



ASSOCIATION DES MARCHANDS ET PROFESSIONNELS DE L'AVENUE BERNARD
en association avec
L'ASSOCIATION DES MARCHANDS ET PROFESSIONNELS DE L'AVENUE VAN HORNE
Mémoire sur la nouvelle politique de stationnement à Outremont
19 février 2020

Introduction

L'Association des marchands et professionnels de l'avenue Van Horne et l'Association des marchands et professionnels de l'avenue Bernard (ci-après nommées les Associations) ont pour mission de promouvoir l'activité économique, sociale et culturelle de l'avenue, à travers la réalisation de projets fédérateurs entre ses membres, et la représentation de leurs intérêts auprès des instances locales, dans l'objectif d'augmenter le dynamisme des avenues et d'en faire une destination convoitée et accessible.

Le territoire de l'Association de l'avenue Bernard et celui de l'avenue Van Horne sont situés à Montréal. Celui de l'Association de l'avenue Bernard comprend les places d'affaires installées sur l'avenue Bernard entre la rue Hutchison et l'avenue Rockland, et sur l'avenue Lajoie entre les avenues Champagnieur et de l'Épée. Celui de l'Association de l'avenue Van Horne comprend les places d'affaires installées sur l'avenue Van Horne entre la rue Hutchison et l'avenue Rockland, et sur les avenues adjacentes nord et sud.

Les membres du conseil d'administration des Associations, dûment élus en assemblée générale, se sont penchés sur la nouvelle politique de stationnement proposée par l'Arrondissement et mise en vigueur le 1^{er} février 2020. Les Associations saluent l'intention de la mairie que l'empreinte écologique soit réduite et croient que les initiatives comme le lien entre les pistes cyclables des campus de l'Université de Montréal s'avèrent utiles et attrayantes. Par ailleurs, tout un chacun estime que cette nouvelle politique de stationnement aura un impact négatif sur les affaires, en ajoutant une charge financière et en envoyant un signal peu engageant auprès de la clientèle et auprès du personnel.

Les Associations conviennent qu'il importe d'agir de manière responsable vis-à-vis la question climatique, mais veulent trouver un terrain d'entente pour que la santé commerciale demeure et fleurisse.

1. Les Associations demandent une approche particulière pour les abords des artères commerciales.

Dans le présent mémoire, les dimensions qui seront abordées sont les suivantes :

- A. L'accès à la main-d'œuvre dans un contexte de pénurie

- B. La mobilité des professionnels, consultants et des fournisseurs sur le territoire
- C. L'attraction et la rétention de la clientèle
- D. La rétention des commerces et des professionnels sur le territoire

Les recommandations sont soulignées dans le texte et numérotées.

L'offre de l'arrondissement

- A. Des vignettes mensuelles pour les non-résidents et pour les employés d'un détenteur de certificat d'occupation. Prix par mois : 100 \$. Réduction de 50 % pour les employés sur le prix mensuel de février à juin 2020, selon le dépliant sui le plan de stationnement versé dans le site Web de l'Arrondissement Outremont et consulté le 17 février 2020.
- B. Une vignette annuelle pour le propriétaire ou le détenteur de certificat d'occupation (commerces, entreprises, professionnels et travailleurs autonomes). Prix de la vignette annuelle : entre 100 et 140 \$ selon le moteur. Une seule vignette annuelle au prix *résident* par détenteur d'occupation.
- C. Une vignette annuelle pour les véhicules lettrés au nom de l'entreprise et qui sont à l'usage du commerce. 4 vignettes annuelles selon ce standard.
- D. Les places avec parcomètres demeurent.

A. L'accès à la main-d'œuvre dans un contexte de pénurie

Prenons seulement le secteur du commerce de détail en consultant ces extraits du Diagnostic sectoriel de main-d'œuvre 2016-2019 de Détail Québec.

« GRANDS DÉFIS RH DU COMMERCE DE DÉTAIL - Recruter et embaucher les meilleurs candidats. Retenir et fidéliser les employés. Former le personnel sans ralentir les opérations. (...) Gérer les horaires pour couvrir l'étendue des heures d'ouverture, souvent jusqu'à 84 heures par semaine. Trouver une relève de gestionnaires ou de propriétaires pour assurer la pérennité des entreprises.

RECRUTEMENT - Ce sont 29 % des établissements qui prévoient augmenter le nombre d'employés d'ici 3 ans. Le grand défi : trouver le bon candidat. (...)

ROULEMENT DE PERSONNEL - Un problème pour 29 % des établissements, principalement en raison du contingent étudiant. Le poste de conseiller-vendeur est le plus touché. (...)

POPULATION ET MÉNAGES – (...) Le vieillissement de la population affecte les activités de recrutement des détaillants qui embauchent les 15-24 ans en grand nombre. Les personnes de cette tranche d'âge seront moins nombreuses en 2021.¹

La situation est semblable en soins personnels, en alimentation au détail, en restauration. Certains métiers sont à près de 100 % de taux d'emploi en fin d'études (hygiéniste dentaire par exemple). Dans un contexte où le taux de chômage au Québec avoisine 5 % et 7 % à Montréal, avec un bassin de main-d'œuvre mobile d'un quartier à l'autre, d'une ville à l'autre, d'un pays à l'autre, les options en matière d'attraction et de rétention des employés chez les commerces de proximité et les professionnels se sont raréfiées et ne peuvent être fragilisées davantage par des contraintes supplémentaires.

L'offre de l'arrondissement en regard des employés est insatisfaisante. Il va sans dire qu'une cuisinière venant de Laval, par exemple, qui travaille à Outremont et qui repart à 1 h du matin doit pouvoir se garer si elle vient en voiture. Le stationnement gratuit à hauteur de 2 h ne la soutient pas et le coût d'une vignette mensuelle peut être un frein pour elle. Trouver du stationnement sur rue pouvait encore être possible dans le contexte d'avant le 1^{er} février 2020, mais dans le nouveau contexte proposé, le coût sera important pour l'employé et, par ricochet, pour l'employeur. Le prix des vignettes pour le personnel est prohibitif pour la plupart des entreprises du territoire, même à moitié prix.

Pour les travailleurs occasionnels dont certains viennent dans le quartier pour quelques heures seulement par jour, les nouvelles mesures peuvent poser problème, les obligeant à prendre une vignette journalière pour une prestation de travail de courte durée, mais qui dépasse tout de même deux heures.

2. Les Associations demandent, si le système de vignettes est maintenu, que des vignettes annuelles soient accessibles pour les travailleuses et travailleurs, consultants ou travailleurs autonomes qui n'ont d'autre choix que de prendre leur véhicule. En clair, si les vignettes sont en place, les personnes qui se déplacent pour travailler dans l'arrondissement Outremont devraient être considérés comme des résidents pour l'achat des vignettes.
3. Sinon, que des permis spéciaux soient émis pour ces derniers.
4. De plus, les Associations ne veulent pas que cette mesure s'avère nuisible aux résidents qui habitent près des artères commerciales et demandent à l'Arrondissement de faire preuve de la plus grande vigilance.
5. Concomitamment, les Associations demandent à l'Arrondissement de développer une stratégie solide de transport durable qui inclut les transports en commun au premier chef.

¹ Détail Québec, Diagnostic sectoriel de la main-d'œuvre du commerce au détail au Québec 2016-2019, Montréal, mars 2016, pages 17 à 21.

6. Elles demandent également que toutes les places de stationnement à parcomètres soient maintenues. Il ne faut pas qu'il y ait de perte de places à parcomètres dans le secteur commercial.
7. Elles sont prêtes à faire des représentations, conjointement avec l'Arrondissement, pour que les services d'autobus soient rendus plus efficaces et que le métro soit progressivement désengorgé aux heures de pointe. C'est un service essentiel, notamment pour les jeunes qui entrent sur le marché du travail.

B. La mobilité des professionnels, consultants et des fournisseurs sur le territoire

Stationner sa voiture quand on est fournisseur de service ou représentant, agent d'immeubles ou préposé de services à domicile n'est pas une partie de plaisir. Qu'arrivera-t-il de la mobilité de ces personnes lorsque la nouvelle politique de stationnement sera mise en place? Ils auront bien deux heures de gratuité, mais après? Pourront-ils trouver du stationnement? Bien entendu, il y a les transports en commun et le transport actif qu'il faut promouvoir encore plus, mais soulignons que ces personnes, tout comme d'autres travailleurs, peuvent être chefs de famille et avoir besoin de leur voiture pour leurs déplacements à ces fins ou tout simplement pour leurs affaires. De plus, ils ne roulent pas tous sur l'or.

8. L'arrondissement doit trouver une solution pour les professionnels, consultants, les équipes volantes et les entreprises à fort volume de déplacements, actifs dans l'Arrondissement.

Pour les fournisseurs, trop peu d'espaces existent pour leur stationnement, temporaire bien évidemment. Comment faire commerce quand le fournisseur peine à livrer sa marchandise?

9. Il faut revoir à la hausse le nombre d'espaces réservés pour les livraisons.

C. L'attraction et la rétention de la clientèle

La question de l'attraction et de la rétention de la clientèle dans le cadre de l'activité commerciale se joue sur deux tableaux, celui des résidents et des visiteurs.

Comme bon nombre de la clientèle est locale, la nouvelle politique de stationnement doit d'abord et avant tout permettre de retenir les résidents sur place. Ainsi, dans les propositions des Associations, nous introduisons ici des remarques sur l'accès des résidents au stationnement sur rue, sur leur rue plus spécifiquement. D'ailleurs, à ce chapitre, la nouvelle politique implique que certains tronçons de rue à proximité du secteur commercial soient interdits au stationnement, ce qui crée une pression supplémentaire (sur Champagneur par exemple).

10. Ainsi, nous demandons à l'arrondissement de maintenir les stationnements réservés aux résidents à proximité des artères commerciales pour protéger ces espaces pour ces derniers et de revoir les interdictions de stationnement des rues avoisinantes.
11. Pour les visiteurs de l'extérieur et nos clients, nous suggérons le maintien et l'augmentation des stationnements à parcomètres, sinon il faut penser à une solution pour que les gens de l'extérieur puissent rester plus de 2 heures à leur place (dans l'hypothèse où les parcomètres sont occupés).

Une série de soins personnels ou du magasinage prennent souvent plus de temps que ça. Nos aînés, notamment, n'ont pas à presser le pas inutilement...ni leurs visiteurs.

12. Les Associations invitent l'arrondissement à préparer une campagne média auprès du public pour atténuer l'impact des annonces récentes.

C'est d'une véritable campagne de promotion d'Outremont que l'arrondissement a besoin, Outremont comme destination de choix, comme zone commerciale diversifiée où chacune des artères a son caractère et ses belles surprises. Cette campagne doit aussi présenter les facilités pour les visiteurs, dont les stationnements.

13. Elles invitent, comme précédemment, à faire pression sur la STM pour améliorer la desserte en transport en commun, pensons à la 160 qui se fait rare et à la 51 à certaines heures.

D. La rétention des commerces et des professionnels sur le territoire

Peut-être avons-nous tort, nous l'espérons, mais nos Associations sont inquiètes de la pression qui s'exerce sur les commerces, professionnels et travailleurs autonomes. En plus d'une taxation qui fait mal, les nouvelles mesures ajoutent stress et insécurité financière.

14. Il faut impérativement rétablir le dialogue avec les commerçants, consultants, travailleurs autonomes et professionnels et tenir compte de leurs contraintes et des impacts des décisions municipales sur leur chiffre d'affaires.
15. Il faut leur offrir une période d'acclimatation plus grande.
16. Les Associations tiennent à mentionner que les établissements commerciaux, bureaux de professionnels et de consultants peuvent compter plus d'un copropriétaire et qu'il faudrait que les nouvelles mesures en tiennent compte.
17. Quant à la solution des véhicules lettrés et immatriculés en tant que véhicule commercial, pour donner accès à une vignette annuelle, elle est des plus contraignantes pour les

commerces. Les Associations demandent que cette contrainte soit éliminée des nouvelles mesures.

Conclusion

Finalement, dans l'offre faite aux commerces, professionnels et travailleurs autonomes, seuls le maintien des parcomètres et de la vignette annuelle pour le propriétaire ou le détenteur de certificat d'occupation tiendraient la route, mais ne peuvent à elles seules régler la situation.

18. Les Associations demandent à l'Arrondissement qu'il suspende l'application de la politique le temps qu'elle soit revue et qu'il aille chercher des avis supplémentaires sur l'impact d'une telle politique sur l'économie du quartier.

19. Les Associations demandent à l'Arrondissement d'établir un organe de concertation continu sur le sujet entre l'Arrondissement et les Associations de commerçants et de professionnels et qu'elle procède à une meilleure médiation entre les intérêts des résidents et ceux des commerçants, travailleurs autonomes, consultants et professionnels, dans le but de maintenir un climat social favorable au bien-être collectif et au développement des affaires.

Il s'agit de chercher un modèle ayant le moins d'impact possible sur la vitalité commerciale et sur la vie quotidienne des résidents.

Personnes ressources :

Frédéric Fournier, Le Bilboquet

Président de l'Association des marchands et professionnels de l'avenue Bernard

[REDACTED]

Carole Foisy

Les Amis de la place Marcelle-Ferron

Membre du CA de l'Association des marchands et professionnels de l'avenue Bernard

[REDACTED]