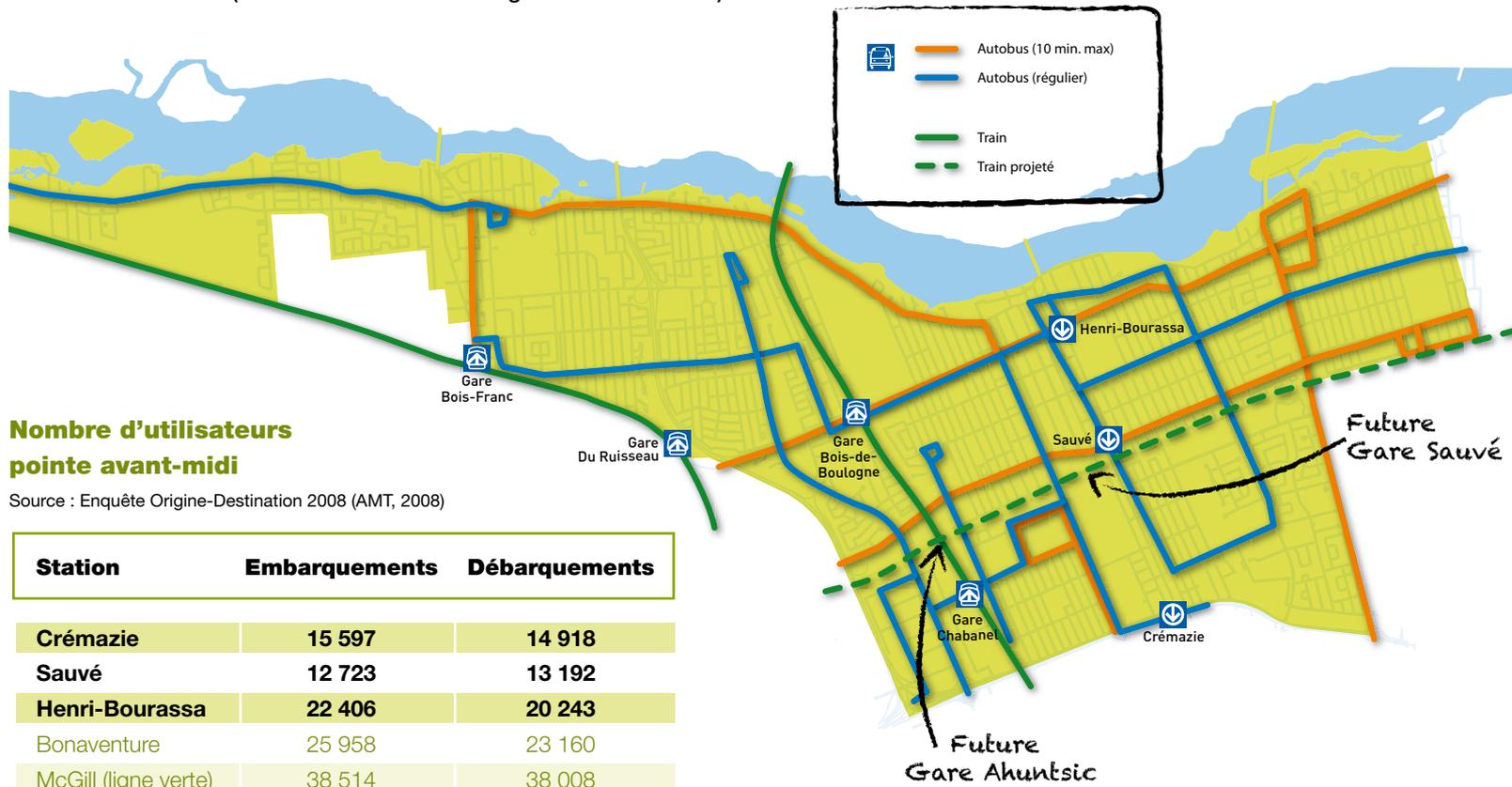


Déplacements produits quotidiennement



- **3 stations** de métro
- **6 gares** de train
 - **4 existantes**
 - **2 en chantier** (Ahuntsic et Sauvé sur la ligne du train de l'Est)

- **Quantité de lignes d'autobus** sur tout le territoire en opération 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7



A PORTRAIT DU TERRITOIRE

➤ **15 kilomètres de rive** (rivière des Prairies)

➤ **Des sites patrimoniaux**

- Sault-au-Récollet
- Villages de Saraguay, de Bordeaux et de Cartierville

➤ **Un des arrondissements les plus verts de Montréal**

- **80 parcs et espaces verts** dont **34 parcs** avec équipements sportifs
- **3 parcs-nature** (Bois-de-Liesse, Bois-de-Saraguay, Île-de-la-Visitation)

➤ **Des centres sportifs de haute performance**

- Complexe sportif Claude-Robillard
- Centre nautique Sophie-Barat
- Centre Y Cartierville

➤ **26 kilomètres de pistes cyclables existantes**

- 11,5 kilomètres en chantier (2011)
- 14,6 kilomètres en développement
- **52 kilomètres à terme**



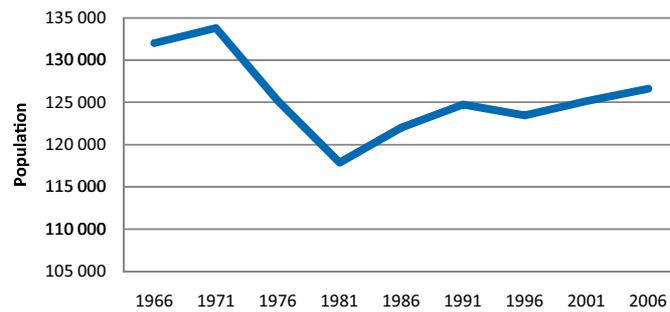
Ahuntsic-Cartierville c'est aussi... une population diversifiée et active



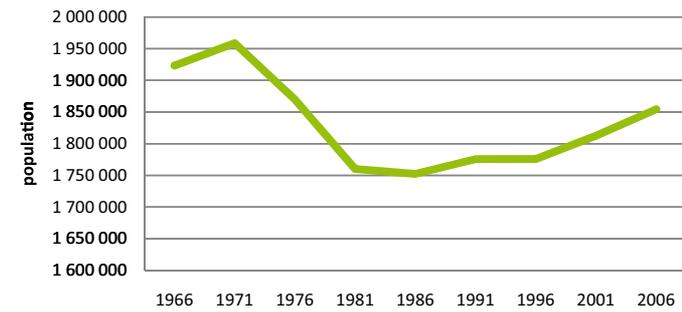
- > **126 891 résidents**
(5^e arrondissement le plus peuplé à Montréal)
(Montréal en statistiques, 2012)
- > Croissance annuelle moyenne de **7,4%** pour la période 1981-2006
- > 3^e arrondissement possédant le **plus grand nombre de familles**
- > **1/3 de population immigrante**
- > Taux de chômage : **9,8%**



Évolution population - Ahuntsic-Cartierville



Évolution population - Île de Montréal



A PORTRAIT DU TERRITOIRE



- > **61 % locataires, 39 % propriétaires**
(62 % et 38 % respectivement pour l'agglomération de Montréal)
- > **Population vieillissante au pouvoir d'achat grandissant**
(hausse des revenus moyens des groupes d'âges avancés)

Profil de consommation de la population d'Ahuntsic-Cartierville

(Source : Données sur les dépenses des ménages, Recensement, Ville de Montréal, 2010)

Nature de la dépense	Ahuntsic-Cartierville		Agglomération	
	Dépenses annuelles par ménage (\$)	%	Dépenses annuelles par ménage (\$)	%
Logement	11 553	19	12 237	19
Ameublement et entretien	4 168	7	4 379	7
Alimentation	8 145	14	7 732	12
Soins de santé	3 042	5	2 930	5
Transport	6 460	11	7 083	11
Loisirs	3 011	5	3 364	5
Habillement	2 704	4	2 825	4
Éducation	843	1	956	1
Autres	20 249	34	22 666	35
Total :	60 175	100	64 172	100

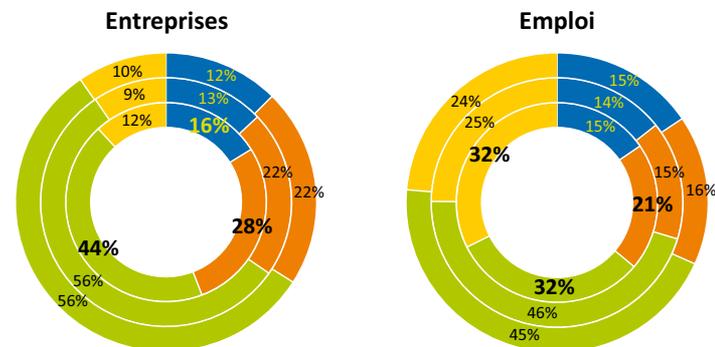


Ahuntsic-Cartierville c'est aussi... un territoire économiquement actif à Montréal

- > **4^e plus grande concentration d'emplois** sur l'île de Montréal (Ville de Montréal, 2009)
- > **59 725 emplois générés** (Montréal en statistiques, 2009) dont :
 - **Fabrication** : 8 165 emplois
 - **Soins de santé** : 11 000 emplois
- > **Population active** : 63 720 personnes (Statistiques Canada, 2006)
- > Des entreprises et des institutions de marque telles que : la STM, l'hôpital du Sacré-Cœur de Montréal, les Laboratoires Oméga, la Banque Laurentienne, Golder et Associés, Groupe SM International et les assurances Aviva.



Comparaison de l'activité économique par secteur d'emploi



Légende



- > Une artère commerciale traditionnelle en santé, **la Promenade Fleury** (245 commerces et restaurants)

A PORTRAIT DU TERRITOIRE

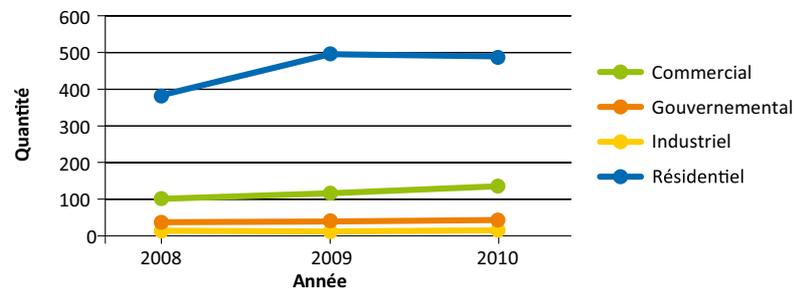
Ahuntsic-Cartierville c'est...

un territoire urbanisé en évolution

- > **57 505 logements privés**
(Montréal en statistiques, 2009)
- > Augmentation du nombre de **permis de construction** attribués entre 2008 et 2010
(Ville de Montréal, 2011)
- > **Valeur moyenne** des loyers et des propriétés inférieures à la moyenne montréalaise



Nombre de permis émis



Valeur des loyers et des propriétés

(Source : Montréal en statistiques, 2010)

Secteurs	Loyer Brut Moyen (\$)	Valeur moyenne (\$)
Agglomération de Montréal :	688	360 391
Ahuntsic-Cartierville	606	300 612
Secteur limitrophe (moyenne) :	687	333 177
Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension	584	249 737
Saint-Laurent	606	305 814
Mont-Royal (VMR)	942	610 537
Montréal-Nord	617	247 375
Pierrefonds-Roxboro	674	252 425

Revenus fiscaux 10 premiers arrondissements

(Source : Ville de Montréal, 2011)

Secteurs	Revenus fiscaux (M\$)	Proportion, Ville de Montréal (%)
Ville-Marie	727,9	26,01
Saint-Laurent	253,1	9,04
Côte-des-Neiges–Notre-Dame-de-Grâce	206,0	7,3
Ahuntsic-Cartierville	174,6	6,22
Mercier–Hochelaga-Maisonneuve	151,6	5,42
Plateau Mont-Royal	150,6	5,38
Rosemont–La Petite-Patrie	140,6	5,02
Villeray–Saint-Michel–Parc-Extension	128,2	4,58
Rivière-des-Prairies–Pointe-aux-Trembles	127,5	4,56
Saint-Léonard	95,6	3,41
Ville de Montréal :	2 798,7	100

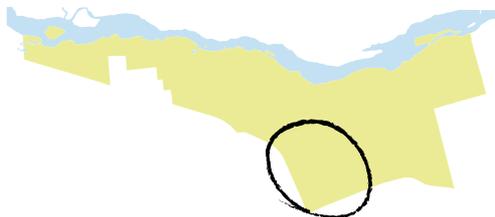


- > **Plus de 20 millions** de pieds carrés de superficie de plancher à vocation commerciale et industrielle
- > **1 million** de pieds carrés de terrains vacants
- > Taux d'inoccupation résidentiel de **3,4 % en 2010** (Montréal : 2,7 %, équilibre : 3,0 %) (Ville de Montréal, 2011)

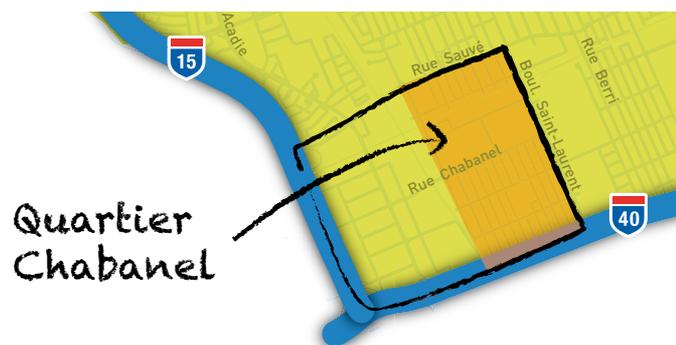


B PORTRAIT DES CHANTIERS

L'Acadie-Chabanel



- > **Un secteur d'emploi en mutation** à cause de la transformation du secteur du vêtement et du textile
- > **4^e pôle d'emplois** en importance à Montréal
- > **La plus grande concentration d'entreprises de mode au pays** et des noms prestigieux tels que Reitmans, Buffalo, Point Zero, Diesel, Rudsak, Frank Lyman et Mackage
- > Au-delà de **1 000 établissements d'affaires**, dont la majorité dans le Quartier Chabanel
- > **Secteur d'emploi central** de la région de Montréal
- > Tertiariation de l'**activité économique**
- > **14 millions** de pieds carrés de superficie de plancher à vocation commerciale et industrielle



Établissements d'affaires par secteur d'activité dans le Quartier Chabanel

(Source : Recensement 2011)

Secteur d'activité	Nb d'entreprises	Ratio (%)
Fabrication	193	23,3
Vêtement	161	19,5
Alimentation	7	0,8
Grossiste	328	39,8
Vêtement	299	36,3
Alimentation	4	0,5
Détaillant	79	9,6
Vêtement	44	5,3
Alimentation	6	0,7
Services	210	25,5
Vêtement	27	3,3
Alimentation	34	4,1
Finances	11	7,5
Professionnel ¹	55	0,2
Administration publique	13	1,6

¹ Inclut les services professionnels tels que les architectes, les ingénieurs, les comptables, les avocats, etc.

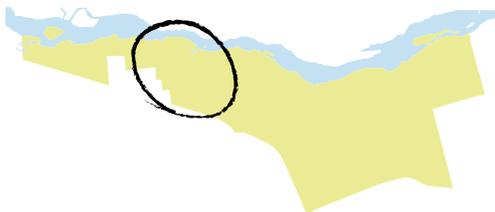
➤ Un des plus importants centres commerciaux au Canada, **le Marché Central :**

- 60 détaillants
- **13 321 déplacements quotidiens** (Agence métropolitaine de transport, 2008)
- Proximité des grandes infrastructures de transport (autoroutes, métro, train de banlieue)
- 800 000 pieds carrés de terrain à valoriser



B PORTRAIT DES CHANTIERS

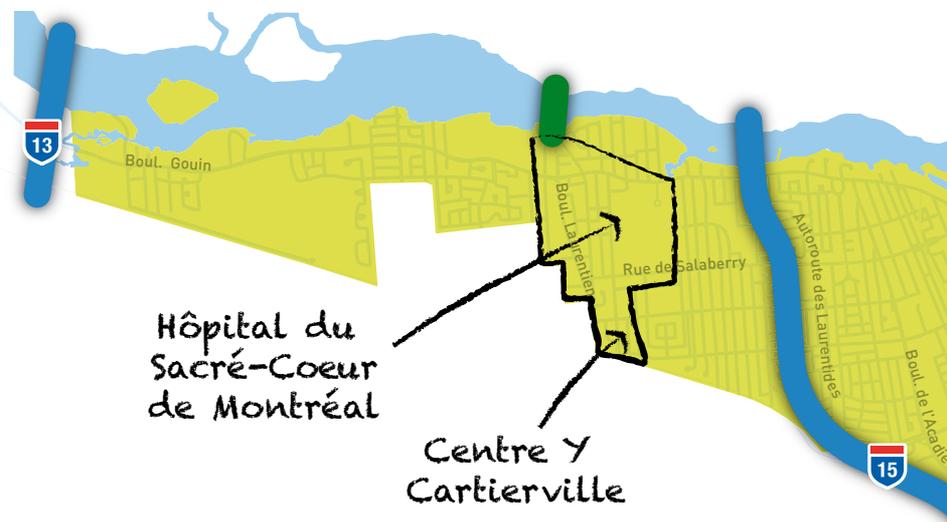
Gouin-Laurentien



- > **Transit automobile** important sur le boulevard Laurentien
- > **Porte d'entrée** pour les nouveaux arrivants : **49 % population immigrante** (31 % pour la ville de Montréal)
- > **Accès de Laval** par le pont Lachapelle, 18 866 déplacements quotidiens en moyenne (Ministère des transports du Québec, 2011)
- > **Boulevard Gouin Ouest**, une artère commerciale en revitalisation



- Proximité de la **rivière des Prairies**
- **Dynamique commerciale** et d'affaire tournée vers Laval et l'arrondissement Saint-Laurent
- **Secteur majoritairement résidentiel**, 53 573 résidents (Montréal en statistiques, 2009).
- **Une population plus jeune** que la moyenne montréalaise
- **Population à faible revenu**
35 % de la population sous le seuil de la pauvreté, 19 205\$ de revenu médian (29 % et 22 212\$ à Montréal) (Conseil local des intervenants communautaires, 2011)
- Présence d'une **institution historique montréalaise** et principal employeur : **hôpital du Sacré-Cœur de Montréal** (4 000 employés et 360 médecins)
- Un secteur historique de Montréal : **Cartierville (1850)**



B PORTRAIT DES CHANTIERS

Le secteur du pont Viau

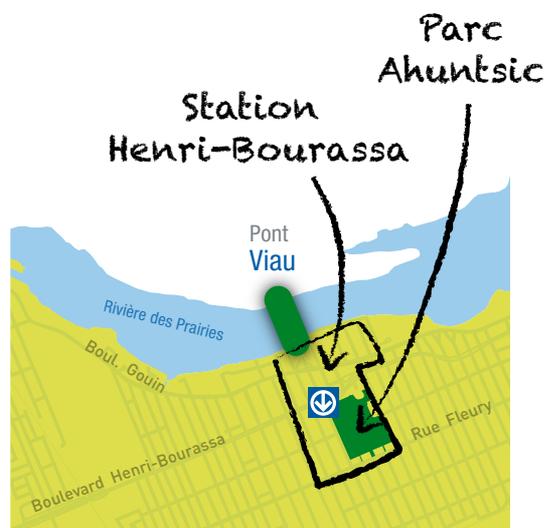


➤ **Secteur rayonnant** autour de deux équipements montréalais importants :

- le **parc Ahuntsic**
(site du Festiblues International de Montréal)
- la **station de métro Henri-Bourassa**
(20 243 débarquements quotidiens en heure de pointe (Agence métropolitaine de transport, 2008))

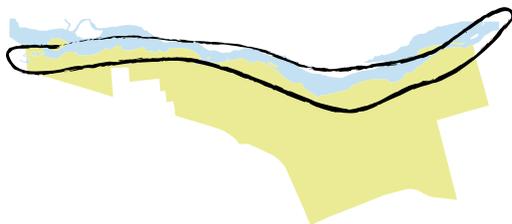


- > **Pont Viau** : 17 000 déplacements quotidiens vers l'arrondissement (Ministère des transports du Québec, 2011)
- > **Le boulevard Henri-Bourassa**, troisième artère en importance dans l'arrondissement et principale voie de circulation dans l'axe est-ouest, avec une **moyenne de 40 000 déplacements quotidiens** (Ville de Montréal, 2011).
- > **Un secteur d'activité économique** stable au potentiel de densification du cadre bâti



B PORTRAIT DES CHANTIERS

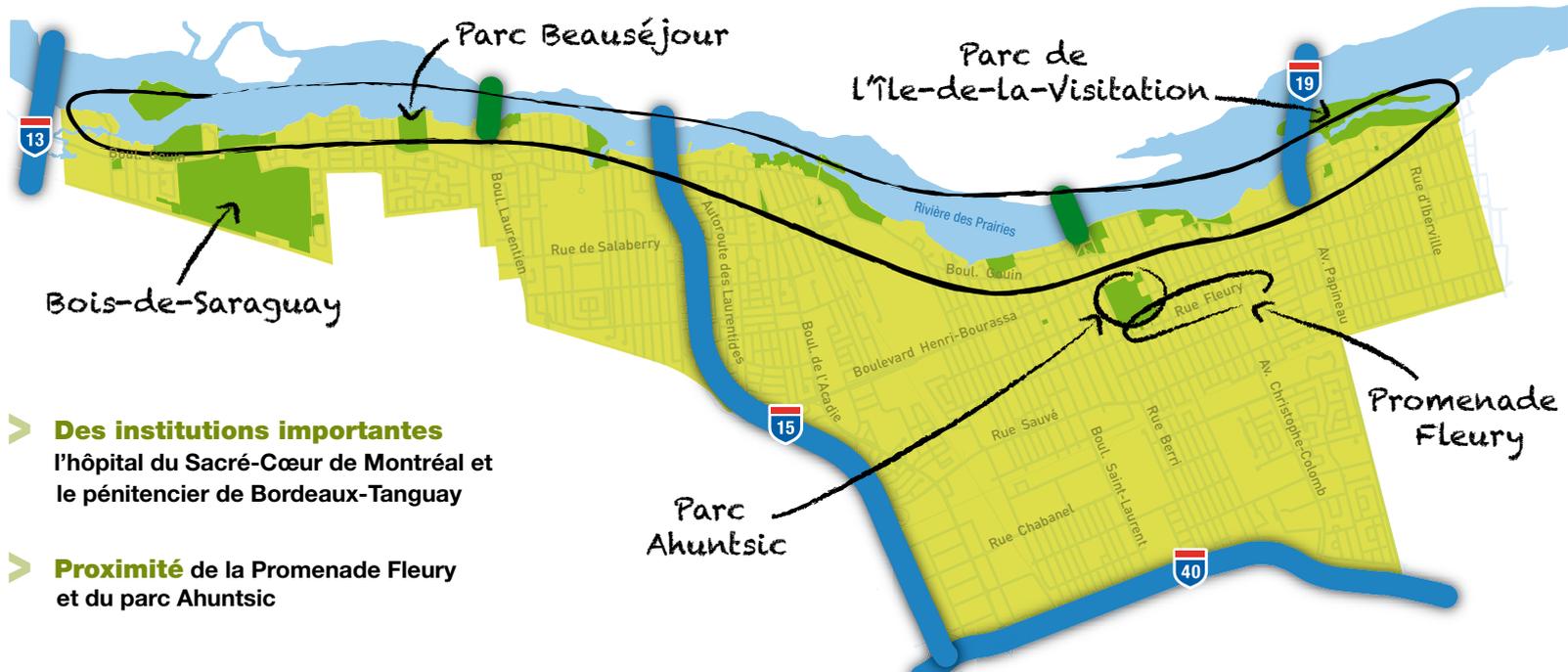
Les berges de la rivière des Prairies



- **15 kilomètres de berge** sur la rivière des Prairies
- **96 hectares de forêt protégée**, le Bois-de-Saraguay
- **12 parcs** en bordure de rivière
- **Un musée d'histoire à ciel ouvert**
le secteur du Sault-au-Récollet
- 800 000 visiteurs par année au **parc de l'île-de-la-Visitation**
- Site du **premier parc d'attraction** à Montréal,
le parc Belmont (1923)



- **1 000 000 de déplacements cyclistes**
par année sur la route verte du boulevard Gouin
- **Premier pavillon de Montréal LEED**
le pavillon Beauséjour (en attente de certification)
- **Un club nautique centenaire**
le club de canotage de Cartierville



- **Des institutions importantes**
l'hôpital du Sacré-Cœur de Montréal et
le pénitencier de Bordeaux-Tanguay
- **Proximité** de la Promenade Fleury
et du parc Ahuntsic

C LISTE DES ACRONYMES

375 :

Bureau du 375^e anniversaire de Montréal

AGAAC :

Association des gens d'affaires d'Ahuntsic-Cartierville

AJMQ :

Association des jardiniers-maraîchers du Québec

AMT :

Agence métropolitaine de transport

ARAC :

Association récréoculturelle d'Ahuntsic-Cartierville

BDM :

Bureau du design de Montréal

BMM :

Bureau de la mode de Montréal

CA :

Conseil d'arrondissement d'Ahuntsic-Cartierville

CCBS :

Comité citoyen du Bois-de-Saraguay

CCC :

Club de canotage de Cartierville

CDEC :

Corporation de développement économique communautaire

GD-DESTL :

Centre de gestion des déplacements de Développement économique Saint-Laurent

CiHi :

Cité Historia

CJE-ABC :

Carrefour jeunesse-emploi Ahuntsic-Bordeaux-Cartierville

CLIC-BC :

Conseil local des intervenants communautaires de Bordeaux-Cartierville

CMM :

Communauté métropolitaine de Montréal

DCSLDS :

Direction culture, sports, loisirs et développement social

DEC :

Développement économique Canada

DEU :

Direction du développement économique et urbain, Ville de Montréal

DH :

Direction de l'habitation

DSI :

Direction des services informatiques

FIM :

Festiblues International de Montréal

FLO :

Association des gens d'affaires de Fleury Ouest

GO :

Association des commerçants du boulevard Gouin Ouest

HSCM :

Hôpital du Sacré-Cœur de Montréal

MAMROT :

Ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire

MC :

Marché Central

MDEIE :

Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec

MI :

Montréal International

RDPQC :

Regroupement pour le développement et la promotion du Quartier Chabanel

RB :

Réseau bleu

SA :

Solidarité Ahuntsic

SDC :

Société de développement commercial La Promenade Fleury

SHDM :

Société d'habitation et de développement de Montréal

STL :

Société de transport de Laval

STM :

Société de transport de Montréal

SVLS :

Société de vélo en libre-service

TM :

Tourisme Montréal

UMG :

Université McGill

VP :

Vestechpro

VQ :

Vélo Québec

**La Stratégie de développement économique 2011 - 2015 a été réalisée par la
Direction du développement du territoire de l'arrondissement d'Ahuntsic-Cartierville**

Coordination

Yan Claprood
Karine Tougas

Collaborations

Azzedine Achour, Luc Armand, Charly Bejjani, Julie Bergeron, Gilles Brazzalotto,
Michel Caumartin, Philippe Cholette, David Dayan, Georges Dayan, Luc Demers,
Daniel Dicaire, Albert Ezerzer, Allan Flegg, Nathalie Fortin, Philippe Gabelier, Jean Gauthier,
Georges Ghrayeb, Pierre Gingras, Guy Hébert, André Hubert, Paulette Kaci, Sarah Kraemer,
Patrick Lachance, Mitchell Lavoie, Michel LeCoester, Jacob Mason, Gilbert Massicotte,
Luc Maurice, Nehal Nassif, Mélissa Nepton, Marc-André Perron, Maurice Piché,
André Plante, Patrick Pretty, Jacques Régimbal, Patrick Rouillard, Jean-François Soulières,
Serge St-André, François Therrien, René Tremblay, Stéphane Vaillancourt,
Natalie Voland, Ghada Zaki

Université McGill, École d'urbanisme

Les élus du conseil d'arrondissement

Merci à tout le personnel de la Ville de Montréal qui a contribué de près ou de loin
à l'élaboration de cette Stratégie

Photographies

Alain Gauthier
Ghada Zaki
Banque de photographies Ville de Montréal
Groupe Maurice
Humà Design et architecture
Mocaphoto

Révision

Annie Pronovost

Production graphique et réalisation

Nathalie Robert

Mai 2012

MOBILISER
LES BERGES DE LA RIVIÈRE
TRAVAILLER
TRANSFORMER
L'ACADIE-CHABANEL
CRÉER
VIVRE
COLLABORER
INVESTIR
PARTICIPER
DÉVELOPPER
GOUIN-LAURENTIEN
ÉTUDIER
CONSOMMER
SECTEUR DU PONT VIAU
BÂTIR

ville.montreal.qc.ca/ahuntsic-cartierville