



RUES PRINCIPALES

identité + proximité + prospérité

POUR UN ÉCOSYSTÈME BUDGÉTAIRE, LÉGAL ET FISCAL PLUS FAVORABLE AUX ARTÈRES COMMERCIALES

Mémoire présenté à la Commission sur le
développement économique urbain et
l'habitation

Dans le cadre de la consultation publique
Locaux vacants sur les artères
commerciales

15 janvier 2020

Auteurs :

Catherine Craig-St-Louis, coordonnatrice de projets

Pier-Olivier Morissette, coordonnateur de projets

Christian Savard, président exécutif

NOTRE MISSION

Organisation d'intérêt public, Rues principales œuvre en milieu urbain et rural au dynamisme des cœurs des collectivités. Notre objectif est de renforcer et de créer des centralités qui sont autant des pôles civiques et d'affaires uniques que des milieux de vie rassembleurs, prospères et attractifs.

L'AVANTAGE RUES PRINCIPALES

Rues principales se distingue par son approche globale combinant des compétences en organisation et mobilisation du milieu, en aménagement, en développement économique et en marketing du territoire. Par ses activités d'accompagnement, de formation, de recherche et son réseau d'acteurs locaux, Rues principales est un point de rencontre entre les savoirs des milieux et les meilleures pratiques dans ces domaines. Nous travaillons de pair avec les collectivités pour les appuyer dans leurs projets de dynamisation de leur centre-ville, de leur cœur de quartier ou de leur noyau villageois.

Enracinée dans un réseau de professionnels de terrain, d'acteurs académiques et gouvernementaux, l'expertise de Rues principales en fait le chef de file dans le développement des cœurs de collectivités.



NOTRE VISION

Nous vivons de la conviction qu'une collectivité est aussi forte que son cœur. Nos rues principales rassemblent, elles sont le noyau de la collectivité, un milieu de vie et l'un des moteurs de l'économie locale ; elles sont un témoin de notre histoire et de nos ambitions, un lieu de culture et de découvertes qui laisse entrevoir notre créativité et notre savoir-faire. Nos Rues principales rayonnent : elles sont habitées, animées et achalandées. Nous nous y rendons pour travailler, consommer et nous divertir. Nos rues principales sont des constructions collectives, une combinaison d'efforts quotidiens à l'écoute de notre territoire et de notre histoire, qui façonnent l'avenir de nos collectivités.

NOTRE RÉSEAU

Rues principales compte sur un réseau de municipalités de diverses tailles, à travers le Québec et le Nouveau-Brunswick. Rues principales propose des événements et des activités d'échange et de maillage conçus spécialement pour les membres de son Réseau.

POUR UN ÉCOSYSTÈME BUDGÉTAIRE, LÉgal ET FISCAL PLUS FAVORABLE AUX ARTÈRES COMMERCIALES



Source : Habiter Montréal

D'entrée de jeu, Rues principales tient à saluer l'initiative de la Ville de Montréal de tenir la présente consultation publique sur la problématique des locaux vacants sur les artères commerciales à Montréal pour alimenter sa réflexion.

À l'échelle de Montréal, comme à l'échelle du Québec, le problème de la vacance commerciale est multiforme. Dans certains secteurs, il ne peut être dissocié de l'augmentation des loyaux commerciaux, elle-même paradoxalement liée à l'attractivité d'une rue. Dans d'autres secteurs, c'est plutôt la dévitalisation d'une artère qui génère de la vacance, notamment commerciale. Les causes du déséquilibre de l'écosystème commercial s'entrechoquent et parfois s'exacerbent : la solution au problème devra aborder plusieurs angles. Rues principales recommande d'examiner et de modifier les caractéristiques de l'écosystème budgétaire, légal et fiscal pour le rendre plus favorable aux artères commerciales.

À côté des mesures spécifiques au soutien de l'offre commerciale locale, il nous semble opportun de rappeler l'importance d'être vigilant face à l'offre en grandes superficies commerciales. Son contrôle est une stratégie qui a démontré une efficacité supérieure aux seules stratégies d'investissement et d'incitatifs pour assurer la vitalité du tissu commercial existant. Or, l'offre en superficie commerciale connaît actuellement un rythme de croissance bien plus rapide que celui de la demande, ralentie, selon les experts, par un ensemble de facteurs, dont le vieillissement de la population, la hausse de la dette des ménages et la stagnation du pouvoir d'achat (Grenier, 2018). Il est par ailleurs opportun de penser le commerce en lien avec les autres fonctions urbaines (Guillet, 2019). Le redéveloppement du Carrefour champêtre de Bromont pour y inclure une mixité d'usages en est un exemple éloquent.

Recommandations clés

1. Planifier une armature commerciale équilibrée qui concentre les fonctions commerciales
2. Diversifier les outils de gestion des locaux commerciaux
3. Optimiser l'usage des outils fiscaux à disposition et réfléchir aux outils additionnels nécessaires
4. Soutenir l'activité des artères traditionnelles
5. Consolider les milieux de vie

Les moyens de nos ambitions

You can't build stroads, subsidize big box stores and accept endless edge development, and have that work out for you just because you threw a block party, painted a mural and put in a temporary bike lane. The former actions are killing you, while the latter are merely first steps in a longer process towards becoming a strong town.

Charles Marohn, 2018

1. Planifier une armature commerciale équilibrée qui concentre les fonctions commerciales

Face à l'objectif de parvenir à une armature commerciale équilibrée, la priorité est à faire des choix. Aux différentes échelles du territoire, il importe d'identifier les lieux où on souhaite consolider l'offre commerciale, ce qui impliquera aussi de ne pas favoriser son développement à l'extérieur de ces lieux. Cette vision sera à intégrer dans une planification cohérente avec les résultats escomptés.

1.1 Se doter d'un plan de développement commercial pour chacun des arrondissements

L'élaboration d'un plan de développement commercial est l'occasion de spécifier la vision de développement retenue pour les pôles commerciaux en vue d'assurer un développement commercial harmonieux et concourant à des milieux de vie de qualité. À l'issue d'un diagnostic, la vocation des différents secteurs pourra être précisée. La planification et la réglementation pourront ensuite être révisées pour planifier l'armature commerciale souhaitée.

Le plan de développement commercial peut ainsi conduire à modifier les règlements de l'arrondissement, par exemple dans le cadre d'une réflexion sur la grille des usages commerciaux permis dans les différentes zones.

Étude d'impact économique pour les projets de superficie commerciale importante situés hors artères commerciales traditionnelles – Ville de Drummondville

L'annexe 2 de la Charte de développement commercial de Drummondville 2016-2021 présente l'étude d'impact à réaliser dans le cadre du dépôt d'un projet de développement commercial hors zone. Les effets que le projet peut induire, de l'étape de sa planification jusqu'à celle de la fermeture du commerce, sont pris en compte. Il est notamment spécifié que « [plusieurs] raisons justifient ce genre d'étude telles la rareté des terrains commerciaux, la saturation du marché commercial, la cohésion commerciale, l'anticipation d'un étalement commercial, etc. » (Commerce Drummond, 2016)

La taille de référence convenue par le Commissariat au commerce de Drummondville pour l'exigence d'une étude d'impact est de 5 000 m² « en dehors des pôles majeurs prévus » (Drouin *et collab.*, 2008). Par exemple, une étude d'impact a été réalisée en 2011 pour le projet d'implantation d'un nouveau Canac, qui projetait cette superficie, et a mené à l'acceptation du projet.

1.2 Intégrer les plans de développement commercial des arrondissements à l'échelle de la ville-centre

L'intégration des différents plans de développement commercial doit permettre d'assurer la cohérence et l'équilibre de l'armature commerciale à l'échelle de la ville. Les solutions à mettre en œuvre devront être réfléchies à l'échelle du territoire de référence pertinent, qui pourrait dépasser les limites administratives, puisque les comportements commerciaux en font peu de cas.

Au-delà du territoire de la ville-centre, l'actualité récente nous rappelle que l'étalement urbain se poursuit au pourtour de Montréal, et au-delà de la Communauté métropolitaine de Montréal. Il nous apparaît que l'unité de cohérence pertinente, y compris pour le tissu commercial, pourrait considérer le territoire d'« un même bassin d'emploi et où se joue un même destin économique, environnemental, culturel et social » (Harel, 2015). Dans le contexte de la construction du Réseau express métropolitain, une réflexion à l'échelle des milieux desservis (et au-delà) se présente comme incontournable.

Hiérarchie de centralités et « concepts d'activation du centre »

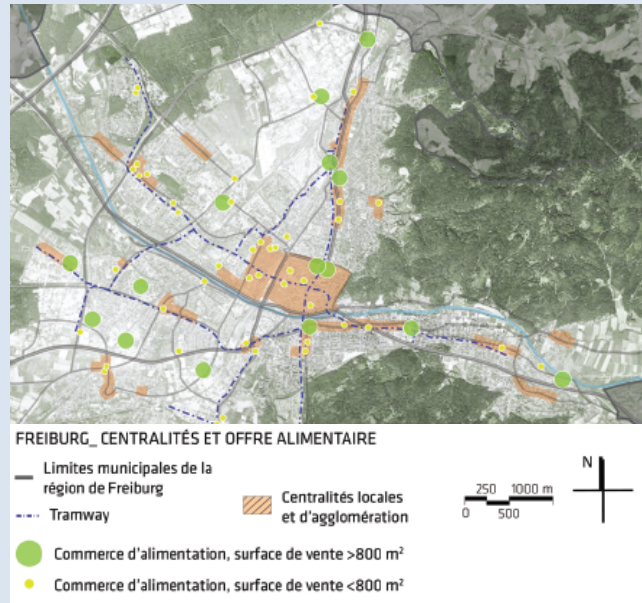
Le *Land* du Baden-Württemberg a adopté une hiérarchie de centralités à l'échelle régionale : des zones à consolider sont identifiées pour recevoir l'essentiel de la croissance.

La Ville de Freiburg im Breisgau a mis en application les « concepts d'activation du centre ». L'objectif est de renforcer les quartiers à partir des centralités.

À Freiburg, le plan de zonage classe ainsi les commerces que chaque secteur de son territoire peut recevoir. Pour les services de proximité, comme les commerces d'alimentation, la Ville privilégie l'implantation d'établissements de moins de 800 m² au cœur et aux abords des centralités. Le plan de zonage prévoit par ailleurs quelques emplacements, souvent en périphérie, où pourraient s'établir des commerces de plus de 800 m².

Cette planification fine limite la concurrence commerciale et concourt à assurer une diversité de commerces et de services au cœur des centralités, garantissant des milieux de vie complets, attractifs et des courtes distances.

Ville de Freiburg, 2012 et Ville de Freiburg, 2010, dans Vivre en Ville, 2013



2. Diversifier les outils de gestion des locaux commerciaux

La proactivité dans la gestion des locaux commerciaux passe entre autres par l'utilisation créative des outils existants, par exemple pour allouer une partie de l'offre en espace commercial à des initiatives innovantes. Montréal pourrait s'inspirer d'initiatives observées au Québec et à l'international.

2.1 Étudier l'exercice du droit de préemption commerciale

Une armature commerciale équilibrée peut passer par le recours à des outils diversifiés, qui peuvent inclure le droit de préemption. Cette option d'achat, répondant à certains critères prédéterminés, peut être favorable au maintien de la diversité commerciale comme à une restructuration de l'offre (CCI, s.d.a). Elle permet à la Ville de participer, sous certaines conditions, à définir les types de commerces qui pourront s'implanter dans des locaux précis.

Plan de revitalisation commerciale et droit de préemption – Ville du Havre

Accompagnée entre autres de sa Chambre de commerce, la Ville du Havre a élaboré un plan de revitalisation commerciale de son centre-ville et de ses centres de quartiers. Elle « peut désormais [y] exercer son droit de préemption sur les fonds de commerce et artisans, les baux, ainsi que les terrains portants ou destinés à accueillir des commerces d'une surface comprise entre 300 et 1 000m² » (Le Havre, s.d.). Ce droit, exerçable sur les espaces commerciaux à protéger inscrits au Plan local d'urbanisme, est vu comme un outil de dernier recours lorsque les discussions n'aboutissent pas (76actu, 2019).

En parallèle, ce sont 5 millions d'euros qui ont été investis dans plus de 300 commerces locaux en 12 ans via le Fond d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce.

Un observatoire du commerce local permet de suivre l'évolution du marché immobilier commercial. Déjà, en 18 mois, le taux de vacance pour les commerces ciblés est passé de 9,6 % à 3,2 % (soit 15 nouveaux commerces en 2018) (Beria, 2019).

2.3 Étudier les plans de soutien aux commerces de proximité

Le soutien à l'offre commerciale de proximité peut passer par diverses mesures : accompagnement personnalisé, remboursement de taxes, encadrement des loyers, etc.

Plan de soutien aux commerces de proximité – département de l'Eure (France)

Grâce à son plan de soutien aux commerces de proximité, le département de l'Eure, en Normandie, offre un suivi complet aux entreprises sous la forme d'accompagnements personnalisés. Entre autres mesures prévues spécifiquement pour les commerces de proximité, le remboursement de 50 % de leur taxe foncière présente pour le moment un bilan positif sur 700 commerces aidés.

Par ailleurs, le « déploiement d'un réseau de boutiques tests avec des loyers modérés et progressifs à destination des jeunes entrepreneurs » (L'Eure, s.d.) est mis en œuvre.

Une série de fiches traitent des axes du projet plus en profondeur, par exemple le développement et les mutations des commerces existants, et l'implantation de nouveaux commerces au centre-ville (CCI, s.d.b).

3. Optimiser l'usage des outils fiscaux à disposition et réfléchir aux outils additionnels nécessaires

3.1 Demander de nouveaux pouvoirs de contrôle fiscal pour s'attaquer au problème des taxes foncières trop élevées pour le commerce de rue traditionnelle

La *Loi sur la fiscalité municipale* permet « aux municipalités de fixer des taux de taxe foncière différents selon les catégories d'immeubles et qui encadrent l'exercice de ce pouvoir » (MAMH, s.d.), soit le régime d'impôt foncier à taux variés. La *Loi visant principalement à reconnaître que les municipalités sont des gouvernements de proximité et à augmenter à ce titre leur autonomie et leurs pouvoirs* a introduit certaines modifications :

- « établissant le taux maximum de la taxe foncière générale pouvant être appliqué aux immeubles non résidentiels (incluant les immeubles industriels) à l'aide d'un multiple du taux de base, plutôt qu'à partir d'un multiple du taux global de taxation (TGT) prévisionnel de la municipalité, et un plafond distinct et plus élevé pour les immeubles industriels;
- abolissant les coefficients de déplacement fiscal;
- majorant les écarts permis, d'une part, entre le taux industriel et le taux non résidentiel et, d'autre part, entre le taux résiduel et le taux pour les immeubles agricoles ou le taux des immeubles de six logements ou plus;
- habilitant les municipalités à définir jusqu'à quatre sous-catégories d'immeubles non résidentiels et à fixer des taux de taxes non résidentiels ou industriels distincts par tranches de valeurs foncières. » (Hémond et Noury, 2018)

La Ville de Victoriaville en fait l'application, notamment dans l'objectif de « rendre la taxation plus équitable pour les terrains de tailles équivalente » (Ville de Victoriaville, s.d., voir section de l'infographie ci-contre).

Au regard des pouvoirs récemment reçus, l'heure est à la réflexion afin de s'assurer que tous les pouvoirs nécessaires sont dans la boîte à outils, ou qu'une démarche est entamée afin de les obtenir.

Parmi les pouvoirs actuels, il peut par exemple être envisagé d'appliquer la taxe sur le stationnement aux grands ensembles commerciaux.



Infographie de la Ville de Victoriaville

3.2 Taxer les locaux inoccupés

Nous faisons écho à l'Association des sociétés de développement commercial de Montréal : « [l]a solution au problème des commerces vacants sur les artères commerciales passe notamment par l'établissement d'un registre et de redevances pour les propriétaires qui misent sur la spéculation plutôt que sur la recherche de locataires » (Radio-Canada, 2020).

La mise sur pied d'un registre des locaux vacants, et l'imposition d'une taxe pour les propriétaires de locaux inoccupés sont parmi les éléments susceptibles de dissuader la spéculation.

4. Soutenir l'activité des artères traditionnelles

L'appui, notamment aux sociétés de développement commercial et aux commerçants, nécessite des données fiables et la continuité des programmes et incitatifs porteurs.

4.1 Créer un portail centralisé

Un portail centralisé offrant toutes les informations pertinentes au démarrage d'un commerce (locaux vacants, données commerciales, etc.) est un outil précieux d'aide à la décision.

L'Observatoire commercial de Commerce Sherbrooke, géré par Commerce Sherbrooke, se veut une base de données de ce type (Ville de Sherbrooke, s.d.; Nadeau, 2016).

4.2 Élaborer une mesure standardisée de suivi de la vitalité commerciale

En collaboration avec les sociétés de développement commercial de Montréal, il s'agit de procéder à la standardisation d'une mesure de suivi de la vitalité commerciale. Les données récoltées par les différents acteurs constitueront une base de précieuse pour l'analyse, une fois mises en commun et accompagnées des nouvelles informations alors jugées nécessaires et qu'il sera possible de colliger.

Une fois l'outil monté, la cueillette et l'analyse de données à intervalles réguliers assurent un suivi de l'évolution de la vitalité commerciale. L'élaboration d'un tel outil sur mesure est à la portée des acteurs en présence.

4.3 Explorer un modèle de coop d'investissement constituant un levier d'investissement local permettant d'influencer l'offre commerciale de quartier

La *North East Investment Coop* à Minneapolis permet aux résidents d'acheter, rénover et ensuite gérer des propriétés commerciales et ainsi avoir une plus grande influence sur la diversité de l'offre commerciale dans leur milieu (NEIC, s.d.). Les voisins, individus ou entreprises, peuvent investir aussi peu que 1 000 \$ chacun et, combinant le modèle coopératif et celui du petit développeur, ont réussi à rénover un édifice vacant abritant deux ans plus tard une microbrasserie et une boulangerie (Quednau, 2016). Des équivalents canadiens existent, dont Local Investing YYC (s.d.) à Calgary.

4.4 Étudier le programme Créashop de la Wallonie

Visant à contrer la vacance commerciale par un accompagnement et une aide financière, le processus Créashop se décline en une cible, une stratégie de développement et la définition d'outils « pour contrer la désertification commerciale des centres-villes » (Wallonie commerce, s.d.).

4.5 Poursuivre les programmes existants ayant fait leurs preuves

La poursuite des programmes tel que le Programme réussir à Montréal - Commerce (PRAM), en matière de rénovation de façades et de design d'intérieur, mais également lors de travaux, est recommandée. Il en va de même des programmes de revitalisation commerciale comme le Programme Renouveau Notre-Dame dans l'arrondissement de Lachine, géré par PME Montréal et visant à faciliter l'ouverture de nouveaux commerces, selon les besoins recensés sur l'artère à l'étude.

4.6 Développer une stratégie hivernale

Les artères commerciales traditionnelles sont particulièrement aux prises avec les assauts météorologiques, et la multiplication des épisodes de gel-dégel pourrait aggraver la situation à l'avenir. La Ville devrait élaborer une stratégie hivernale comprenant notamment des choix d'aménagement, des pratiques d'entretien et des activités d'animation.

5. Consolider les milieux de vie grâce à une armature commerciale équilibrée

La vitalité commerciale d'un milieu est intimement liée à la vitalité du milieu en général, à la population qui y circule, qui y vit. Il est donc nécessaire de lier la réflexion sur la consolidation de l'offre commerciale à une réflexion plus globale en matière de développement urbain, d'organisation de l'offre de transport, de frein à l'étalement urbain, notamment.

Le commerce est une partie intégrante de la vie d'un quartier, et le développement commercial doit notamment être pensé à cette échelle afin d'en assurer la viabilité. Le programme national français Action cœur de ville, qui va en ce sens, est un bel exemple à étudier, particulièrement par le gouvernement du Québec (MCTRCT, 2019).

Par ailleurs, le commerce est un élément incontournable du développement urbain durable. Les milieux de vie complets, compacts et mixtes, bien desservis en infrastructure de transport collectif et actif, permettent aux résidents de répondre à la plupart de leurs besoins sur de courtes distances, ou même à distance de marche. Dans le contexte des changements climatiques, il est plus que jamais essentiel de lier la question commerciale à celle de la réduction des gaz à effet de serre. La solution passe par la réduction des distances parcourues grâce d'une part à un aménagement du territoire respectueux des milieux agricoles et naturels, et d'autre part à la densification des noyaux et des centralités existantes.

Soutenir les cœurs de collectivités, c'est soutenir le développement de collectivités résilientes, prospères et propices à la qualité de vie des Montréalais.

Bibliographie

- BERIA, Adrien (2019). *La mairie du Havre veut pouvoir choisir les commerces qui s'installent dans son centre-ville*. France Bleu Normandie, 28 janvier 2019. [En ligne] <https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/la-mairie-du-havre-veut-pouvoir-choisir-les-commerces-qui-s-installent-dans-son-centre-ville-1548697615>
- CCI (s.d.a). Axe 3 : Gérer les équilibres commerciaux. Le droit de préemption commercial. CCI Portes de Normandie, Département de l'Eure en Normandie. [PDF] 2 p.
- CCI (s.d.b). *Accompagner le développement et les mutations des commerces existants*. CCI Normandie, 1^{er} accélérateur des entreprises. [En ligne] <https://www.normandie.cci.fr/accompagner-le-developpement-et-les-mutations-des-commerces-existants/>
- COMMUNAUTÉ MÉTROPOLITAINE DE MONTRÉAL [CMM] (2020). *Le phénomène de l'urbanisation périmétropolitaine en progression au pourtour du Grand Montréal*. Note de l'observatoire du Grand Montréal. [PDF] 7 p.
- COMMERCE DRUMMOND (2016). Charte de développement commercial 2016-2021. [PDF] 50 p.
- DROUIN, Guy et collab. (2008). Charte de développement commercial Drummondville. Commissariat au commerce. [PDF] 60 p.
- GRENIER, Jean-François (2018). Une offre commerciale à mieux localiser dans nos villes. Présentation donnée lors de l'édition 2018 des Rendez-vous Collectivités viables Réconcilier commerce et développement urbain durable. [En ligne] https://vivreenville.org/media/711645/06_Grenier_Presentation-10-mai-vivre-en-ville.pdf
- GUILLET, Jean-François (2019). Les « outlets » de Bromont vendus. La Voix de l'Est, 29 mai 2019. [En ligne] https://www.lavoixdelest.ca/actualites/les-outlets-de-bromont-vendus-6ed1dc99e4c1d03c244692f5ecb4a449?utm_campaign=lavoixdelest&utm_medium=article_share&utm_source=email
- HAREL, Louise (2015). Pour contre l'étalement urbain. Le Devoir, 15 janvier 2020. [En ligne] <https://www.ledevoir.com/opinion/idees/570824/urbanisme-pour-contrer-l-etalement-urbain>
- HÉMOND, Robin et Yannik NOURY (2018). *Régime d'impôt foncier à taux variés*. Gouvernement du Québec, Direction de la fiscalité du ministère des Affaires municipales et de l'Occupation du territoire. Document d'information. [PDF] 79 p.
- LE HAVRE (s.d.). Le droit de préemption commercial instauré en centre-ville. Commerce. [En ligne] <https://www.lehavre.fr/actualites/le-droit-de-preemption-commercial-instaure-en-centre-ville>
- LOCAL INVESTING YYC (s.d.). *Albertans investing in Calgary's local economy for a sustainable future*. [En ligne] <https://localinvestingyyc.ca/>
- MAROHN, Charles (2018). Risking some tough talk. Strong Towns, 10 septembre 2018. [En ligne] <https://www.strongtowns.org/journal/2018/9/10/risking-some-tough-talk>
- MINISTÈRE DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES ET DES RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES [MCTRCT] (2019). *Programme Action cœur de ville*. Politiques publiques. Dynamiser les villes et métropoles. [En ligne] <https://www.cohesion-territoires.gouv.fr/programme-action-coeur-de-ville>
- MINISTÈRE DES AFFAIRES MUNICIPALES ET DE L'HABITATION [MAMH] (s.d.). *Régime d'impôt foncier à taux variés*. Fiscalité. [En ligne] <https://www.mamh.gouv.qc.ca/finances-et-fiscalite/fiscalite/regime-dimpot-foncier-a-taux-varies/>

- NADEAU, Jacynthe (2016). *Trois outils pour soutenir le commerce sherbrookoïse*. La tribune, 27 janvier 2016. [En ligne] <https://www.latribune.ca/affaires/trois-outils-pour-soutenir-le-commerce-sherbrookoise-4bab5600b06bf68d9f88aaed20b11ae3>
- NORTH EAST INVESTMENT COOPERATIVE (s.d.). *Change you can invest in*. [En ligne] <http://www.neic.coop/>
- QUEDNAU, Rachel (2016). *Transform your neighbourhood through cooperative investment*. Strong Towns. [En ligne] <https://www.strongtowns.org/journal/2016/6/9/community-cooperative-invests-in-local-properties>
- RADIO-CANADA (2020). *Taxer les propriétaires qui rechignent à louer leurs commerces*. [En ligne] <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1473471/montreal-commerces-vacants-redevance-sdc-asdcm>
- VILLE DE FREIBURG IM BREISGAU (2010). Märkte- und Zentrenkonzept. Brochure, 45 p.
- VILLE DE FREIBURG IM BREISGAU (2012). Politique environnementale à Fribourg. 104 p.
- VILLE DE SHERBROOKE (s.d.). *Commerce Sherbrooke*. [En ligne] <https://www.ville.sherbrooke.qc.ca/mairie-et-vie-democratique/comites-et-representations-politiques/comites-et-commissions-listes/commerce-sherbrooke/>
- VILLE DE VICTORAVILLE (s.d.). *Budget 2020*. Économie. [En ligne] <https://www.victoriaville.ca/page/1295/budget-2020.aspx>
- VIVRE EN VILLE (2013). Bâtir au bon endroit. La localisation des activités et des équipements au service des collectivités viables. Coll. Outiller le Québec ; 4, 107 p.
- WALLONIE COMMERCE (s.d.). *Creashop*. [En ligne] <http://www.walloniecommerce.be/creashop-action-8.html>



Québec

870, avenue De Salaberry, bureau 309
Québec (Québec) G1R 2T9

Montréal

50, rue Sainte-Catherine Ouest, bureau 480
Montréal (Québec) H2X 3V4

info@ruesprincipales.org
1 877 694.9944 (Sans frais)
ruesprincipales.org