

**Mémoire de la SDC Plaza St-Hubert dans le cadre de la consultation
publique sur la problématique des locaux vacants sur les artères
commerciales à Montréal.**

Janvier 2020



SDC Plaza St-Hubert
6841 Rue St-Hubert, #204
Montréal, Québec, H2S 2M7

TABLE DES MATIÈRES

À propos de la SDC Plaza St-Hubert	3
Contexte.....	3
Les indicateurs de performance	4
Cotisation entre locations.....	4
L'entretien du cadre bâti.....	5
L'urbanisme commercial	6
La réglementation.....	6
L'acquisition d'immeubles	7
Conclusion	8
Sommaire des recommandations	8

À PROPOS DE LA SDC PLAZA ST-HUBERT

Organisme à but non lucratif, la SDC de la Plaza St-Hubert a pour mission de promouvoir le développement commercial et la notoriété de la rue Saint-Hubert.

Dans le but d'aider les commerçants à réussir en affaires, la Société défend leurs intérêts et fait tout en son possible pour répondre à leurs besoins. Elle veut avant tout renforcer le rôle central de la rue autant au plan du développement culturel, durable, social que commercial. Ce faisant, elle cherche à favoriser un sentiment d'appartenance et de fierté, aussi bien chez les commerçants, chez les résidents que chez la clientèle.

La Plaza St-Hubert est une artère commerciale majeure de la ville de Montréal qui représente 400 entreprises de détail et de service entre les rues Bellechasse et Jean-Talon. À ce titre, elle fait valoir les points de vue et les préoccupations communes des commerçants. Son pouvoir de regroupement, combiné à sa capacité de promouvoir les affaires, de réaliser des travaux d'amélioration et d'offrir de multiples services, font de la Société un important agent économique. Par son action, elle accroît le dynamisme commercial du secteur tout en répondant aux besoins des citoyens des quartiers environnants.

CONTEXTE

La vitalité de nos rues principales est menacée. En effet, depuis plus d'une décennie, nous constatons que, malgré une croissance économique record¹, plusieurs artères commerciales de la métropole affichent un taux d'inoccupation inquiétant².

Malgré les grands bouleversements qui ont marqué le commerce de détail depuis un demi-siècle, de l'avènement des centres commerciaux à l'apparition des grandes surfaces, Montréal a su demeurer une ville de quartiers. Une ville où chaque artère commerciale a pu développer et maintenir avec le temps ses caractéristiques propres.

Au cours des décennies, la Plaza St-Hubert a su se transformer et s'adapter face aux changements. Aujourd'hui, l'artère vit une nouvelle transformation majeure qui lui permettra d'affronter le prochain siècle avec optimisme. Les travaux majeurs qui ont cours sur la Plaza offriront à la population un aménagement de qualité une expérience rehaussée.

Malgré les récents efforts de la Ville de Montréal visant à soutenir ses artères commerciales, force est de constater que la problématique des locaux vacants prend l'ampleur et requiert une attention particulière des autorités publiques. Devant ce constat alarmant, nous nous saluons les démarches de cette Commission.

Ayant participé à l'élaboration du mémoire de l'Association des SDC de Montréal (ASDCM), la SDC Plaza St-Hubert appuie les recommandations de l'ASDCM et recommande à la Ville de Montréal d'y faire suite.

Recommandation 1 : Adopter les recommandations de l'Association des SDC de Montréal

S'il est vrai que toutes les artères commerciales font face à des défis similaires ; chaque artère est unique et doit composer avec des particularités qui lui sont propres. Le présent mémoire vise à faire état des constats et recommandations de la Plaza St-Hubert et de ses membres.

¹ [La Presse. Montréal en tête de la croissance économique au pays, 2018](#)

² [Journal de Montréal, Dominique Chambron-Goulet, 2019](#)

LES INDICATEURS DE PERFORMANCE

L'absence de données publiques sur la vitalité commerciale est fort inquiétante. En effet, il existe très peu de données au sujet du commerce sur rue. Pourtant, le gouvernement du Québec possède de précieuses données sur la performance des artères commerciales par le biais de Revenus Québec.

En effet, le chiffre d'affaires des commerces et la taxe de vente perçue sont d'excellents indicateurs de performances permettant de suivre l'état du commerce sur l'ensemble du territoire de la Ville de Montréal. L'analyse de ces données permettrait, entre autres, de suivre l'évolution du commerce par secteur géographique et par catégorie en plus d'évaluer la fuite réelle des achats transfrontaliers et en ligne.

Afin d'obtenir les données existantes permettant de brosser un portrait de la performance des artères commerciales de Montréal, nous proposons que la Ville de Montréal interpelle le gouvernement du Québec afin qu'il lui partage les données fiscales sur l'activité commerciale de la métropole.

Recommandation 2 : Obtenir du gouvernement du Québec un partage de données fiscales pouvant servir d'indicateurs de performance commerciale par secteur.

COTISATION ENTRE LOCATIONS

La présence de locaux vacants sur les artères commerciales cause une multitude d'effets négatifs, directs et indirects, sur l'ensemble des commerces environnants. Sur les territoires desservis par une SDC, l'inoccupation commerciale crée un autre effet pervers, celui d'augmenter le fardeau financier chez les commerçants existants.

En effet, conformément à la *Loi sur les cités et villes* qui régit les SDC³, le financement des SDC est assuré, pour l'essentiel, par la cotisation obligatoire que la municipalité perçoit auprès des commerces situés dans le district selon le budget adopté par les commerçants.

Or, quand un local est laissé vacant, les frais de cotisations sont redistribués chez l'ensemble des commerces existants puisque les propriétaires immobiliers ne sont pas responsables des cotisations obligatoires entre locations.

Cette situation crée une iniquité envers les commerçants qui doivent continuer d'investir dans la promotion et le développement du territoire alors que les propriétaires de locaux vacants en bénéficient sans y contribuer.

De plus, cette situation crée une pression financière aggravante chez les commerçants existants puisque, plus le taux d'inoccupation est élevé, plus commerçants doivent contribuer financièrement à la SDC afin de compenser les pertes de cotisations et maintenir le développement commercial du district.

Afin de corriger cette situation, nous demandons que la Ville de Montréal transfère automatiquement la responsabilité des cotisations obligatoires aux propriétaires immobiliers lorsqu'un local commercial est vacant.

Recommandation 3 : Transférer automatiquement la responsabilité des cotisations obligatoires aux propriétaires immobiliers lorsqu'un local commercial est vacant.

³ [Gouvernement du Québec](#).

La présence de vitrines placardées peut avoir des effets dévastateurs sur l'attractivité d'une artère commerciale. Mais même quand une artère est en pleine santé et que le taux d'inoccupation y est bas, l'apparence d'immeubles négligés cause un grave préjudice à l'ensemble de la zone commerciale puisqu'elle crée une apparence de dévitalisation qui nuit à l'ambiance et, par le fait même, contribue à la multiplication de locaux vacants.

L'expérience client est un des principaux facteurs de succès des artères commerciales. C'est pourquoi les commerçants investissent considérablement dans leurs commerces afin de se démarquer de la compétition et rendre leur établissement le plus attrayant possible face à une clientèle toujours plus exigeante. Toutefois, l'expérience client d'une artère commerciale ne se termine pas à la porte d'un commerce. Elle comprend tout l'espace public, allant du mobilier à la propreté des trottoirs et comprend l'état général du cadre bâti.

Par ailleurs, le PR@M Commerce et PR@M Artères en transformation sont d'excellents programmes permettant de rehausser la qualité des façades et des commerces. La bonification de ces programmes a permis d'initier la rénovation d'une multitude d'immeubles de la Plaza St-Hubert et, à terme, contribuera considérablement à l'attractivité de l'artère.

Malgré les efforts la Ville, des SDC et des commerçants, certains immeubles et commerces demeurent dans un état vétuste et nuisent à la performance de l'ensemble de la zone commerciale. Faute de règles encadrant l'entretien des immeubles situés sur les artères commerciales, la négligence de certains propriétaires et commerçants se poursuit en toute impunité.

La Plaza St-Hubert est d'avis que la Ville de Montréal ne peut tolérer une telle négligence sur ses artères commerciales et recommande l'adoption d'une réglementation qui encadre l'entretien bâtiments situés sur les artères commerciales. Une telle réglementation doit inclure des clauses particulières pour assurer la propreté et l'entretien des façades ainsi que des pénalités dissuasives pour les propriétaires et commerçants fautifs.

Recommandation 4 : Adopter une réglementation qui encadre l'entretien des immeubles situés sur les artères commerciales.

L'URBANISME COMMERCIAL

La consolidation de l'offre commerciale existante doit être prioritaire, surtout dans un contexte où la mobilité est problématique et la superficie commerciale per capita est vouée à être revue à la baisse⁴. En limitant l'étalement commercial et en rationalisant la superficie commerciale, la Ville contribuerait à la résilience de ses artères existante ainsi qu'à l'émergence de nouveaux pôles de proximité.

Ce principe doit être appliqué à l'ensemble de l'agglomération. La concentration de certaines activités sur les artères de destination permet d'assurer la vitalité de ces dernières. Ainsi, certains usages susceptibles d'agir comme générateur d'achalandage, tels les établissements de débit de boissons, les salles de spectacles et les établissements de restauration, devraient être concentrés sur certaines artères commerciales et non dilués sur l'ensemble du territoire.

Afin d'assurer le bon développement de ses artères et de limiter l'étalement commercial, la Ville de Montréal devrait se doter d'une politique d'urbanisme commerciale qui lui permettrait d'identifier les pôles commerciaux à consolider et exigerait des arrondissements et des villes liées qu'ils concentrent l'usage commercial sur leurs artères désignées à cet effet.

Recommandation 5 : Adopter une politique d'urbanisme commercial qui exige des arrondissements et des villes liées qu'ils limitent les nouveaux développements et concentrent l'activité commerciale sur les artères existantes.

“A new equilibrium with fewer square feet of retail per capita is likely being established as the amount of space devoted to malls, shopping centres, and retail districts decline, with unneeded retail space being repurposed or replaced” - PCW

LA RÉGLEMENTATION

Dans le rapport Cormier, le comité consultatif avait soulevé l'importance de simplifier la réglementation et faciliter le cheminement des demandes⁵. Entreprendre l'ouverture d'un nouveau commerce ou adapter celui-ci aux nouvelles réalités du marché demande aux entrepreneurs de franchir plusieurs étapes souvent complexes et mal adaptées à la réalité du commerce.

Alors que la nouvelle réalité du commerce requiert une plus grande flexibilité de la part des commerçants, la réglementation municipale est encore trop rigide et les délais administratifs liés à l'obtention de permis nécessaire à l'exploitation d'un établissement sont souvent trop longs.

Afin de répondre aux exigences grandissantes des consommateurs, les commerçants doivent souvent redoubler de créativité et marient différents usages autrefois distincts. En effet, il n'est pas rare de voir aujourd'hui un détaillant produire lui-même ses articles en atelier dans le même local, un restaurant se transformer en salle de spectacles, un bar qui brasse sa propre bière sur place ou même un barbier offre des cocktails. Tous ces usages sont pourtant traités comme des usages distincts et requièrent une plus grande flexibilité réglementaire.

Il est donc important pour la Ville de Montréal, et particulièrement pour ses arrondissements, d'alléger les règles d'urbanisme sur ses artères commerciales et accélérer les réponses aux projets soumis afin de mieux refléter la réalité du commerce contemporain et ses particularités.

Recommandation 6 : Que la Ville de Montréal et ses arrondissements allègent les règles d'urbanisme sur ses artères commerciales et accélère les réponses aux projets soumis.

⁴ [PCW Emerging Trends in Real Estate 2020](#)

⁵ [Comité consultatif sur le « Plan commerce ». Renouer avec le commerce sur rue : un chantier prioritaire, 2018](#)

La gestion du parc immobilier commercial est un des principaux facteurs de réussite ou d'échec des zones commerciales. L'exemple du centre commercial est pertinent. La gestion des entrées et des sorties du centre commercial fait l'objet de réglages constants pour optimiser le choix et la variété commerciale. Cette opération demeure pratiquement impossible pour une rue commerçante. Le nombre de propriétaires immobiliers, les différentes visions de la détention immobilière, les ressources financières, les objectifs d'affaires font que la rue commerçante se développe au gré des possibilités et des contraintes immobilières et urbaines.

Un modèle d'affaires basé sur la spéculation court terme peut faire grimper les loyers et même évincer des commerces essentiels à la mixité commerciale laissant ensuite des locaux vacants. À l'inverse, un modèle d'affaires basé sur la performance long terme d'une zone commerciale peut permettre à des commerces uniques d'avoir pignon sur rue et d'agir comme générateur d'achalandage contribuant ainsi à l'attrait de l'ensemble de l'artère.

L'acquisition et la gestion de certains immeubles par les SDC permettraient de recruter et développer des commerces indépendants, d'assurer une bonne mixité commerciale sur les artères et même de compléter l'offre de stationnement hors rue. En effet, de par leur mission, les SDC pourraient réhabiliter des locaux commerciaux et de permettre d'y installer des commerces bénéfiques pour l'ensemble de la zone commerciale à des loyers compatibles avec leur activité en cohérence avec le positionnement de l'artère.

Notons que des modèles similaires existent déjà à Paris⁶ et que les SDC possèdent déjà les pouvoirs nécessaires pour effectuer de tels achats. Toutefois, une telle transaction requiert une garantie financière que les SDC ne peuvent assurer à elles seules. De plus, l'absence d'une reconnaissance officielle de la part de la Ville à l'effet que les SDC devraient contribuer au recrutement commercial et à la gestion du parc immobilier sur nos artères commerciales contribue à l'absence de projets malgré les études qui recommandent leur mise en place⁷.

Afin de limiter la spéculation, de contribuer au développement de commerces indépendants et d'assurer une mixité commerciale bénéfique pour l'ensemble des zones commerciales, la Plaza St-Hubert demande que la Ville de Montréal appuie les SDC dans l'achat d'immeubles non résidentiels par le biais de garanties financières permettant aux SDC d'obtenir les prêts nécessaires auprès des institutions financières.

Recommandation 7 : Que la Ville de Montréal appuie, par le biais de garanties financières, l'achat d'immeubles non résidentiels par les SDC.

⁶ [Opération Vital'Quartier](#)

⁷ [Démarches de recrutement et d'influence du mix-commercial, approches et bonnes pratiques – Artères, 2017](#)

CONCLUSION

Le commerce sait s'adapter, il ne demande qu'à être aidé de la bonne façon pour mieux jouer son double rôle économique et de liant social dans les quartiers montréalais. Afin de réduire le nombre de locaux vacants à Montréal, comme ailleurs, la métropole devra s'inspirer des meilleures pratiques et éviter de répéter les erreurs des autres.

Alors que le commerce est en constante évolution et que les municipalités doivent redoubler leurs efforts pour assurer le développement commercial de leur centre-ville et de leurs artères commerciales, il est primordial de redonner aux artères commerciales la vocation qui leur revient ; être le cœur et le point de rassemblement des quartiers. Pour ce faire, il faut concentrer l'activité commerciale, culturelle et sociale sur les rues principales et mettre en place les conditions pour offrir une expérience client de qualité, une offre commerciale variée et un environnement propre et sécuritaire.

Les travaux de la Commission dans le cadre de la consultation publique au sujet des locaux vacants à Montréal sont un pas vers la bonne direction. Nous ne pouvons qu'encourager vivement la Ville de Montréal d'adopter nos recommandations le plus rapidement possible afin de freiner la multiplication des locaux vacants et, à terme, de renverser la tendance qui affecte la plupart des villes du Québec.

SOMMAIRE DES RECOMMANDATIONS

Recommandation 1 : Adopter les recommandations de l'Association des SDC de Montréal

Recommandation 2 : Obtenir du gouvernement du Québec un partage de données fiscales pouvant servir d'indicateurs de performance commerciale par secteur.

Recommandation 3 : Transférer automatiquement la responsabilité des cotisations obligatoires aux propriétaires immobiliers lorsqu'un local commercial est vacant.

Recommandation 4 : Adopter une réglementation qui encadre l'entretien des immeubles situés sur les artères commerciales.

Recommandation 5 : Adopte une politique d'urbanisme commercial qui exige des arrondissements et des villes liées qu'ils limitent les nouveaux développements et concentrent l'activité commerciale sur les artères existantes.

Recommandation 6 : Que la Ville de Montréal et ses arrondissements allègent les règles d'urbanisme sur ses artères commerciales et accélère les réponses aux projets soumis.

Recommandation 7 : Que la Ville de Montréal appuie, par le biais de garanties financières, l'achat d'immeubles non résidentiels par les SDC.