

ENQUÊTE TERRAIN SUR L'OCCUPATION COMMERCIALE

Portrait du commerce de rue à Montréal,
mai à août 2022

Arrondissement de
Mercier–Hochelaga-Maisonneuve

— LES FAISEURS —
TROP CHAUD POUR
MANGER?
ESSAYEZ NOTRE
GASPACHO


Montréal 

Service du développement économique

Ville de Montréal
Septembre 2022

Crédits photographiques : Linda Raymond (Getty Images), Samuel Charron et Nathalia Segato (Unsplash)

Enquête terrain des locaux commerciaux 2022

L'enquête terrain des locaux commerciaux 2022 visait à élaborer un portrait du commerce de rue de l'agglomération de Montréal afin de répertorier les locaux destinés à la pratique d'une activité économique (mais excluant les activités industrielles et institutionnelles). Ces données permettent notamment de mesurer le statut d'occupation des locaux commerciaux, de suivre l'évolution du commerce de rue ainsi que de produire diverses analyses et cartes thématiques.

L'enquête terrain des locaux commerciaux 2022 s'est déroulée entre les mois de mai et d'août 2022 sur l'ensemble du territoire de l'agglomération de Montréal et a permis de répertorier 27 839 locaux commerciaux. Cette enquête visait principalement les locaux qui présentent un affichage commercial visible de la rue et qui se situent au niveau du rez-de-chaussée ainsi que ceux situés au sous-sol.

Définitions

Centre commercial. Un centre commercial correspond à un regroupement de plusieurs établissements sous un même toit ou dans un même bâtiment. Les établissements peuvent faire partie d'un complexe intérieur ou extérieur. Les marchés publics font également partie de cette catégorie.

Local commercial. Tout local destiné à la pratique d'une activité économique. Le local est défini par une inspection visuelle de la rue. À noter qu'un établissement d'affaires peut occuper plus d'un local dans plus d'un bâtiment.

Local vacant. La vacance est celle perçue par le consommateur (il n'y a pas d'accès au local et pas d'activités économiques) et ne tient pas compte d'un éventuel bail.

Société de développement commerciale (SDC). Une Société de développement commercial (SDC) est une association à but non lucratif qui vise le développement économique et la mise en valeur d'un secteur.

Liste des usages

Biens courants. Les établissements dont l'activité principale consiste à vendre des biens courants, soit des biens de consommation achetés quasi quotidiennement. Par exemple : alimentation, produits de boucherie, produits de boulangerie, produits de santé et de soin personnel, essence, alcool, cannabis, etc.

Biens semi-courants. Les établissements dont l'activité principale consiste à vendre des biens semi-courants, soit des biens de consommation achetés fréquemment, mais dont l'achat peut être précédé d'une réflexion ou d'une comparaison. Par exemple : biens mode et accessoires, produits de beauté, accessoires et décor de maison, fournitures de bureau, cadeaux, gadgets, souvenirs, matériel de loisir, articles de sport, etc.

Biens réfléchis (durables). Les établissements dont l'activité principale consiste à vendre des biens réfléchis, soit des biens qui requièrent généralement une réflexion au cours du processus d'achat. Par exemple : ameublement, appareils ménagers, automobiles, véhicules récréatifs, animaux de compagnie et produits d'animalerie, bijoux, appareils photographiques, fleurs, œuvres d'art, instruments de musique, etc.

Restauration, divertissement, hôtellerie. Les établissements de type restaurant, avec ou sans service, avec ou sans alcool. Inclut aussi les crémeries, les cafés, les traiteurs, les débits de boisson, les bistros, les salles de spectacles, les installations privées de sport et de jeux ainsi que l'ensemble de l'offre d'hôtellerie et d'hébergement.

Services aux consommateurs. Les établissements dont l'activité principale consiste à offrir des services destinés aux consommateurs. Par exemple : banque, agence de voyages, buanderie, nettoyeur, cordonnerie, centre de conditionnement physique, bureau de change, prêt sur gage, etc.

Services d'affaires. Les établissements dont l'activité principale consiste à offrir des services destinés aux consommateurs et aux entreprises. Par exemple : construction; installation et vente de systèmes d'alarmes, de climatisations, de chauffages, de piscines, d'armoires, de comptoirs, de planchers; services d'entretien commercial, de livraison, de conception de systèmes informatiques; production d'arts, de spectacles et industries de l'information; espace de travail partagé, etc.)

Services professionnels. Les établissements dont l'activité principale consiste à fournir des services professionnels. Par exemple : clinique médicale, dentiste, physiothérapeute, psychologue, vétérinaire, avocat, notaire, comptable, service d'ingénierie, arpenteur géomètre, etc. Inclut aussi les garderies et les centres de la petite enfance (CPE).

Soins personnels. Les établissements dont l'activité principale consiste à fournir des soins personnels. Par exemple : coiffure, esthétique, bronzage, massage thérapeutique, tatouage, toilettage, etc.

Autres. Les établissements qui ne figurent dans aucun autre secteur, dont l'activité principale est de nature publique, religieuse, caritative, communautaire ou citoyenne.

Limites de l'enquête

Affichage commercial. C'est principalement la présence d'un affichage commercial qui permet de déterminer si un local est à vocation commerciale. D'autres éléments, par exemple, la présence d'une vitrine commerciale ou la structure du cadre bâti, peuvent permettre d'identifier un local commercial.

Couverture du territoire. L'objectif était de capter tous les locaux commerciaux de l'agglomération de Montréal. Dans certains cas, il est possible que certains locaux situés en milieu résidentiel ou industriel n'aient pas été répertoriés.

Temporalité des données. L'information recueillie était exacte au moment de la collecte des données. L'activité commerciale étant un secteur dynamique, il est possible que le statut d'occupation ou l'usage ait changé durant la période de l'enquête ou depuis la fin de l'enquête.

Villes liées manquantes. Selon les critères de l'enquête, aucun local commercial n'a été répertorié pour les territoires des villes liées de Hampstead et de Senneville.

Centre commercial. Bien que les locaux commerciaux situés dans un centre d'achats ne constituent pas directement du commerce de rue, ils représentent une part importante de ce secteur d'activité. Pour tenir compte de cette réalité, les données relatives à ces locaux commerciaux ont été collectées et mises à jour par le biais de la Ligne Affaires Montréal et de recherches sur le web.

1 579

Locaux commerciaux

(situés au rez-de-chaussée et sous-sol)

Population

143 354 habitants

SDC

2

Superficie du territoire

25,4 km²

Centres commerciaux

3

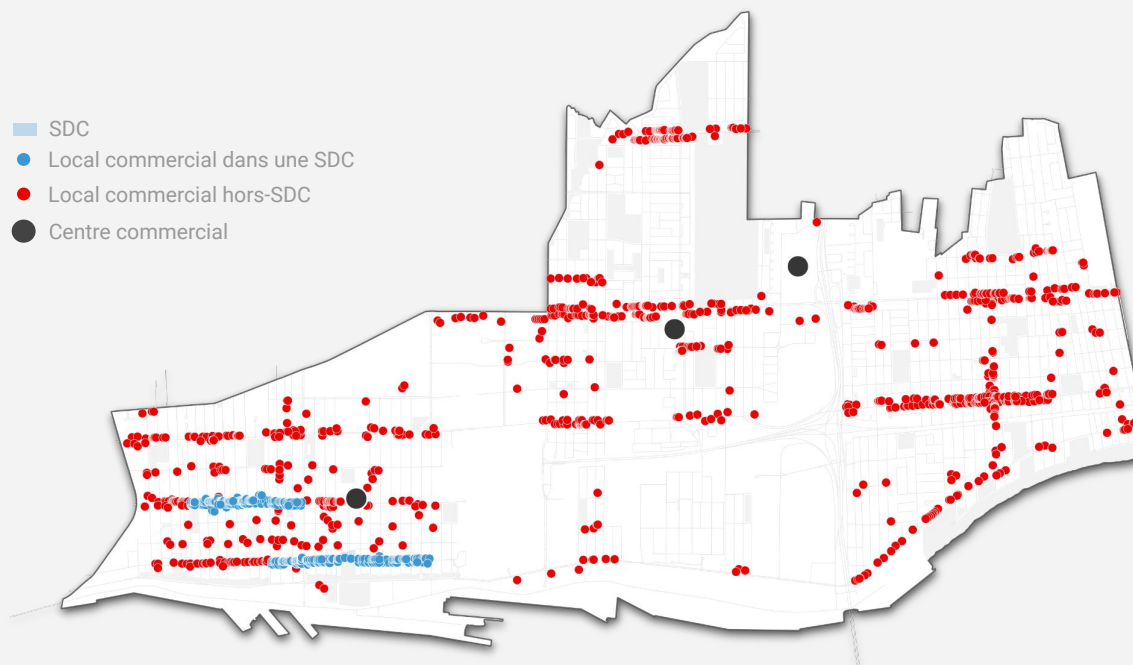
Densité de population

5 643 hab./km²

Densité commerciale

11,0

Locaux / 1 000 habitants



Occupation des locaux commerciaux

Arrondissement de Mercier-Hochelaga-Maisonneuve

● Taux de vacance ● Taux d'occupation

2021

12,2 %

87,8 %

2022

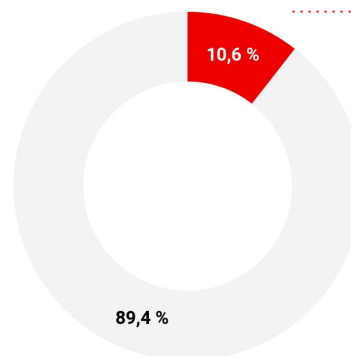
12,3 %

87,7 %

Changement de statut des locaux commerciaux

Arrondissement de Mercier-Hochelaga-Maisonneuve

● Avec changement ● Sans changement



Les changements de statut peuvent notamment faire référence aux locaux commerciaux dont le statut est passé de vacant à occupé (vice-versa) ou aux locaux commerciaux ayant changé d'occupants.

Sources : Décret de population (MAMH), 2022. Données compilées par la Ville de Montréal à partir d'une enquête terrain réalisée à l'été 2022.

Les informations présentées sur cette fiche ont été compilées avec toute la prudence et la diligence voulues quant à leur fiabilité, il est possible que certaines de ces informations puissent être inexactes ou incomplètes.

Locaux commerciaux selon l'usage et le type d'implantation, 2022

Arrondissement de Mercier-Hochelaga-Maisonneuve

Usages	SDC		Hors-SDC		Centre commercial		Total	
	Nombre	Part (%)	Nombre	Part (%)	Nombre	Part (%)	Nombre	Part (%)
Biens courants	45	13,0	175	17,3	19	8,7	239	15,1
Biens semi-courants	49	14,1	67	6,6	103	47,2	219	13,9
Biens réfléchis (durables)	26	7,5	31	3,1	19	8,7	76	4,8
Restauration, divertissement et hôtellerie	64	18,4	165	16,3	28	12,8	257	16,3
Services aux consommateurs	24	6,9	120	11,8	13	6,0	157	9,9
Services d'affaires	9	2,6	36	3,6	3	1,4	48	3,0
Services professionnels	27	7,8	114	11,2	7	3,2	148	9,4
Soins personnels	28	8,1	127	12,5	14	6,4	169	10,7
Autres	14	4,0	54	5,3	3	1,4	71	4,5
Vacant	61	17,6	125	12,3	9	4,1	195	12,3
Total	347	100,0	1 014	100,0	218	100,0	1 579	100,0

Principaux types d'établissements, 2022

Nombre d'établissements, arrondissement de Mercier-Hochelaga-Maisonneuve



Source : Données compilées par la Ville de Montréal à partir d'une enquête terrain réalisée à l'été 2022.

Les informations présentées sur cette fiche ont été compilées avec toute la prudence et la diligence voulues quant à leur fiabilité, il est possible que certaines de ces informations puissent être inexactes ou incomplètes.

