

**Consultation publique sur les locaux commerciaux vacants.
Audiences publiques du 15 janvier 2020**

Présentation de Franck Hénot

Je ne suis pas venu parler des hausses de taxes ni des interminables travaux dans la ville, je ne suis pas venu pour parler du fait que les gens achètent de plus en plus via Internet et Amazon, ni parler de spéculation immobilière ou de problématique du stationnement.

Je pourrais aussi vous parler de l'importance de créer une régie des baux commerciaux, mais je sais pertinemment que cela ne relève pas de la Ville, mais bien de notre gouvernement provincial.

Je suis ici pour parler d'expérience de « magasinage ».

Je veux parler de l'importance de rendre les rues commerciales belles, magnifiques, attirantes et vivantes, et que tout soit fait de telle sorte qu'on s'y promène non seulement pour faire ses achats, mais également par plaisir et pour le plaisir. Cependant il y a énormément à faire au niveau municipal pour que les quartiers que l'on aime aient une belle vitalité, pour les rendre agréables, pour favoriser les contacts humains et faire en sorte que les gens aient envie d'acheter dans des commerces de proximité.

Pour y parvenir, il faut travailler à améliorer plusieurs points que je vais développer rapidement ici pour que nos rues commerciales deviennent des DESTINATIONS, c'est-à-dire que l'expérience de magasinage commence avant même de pousser la porte du commerce dans lequel le client va entrer.

Les artères commerciales doivent devenir **des artères protégées** et on doit déterminer ensemble les moyens d'arriver rapidement à leur régénération.

N'oublions jamais que le beau n'est pas réservé au luxe.

Plus une artère est belle, plus les commerces prospèrent et plus de taxes seront versées, c'est une roue qu'il faut faire tourner harmonieusement et nous en avons les moyens.

Voici donc les points importants que je désire mettre en lumière.

LES LOCAUX VIDES

On voit partout et de plus en plus des affiches « À louer » dans les vitrines de quantité de commerces. Pensons à une manière de concevoir un type de recouvrement des

vitaines de locaux vides pour ne plus voir ces affiches désolantes, pour ne plus voir non plus l'intérieur de ces commerces abandonnés. C'est un facteur très fort de dévaluation qu'il faut freiner rapidement.

Une uniformisation des vitaines des commerces à louer doit être envisagée.

Cela existe dans plusieurs villes d'ici et d'ailleurs. Les rues sont alors embellies et se font plus stimulantes pour la clientèle qui se désole trop facilement des rues où se succèdent les locaux vides.

http://plus.lapresse.ca/screens/3be97e36-71bc-4daa-9716-0ebea2ae55a8_7C_QvPWhN3y0qS0.html

<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/607214/aetd-vitrines-art>

<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/748428/pancartes-centre-ville-locaux-vacants-sdc-troisrivieres>

Les entrées de commerces à louer servent souvent de refuge à des sans-abri d'ici et d'ailleurs, on vient de loin et même de la côte ouest. Certaines présentent de vraies allures de campement. L'itinérance est un grave problème, bien sûr, mais l'occupation des entrées des commerces crée un fort climat d'insécurité et d'insalubrité. **On en déduit que les commerces vont mal, que la rue tout entière est à la dérive.**

Point majeur : il faut faire en sorte que le propriétaire de l'édifice soit responsable de la devanture de son immeuble. L'entretien des entrées de magasins devra être à la charge du propriétaire et dans le cas où il ne le ferait pas, c'est la Ville qui s'en chargera, en conséquence de quoi le propriétaire devra payer la facture.

LA PROPRETÉ DES RUES

La propreté est avant tout un signe de vitalité et d'harmonie. Une rue jonchée de papier et de divers détritits n'incite pas à la promenade. Or, ce sont des rues « fréquentables » que nous souhaitons offrir à notre clientèle et aux résidents de nos quartiers.

Propreté allant de pair avec salubrité, on doit considérer le nettoyage non seulement des rues et des trottoirs, mais, comme il est dit plus haut, des entrées de commerce.

Les graffitis sont une problématique majeure et le budget alloué conséquemment.

ÉCLAIRAGE, MOBILIERS URBAINS, VERDISSEMENTS

L'éclairage joue un rôle majeur dans la sécurité d'une artère autant que dans son esthétique. Une signalétique efficace est tout aussi importante.

Ce sont trois facteurs qui contribuent à l'harmonie d'une rue commerciale.

L'éclairage urbain fait partie des facteurs qui font que la clientèle vient se promener sur ses artères commerciales avec plaisir et, à juste titre, pour le plaisir de s'y promener.

<https://www.lapresse.ca/actualites/montreal/201510/24/01-4913515-la-guirlande-du-boulevard-saint-laurent-devient-permanente.php>

Le mobilier urbain quant à lui donne son caractère à la rue, il embellit, il facilite le magasinage, crée un lien avec les commerces. Il personnalise et donne son identité à la rue. Souhaitons donc un mobilier urbain au design réfléchi, intéressant, original, simple et attirant (ex : mobilier urbain de la rue Laurier est, entre les rues Brébeuf et Papineau), et si, de plus, on réserve des espaces pour piétons, la clientèle se sentira la bienvenue.

Rêvons nos rues comme des parcs. Le verdissement de nos rues commerçantes doit faire partie intégrante de toutes les décisions qui visent à les améliorer.

DES FAÇADES ATTIRANTES

Pensons déjà à un programme qui non seulement inciterait, mais obligerait les propriétaires à restaurer les façades de leurs immeubles, programme obligatoire réalisé avec l'aide de la Ville. Il faut réglementer l'obligation de sorte que ceux qui ne sont pas aux normes doivent agir dans un court délai (36 mois).

Le but fort simple et de créer une harmonie visuelle, une image de propreté plutôt que de « déchéance architecturale » en créant un comité consultatif qui encadrera cette action tout comme le CCU encadre les nouvelles constructions. Il existe actuellement le programme PRAM, qui permet d'aider les commerçants à améliorer façade et intérieur de leur magasin, un tel programme doit être élargi et officialisé de façon permanente. Il est également souhaitable que soit renforcé à la grandeur de nos artères commerciales un programme d'aide aux commerçants pour améliorer le visuel de leurs enseignes permanentes.

Il faut également favoriser l'activité extérieure en façade des commerces, créer des activités qui permettent au commerçant de créer **des liens entre la rue et son commerce**, en offrant plus de facilité pour l'installation de terrasses par exemple. Il est à noter que de simples détails comme deux chaises à l'entrée d'une boutique où l'on peut s'asseoir juste pour se reposer peuvent faire toute une différence dans une expérience de magasinage.

REGISTRE DES LOCAUX VACANTS

Plutôt que de placarder les vitrines de locaux vacants d'affiches « À louer », envisageons très sérieusement la création d'un registre des locaux vacants.

Celui qui cherche un local à louer le verra sobrement indiqué sur la vitrine d'un commerce agréablement « camouflé » et ira simplement consulter ce registre. Cela lui permettra en outre d'avoir accès non pas seulement aux commerces disponibles sur l'artère où il cherchait, mais à TOUS les commerces qui pourraient l'intéresser. L'inscription à ce registre se devra d'être obligatoire pour tous.

UN EXEMPLE CATASTROPHIQUE

Pour que les choses du genre ne se reproduisent plus, je vous parlerai d'une aberration à laquelle personne n'a réagi à temps et qui est, en effet, catastrophique : l'arrivée du magasin Renaissance sur l'avenue du Mont-Royal.

Avec trois locaux, Renaissance n'en a fait qu'un seul sans en harmoniser les façades, l'une est même en contre-plaqué.

L'Avenue offre une belle ressource en termes de bouquinerie (Bonheur d'occasion/L'Échange/La Bouquinerie du Plateau/Le Port de tête), ces librairies d'occasion, dont l'une fait aussi disquaire, offrent des œuvres choisies par de vraies libraires, passionnés par leur métier et extrêmement soucieux d'offrir le meilleur et une grande diversité à leur clientèle.

Ces librairies sont de plus en plus importantes à l'heure où on veut de plus en plus faire « durer » les choses, prolonger la vie d'un livre et le faire circuler.

Or, Renaissance offre tout et n'importe quoi, personne ne semble choisir parmi les ouvrages qu'on y apporte et il n'y a surtout personne pour conseiller celui ou celle qui vient acheter un livre.

Comment les librairies d'occasion peuvent-elles concurrencer avec une entreprise qui ne paie pas son inventaire (puisqu'on y dépose ce qu'on veut sans rémunération) ?

Ce genre d'entreprise ne devrait pas avoir pignon sur rue sur l'Avenue commerciale. **Les conseils d'administration des sociétés de développement doivent avoir un droit de regard sur les enseignes qui désirent s'installer sur les territoires.** L'Avenue aurait dû refuser que ce commerce vienne s'installer en pleine avenue commerciale.

EN CONCLUSION...

Cessons de croire, d'imaginer que seul le commerce est une destination : c'est toute la rue et le quartier qui se doivent d'être attirants.

Par l'éclairage, un mobilier urbain au design efficace et agréable, la propreté, la sécurité et l'harmonie visuelle, nos rues commerciales peuvent devenir des DESTINATIONS, c'est ce que nous souhaitons du fond du cœur.

Il faut travailler de concert à ce que nos commerces deviennent un complément à nos rues et non l'inverse.

Investir dans nos rues commerçantes, c'est renforcer le tissu social de nos quartiers, les commerçants et les propriétaires de locaux ne seront pas les seuls gagnants.