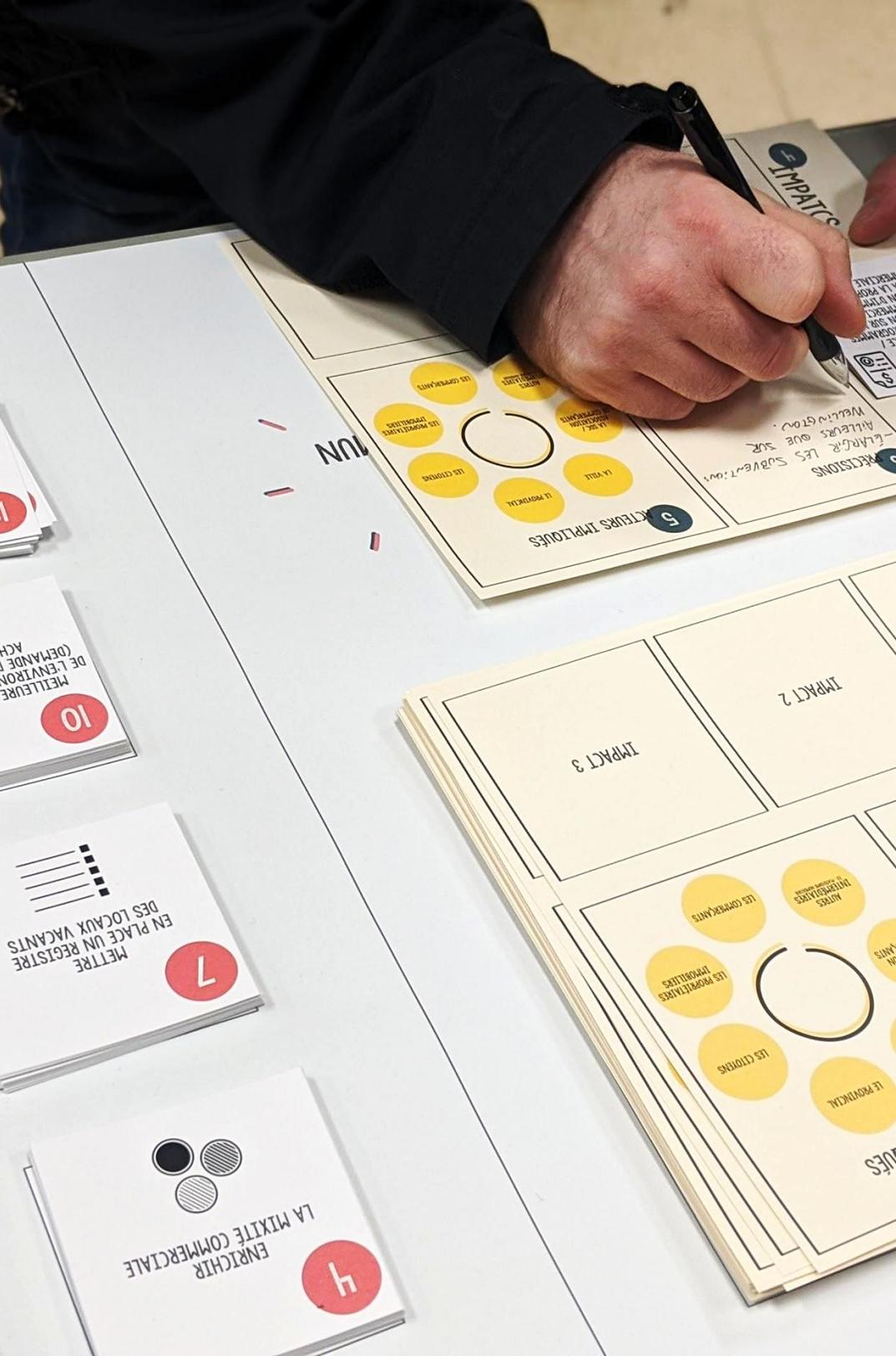


**CONSULTATIONS
PUBLIQUES
SUR L'ENJEU
DES LOCAUX
VACANTS
SUR LES ARTÈRES
COMMERCIALES**

Rapport des consultations locales
conduites dans les 19 arrondissements
de la Ville de Montréal

25 février 2020



Contenu | Sommaire

- p3 - **Le contexte** | La problématique des locaux vacants
- p4 - **Le contexte** | Le processus de consultation
- p5 - **L'invitation** | Communiquer localement
- p6 - **La formule de consultation** | Un parcours libre et participatif
- p7 - **La participation** | Une problématique qui mobilise
- p9 - **Évolution de la situation locale** | L'outil
- p10 - **Évolution de la situation locale** | Ce qui a marqué les rues commerciales des arrondissements
- p11 - **Évolution de la situation locale** | Le futur désiré pour les rues commerciales des arrondissements
- p13 - **Identité** | L'outil
- p14 - **Identité** | Ce que les participant.es aiment particulièrement des rues commerciales de leurs arrondissements
- p15 - **Enjeux locaux** | L'outil
- p16 - **Enjeux locaux** | Les enjeux majeurs susceptibles de faire augmenter le taux de locaux vacants dans les arrondissements
- p18 - **Pistes de solutions adaptées** | L'outil
- p19 - **Pistes de solutions adaptées** | L'affichage des récoltes
- p20 - **Pistes de solutions adaptées** | Les pistes de solutions majeures pour l'ensemble des arrondissements
- p21 - **Pistes de solutions adaptées** | 5 pistes de solutions majeures ciblées par les participant.es
- p30 - **Les constats** | La formule et l'engagement des participant.es
- p31 - **Annexes** | Sommaire

Le contexte | La problématique des locaux vacants

La Commission sur le développement économique et urbain et l'habitation a convié la population à participer à une consultation publique sur la problématique des locaux vacants sur les artères commerciales à Montréal.

En plus des séances d'auditions des mémoires, ces consultations publiques ont pris la forme d'un questionnaire en ligne, de consultations locales dans les 19 arrondissements de la Ville de Montréal et d'un atelier de co-création réunissant des propriétaires et des commerçants.

Plus précisément, **les consultations locales ont permis à la population de chacun des arrondissements de s'exprimer sur la problématique des locaux vacants en plus d'explorer les enjeux et les pistes de solutions caractéristiques de leur réalité locale.** Ces consultations ont été co-créées par le Service du développement économique de la Ville de Montréal et la coopérative Percolab. Elles se sont déroulées du 16 janvier au 4 février 2020.

L'intention qui a guidé l'ensemble des consultations locales est la suivante :

Identifier ensemble les enjeux et les pistes de solutions qui contribueront à la santé, au dynamisme et à l'identité des artères commerciales de Montréal.

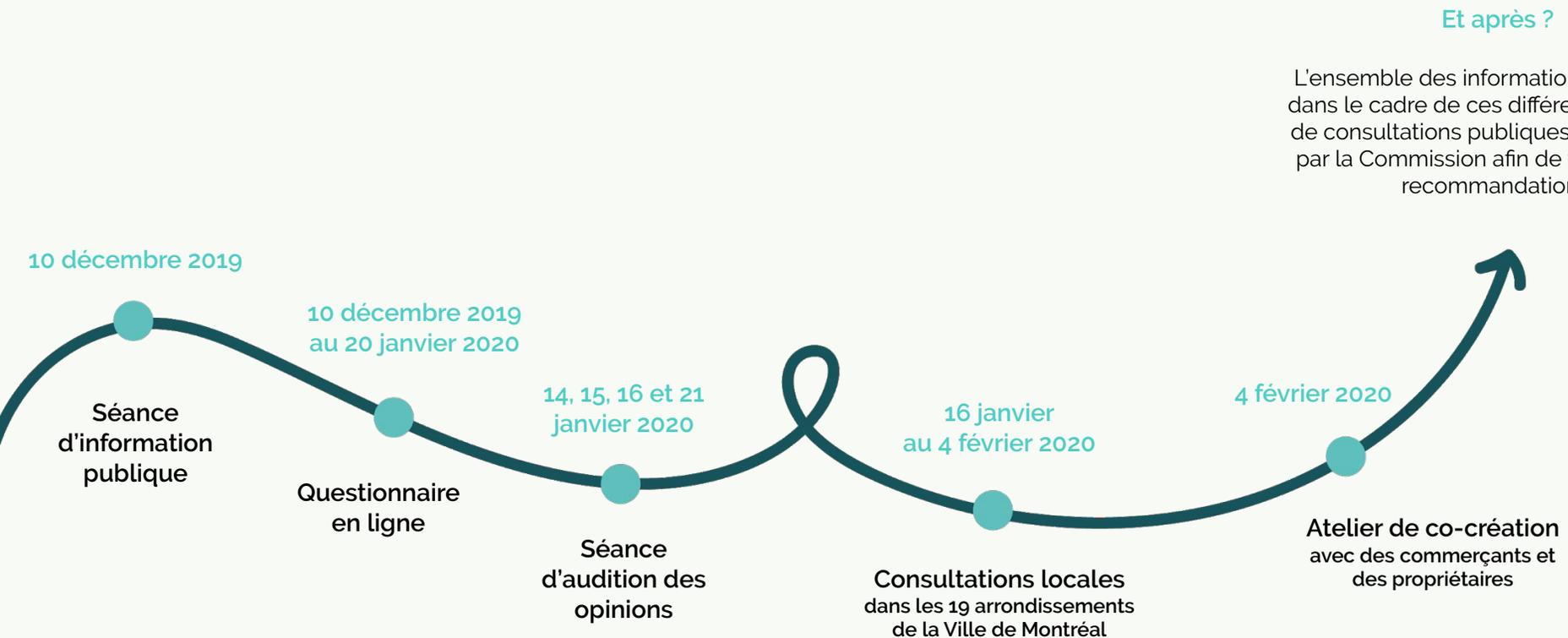
Note au lecteur



Ce rapport fait état des **faits saillants et des grandes tendances issues de l'ensemble des consultations citoyennes locales** tenues dans les 19 arrondissements de la Ville de Montréal autour de la problématique des locaux vacants sur les artères commerciales.

Veillez prendre note que les résultats des consultations publiques locales représentent uniquement l'opinion de ceux et celles qui ont participé aux consultations. Ils ne peuvent pas être extrapolés à l'ensemble des arrondissements ou de la Ville de Montréal.

Le contexte | Le processus général de consultation



L'invitation | Communiquer localement

Une invitation type a été envoyée à l'ensemble des arrondissements pour qu'ils puissent communiquer autour de l'événement de consultation (thème, date, lieu, heure).

Chaque arrondissement était invité à la diffuser avec les canaux de communication de son choix (porte-à-porte, infolettre, médias sociaux, etc.).



CONSULTATIONS PUBLIQUES SUR L'ENJEU DES LOCAUX VACANTS SUR LES ARTÈRES COMMERCIALES

ET SI ON IDENTIFIAIT ENSEMBLE, LES PISTES DE SOLUTIONS LOCALES QUI CONTRIBUERONT À LA SANTÉ, AU DYNAMISME ET À L'IDENTITÉ DES ARTÈRES COMMERCIALES DE VOTRE ARRONDISSEMENT?

Date

Heure (entre XXX et XXX)

Lieu

Adresse

La population citoyenne et commerçante, les propriétaires immobiliers et les organismes sont invités à participer à une consultation publique visant à identifier des pistes de solutions à la problématique des locaux vacants sur les artères commerciales de Montréal.

Ce sera l'occasion **de vous informer, de faire entendre votre point de vue et de contribuer à identifier des solutions porteuses** pour redynamiser ces rues commerciales qui sont au cœur de votre quartier.

Participez à la consultation!

Richard Ryan

Conseiller de Ville, Le Plateau Mont-Royal

Président de la Commission sur le développement économique et urbain et l'habitation

Montréal

La formule de consultation | Un parcours libre et participatif

Ces consultations locales ont eu pour objectif **d'entendre et de faire valoir les connaissances et les voix des citoyens**, experts de leur quartier.

Une formule de consultation favorisant l'autonomie et la participation de chacun

Une fois accueillis, les participant.es étaient invité.es à déambuler librement entre 3 stations de consultation, dans l'ordre de leur choix, selon leurs intérêts et le temps dont ils disposaient. Chaque station était dotée d'une thématique définie et d'outils participatifs imaginés et créés sur mesure. Les objectifs étaient les suivants :

Station Identité et Enjeux :

- Identifier les enjeux spécifiques et majeurs susceptibles de faire augmenter le taux de locaux vacants dans l'arrondissement.
- Faire ressortir l'identité commerciale locale en invitant les participant.es à écrire ce qu'ils aiment des rues commerciales de leur arrondissement.

Station Évolution de la situation locale :

- Identifier des événements et des faits saillants ayant marqué positivement et négativement les rues commerciales de l'arrondissement.
- Entendre les souhaits des participant.es pour l'avenir des rues commerciales de l'arrondissement.

Station Pistes de solutions adaptées :

- Identifier les pistes de solutions adaptées à la réalité de l'arrondissement afin de diminuer le phénomène des locaux vacants.



La participation | Les locaux vacants : une problématique qui mobilise



458 participant.es

se sont mobilisé.es pour faire entendre leur voix autour de la problématique des locaux vacants.

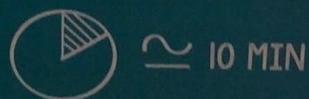
PARTICIPATION	TOTAL
Lachine	50
Saint-Léonard	48
Verdun	45
Le Plateau-Mont-Royal	44
Rivière-des-Prairies–Pointe-aux-Trembles	34
Ville-Marie	28
L'Île-Bizard–Sainte-Geneviève	27
Montréal-Nord	23
Villeray–Saint-Michel–Parc-Extension	22
Le Sud-Ouest	21
Ahuntsic-Cartierville	21
Saint-Laurent	20
Pierrefonds-Roxboro	16
Outremont	16
Côte-des-Neiges–Notre-Dame-de-Grâce	14
Mercier–Hochelaga-Maisonneuve	11
LaSalle	9
Rosemont–La Petite-Patrie	9
Anjou	0
	458

ÉVOLUTION DE LA SITUATION LOCALE



~ 10 MIN

ÉVOLUTION DE LA SITUATION LOCALE



~ 10 MIN

Évolution de la situation locale | Ce qui a marqué les rues commerciales des arrondissements

Quelques événements marquants (positifs et négatifs) avaient déjà été identifiés par l'arrondissement et ajoutés à la ligne du temps au démarrage de la consultation. **Placer un événement dans le positif ou dans le négatif est une question de perception**, car un même événement pourrait se retrouver dans l'une ou l'autre des catégories selon la « casquette » de la personne (propriétaire, commerçant.e, citoyen.ne). Dans certains arrondissements par exemple, **des événements ajoutés par les arrondissements dans la partie positive ont été déplacés par les participant.es dans la partie négative**.

Chaque histoire locale est unique et propre à chaque arrondissement. Nous vous invitons à consulter les données récoltées dans les comptes rendus par arrondissement disponibles sur le site Web de Commission.

QU'EST-CE QUI A MARQUÉ LES RUES COMMERCIALES DE VOTRE
ARRONDISSEMENT AU COURS DES DERNIÈRES ANNÉES ?

— EMPAREZ-VOUS D'UN FEUTRE ET INSCRIVEZ LES ÉLÉMENTS
— MARQUANTS POSITIFS (+) OU NÉGATIFS (-), SUR CETTE LIGNE
— DU TEMPS. SPÉCIFIEZ LA RUE COMMERCIALE CIBLÉE AU BESOIN.

QUEL SERAIT LE FUTUR DÉSIRÉ POUR LES RUES COMMERCIALES
DE VOTRE ARRONDISSEMENT ?



JANVIER
2020



Évolution de la situation locale | Le futur désiré pour les rues commerciales des arrondissements

Sur cette même « ligne du temps », les participant.es étaient invité.es à **exprimer leurs souhaits pour l'avenir de leur arrondissement**. Cette section « futur désiré » a eu beaucoup de succès dans l'ensemble des consultations locales.

De l'ensemble des données récoltées, de grands thèmes se dégagent :

Diversité de l'offre favorisant l'inclusion

Améliorer la diversité de l'offre commerciale pour répondre aux différents besoins économiques et sociaux en limitant ou en augmentant les types de commerces et de services. Avoir aussi des commerces novateurs qui répondent aux nouveaux besoins de la population.

Des usages transitoires pour les locaux vides

Éphémères, collectifs et créatifs; des espaces utilisés comme ateliers d'artistes et d'artisans, des lieux d'exposition ou espaces pour OBNL et le communautaire.

Nouvelles réglementations

Revoir ou créer de nouvelles règles pour faciliter l'établissement d'espaces communautaires sur les artères commerciales.

Événements et animations

Que les rues deviennent des lieux d'événements. Développer une offre culturelle et une vie nocturne en multipliant les événements, surtout en période creuse (janvier-février).

Soutien aux commerces indépendants

Aide financière (subventions, bourses incitatives pour les commerçant.es qui répondent aux besoins non comblés par exemple) et accompagnement des commerçant.es dans la compréhension des droits, baux, comptes de taxes, etc. particulièrement en soutien au démarrage de projets d'entreprise.

Développement durable

Que les artères et les commerces soient zéro déchet et qu'il y ait une gestion des déchets organiques.

Collaboration entre les acteur.trices du milieu

(commerçant.es, citoyen.es, associations locales et SDC)
Bonifier le financement aux SDC, acquérir des bâtiments pour la SDC afin de soutenir davantage les SDC et leurs missions.

Lieux de rencontre

Avoir des espaces pour la co-création et la participation citoyenne qui permettraient aux artisan.es et aux *makers* de fabriquer ensemble et de créer des activités favorisant les rencontres entre les enfants et les aîné.es par exemple.

Mobilité et accessibilité

Avoir des aménagements urbains invitant au mode de vie actif et revoir le plan de transport du camionnage et du stationnement pour mettre l'emphase sur les transports en commun et les transports actifs.

Verdissement

Plus de vert : plus d'arbres, de ruelles vertes, de toits verts, d'espaces pour l'agriculture urbaine tout en préservant les plantes et les arbres existants.

Embellissement des rues

Mettre l'accent sur la beauté des rues pour créer l'identité du quartier et encourager l'achalandage. Encadrer l'entretien des bâtiments, revitaliser et améliorer l'aménagement urbain (éclairage, grandes terrasses, lampadaires, bancs, poubelles, trottoirs plus larges, etc.). Embellir les rues et ruelles en améliorant la propreté pour se sentir fier de son quartier.

Attractivité

Définir une vision claire et réfléchie sur un futur quartier attractif et vivant. Créer une identité et des outils pour unifier le quartier et en faire la promotion ou encore installer des œuvres d'art et avoir un festival. Valoriser ce qui existe déjà, comme le bord de l'eau, pour en faire une attraction touristique.

Proximité et achat local

Augmenter le nombre de commerces de quartier pour garantir la proximité et prioriser l'achat local.

IDENTITÉ & ENJEUX LOCAUX

  10 MIN



Identité | L'outil

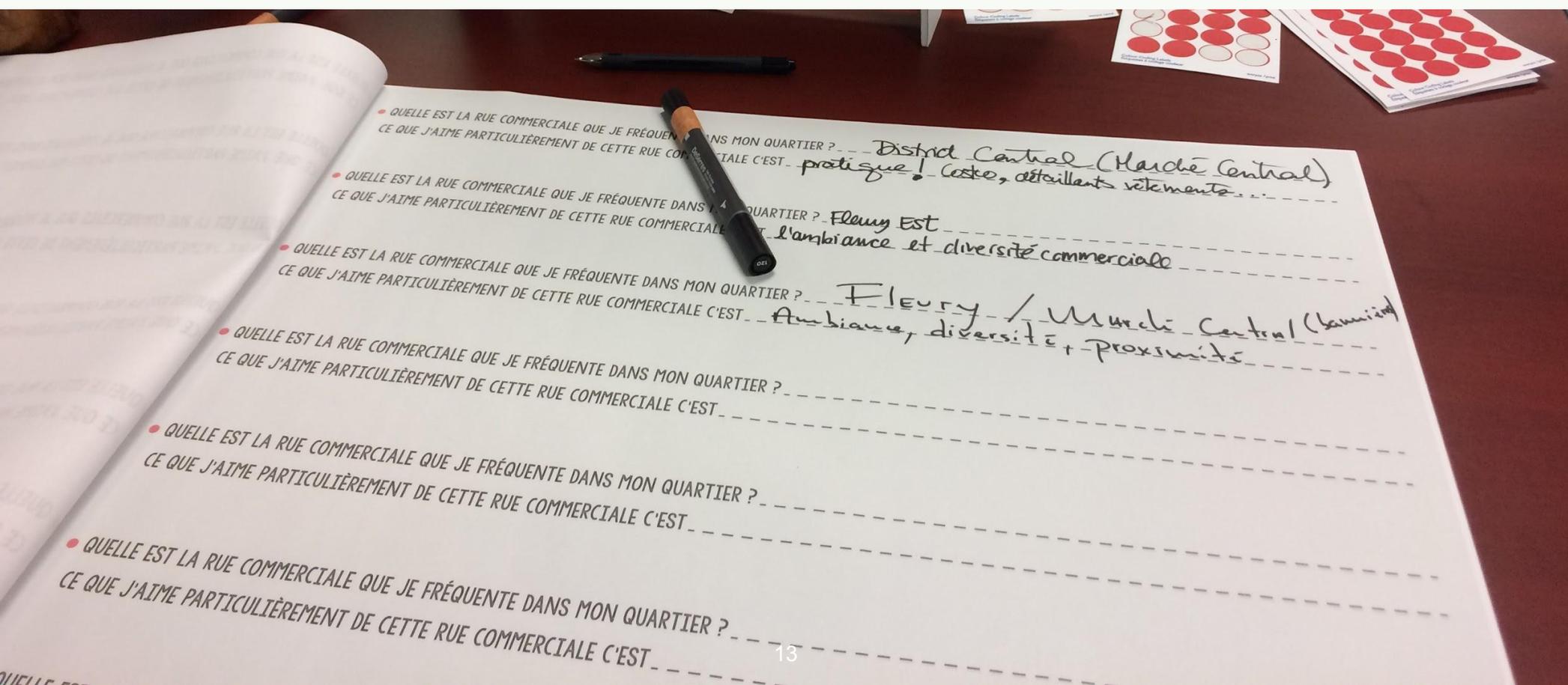
À la station « Identité et enjeux locaux », deux outils participatifs étaient mis à disposition.

Pour la partie Identité, une question était posée :

Qu'est-ce que j'aime particulièrement des rues commerciales de mon arrondissement ?

Pour y répondre, les participant.es étaient invité.es à écrire le nom de la ou des rues commerciales qu'ils fréquentent et à compléter la phrase suivante : **Ce que j'aime particulièrement de cette rue commerciale, c'est...**

Cet outil a pour intention de faire ressortir des éléments particulièrement appréciés par les citoyen.nes sur les rues qu'ils fréquentent pour ainsi **tenter de comprendre ce qui fait l'identité commerciale de chaque arrondissement.**



Identité | Ce que les participant.es aiment particulièrement des rues commerciales de leur arrondissement

Si chaque arrondissement à ses particularités identitaires, la récurrence de certaines données a permis de dégager des grands thèmes pour l'ensemble des arrondissements :

Proximité

Tout est proche, près de la résidence. On peut faire son épicerie à pied. Il y a une concentration de services et de commerces.

Aménagement urbain

C'est beau, accueillant et agréable. Les façades sont rénovées. Il y a du mobilier urbain, de l'éclairage, des placotoirs¹, des terrasses, des arbres et des parcs.

Accessibilité pour les piétons

Il y a une priorité pour les piétons. La rue est piétonne à l'année ou occasionnellement.

Accessibilité en transport en commun

Les commerces sont à proximité des métros, l'accès est facile.

Diversité de l'offre

Il y a un environnement commercial riche avec une variété de commerces. On y trouve de tout grâce à une diversité de services et des produits de qualité. Les petits commerces locaux et indépendants sont valorisés, ce qui favorise l'achat local. Que la rue soit à échelle humaine est apprécié.

Dynamisme et ambiance

La convivialité des commerçant.es, la qualité du service et le côté « vrai » des gens et des commerçants locaux donnent une âme au quartier, une histoire, de la vitalité, et un aspect sécuritaire, culturel et familial.

Animation du quartier

L'implication des différents acteur.trices du quartier (les organismes communautaires, les commerçant.es, les SDC, etc.) et les activités qu'ils entreprennent comme les événements, les ventes trottoirs et les festivals donnent — le jour comme la nuit — de la vie au quartier.

Attractivité

Attirant, unique et innovant, c'est pour cela qu'on se rend à cette place particulièrement. L'identité singulière de la rue comme son patrimoine bâti ou le bord de l'eau par exemple, sont appréciés des résident.es, des visiteur.teuses et des touristes. C'est une destination en soi.

Restaurants

Une catégorie à part, l'offre de restauration est la plus citée dans la quasi-totalité des arrondissements.

¹ « Le placotoir est un espace public conçu en prolongement du trottoir, sur la chaussée, et généralement en remplacement de cases de stationnement. On le retrouve principalement sur les rues commerciales. » - Source : [collectivitesviables](https://collectivitesviables.org/)

Enjeux locaux | L'outil

Parmi des enjeux déjà identifiés par la Commission, les participant.es étaient invité.es à **identifier, à l'aide de pastilles rouges, les trois enjeux majeurs qui, selon eux, sont susceptibles de faire augmenter le taux de locaux vacants dans leur arrondissement.**

Les participant.es avaient également la **possibilité d'ajouter d'autres enjeux dans des ronds vides à l'aide d'un feutre.**

Une personne du Service du développement économique était présente à cette station pour être à l'écoute des participant.es et apporter des clarifications sur certaines notions au besoin.

Cet outil participatif permet de **rapidement voir les enjeux qui ressortent majoritairement.** Il offre la possibilité de **donner son opinion tout en prenant connaissance de celle des autres.**

SECON VOUS, QUELS SONT LES 3 ENJEUX MAJEURS QUI SONT SUCCEPTIBLES DE FAIRE AUGMENTER LE TAUX DE LOCAUX VACANTS DANS VOTRE ARRONDISSEMENT ?

IDENTIFIEZ-LES À L'AIDE DES RONDS DE COULEUR MIS À VOTRE DISPOSITION

EMPAZ-ARQUANTS TEMPS, S

AUGMENTATION DES LOYERS

TRAVAUX & CHANTIERS MAJEURS

FARDEAU FISCAL

QUARTIERS MAL SERVIS PAR L'OFFRE COMMERCIALE ALIMENTAIRE

COMMERCE EN LIGNE

MANQUE DE STATIONNEMENT

COMPÉTITION D'AUTRES COMMERCES DANS LE QUARTIER

COMPÉTITION D'AUTRES COMMERCES À L'EXTÉRIEUR DU QUARTIER

SPÉCULATION IMMOBILIÈRE

ACCESSIBILITÉ UNIVERSELLE

TAXES D'AFFAIRES

ACCÈS PAR LE TRANSPORT EN COMMUN

AMÉNAGEMENTS URBAINS (TROTTOIRS, ÉCLAIRAGE, ETC.)

MANQUE DE LOCAUX À GRANDE SURFACE (13000 P2 ET)

NÉGLIGER LA RÉVITALISATION DE L'ARTISERIE WELLINGTON

OFFRE COMMERCIALE NE RÉPONDANT PAS AUX BESOINS (MIX COMMERCIAL)

RÉGLEMENTATION (ZONAGE, PERMIS, ETC.)

MANQUE DE RELÈVE OU DE MAIN-D'ŒUVRE

ITINÉRANCE

DÉLABREMENT DES LOCAUX, MALPROPRETÉ

COMMERCES NON ATTRACTIFS

FERMETURE DE CERTAINS COMMERCES PHARES

INCERTITUDE SUR L'AVENIR DE LA PLACE DU COMMERCE (PPU)

PRÉSENCE DE 3 DOLLARAMA (L'ARTISERIE)

FARADE NÉGLIGÉE

Manque de Diversification dans l'offre commerciale.

Diminution des commerces locaux de plus en plus de Restaurants et de BARS, + certaines chaînes Dollarama, etc.

Enjeux signifiés par plusieurs commerçants: Besoins liés aux décharges d'eau (pluie) entraînant un coût élevé lié à la consommation (déchets) DÉLABREMENT DES LOCAUX, MALPROPRETÉ

AJOUTEZ, SI VOUS LE SOUHAITEZ, DES ENJEUX À L'AIDE D'UN FEUTRE

15

Enjeux locaux | Les enjeux majeurs susceptibles de faire augmenter le taux de locaux vacants dans les arrondissements

ENJEUX	%	Fréquence
Augmentation des loyers	12,82%	127
Fardeau fiscal	9,28%	92
Réglementation (zonage, permis, etc.)	8,27%	82
Commerce en ligne	7,67%	76
Spéculation immobilière	7,57%	75
Manque de stationnement	7,37%	73
Délabrement des locaux, malpropreté	7,06%	70
Commerces non attractifs	6,96%	69
Offre commerciale ne répondant pas aux besoins (mix commercial)	6,86%	68
Aménagement urbain (trottoirs, éclairage, etc.)	6,86%	68
Travaux et chantiers majeurs	4,04%	40
Accès par les transports en commun	3,43%	34
Compétition d'autres commerces à l'extérieur du quartier	3,03%	30
Fermeture de certains commerce phares	2,83%	28
Manque de relève ou de main-d'œuvre	2,02%	20
Accès pour les piétons	1,72%	17
Accessibilité universelle	0,91%	9
Itinérance	0,71%	7
Compétition d'autres commerces dans le quartier	0,61%	6
	100%	991

70 autres enjeux ont été ajoutés par les participant.es.

La majorité des enjeux ajoutés se retrouvent déjà parmi les enjeux proposés, mais formulés différemment.

Les autres enjeux ajoutés par les participant.es concernent des particularités locales.

PISTES DE SOLUTIONS ADAPTÉES



≈ 20 MIN

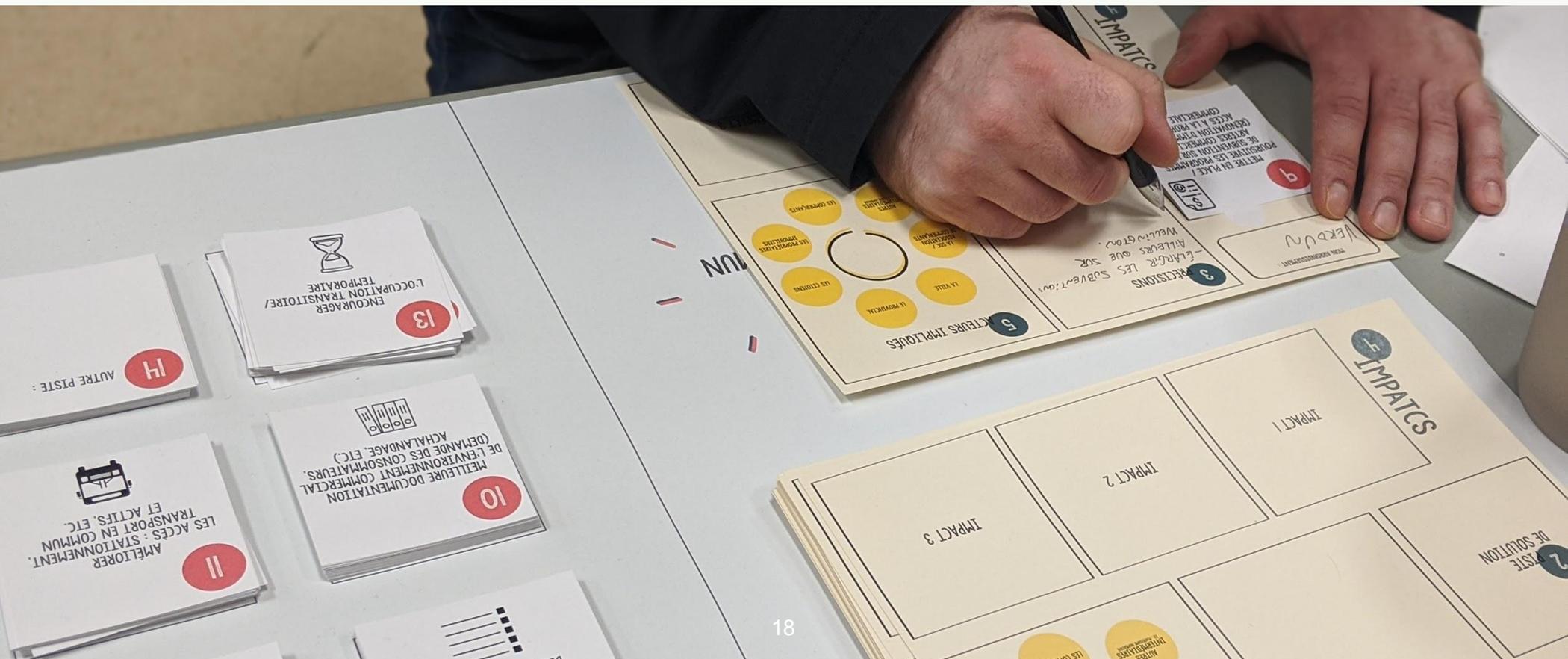


Pistes de solutions adaptées | L'outil

À la station « Pistes de solutions adaptées », les participant.es étaient invité.es à **identifier les pistes de solutions qui seraient adaptées à la réalité de leur arrondissement** face à la problématique des locaux vacants.

Après s'être emparé.es d'une feuille à compléter, les participant.es pouvaient la remplir au fur et à mesure en suivant les étapes suivantes :

- **Choisir une piste de solution** qui selon eux est la plus importante pour leur arrondissement, parmi les 13 solutions déjà identifiées par la Commission. Les participant.es ont également la possibilité d'ajouter de nouvelles pistes.
- **Apporter des précisions à cette piste de solution** en expliquant comment la mettre en œuvre.
- **Choisir les impacts potentiels** de cette solution parmi les 11 impacts proposés par la Commission. Les participant.es ont également la possibilité d'ajouter d'autres impacts.
- **Identifier les intervenants** qui selon eux devraient être impliqués dans la mise en œuvre de cette solution parmi les sept acteurs proposés (la Ville, le provincial, les citoyen.es, les propriétaires immobiliers, les commerçant.es, les autres intermédiaires, la SDC/association de commerçants).



Pistes de solutions adaptées | L'affichage des récoltes

Une fois leur feuille complétée, les participant.es étaient invité.es à l'afficher sur un mur. **Une mise en commun donna naissance à des discussions collectives** soutenues par un.e facilitateur.trice de la coopérative Percolab pour certains, et à une lecture individuelle et attentive pour d'autres.

L'affichage permet de se rendre rapidement compte du nombre de fois que les pistes sont choisies. Cela offre également la **possibilité d'aller lire les précisions que d'autres ont apportées sur la piste de solution** que l'on avait soi-même sélectionnée, ou de simplement **découvrir les idées et les opinions des autres participant.es de l'arrondissement**.

Pendant leur lecture, les participant.es pouvaient appuyer certaines idées à l'aide de collants jaune ou en forme d'étoile.



Pistes de solutions adaptées I Les pistes de solutions majeures pour l'ensemble des arrondissements

version corrigée avril 2020

SOLUTIONS	%	TOTAL
Baisser ou geler les taxes	14,78%	56
Enrichir la mixité commerciale	12,66%	48
Imposer une taxe sur les locaux vacants	12,40%	47
Améliorer l'environnement commercial (mobilier urbain, WiFi, signalisation, etc.)	11,08%	42
Mettre en place/poursuivre les programmes de subvention sur les artères commerciales (rénovation d'immeubles, accès à la propriété commerciale, etc.)	8,71%	33
Encadrer les hausses de loyers	8,44%	32
Améliorer les accès: stationnement, transport en commun et actifs, etc.	8,18%	31
Encourager l'occupation transitoire/temporaire	6,60%	25
Modifier le zonage commercial (afin de mieux s'adapter à la demande du marché)	5,28%	20
Mettre en place un registre des locaux vacants	5,01%	19
Terminer les travaux publics en cours ou en limiter les effets	3,17%	12
Mettre en place une plateforme de maillage entre les propriétaires immobiliers et les commerçants	2,11%	8
Meilleure documentation de l'environnement commercial (demande des consommateurs, achalandage, etc.)	1,58%	6
	100%	379

63 autres solutions ont été ajoutées par les participant.es.

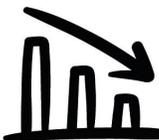
La majorité des solutions ajoutées se retrouvent déjà parmi les solutions proposées, mais formulées différemment.

Les autres solutions ajoutées par les participant.es concernent des particularités locales.

Pistes de solutions adaptées | 5 pistes de solutions majeures ciblées par les participant.es

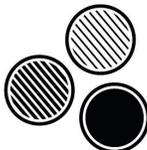
1

**BAISSER
OU GELER LES TAXES**



2

**ENRICHIR
LA MIXITÉ COMMERCIALE**



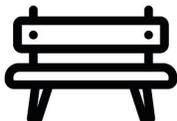
3

**IMPOSER
UNE TAXE SUR LES
LOCAUX VACANTS**



4

**AMÉLIORER
L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL
(MOBILIER URBAIN, WIFI,
SIGNALISATION, ETC.)**



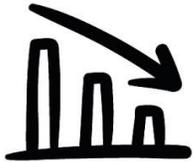
5

**METTRE EN PLACE /
POURSUIVRE LES PROGRAMMES
DE SUBVENTION SUR LES
ARTÈRES COMMERCIALES
(RÉNOVATION D'IMMEUBLES,
ACCÈS À LA PROPRIÉTÉ
COMMERCIALE, ETC.)**





**BAISSER
OU GELER LES TAXES**



IMPACTS

Viabilité des petits commerces indépendants

Hausse du chiffre d'affaires des commerçants

Meilleur contrôle des dépenses liées à la charge fiscale des commerçants

SYNTHÈSE DES PRÉCISIONS APPORTÉES PAR LES PARTICIPANT.ES

Encourager et protéger les petits commerces

Seuls les gros propriétaires et les spéculateurs peuvent encaisser les hautes taxes. Selon les participant.es, il faut encourager et protéger les petits commerces et commerçant.es pour préserver la diversité commerciale. (ex. : rabais de taxes, support et aides financières aux commerçant.es qui démarrent.) Donner un crédit d'impôt pour les entreprises locales pourrait encourager la fabrication et la vente de produits locaux.

Augmenter l'attractivité

Rendre une zone commerciale attractive par la baisse des taxes pour les petites et nouvelles entreprises. Cela inciterait des commerçant.es potentiel.les à s'y installer et à les soutenir dans leur phase de démarrage tout en favorisant la rétention des commerces existants. Diminuer les taxes sur les terrasses qui vitalisent les artères commerciales serait un bon levier pour augmenter l'attractivité.

Proposer une offre locative plus abordable

Un fardeau fiscal moins important pour les locaux commerciaux permettrait une offre locative plus abordable. (ex. : que les espaces commerciaux soient accessibles pour des commerces locaux qui ont un chiffre d'affaires de moins de 100 000 \$.)

Baisser les taxes et les loyers sur les immeubles non résidentiels encouragerait les organismes communautaires et OBNL à s'installer.

Adapter les taxes

Selon les participant.es, l'augmentation des taxes pose un problème, car les propriétaires les font payer à leurs locataires. Dans ce cas, les taxes d'affaires devraient être basées sur le revenu des commerces.

Apporter du soutien aux propriétaires

Aider les propriétaires lorsque le local est vide en gelant les taxes par exemple.

ACTEURS QUI DEVRAIENT ÊTRE IMPLIQUÉS SELON LES PARTICIPANT.ES

LA VILLE

LE PROVINCIAL

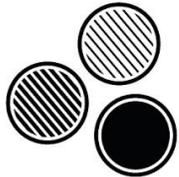
LES COMMERÇANTS

LES PROPRIÉTAIRES
IMMOBILIERS

LA SDC /
ASSOCIATION
DE COMMERÇANTS

2

ENRICHIR LA MIXITÉ COMMERCIALE



IMPACTS

Hausse de l'achalandage

Amélioration de l'ambiance et de la
vitalité commerciale

Répondre aux besoins des citoyens en
biens et services

SYNTHÈSE DES PRÉCISIONS APPORTÉES PAR LES PARTICIPANT.ES

Être à l'écoute de la population

Interroger la population locale sur ses attentes, ses besoins et ses envies ou sur l'offre manquante dans le secteur via des sondages type *Potluck* par exemple. De cette façon, les résident.es du quartier pourraient se sentir interpellé.es par l'offre. Certains participant.es insistent sur la valorisation de l'ADN des quartiers.

Proposer une offre unique et personnalisée

Donner une bonne raison de se rendre sur les rues commerciales (une boulangerie, fromagerie...) pour inciter la clientèle à se déplacer et venir rencontrer les commerçant.es. L'offre commerciale doit être unique et personnalisée : laisser moins de place aux chaînes comme Dollarama et plus aux commerces indépendants.

Garantir la proximité

S'assurer que tous.tes les résident.e.s aient accès à des commerces de proximité abordables. Certain.es participant.es trouvent qu'il serait intéressant de proposer des commerces de proximité en lien avec les enfants, mais aussi des endroits dynamiques et accueillants pour les jeunes.

Assurer une complémentarité et une diversité des commerces et des services de proximité

Proposer des objectifs/cibles de mixité à atteindre et mettre en place des incitatifs et démarchages pour les combler. Un crédit de taxes pour débiter pourrait attirer certains commerçant.es. Penser aux organismes communautaires qui attirent aussi un achalandage et offrent des services/activités complémentaires. Sensibiliser les propriétaires aux avantages de considérer la mixité dans l'ensemble. Développer des secteurs d'activités plus variés : volet culturel (atelier, coop, théâtre), volet sportif...

(Suite des précisions à la page suivante)

ACTEURS QUI DEVRAIENT ÊTRE IMPLIQUÉS SELON LES PARTICIPANT.ES

LA VILLE

LES CITOYENS

LES COMMERÇANTS

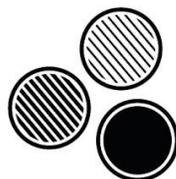
LES PROPRIÉTAIRES
IMMOBILIERS

LA SDC /
ASSOCIATION
DE COMMERÇANTS

(Suite)

2

ENRICHIR LA MIXITÉ COMMERCIALE



IMPACTS

Hausse de l'achalandage

Amélioration de l'ambiance et de la
vitalité commerciale

Répondre aux besoins des citoyens en
biens et services

SYNTHÈSE DES PRÉCISIONS APPORTÉES PAR LES PARTICIPANT.ES

Repenser le zonage commercial

Diminuer le zonage commercial pour concentrer les commerces par deux sur trois rues.
Avoir plus de flexibilité dans le zonage pour encourager la multiplication de vocation des immeubles entre le résidentiel et le commercial en utilisant par exemple d'anciens bâtiments industriels (ex. : usine Seagram).

Fournir des études de marché

Offrir des études de marché plus claires sur le voisinage immédiat pour que les investisseurs et les entreprises aient une idée de leur clientèle potentielle.

Collaborer avec les acteur.trices du milieu

Travailler avec les propriétaires, la Ville de Montréal et la SDC pour solliciter ou accueillir des commerces ciblés.

Répondre aux nouvelles façons de consommer

Avoir plus de commerces Vrac/zéro déchet.

ACTEURS QUI DEVRAIENT ÊTRE IMPLIQUÉS SELON LES PARTICIPANT.ES

LA VILLE

LES CITOYENS

LES COMMERÇANTS

LES PROPRIÉTAIRES
IMMOBILIERS

LA SDC /
ASSOCIATION
DE COMMERÇANTS

3

IMPOSER UNE TAXE SUR LES LOCAUX VACANTS



IMPACTS

Réduction du risque
de spéculation

Réduction de la période
d'inoccupation

Plus grande attractivité et
positionnement de l'artère

SYNTHÈSE DES PRÉCISIONS APPORTÉES PAR LES PARTICIPANT.ES

Responsabiliser et engager davantage les propriétaires

Imposer une taxe aux propriétaires de locaux vacants permettrait d'agir comme un incitatif à louer. Cette taxe pourrait être progressive selon le temps de vacance. (ex. : après 6 mois vide, une taxe augmentée à 50 % pourrait être imposée, à moins que le propriétaire démontre qu'il fait des démarches pour louer son local. À la location, un congé de taxe pourrait être donné au locataire.)

D'autres participant.es évoquent l'imposition d'une taxe mensuelle afin que les propriétaires prennent des mesures pour louer leurs locaux et qu'ils participent à la revitalisation des artères commerciales et dans la recherche de solutions.

Distinguer différents types de propriétaires

Les participant.es font la distinction entre les petits et les grands propriétaires immobiliers. Certains nomment le fait de particulièrement taxer les grands propriétaires ayant un parc immobilier important et qui laissent leurs locaux vides.

Il faudrait protéger les propriétaires d'entreprises locales contre les expulsions de promoteurs commerciaux qui sont rarement du quartier.

Soutenir les SDC

Imposer une taxe qui sera versée à la SDC ou à l'association des commerçants locaux pour les aider à développer le secteur et à participer au dynamisme des artères et à la mise en valeur du territoire.

ACTEURS QUI DEVRAIENT ÊTRE IMPLIQUÉS SELON LES PARTICIPANT.ES

LA VILLE

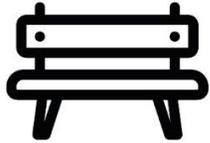
LES COMMERÇANTS

LES PROPRIÉTAIRES
IMMOBILIERS

LA SDC /
ASSOCIATION
DE COMMERÇANTS

4

AMÉLIORER L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL (MOBILIER URBAIN, WIFI, SIGNALISATION, ETC.)



IMPACTS

Viabilité des petits commerces
indépendants

Amélioration de l'ambiance et de la
vitalité commerciale

Plus grande attractivité et
positionnement de l'artère

SYNTHÈSE DES PRÉCISIONS APPORTÉES PAR LES PARTICIPANT.ES

Créer une identité propre au quartier

Une identité faisant écho à la communauté qui fréquente et qui met en valeur les qualités du secteur (ex. bord de l'eau, salle de spectacle, etc.). Selon certains participant.es, il serait intéressant de créer une signalisation visuelle unifiant le quartier. (ex. : signalisation piétonne, délimitation des pistes cyclables.)

Créer des destinations où flâner, se reposer et se rencontrer

Favoriser une vie de quartier en créant ces zones de repos et de rassemblement attrayantes pour encourager un milieu de vie et d'échange et augmenter l'achalandage (ex. : un souk, un marché forain). Inviter les gens à flâner et à profiter de l'espace commun en augmentant le nombre de lieux de rassemblement. (ex. : plus de placettes, plus de lieux de jeu, etc.).

Encourager la collaboration entre les acteur.trices du milieu

Favoriser l'implication et l'appropriation des rues par les acteur.trices (ex. : citoyen.nes, commerçant.es, organismes communautaires, etc.).

Transformer le secteur commercial en un pôle d'attraction

Pour que les rues commerciales deviennent un endroit incontournable où aller autant pour les résident.es que les touristes.

Rendre les artères et les commerces accessibles universellement

Créer des aménagements urbains conviviaux

S'approprier la rue en considérant le trottoir au-delà de son utilité première en le rendant plus accueillant pour tous les utilisateur.trices (ex. : plus de passage pour piétons).

(Suite des précisions à la page suivante)

ACTEURS QUI DEVRAIENT ÊTRE IMPLIQUÉS SELON LES PARTICIPANT.ES

AUTRES
INTERMÉDIAIRES
EX : PLATEFORME NUMÉRIQUE

LE PROVINCIAL

LA VILLE

LES CITOYENS

LES COMMERÇANTS

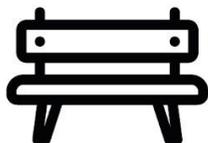
LES PROPRIÉTAIRES
IMMOBILIERS

LA SDC /
ASSOCIATION
DE COMMERÇANTS

(Suite)

4

**AMÉLIORER
L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL
(MOBILIER URBAIN, WIFI,
SIGNALISATION, ETC.)**



IMPACTS

Viabilité des petits commerces indépendants

Amélioration de l'ambiance et de la vitalité commerciale

Plus grande attractivité et positionnement de l'artère

SYNTHÈSE DES PRÉCISIONS APPORTÉES PAR LES PARTICIPANT.ES

Embellir les rues et inviter la créativité et à l'art

Soigner la propreté et l'apparence des rues (par exemple en élargissant et réparant les trottoirs endommagés), verdir davantage et ajouter du mobilier urbain (accroître le nombre de bancs publics confortables, de poubelles, de belles terrasses). Ajouter des œuvres d'art publiques et des installations artistiques réalisées par les artisans locaux. Prendre soin du patrimoine bâti : moderniser et harmoniser les façades pour rendre les rues et les commerces plus attrayants.

Animer le milieu et créer des événements

Pour attirer la population, apporter du charme au quartier et permettre à la population locale de mieux connaître son milieu de vie (ex. : musique de rue, expositions, etc.).

Viser un environnement commercial de proximité

Inviter les modes de transports actifs pour favoriser le commerce de proximité (un boulevard à 4 - 6 voies n'est pas plaisant à marcher).

Améliorer la mobilité et l'expérience

Mieux gérer les flux de circulation pour que les lieux soient plus fréquentés. Profiter de la venue du REM par exemple pour totalement repenser la fonctionnalité de la rue. Créer des parcours piétons pour améliorer l'expérience client avec plusieurs arrêts sur la rue afin de maximiser le temps passé sur l'artère et l'optimiser. Les gens doivent avoir plusieurs raisons de se rendre sur une artère.

Faire rayonner Montréal à l'international

Choisir des artères qui seront promues à l'échelle internationale et qui contribueront au rayonnement de Montréal.

ACTEURS QUI DEVRAIENT ÊTRE IMPLIQUÉS SELON LES PARTICIPANT.ES

AUTRES
INTERMÉDIAIRES
EX : PLATEFORME NUMÉRIQUE

LE PROVINCIAL

LA VILLE

LES CITOYENS

LES COMMERÇANTS

LES PROPRIÉTAIRES
IMMOBILIERS

LA SDC /
ASSOCIATION
DE COMMERÇANTS

5



**METTRE EN PLACE /
POURSUIVRE LES PROGRAMMES
DE SUBVENTION SUR LES
ARTÈRES COMMERCIALES
(RÉNOVATION D'IMMEUBLES,
ACCÈS À LA PROPRIÉTÉ
COMMERCIALE, ETC.)**

IMPACTS

Viabilité des petits commerces
indépendants

Amélioration de l'ambiance et de la
vitalité commerciale

Hausse des investissements

Réduction de la période
d'inoccupation

Plus grande attractivité et
positionnement de l'artère

SYNTHÈSE DES PRÉCISIONS APPORTÉES PAR LES PARTICIPANT.ES

Mieux informer et diffuser

Faire connaître les programmes de subvention dédiés aux commerçant.es et propriétaires immobiliers.

Augmenter le nombre de subventions

Plus de programmes offerts par les arrondissements.

Accorder de l'aide financière selon certains critères

Des critères précis tels que l'esthétisme, l'accessibilité universelle, des espaces pour les familles, le verdissement, la participation aux événements grand public.

Accompagner et offrir de la formation aux commerçant.es

Pour aider les nouveaux commerçant.es à mieux cibler leur offre, répondre aux besoins des citoyen.nes et les outiller pour répondre aux enjeux futurs.

Offrir par exemple, des programmes de démarrage ouverts à tous les âges et pas seulement au moins de 30 ou 35 ans, de l'accompagnement pour moderniser les commerces (accès à la technologie, commerce en ligne) et des subventions permettant aux petits commerces de se développer.

(Suite des précisions à la page suivante)

ACTEURS QUI DEVRAIENT ÊTRE IMPLIQUÉS SELON LES PARTICIPANT.ES

LA VILLE

LE PROVINCIAL

LES COMMERÇANTS

LES PROPRIÉTAIRES
IMMOBILIERS

LA SDC /
ASSOCIATION
DE COMMERÇANTS

(Suite)

5



**METTRE EN PLACE /
POURSUIVRE LES PROGRAMMES
DE SUBVENTION SUR LES
ARTÈRES COMMERCIALES
(RÉNOVATION D'IMMEUBLES,
ACCÈS À LA PROPRIÉTÉ
COMMERCIALE, ETC.)**

IMPACTS

Viabilité des petits commerces indépendants

Amélioration de l'ambiance et de la vitalité commerciale

Hausse des investissements

Réduction de la période d'inoccupation

Plus grande attractivité et positionnement de l'artère

SYNTHÈSE DES PRÉCISIONS APPORTÉES PAR LES PARTICIPANT.ES

Favoriser l'établissement de commerces indépendants

Les participant.es soulignent l'importance de favoriser les petits commerces indépendants qui offrent des biens et services de proximité pour favoriser l'achat local.

Soutenir et encourager les propriétaires immobiliers à investir

Accorder une aide financière aux propriétaires pour sécuriser les immeubles et pour reverdir (ex. : toits verts, agriculture urbaine, etc.).

Encourager les propriétaires qui investissent dans leur bâtiment sans les pénaliser par la suite avec l'augmentation des taxes.

Investir dans la rénovation des façades désuètes

Embellir les bâtiments commerciaux des quartiers augmentera l'achalandage.

ACTEURS QUI DEVRAIENT ÊTRE IMPLIQUÉS SELON LES PARTICIPANT.ES

LA VILLE

LE PROVINCIAL

LES COMMERÇANTS

LES PROPRIÉTAIRES
IMMOBILIERS

LA SDC /
ASSOCIATION
DE COMMERÇANTS

Les constats | La formule et l'engagement des participant.es

Inclusif

Cette formule participative et interactive a été autant déstabilisante qu'appréciée par les participant.es. Que l'on soit un.e habitué.e des conseils d'arrondissement ou un.e nouvel.le arrivant.e dans le quartier, le format permettait à tout un chacun de s'exprimer et de laisser une trace de sa participation et de son opinion.

« Ça nous sort de notre zone de confort et ça c'est bien. » - affirme une participante

Ouverture à l'autre

Pour beaucoup, ces consultations se sont transformées en de véritables espaces de discussions collectives entre élu.es, propriétaires, commerçant.es et citoyen.es : des moments conviviaux d'échange riches et généreux.

« J'ai vu des gens qui normalement ne se parlent pas se parler en toute convivialité. Ils ont laissé leurs différends de côté. » - dit une participante

Aide à la réflexion

Désireux de s'exprimer, beaucoup de participant.es sont arrivé.es dans une démarche réfléchie, en prenant le temps de formuler et d'apporter leur contribution. On constate que leur réflexion évolue au fil des stations. En cheminant d'une activité à l'autre, les participant.es ajoutaient et précisaient leurs idées.

« On sent une réelle envie de s'exprimer » - dit un participant

Engageant

Dans certains arrondissements, nous avons pu constater un fort engagement des organismes communautaires souhaitant contribuer à l'animation et au dynamisme des artères commerciales de la Ville de Montréal.

« Toutes nos consultations devraient être comme ça ! » - affirme une participante

Annexes I Sommaire

p32 - **Annexe I** Fréquence des enjeux pour l'ensemble des arrondissements

p34 - **Annexe I** Fréquences des pistes de solutions pour l'ensemble des arrondissements

Note au lecteur



Pour chaque arrondissement, un compte rendu des données récoltées a été produit.

Si vous souhaitez les consulter, ils sont disponibles sur le site Web de la Commission.

Annexe I Fréquence des enjeux pour l'ensemble des arrondissements

ENJEUX	Ahuntsic-Cartierville	Anjou	Côte-des-Neiges-Notre-Dame-de-Grâce	L'île-Bizard-Sainte-Geneviève	Lachine	LaSalle	Le Plateau-Mont-Royal	Le Sud-Ouest	Mercier-Hochelaga-Maisonneuve
Augmentation des loyers	2		9	7	1	2	32	6	7
Fardeau fiscal	2		5	3	6	1	30		1
Réglementation (zonage, permis, etc.)	1		1	9	7		14	2	2
Commerce en ligne	6		5	2	5	3	8		5
Spéculation immobilière	4		3	1	7	1	19	7	4
Manque de stationnement	5		3	4	2	1	3	4	
Délabrement des locaux, malpropreté	3			10	10		6	4	5
Commerces non attractifs	3		4	6	2	3	7	1	
Offre commerciale ne répondant pas aux besoins (mix commercial)	3		1	9	8	2	2	4	2
Aménagement urbains (trottoirs, éclairage, etc.)	4		3	3	9	1	2	2	2
Travaux et chantiers majeurs	1		2	3			6	2	1
Accès par les transports en commun	4			5	6	2		2	2
Compétition d'autres commerces à l'extérieur du quartier	1		1	5	1	2	4		3
Fermeture de certains commerce phares			3	3	2		8		
Manque de relève ou de main-d'œuvre	1		1	1	3	2			1
Accès pour les piétons					2		2	1	1
Accessibilité universelle			1	1				1	
Itinérance					3		2		
Compétition d'autres commerces dans le quartier				1	1	1			1
	40	0	42	73	75	21	145	36	37

Note : Il n'y a pas de données pour Anjou puisqu'il n'y a eu aucun participant à la consultation.

Annexe I Fréquence des enjeux pour l'ensemble des arrondissements (suite)

ENJEUX	Montréal-Nord	Outremont	Pierrefonds-Roxboro	Rivière-des-Prairies-Pointe-aux-Trembles	Rosemont-La Petite-Patrie	Saint-Laurent	Saint-Léonard	Verdun	Ville-Marie	Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension	TOTAL
Augmentation des loyers	1	8		9	2	1	6	16	14	4	127
Fardeau fiscal	4	5	2	5	4	2	1	6	12	3	92
Réglementation (zonage, permis, etc.)	1	1	5	3	2	3	18	1	9	3	82
Commerce en ligne	4	4	5	3	2	5	4	8	3	4	76
Spéculation immobilière	1	2	2	5	1		9	2	4	3	75
Manque de stationnement	4	5	4	6	1	2	18	2	7	2	73
Délabrement des locaux, malpropreté	5	4	4	3		5	1	6	3	1	70
Commerces non attractifs	10	1	3	6	1	9	5	6	1	1	69
Offre commerciale ne répondant pas aux besoins (mix commercial)	6	4	1	2	1	8	4	5	3	3	68
Aménagement urbain (trottoirs, éclairage, etc.)	3	8	2	9	1	5	6	1	1	6	68
Travaux et chantiers majeurs	2	4	2	1	3	1	3	1	5	3	40
Accès par les transports en commun			3	3	1	1	2		3		34
Compétition d'autres commerces à l'extérieur du quartier	1	1	1	1		4	1	4			30
Fermeture de certains commerce phares	2	2		2	1	1	1	2	1		28
Manque de relève ou de main-d'œuvre		3	3	4					1		20
Accès pour les piétons		3	1	1		1	4			1	17
Accessibilité universelle			2				1	1		2	9
Itinérance									1	1	7
Compétition d'autres commerces dans le quartier				1					1		6
	44	55	40	64	20	48	84	61	69	37	991

Annexe I Fréquence des pistes de solutions pour l'ensemble des arrondissements

version corrigée avril 2020

SOLUTIONS	Ahuntsic-Cartierville	Anjou	Côte-des-Neiges-Notre-Dame-de-Grâce	L'île-Bizard-Sainte-Geneviève	Lachine	LaSalle	Le Plateau-Mont-Royal	Le Sud-Ouest	Mercier-Hochelaga-Maisonneuve	Montréal-Nord
Baisser ou geler les taxes	1		4	2	1	1	3	1		4
Imposer une taxe sur les locaux vacants	3		4	1	7		12	5	2	1
Améliorer l'environnement commercial (mobiliers urbains, WiFi, signalisation, etc.)				4	6	2	5	2	1	2
Enrichir la mixité commerciale	1		3	4	8	2		1	2	5
Mettre en place/poursuivre les programmes de subvention sur les artères commerciales (rénovation d'immeubles, accès à la propriété commerciale, etc.)	1			2	6	1	2	1	3	1
Améliorer les accès : stationnement, transport en commun et actifs, etc.	6			2	6	1	1			1
Encadrer les hausses de loyers			1	1	1		8	1	1	
Encourager l'occupation transitoire/temporaire	1		1		1		4	1		1
Mettre en place un registre des locaux vacants	1		1		3	1	5		1	
Modifier le zonage commercial (afin de mieux s'adapter à la demande du marché)				1			2			
Terminer les travaux publics en cours ou en limiter les effets							2	1	1	1
Mettre en place une plateforme de maillage entre les propriétaires immobiliers et les commerçants										1
Meilleure documentation de l'environnement commercial (demande des consommateurs, achalandage, etc.)				2						2
	14	0	14	19	39	8	44	13	11	19

Note : Il n'y a pas de données pour Anjou puisqu'il n'y a eu aucun participant à la consultation.

Annexe I Fréquence des pistes de solutions pour l'ensemble des arrondissements (suite)

version corrigée avril 2020

SOLUTIONS	Outremont	Pierrefonds-Roxboro	Rivière-des-Prairies-Pointe-aux-Trembles	Rosemont-La Petite-Patrie	Saint-Laurent	Saint-Léonard	Verdun	Ville-Marie	Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension	TOTAL
Baisser ou geler les taxes	2	1	4	1	1	8	11	3	8	56
Imposer une taxe sur les locaux vacants	1		2	1	2	1	2	3	1	48
Améliorer l'environnement commercial (mobilier urbain, WiFi, signalisation, etc.)	1	2	5		7	1	3	4	2	47
Enrichir la mixité commerciale	3	2		1		1	6	1	2	42
Mettre en place/poursuivre les programmes de subvention sur les artères commerciales (rénovation d'immeubles, accès à la propriété commerciale, etc.)		3	2	1		1	6	2	1	33
Améliorer les accès : stationnement, transport en commun et actifs, etc.	3		1		1	6	2	1	1	32
Encadrer les hausses de loyers	4		2				6	3	3	31
Encourager l'occupation transitoire/temporaire	2	1	3	1	1	1	2	5		25
Mettre en place un registre des locaux vacants		1	1			1	1	4		20
Modifier le zonage commercial (afin de mieux s'adapter à la demande du marché)		2	2			5	3	4		19
Terminer les travaux publics en cours ou en limiter les effets		1			1	1	1	2	1	12
Mettre en place une plateforme de maillage entre les propriétaires immobiliers et les commerçants			1	1		1	1	2	1	8
Meilleure documentation de l'environnement commercial (demande des consommateurs, achalandage, etc.)			1				1			6
	16	13	24	6	13	27	45	34	20	379