

# Présentation

## Étude de mix commercial de l'Île-des-Soeurs

Date : 3 juin 2025



# Ordre du jour

01. Contexte de l'étude
02. État général du secteur
03. Besoins et attentes des consommateur(trice)s
04. Besoins et attentes des commerçant(e)s
05. Vision de développement pour le mix commercial



## Contexte

- Mise en contexte
- Objectifs de l'étude
- Activités réalisées

# Une étude qui fait suite au Plan d'action en développement économique adopté par le conseil d'arrondissement en mars 2024

- **Axe prioritaire : UNE ÉCONOMIE DE PROXIMITÉ DIVERSIFIÉE ET SOLIDAIRE**
  - **Orientation 1: Stimuler l'offre de commerces et de services de proximité**

*La réalisation d'une étude de marché pour le quartier de L'Île-des-Sœurs fait partie des actions identifiées pour l'année 2025.*

# Objectifs de l'étude

1

**Brosser le portrait socio-économique et commercial des habitants de l'Île-des-Sœurs**

2

**Comprendre les besoins et les attentes de la clientèle de l'Île-des-Sœurs**

3

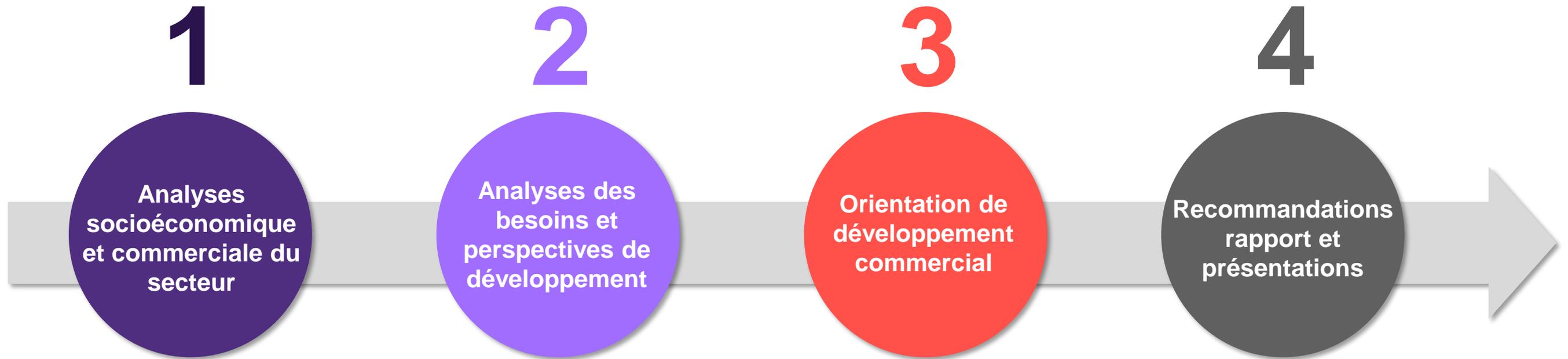
**Comprendre les besoins et les attentes des commerçant(e)s de l'Île-des-Sœurs**

4

**Définir un plan de développement commercial, incluant l'élaboration d'une vision commune et d'orientations claires**



# Une démarche en quatre temps

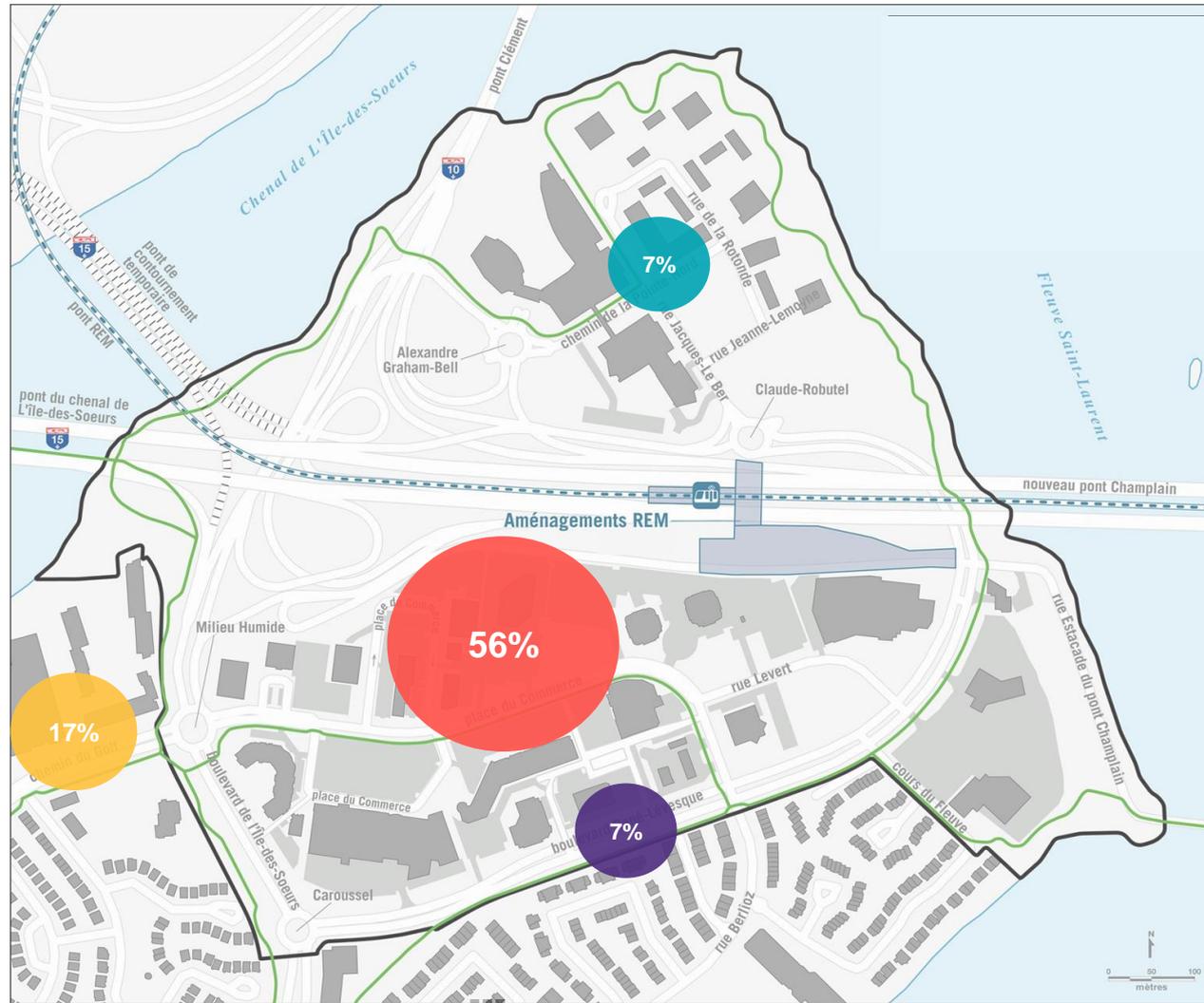




# État général du secteur

- Portrait commercial

# En 2024, 195 places d'affaires sur l'Île-des-Sœurs recensées sur quatre principales artères commerciales, au nord de l'île



Les places d'affaires se trouvent principalement dans **quatre zones**:

- **Place du Commerce** (56%),
- **Chemin du Golf** (17%),
- **Chemin de la Pointe-Nord** (7%),
- **Boulevard René Lévesque** (7%)

Le taux d'inoccupation des locaux commerciaux est de **5 %**

À noter que :

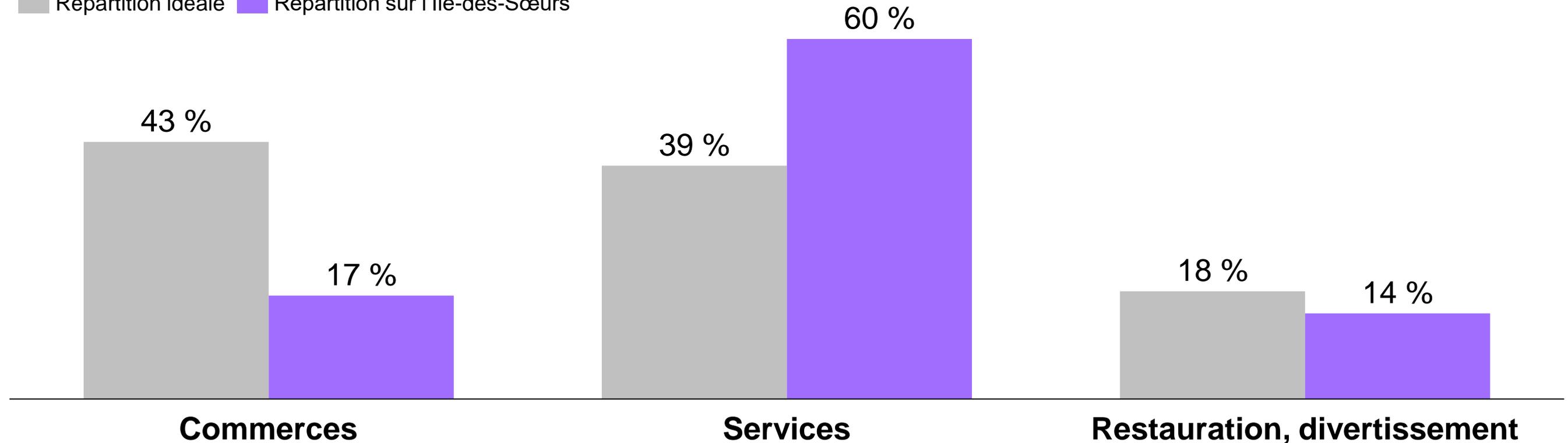
- Le total de 195 places d'affaires recensées exclut les espaces considérés comme vacants (11)
- le portrait se base sur l'enquête annuelle des locaux commerciaux effectuée par la Ville de Montréal, une enquête réalisée par la suite par l'arrondissement de Verdun ainsi qu'une compilation et tri réalisé par RCGT,
- les données sur les espaces de bureaux sont limitées et sont comprises partiellement dans les données obtenues.

# Les commerces sont sous-représentés sur l'Île-des-Sœurs

## Répartition commerciale

En % de chaque catégorie

■ Répartition idéale ■ Répartition sur l'Île-des-Sœurs



# Faits saillants sur l'état général du secteur

1

**Sous-représentation de commerces et une sur-représentation des établissements de services**

2

**Les besoins pour la vie quotidienne sont remplis par la présence de supermarché, d'épiceries, de pharmacie et d'animalerie**

3

**Les commerces de destination, soient ceux qui attire une clientèle de l'extérieur, sont moins nombreux**

4

**Concernant l'offre en restauration : des 28 places d'affaires recensées, 39 %, soit 11 établissements, font parti d'une chaîne de restauration**





## Besoins et attentes

- Consommateur(trice)s



## Plus de 350 personnes consultées dans la démarche

1. Revue des données statistiques provenant de sources officielles

2. Sondages Web :

Auprès des consommateur(trice)s de l'Île-des-Sœurs  
(n = 309) *du 26 février au 14 mars*

Auprès des commerçant(e)s de l'Île-des-Sœurs  
(n = 56) *du 26 février au 26 mars*

3. Tenue d'un groupe de discussion avec les commerçants *tenu le 14 avril*

# Faits saillants du sondage aux consommateur(trice)s

1

Une **diversité accrue des restaurants**, proposant différents concepts et des terrasses, **ont été demandé par les répondants**

2

Un **meilleur aménagement urbain**, (verdissement, mise en valeur du bord de l'eau, etc.) ainsi que **l'ajout de mobilier urbain et l'amélioration des parcours piéton** sont désirés

3

Les résident(e)s et consommateur(trice)s de l'Île-des-Sœurs fréquentent les commerces des secteurs avoisinants : **Centre-ville de Montréal, le Quartier DIX30 ainsi que la rue Wellington** afin de compléter leurs achats

4

Une offre **qualitative et plus variée de commerces** permettrait d'accroître la fréquentation du quartier





## Besoins et attentes

- Commerçant(e)s

# Faits saillants des consultations auprès des commerçant(e)s

1

La **variété des restaurants/café**s et **qualité des magasins de détails** figurent parmi les caractéristiques d'**insatisfaction** des commerces répondants

2

Le **Quartier DIX30** est le principal secteur **concurrent** à l'Île-des-Sœurs

3

Selon les commerçant(e)s, le **REM ne semble pas avoir amélioré l'accessibilité** de l'Île-des-Sœurs, des difficultés d'**attraction de main-d'œuvre** se font toujours ressentir

4

Le **prix des loyers** est le **principal défi** auquel font face les commerçant(e)s

5

**52,4 %** des commerçant(e)s répondants se sont dit **intéressés par la création d'une association de commerçant(e)s** sur l'Île-des-Sœurs





# **Orientations de développement commercial**

## Quatre principaux enjeux sont identifiés dans la démarche

1

**Manque de diversité dans l'offre commerciale et celle de restauration**

2

**Aménagement urbain ne répondant pas au besoin du quartier**

3

**Manque d'activités et événements culturels rassembleurs**

4

**Défis à mobiliser l'ensemble des commerçants et acteurs du secteur**



# Un cadre d'analyse permettant de structurer notre approche du secteur commercial



Le plan de développement commercial permet d'identifier les actions à réaliser en fonction de thématiques spécifiques permettant d'élaborer un plan de développement commercial d'un secteur donné



## Communication et promotion

*Outils marketing, programmes promotionnels, organisation d'événements et réseautage liés à la visibilité, à la mise en valeur et au développement*



## Environnement territorial

*Environnement dans lequel se déplace la clientèle, comprenant la mobilité, l'accessibilité, la qualité de vie, la sécurité et la propreté*



## Offre commerciale

*Mixité commerciale optimale de commerces, de services et de restaurants sur le territoire à l'étude*

*À la suite d'un comité de travail, deux chantiers prioritaires ont été identifiés pour le plan de développement commercial de l'Île-des-Sœurs dans les pages suivantes.*

# Deux chantiers prioritaires ont été identifiés pour le plan de développement commercial de l'Île-des-Sœurs

## 1

### Créer un milieu de vie dynamique et attractif au nord de l'Île-des-Sœurs

*notamment par...*

- La mise en valeur des attraits de l'Île-des-Sœurs;
- L'aménagement de places publiques conviviales, le verdissement des espaces, la tenue d'événements culturels, et l'amélioration du partage entre piétons et cycliste pour dynamiser la vie de quartier et favoriser les rassemblements;
- Le soutien aux initiatives culturelles.

## 2

### Développer le mix commercial sur la Place du commerce

*notamment par...*

- Le recrutement de commerces variés et complémentaires;
- Une collaboration active avec les commerçants et propriétaires, notamment avec la création d'une association locale;
- La mise en œuvre d'une signalisation attrayante et l'organisation des événements visant à faire découvrir et promouvoir les commerces du quartier.

# L'implication des parties prenantes est importante pour la réussite des projets



**Partenaires économiques**



**Arrondissement**



**Ville**



**Citoyens**



## **Association**

*Dans le cas de la création d'une association de commerçant(e)s, elle pourra prendre la responsabilité de certaines pistes d'action identifiées dans le plan de développement*



# Merci de votre attention !



© Raymond Chabot Grant Thornton, 2024. Tous droits réservés.

« Grant Thornton » fait référence à la marque sous laquelle les sociétés membres de Grant Thornton fournissent des services de certification, de fiscalité et de conseil à leurs clients, et peut aussi désigner une ou plusieurs sociétés membres, selon le contexte. Raymond Chabot Grant Thornton S.E.N.C.R.L. est une société membre de Grant Thornton International Ltd (GTIL). GTIL et les sociétés membres ne constituent pas une association mondiale. GTIL et chacune des sociétés membres sont des entités juridiques indépendantes. Les services professionnels sont offerts par les sociétés membres.