

10 janvier 2006

Ateliers Municipaux Rosemont

Étude d'opportunité et de potentiel de
développement commercial

Rapport final



convercité
L'agence de valorisation urbaine

Table des matières

1. MANDAT ET MÉTHODOLOGIE	3
1.1 Démarche	3
2. OPPORTUNITÉS DU POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL	6
2.1 L'environnement d'accueil	7
2.2 La clientèle à desservir et sa demande en biens et services	8
a) La population d'accueil et son pouvoir d'achat	9
b) Les futurs résidants du site des ateliers	9
c) Les travailleurs	11
2.3 Une offre commerciale qui répond à la demande actuelle et potentielle	11
a) La dynamique commerciale	11
b) Des opportunités de développement commercial limitées	14
c) L'alimentation, un problème de qualité et non de quantité	14
2.4 Les opportunités de développement en espaces commerciaux	16
2.5 Les opportunités de développement en espace à bureaux	21
2.6 Les opportunités de développement communautaire	25
a) Un regroupement d'organismes communautaires	25
b) Des institutions et des pointes de services à la communauté	25
c) La consolidation du réseau des bibliothèques dans Rosemont-La Petite-Patrie	26
d) Les besoins en garderies et CPE	27
3. OPTIONS DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DU SITE	29
3.1 Les caractéristiques liées au site	29
3.2 Les scénarios de développement	30
a) L'immeuble à l'angle de Saint-Hubert Option 1 : 16 000 pi ² à des fins d'alimentation	32
b) L'immeuble à l'angle de Saint-Hubert Option 2 : 16 000 pi ² à des fins de CPE-garderie	33
c) 700, Rosemont, développement d'un pôle communautaire	34
d) L'immeuble à l'angle de Saint-Denis, mixité de bureaux et de commerces de proximité	35
4. ESTIMATION PRÉLIMINAIRE DES LOYERS ÉCONOMIQUES REQUIS	36
5. UNE PROPOSITION D'ÉCHÉANCIER ET D'ABSORPTION PROBABLE	37
6. CONCLUSION	38
SOURCES	40
ANNEXE	42
Plan du projet	43

1. MANDAT ET MÉTHODOLOGIE

L'Arrondissement Rosemont - La Petite-Patrie et le Service de mise en valeur du territoire et du patrimoine (ici appelés la Ville) travaillent activement à l'élaboration d'un plan de re-développement du site des anciens Ateliers municipaux Rosemont. Ce concept proposé que vous trouverez en annexe comprend diverses composantes dont :

- un développement résidentiel pouvant accueillir 509 unités de logements dont la moitié est consacrée à du logement social et communautaire;
- l'ajout d'un complexe récréatif et communautaire d'une superficie estimée à 5 200 mètres carrés sur la partie nord;
- l'introduction sur trois sites, d'espaces commerciaux et de bureaux totalisant respectivement 2 800 mètres carrés et 5 500 mètres carrés;
- l'implantation de plusieurs parcs et espaces verts.

La Ville souhaite valider la faisabilité des composantes commerciales et de bureau du concept d'aménagement proposé. Plusieurs questions devront alors être répondues :

- Quelle sera la demande générée par le nouveau développement résidentiel pour des commerces de proximité pour des biens et services courants ainsi que la demande générée par la population résidente du quartier limitrophe ?
- Existe-t-il présentement une offre commerciale adéquate dans le quartier qui pourrait y répondre ? Quelle serait la nature des commerces qui pourrait être développée sur le site ? Est-ce que l'offre additionnelle pourrait nuire au développement de la plaza St-Hubert et la rue Beaubien ?
- Quelle est la pertinence d'implanter une épicerie de quartier sur le site et, le cas échéant, quels seraient sa taille optimale et les besoins minimaux en stationnement, en tenant compte de la proximité d'une station de métro ?
- Quelle est l'offre en locaux commerciaux actuellement disponible sur le marché dans un périmètre acceptable, à quel prix ?
- Et quelle serait l'offre d'espace commercial acceptable sur le site pour assurer une viabilité au projet immobilier ? Quelle devraient être les coûts du loyer des espaces à développer en fonction du marché actuel ?
- Est-ce que l'accessibilité au site pourrait être un obstacle à la viabilité commerciale des établissements proposés ?
- Quel serait le temps d'absorption des espaces commerciaux et de bureaux proposés ?

1.1. La démarche

Pour la réalisation de ce mandat, Convercité et Altus ont mené une démarche en trois grandes étapes qui vous sont présentées en trois chapitres :

- Identification du potentiel de développement commercial du site
- Options de développement commercial des sites
- Estimation préliminaire des loyers économiques.

L'ensemble des étapes nécessaires à la réalisation de ce mandat fut supervisé, bonifié et validé par un comité de suivi composé des représentants municipaux suivants :

- Sylvia-Anne Duplantie, Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
- Line Ferland, Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie.
- Gilles Galipeau, Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
- Jean-François Soulière, Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie
- Bernard Cyr, Service de mise en valeur du territoire et du patrimoine
- François Goulet, Service de la mise en valeur du territoire et du patrimoine.

Par leur questionnement et la pertinence de leurs commentaires, le comité a su enrichir les évaluations des scénarios de développement et les orientations quant au développement commercial de ces sites.

Chapitre 2 : Identification du potentiel de développement commercial du site

Dans un premier temps, il était essentiel de connaître la dynamique commerciale et de bureau en présence, d'identifier le potentiel et les opportunités en matières de développement commercial. Pour ce faire, nous avons réalisé :

Une analyse de l'adéquation entre l'offre et la demande en biens et services de proximité

- Identification de la demande compte tenu de la population résidente actuelle et future du quartier limitrophe à partir des estimations de dépenses à la consommation des ménages (Source Compusearch) pour des produits offerts par des commerces susceptibles de s'implanter sur le site.
- Identification de la demande des travailleurs actuels
- Identification de l'offre commerciale en bien et services à partir de données du rôle locatif, d'une visite sur le terrain et une évaluation des ventes au pied carré validée par les conseillers économiques locaux (Dollars and Cents of Shopping Centers)
- 2 entretiens individuels auprès de représentants de magasins d'alimentation tels que Supermarchés PA et Sobeys (IGA) afin de connaître leurs facteurs de localisation, leurs intérêts
- Identification et analyse des fuites commerciales.

Réaliser une analyse de l'offre et de la demande en espaces commerciaux et de bureaux

- Relevé terrain des espaces commerciaux disponibles aux abords du site (taux de vacances, localisation, avantage et inconvénients perçus)
- Identification des coûts de location des espaces commerciaux et de bureaux disponibles sur le marché.

Compte tenu du faible potentiel de développement commercial du site d'autres pistes de développement furent explorées dont le développement communautaire :

- Revue de littérature
- Entrevues auprès de représentants de l'arrondissement et du CLSC.
- Identification de pistes de développement.

Chapitre 3 : Options de développement commercial et de bureaux des sites

La deuxième étape consiste à définir des scénarios de développement commercial et de bureaux pour le site et de choisir la proposition optimale.

Identification des contraintes et opportunités liées à la configuration du site

- Analyse du concept et identification des contraintes et opportunités liées au site (proximité, accessibilité)

Élaboration du programme préliminaire

- Élaboration de quatre scénarios de développement
- Choix par le comité de suivi des options de développement à retenir
- Analyse des options de développement en fonction de la dynamique commerciale et la configuration du site

Chapitre 4 : Estimation préliminaire des loyers économiques

Une fois le choix du concept de développement commercial validé certaines pistes de développement identifiées, une évaluation des coûts de locations et un modèle d'amortissement des investissements pour la construction ou la transformation de la portion commerciale ont été réalisés.

La conclusion recueille la synthèse des points saillants de cette étude et propose certaines recommandations quant au développement potentiel de ce site.

2. IDENTIFICATION DU POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DU SITE

Plusieurs principes d'aménagement furent développés pour guider le re-développement du site des Ateliers municipaux Rosemont. En ce qui touche le dynamisme commercial souhaité sur le boulevard Rosemont, il traduit en six énoncés¹ :

- définir une stratégie de revitalisation commerciale en lien avec l'arrivée de nouveaux résidants dans le secteur;
- conserver l'édifice du 700, boulevard Rosemont, et lui donner une vocation répondant à la fois aux besoins des nouveaux résidants et à ceux de la population du secteur Ouest de l'arrondissement;
- accroître le dynamisme commercial du boulevard Rosemont, en y créant un lieu de service animé qui profite de la présence de la station de métro et du bâtiment situé au 700, boulevard Rosemont;
- prévoir des commerces de dessertes locales à l'échelle du quartier;
- marquer le site par une place publique qui fait le lien entre la station de métro et la rue Saint-Hubert de manière à le caractériser non pas comme un milieu résidentiel fermé sur lui-même, mais plutôt ouvert sur la ville;
- assurer un interface de qualité avec le milieu, notamment en réaménageant le boulevard Rosemont.

Les opportunités de développement commercial du site ont été évaluées en fonction de ces énoncés et du scénario initial tel que proposé par le comité de travail que l'on retrouve en annexe.

La présentation des opportunités commerciales comprend deux volets :

- les opportunités de développement d'activités commerciales et plus particulièrement l'alimentation;
- les opportunités liées au marché immobilier pour les espaces commerciaux et de bureaux.

D'autres pistes de développement de nature communautaire furent identifiées afin de compléter le développement d'espaces non résidentiels tout en tenant compte des principes directeurs qui guident le redéveloppement de ce site.

Mais avant tout, faisons un retour sur le milieu d'accueil et ses particularités.

¹ Arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie, Direction de l'aménagement urbain et des services aux entreprises : **Le site des ateliers municipaux de Rosemont, Les objectifs d'aménagement**, Montréal, 27 mai 2005.

2.1 L'environnement d'accueil

Partant des principes que le développement commercial de ce site devra avant tout favoriser les commerces et biens de proximité et répondre à la population locale, le territoire d'étude a été fixé en fonction des contraintes de déplacements piétonniers telles que la distance et les barrières physiques et psychologiques sur le magasinage de biens et services de proximité (voir carte à la page 6). Ainsi l'ensemble de la population résidant sur ce territoire ainsi que les travailleurs oeuvrant dans les entreprises du secteur ont été comptabilisés dans la demande potentielle pour les biens et services pouvant être offerts sur le site des Ateliers Rosemont.

Les entreprises présentement actives sur ce territoire furent également prises en compte afin de savoir si elles sont en mesure de répondre à cette clientèle locale.

Zone d'étude d'adéquation offre-demande autour du site des Ateliers municipaux Rosemont



Ce territoire présente plusieurs contraintes qui devront être pris en compte dans le cadre de l'étude des opportunités de développement commercial.

D'importantes barrières physiques

De nombreuses friches industrielles et une voie ferrée ceinturent le territoire et limitent son accès à des clientèles d'autres quartiers:

- le 6 000, Saint-Denis, territoire qui s'étend jusqu'au boulevard Saint-Laurent;
- l'extrémité ouest connue sous le nom de parc Marconi,
- les diverses poches d'activités industrielles comprises sous le viaduc Rosemont et dans le secteur Maguire;
- l'extrémité est du territoire d'étude est caractérisée par la présence de commerces lourds et d'industries légères aux abords de Christophe-Colomb.

Tous ces secteurs seront appelés à se redévelopper (vers du résidentiel ?) et auront à moyen terme une incidence sur les opportunités de développement commercial.

Présentement toutefois, ces secteurs constituent, avec la voie ferrée, des barrières physiques au piétonnage, lequel est essentiel au maintien des activités commerciales en milieu urbain.

Une forte circulation de transit avec plusieurs contraintes d'accessibilité

Adossé à la voie ferrée du CP, le site des ateliers Rosemont est également ceinturé par d'importantes voies de transit que sont Saint-Denis, Rosemont et Saint-Hubert. Les trois aboutissent à des viaducs qui constituent des goulots d'étranglement pour la circulation automobile

Le métro : un important générateur d'achalandage

Si le métro génère un fort achalandage, il est clairement établi que la population n'utilise que très peu ces moyens de transport pour faire son épicerie. Dans un tel contexte la clientèle générée par le métro serait donc en grande partie des gens résidant ou travaillant sur le territoire d'étude. Les types de commerces associés au transport en commun offrent des produits aisément transportables (nettoyeur, fleuriste, club vidéo, dépanneur, etc.).

2.2 La clientèle à desservir et sa demande en biens et services

La demande en produits et services de proximité tient compte de trois types de clientèles qui génèrent pour plus de 53 millions de dollars de dépenses en consommation.

Types de clientèles	Dépenses totales projetées
Résidants actuels sur le territoire d'étude	42 711 580 \$
Futurs résidants sur le site des ateliers	4 172 782 \$
Les travailleurs sur le territoire	6 432 102 \$
Total	53 316 464 \$

Le calcul de la demande en produits et services de proximité vous est présenté au tableau intitulé Catégories et sous-catégories commerciales retenues pour l'étude d'adéquation offre/demande à la page 10.

a) La population d'accueil et son pouvoir d'achat

La demande en biens et services a été évaluée pour la population résidante autour du site en 2001 lors du dernier recensement de Statistique Canada².

Le territoire compte une population de 9 690 personnes réparties en 5 210 ménages. La densité tourne autour de 10 000 habitants au km².

En dépit d'une forte croissance du revenu moyen des ménages lors des cinq dernières années, la population du territoire est caractérisée par un pouvoir d'achat relativement faible, ainsi les ménages de la zone d'étude **dépensent 33% de moins par année que la moyenne des ménages montréalais** (respectivement 20 996\$ contre 31 247\$). Les causes en sont multiples :

- 40% de la population vit sous le seuil de faible revenu (29% pour Montréal);
- 50% des ménages sont des personnes vivant seules dans leur logement (38% pour Montréal);
- près de la moitié des familles avec enfants sont monoparentales (1/3 pour Montréal);
- 28% de la population totale est âgée dans la vingtaine (16% pour Montréal);
- un peu moins de la moitié des personnes âgées de 65 ans et plus vivent seules (contre 1/3 pour l'ensemble de Montréal).

Mais quelle est leur demande en ce qui a trait aux commerces de biens et services de proximité? Pour y répondre, une liste des entreprises susceptibles de s'implanter sur le site fut élaborée et validée par les représentants de l'Arrondissement. Cette liste a permis de préciser la demande de la communauté mais également l'offre existante dans le milieu d'accueil³ (voir tableau d'adéquation offre/demande).

La demande totale de la population d'accueil s'élève à environ 43 millions de dollars pour les produits et services pouvant être offerts sur le site des ateliers Rosemont. Cette somme se répartie comme suit :

- 20 millions \$ pour les produits et services de consommation courante;
- 12 millions \$ pour les produits et services de consommation semi-courante
- 3 millions \$ pour les biens d'achats réfléchis;
- et 7 millions \$ dans la restauration et divertissements (consulter le tableau d'adéquation offre/demande pour plus de détails).

b) Les futurs résidents du site des ateliers Rosemont

Les nouveaux résidents devraient accroître la demande du milieu d'accueil pour les biens et services d'environ **4 millions \$**.

² COMPUSEARCH, Segmentation psyte-Recensement - Estimés et projections Dépenses potentielles, octobre 2002

³ Dans le cadre de cette caractérisation d'entreprises, toute entreprise pouvant générer des nuisances sur le site ou ne pas contribuer à l'amélioration du cadre de vie fut exclue. À titre d'exemple, les concessionnaires automobiles, les stations services, les magasins de meubles ou d'électroménagers n'y figurent pas.

Étude d'opportunité et de potentiel de développement commercial - Ateliers municipaux Rosemont
 Catégories et sous-catégories commerciales retenues pour l'étude d'adéquation offre/demande

	Dépenses par ménage	Demande des ménages actuels	Demande des nouveaux ménages	Dépenses par travailleur	Demande des travailleurs	Demande totale	ventes moyennes au pied carré	Superficie (pi2)	Offre	Adéquation (offre - demande)	Opportunités en pi2 (60% de récupération)
TOTAL	8 198 \$	42 711 580 \$	4 172 782 \$	766 \$	6 432 102 \$	53 316 464 \$		340 684	118 897 618 \$	65 581 154 \$	
Commerces et services offrant des produits de consommation courante	3 783 \$	19 709 430 \$	1 925 547 \$	252 \$	2 116 044 \$	23 751 021 \$		118 823	54 625 384 \$	30 874 363\$	
Total alimentation	2 667 \$	13 895 070 \$	1 357 503 \$	221 \$	1 855 737 \$	17 108 310 \$		45 540	24 104 368 \$	6 996 058\$	
Supermarchés	2 033 \$	10 591 930 \$	1 034 797 \$	168 \$	1 414 591 \$	13 041 318 \$	602 \$	5 192	3 125 584 \$	(9 915 734\$)	9 883
Dépanneurs	106 \$	552 260 \$	53 954 \$	9 \$	73 756 \$	679 970 \$	500 \$	28 976	14 488 000 \$	13 808 030\$	
Boucheries	240 \$	1 248 492 \$	121 974 \$	20 \$	166 741 \$	1 537 207 \$	881 \$	0	0 \$	(1 537 207\$)	1 047
Poissonneries	30 \$	155 275 \$	15 170 \$	2 \$	20 737 \$	191 182 \$	553 \$	0	0 \$	(191 182\$)	207
Fruiteries	119 \$	619 000 \$	60 474 \$	10 \$	82 670 \$	762 145 \$	880 \$	0	0 \$	(762 145\$)	520
Boulangeries-Pâtisseries	112 \$	581 231 \$	56 784 \$	9 \$	77 626 \$	715 641 \$	593 \$	2 721	1 613 553 \$	897 912\$	
Confiseries et magasins de noix	28 \$	146 881 \$	14 350 \$	2 \$	19 617 \$	180 848 \$	570 \$	5 484	3 125 880 \$	2 945 032\$	
Autres Commerces d'alimentation spécialisée							553 \$	3 167	1 751 351 \$	1 751 351\$	
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	300 \$	1 563 000 \$	152 700 \$			1 715 700 \$	500 \$	18 869	9 434 500 \$	7 718 800\$	
Pharmacies	579 \$	3 016 590 \$	294 711 \$	31 \$	260 307 \$	3 571 608 \$	530 \$	36 082	19 123 460 \$	15 551 852\$	
Clubs vidéos	107 \$	557 470 \$	54 463 \$			611 933 \$	94 \$	14 049	1 320 606 \$	708 673\$	
Laveries automatiques	58 \$	302 180 \$	29 522 \$			331 702 \$	150 \$	0	0 \$	(331 702\$)	1 327
Nettoyeurs	72 \$	375 120 \$	36 648 \$			411 768 \$	150 \$	4 283	642 450 \$	230 682\$	
Commerces et services offrant des produits de consommation semi-courante	2 229 \$	11 613 090 \$	1 134 561 \$	191 \$	1 603 827 \$	14 351 478 \$		103 216	31 919 245 \$	17 567 767\$	
Total vêtements et chaussures	1 179 \$	6 142 590 \$	600 111 \$	154 \$	1 293 138 \$	8 035 839 \$			12 785 855 \$	4 750 016\$	
Vêtements pour hommes	400 \$	2 084 000 \$	203 600 \$	52 \$	438 724 \$	2 726 324 \$	367 \$	2 125	779 875 \$	(1 946 449\$)	3 182
Vêtements pour dames	585 \$	3 047 850 \$	297 765 \$	76 \$	641 633 \$	3 987 248 \$	317 \$	17 014	5 393 438 \$	1 406 190\$	
Vêtements pour enfants et bébés (0-13 ans)	26 \$	135 460 \$	13 234 \$	3 \$	28 517 \$	177 211 \$	336 \$	4 342	1 458 912 \$	1 281 701\$	
Vêtements pour la famille						0 \$	330 \$	10 873	3 588 090 \$	3 588 090\$	
Accessoires vestimentaires	25 \$	130 250 \$	12 725 \$	3 \$	27 420 \$	170 395 \$	320 \$	1 097	351 040 \$	180 645\$	
Chaussures	143 \$	745 030 \$	72 787 \$	19 \$	156 844 \$	974 661 \$	500 \$	2 429	1 214 500 \$	239 839\$	
Articles de sport	131 \$	682 510 \$	66 679 \$			749 189 \$	350 \$	754	263 900 \$	(485 289\$)	832
Cordonnier	4 \$	20 840 \$	2 036 \$			22 876 \$	335 \$	0	0 \$	(22 876\$)	41
Bagages et maroquineries	32 \$	166 720 \$	16 288 \$			183 008 \$	269 \$	2 254	606 326 \$	423 318\$	
Coiffures, esthétique et soins du corps	212 \$	1 104 520 \$	107 908 \$	37 \$	310 689 \$	1 523 117 \$	237 \$	27 995	6 634 815 \$	5 111 698\$	
Librairies	219 \$	1 140 990 \$	111 471 \$			1 252 461 \$	355 \$	22 408	7 954 840 \$	6 702 379\$	
Fournitures de bureau et papeteries	8 \$	41 680 \$	4 072 \$			45 752,0 \$	355 \$	3 700	1 313 500 \$	1 267 748\$	
Disquaires	96 \$	500 160 \$	48 864 \$			549 024 \$	295 \$	5 767	1 701 265 \$	1 152 241\$	
Passe temps et jouets	239 \$	1 245 190 \$	121 651 \$			1 366 841 \$	257 \$	0	0 \$	(1 366 841\$)	3 191
Matériel de cuisine	55 \$	286 550 \$	27 995 \$			314 545 \$	241 \$	0	0 \$	(314 545\$)	783
Fleuristes	17 \$	88 570 \$	8 653 \$			97 223 \$	268 \$	2 458	658 744 \$	561 521\$	
Services photographiques	37 \$	192 770 \$	18 833 \$			211 603 \$				(211 603\$)	
Commerces et services offrant des biens d'achat réfléchis	841 \$	4 381 610 \$	428 069 \$			4 809 679 \$		30 226	9 862 604 \$	5 052 925\$	
Animalerie	102 \$	531 420 \$	51 918 \$			583 338 \$	281 \$	5 415	1 521 615 \$	938 277\$	
Bijouteries	54 \$	281 340 \$	27 486 \$			308 826 \$	546 \$	2 134	1 165 164 \$	856 338\$	
Informatique	175 \$	911 750 \$	89 075 \$			1 000 825 \$	583 \$	4 015	2 340 745 \$	1 339 920\$	
Intruments et fournitures de musique	7 \$	36 470 \$	3 563 \$			40 033 \$	387 \$	2 375	919 125 \$	879 092\$	
Fournitures et appareils photographiques	49 \$	255 290 \$	24 941 \$			280 231 \$	197 \$	5 215	1 027 355 \$	747 124\$	
Cadeaux	188 \$	979 480 \$	95 692 \$			1 075 172 \$	325 \$	8 888	2 888 600 \$	1 813 428\$	
Lunetterie	76 \$	395 960 \$	38 684 \$			434 644 \$	300 \$	0	0 \$	(434 644\$)	869
Agences de voyages	190 \$	989 900 \$	96 710 \$			1 086 610 \$		2 184		(1 086 610\$)	
Restauration et divertissements	1 345 \$	7 007 450 \$	684 605 \$	323 \$	2 712 231 \$	10 404 286 \$		88 419	22 490 385 \$	12 086 099\$	
Restaurants	935 \$	4 871 350 \$	475 915 \$	323 \$	2 712 231 \$	8 059 496 \$		66 710	15 543 505 \$	7 484 009\$	
Restaurants sans alcool	435 \$	2 266 350 \$	221 415 \$	323 \$	2 712 231 \$	5 199 996 \$	248 \$	26 687	6 618 376 \$	1 418 380\$	
Restaurants avec alcool	500 \$	2 605 000 \$	254 500 \$			2 859 500 \$	223 \$	40 023	8 925 129 \$	6 065 629\$	
Bars (alcool servi sous licence)	410 \$	2 136 100 \$	208 690 \$			2 344 790 \$	320 \$	21 709	6 946 880 \$	4 602 090\$	

Monthly Canadian Mall Sales Report, Sept. 2000-Sept. 2001, November 2001, Volume 5 No.11.

Detailed Tenant Information Tables for Canadian Super Regional and Regional Shopping Centers

(Median Sales), Dollars and Cents of Shopping Centers 2000, Urban Land Institute, Washington.

Detailed Tenant Information Tables for Canadian Community Shopping Centers (Median Sales),

Dollars and Cents of Shopping Centers 2003, Urban Land Institute, Washington.

COMPUSEARCH, Segmentation psyte-Recensement 1996- Estimés et projections Dépenses potentielles, octobre 2002

Le projet prévoit la construction de 509 nouveaux logements. Ces nouveaux logements se répartiront comme suit :

- 120 condos privés;
- 48 condos abordables;
- 341 unités de logement social (voir le plan en annexe).

Un tel développement ne devrait pas provoquer de modifications substantielles dans la nature de la demande de la population du secteur, car il ne devrait pas y avoir de phénomène d'embourgeoisement. On devrait cependant assister à une augmentation des besoins destinés aux personnes âgées (+110 PAPA) et aux familles à faible revenu (+156 ménages familiaux vivant en logement social).

c) Les travailleurs

Il existe deux importants générateurs d'achalandage :

- Le 410 rue Bellechasse avec :
 - le Centre jeunesse de Montréal (3 000 emplois)
 - le Ministère de la justice : (60 emplois)
 - et d'autres services destinés aux jeunes (55 emplois)
- Le 5 800 Saint-Denis (cité de la mode) qui concentre près 1700 emplois et 31 entreprises
 - Les vêtements Golden Brand : 1000 emplois
 - Empire Clothing : 175 emplois
 - Joncas Téléexperts : 150 emplois

On dénombre au total près de **8 400 emplois** sur le territoire. Cette population de travailleurs quasiment aussi nombreuse que la population résidante peut avoir un impact non négligeable sur la demande en terme de biens et services.

D'après Statistique Canada les travailleurs peuvent dépenser 5% de leur budget total en alimentation, tabac et boissons alcoolisées, soins personnels, esthétique, vêtements et chaussures dans des commerces à proximité de leur lieu de travail. Dans le cas des dépenses liées aux restaurants, cette dépense peut atteindre 100%. Ainsi la demande des travailleurs sur le territoire en biens et services s'établit à plus de **6 millions de dollars**. Cette demande pourrait être appelée à augmenter à moyen terme avec la requalification de la Place de la Mode qui à elle seule compte plus de 600 000 pi² d'espace commercial et industriel.

2.3 Une offre commerciale qui répond à la demande actuelle et potentielle

a) La dynamique commerciale présente

Pour une population de près de 10 000 habitants, le territoire à l'étude comprend 201 entreprises détaillantes en biens et services. Pour une demande évaluée à 53 316 464 \$, il existe présentement une offre de 118 897 618 \$. Cet excédant est surtout lié au pouvoir d'attraction supra-local de la Plaza Saint-Hubert.

La présence de deux artères commerciales majeures que sont Beaubien pour les biens de consommation courante et Saint-Hubert pour les bien d'achats semi-courant et réfléchis permet de largement répondre aux besoins de la population du secteur pour à peu près tous les postes de consommation. Ainsi le potentiel de développement pour de nombreux commerces est relativement faible (voir tableau d'adéquation offre/demande).

Nombre de commerces par rue dans le secteur d'étude

	courants	semi-courants	réfléchis	bars et restaurants	Total
Rue Beaubien	18 (23%)	27 (35%)	7 (9%)	25 (32%)	77 (100%)
Rue Saint-Hubert	5 (8%)	28 (45%)	17 (27%)	12 (19%)	62 (100%)
Boulevard Rosemont	6 (33%)	2 (11%)	2 (11%)	8 (44%)	18 (100%)
Boulevard Saint-Laurent	3 (27%)	3 (27%)	4 (36%)	1 (9%)	11 (100%)
Rue Saint-Denis	0 (0%)	0 (0%)	1 (14%)	6 (86%)	7 (100%)
Rue de Bellechasse	1 (13%)	3 (38%)	1 (13%)	3 (38%)	8 (100%)
Avenue Christophe-Colomb	4 (80%)	0 (0%)	1 (20%)	0 (0%)	5 (100%)
Rue De Normanville	1 (33%)	1 (33%)	0 (0%)	1 (33%)	3 (100%)
Rue Saint-André	2 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (100%)
Rue De Saint-Vallier	1 (50%)	0 (0%)	1 (50%)	0 (0%)	2 (100%)
Avenue De Chateaubriand	1 (33%)	1 (33%)	1 (33%)	0 (0%)	3 (100%)
Rue De La Roche	1 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)
Rue Chambord	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	1 (100%)
Rue Saint-Dominique	0 (0%)	0 (0%)	1 (100%)	0 (0%)	1 (100%)
Total	43 (21%)	65 (32%)	37 (18%)	56 (28%)	201 (100%)

La Plaza Saint-Hubert, un pouvoir attractif supra-local indéniable pour les biens et services semi-courants et réfléchis

Territoire desservi par une Société de développement commercial, la Plaza Saint-Hubert est à mi-chemin entre la rue traditionnelle et le centre commercial supra-local. Le principal motif de fréquentation de la Plaza Saint-Hubert est l'achat de produits et services (85% des usagers disent avoir acheté des biens lors de l'enquête sur rue).⁴ Regroupant plus de 250 commerces, la Plaza présente une concentration de commerces variés qui lui confère un pouvoir attractif. En 2002, lors d'une enquête sur rue, il a été établi que près du tiers de la clientèle provenait de l'Arrondissement Rosemont-Petite-Patrie et 60% venait de la région montréalaise et métropolitaine. Elle tire sa popularité des boutiques de vêtements et d'accessoires vestimentaires. Ainsi, pour 61% des répondants, la Plaza est la destination principale pour l'habillement. La Plaza tente depuis quelques années de confirmer son rôle d'artère commerciale d'ambiance par l'implantation de cafés, de pâtisseries-boulangeries, de librairies, de boutiques cadeaux, etc.

⁴ Convercité : *Enquête auprès des usagers des artères commerciales, Plaza Saint-Hubert, analyse complète des résultats, octobre 2002.*

Le taux de vacance est relativement bas sur la Plaza, moins de 10% et plus spécifiquement de 8,2% au sud de la rue Saint-Zotique. Le déménagement récent de Lozeau laisse un immeuble de 13 000 pi² vacant.

Quant à la portion au sud de la rue Bellechasse, elle présente une trame résidentielle formée de maison en rangée traditionnelle qui limite grandement son exploitation à des fins commerciales. On y constate l'émergence de quelques galeries d'art et le débordement d'entreprises de services aux abords de la rue Bellechasse. Cette portion ne constitue nullement une menace pour un développement commercial sur le site des Ateliers Rosemont.

La rue Beaubien, entre Saint-Denis et Papineau, l'émergence d'un pôle de commerces courants

Cet axe est/ouest est facilement accessible pour les résidents du quartier. La rue Beaubien entre les rues Saint-Denis et Christophe-Colomb présente un grand pouvoir d'attraction avec ses deux pharmacies, sa SAQ Sélection, et la présence d'un supermarché.

Sur le tronçon entre les rues Boyer et Papineau, on constate que la clientèle provient principalement du quartier limitrophe (72% des répondants en 2002).⁵ Pour la majorité des répondants de la rue Beaubien, l'alimentation demeure le principal motif de destination sur l'artère.

Cette trame commerciale est toutefois interrompue à l'ouest par la présence d'un pôle institutionnel formée de l'église Saint-Édouard, le CLSC, des institutions bancaires, la présence d'organismes communautaires et alternatifs ainsi que les sites abritant historiquement les académies Saint-Édouard (qui a fait place à des constructions en hauteurs de grand gabarit) et Saint-Paul (convertie à des fins d'habitations). Le taux de vacance y est très faible avec la présence d'un seul local vacant.

La rue Beaubien entre Saint-Denis et Saint-Laurent, un secteur en questionnement

Bien que dotée d'une trame commerciale continue au rez-de-chaussée, la rue Beaubien à l'ouest d'Henri-Julien présente une mixité commerciale éclatée⁶, variant du dépanneur au café de quartier, en passant par le club vidéo et la boutique de vêtement. Ce tronçon semble en définition et fait présentement l'objet de travaux d'aménagement du domaine public. Cette démarche favorisera certainement la définition d'un nouveau positionnement et un changement d'image.

La rue Beaubien présente une offre en alimentation surtout constituée de dépanneurs et de petites épiceries.

⁵ Convercité : Enquête auprès des usagers des artères commerciales, la rue Beaubien secteur centre, analyse complète des résultats, octobre 2002.

⁶ Convercité : Enquête auprès des usagers des artères commerciales, la rue Beaubien secteur Ouest, analyse complète des résultats, octobre 2003.

Le boulevard Rosemont : une vocation de transit

Outre l'éloignement du cœur commercial du quartier, le boulevard Rosemont ne présente que peu de potentialité pour du développement commercial. L'absence de têtes d'îlots sur le boulevard et le caractère résidentiel de l'artère constituent déjà un frein à son développement commercial.

b) Des opportunités de développement commercial limitées

L'adéquation de l'offre et de la demande permet d'identifier certaines opportunités pour les supermarchés, les magasins d'aliments spécialisés, les articles de sports, les vêtements pour dames, le service de cordonnerie, les passe-temps et jouets ou encore pour les lunetteries.

Toutefois, l'implantation d'un équipement municipal et la présence du métro sur le site offrent des opportunités de développement qui permettent de préciser certains créneaux (dépanneur, fleuriste, cordonnier, club-vidéo, etc.) articulés autour de la clientèle de transit qui empruntera ce parcours inévitable pour ce rendre au travail, à la maison ou au gymnase.

Il existe également un potentiel d'environ 850 pi² pour un commerce offrant des articles de sport. La présence du gymnase sur le site permettrait de consolider un tel développement commercial et représenterait une opportunité.

c) L'alimentation, un problème de qualité et non de quantité

En ce qui concerne le secteur de l'alimentation, d'un point de vue global, **l'offre est largement supérieure à la demande locale** (55 m\$ contre 24 m\$). D'autre part, la présence d'épiceries de grandes bannières au nord et au sud du territoire ne laisse pas présager une possibilité de récupération de la clientèle du Plateau Mont-Royal ou des résidents au nord de Beaubien (voir la localisation des entreprises de biens courants ci-dessus où les commerces d'alimentation sont identifiés en rouge).

Cependant ces chiffres occultent une problématique de sécurité alimentaire telle que décrite dans le rapport de la CDEC Rosemont-Petite-Patrie sur les commerces de proximité sur le territoire de la Petite-Patrie⁷. Les petites épiceries et dépanneurs constituent 58% de l'offre totale en alimentation sur le territoire d'étude alors que les besoins de la population en supermarchés, fruiteries, poissonneries et boucheries ne sont pas comblés (voir tableau d'adéquation offre-demande).

⁷ CDEC Rosemont-Petite-Patrie : *Analyse des problématiques en services de proximité dans un secteur de la Petite-Patrie*, Montréal, avril 2005, 45 pages.

Les entrevues menées avec les professionnels de l'alimentation⁸ ont permis de dresser plusieurs constats quant à la configuration du site et le potentiel d'aménagement d'une épicerie sur le site de Saint-Hubert :

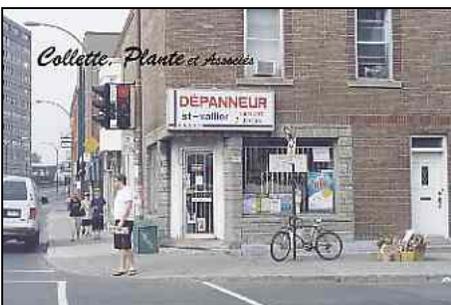
- Si la superficie convient aux Supermarchés PA, Sobeys n'est pas intéressée à développer des épicerie dont la superficie est inférieure à 20 000 pi². Ceci est avant tout lié aux coûts d'exploitations qui doivent être rentabilisés par une taille minimum. Le site du 6 000 Saint-Denis a clairement été identifié par le directeur du développement immobilier de Sobeys pour l'Ouest du Québec comme offrant un potentiel plus grand pour l'implantation d'une épicerie dont la superficie pourrait être comprise entre 30 000 pi² et 40 000 pi² avec environ 150 places de stationnement.
- Avoir un quai de chargement, ces quais devront être éloignés de l'entrée et ne pourront pas donner sur les résidences. Dans le cas du bâtiment sur Saint-Hubert la seule possibilité de localisation serait sur le côté ouest, face au gymnase.
- Sobeys estime qu'il serait nécessaire d'avoir un stationnement pouvant contenir entre 35 et 45 places. Si les Supermarchés PA ont montré un intérêt certain pour du stationnement intérieur, Sobeys considère cette option trop coûteuse compte tenu de la superficie disponible.
- Sobeys serait ouvert au développement domiciliaire au-dessus de l'épicerie et à l'ajout de commerces complémentaires.

	Supermarchés PA	Sobeys
superficie minimale	12 000 pieds carrés	20 000 pieds carrés
stationnement	Intéressé au stationnement souterrain*	3 à 4 cases minimum pour 1000 pieds carrés le stationnement souterrain est exclu car jugé non rentable
Quais de livraison	la seule possibilité serait face au gymnase	

* cet entrepreneur développe peu ou pas de stationnement pour ses épicerie

2.4 Les opportunités de développement en espaces commerciaux

En général au pays et à Montréal en particulier, le marché du commerce de détail est bien positionné. Les ventes au détail et les taux de location sont en hausse. Les taux de vacance sont en baisse tandis que la demande pour des investissements est élevée, en plus des taux de rendement qui diminuent. Ces bonnes conditions participent à l'accroissement de la concurrence sur le marché.



Dépanneur sur la rue Saint-Vallier dans Rosemont-La Petite-Patrie.

En effet, il existe une forte concurrence parmi les grands détaillants. Les boutiques spécialisées cherchent des créneaux de plus en plus étroits. À l'échelle nationale, il y a eu quelques grands magasins qui ont fermé, comme les magasins Bata Shoes et Bowring, mais nous avons aussi assisté à l'ouverture de beaucoup d'autres, comme par

Gaudreau de Sobeys Québec

exemple Hart Stores, Abercrombie & Fitch, Best Buy, Crate and Barrel, Banana Republic, Designer Depot, Lowe's Hardware, Mango and Quiznos.

La plupart des investisseurs reconnaissent que le marché du commerce de détail est en hausse, mais plusieurs pensent que ce cycle tire à sa fin. On retrouve une marge de manœuvre plus faible et un besoin plus grand pour la qualité, la quantité et la longévité des retours de capitaux.

Les tendances socio-économiques depuis la dernière décennie continuent d'influencer le marché, notamment l'augmentation des ménages au double revenu, la diminution du temps de loisir, le vieillissement de la population et la récente récession. Ces facteurs socio-économiques ont favorisé l'augmentation de la demande pour le commerce de détail, ainsi que l'augmentation de la qualité, des prix et des services demandés. Alors que les baby-boomers vieillissants s'intéressent de moins en moins à la mode, leur consommation de services et de loisirs spécifiques est en hausse, tandis que les plus jeunes, plus individualistes, vont davantage rechercher des niches de consommation spécifiques en portant une plus grande attention au service à la clientèle.



Pharmacie sur la rue Bélanger dans Rosemont-La Petite-Patrie.



Magasin d'électronique sur le boulevard Rosemont, dans Rosemont-La Petite-Patrie.



Garderie sur la rue Jean-Talon Ouest, dans Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension.

**CARACTÉRISTIQUES DES BAUX COMMERCIAUX COMPARABLES
SITE DES ATELIERS MUNICIPAUX ROSEMONT
2004-2005**

Localisation	Type	Superficie du local pi ²	Niveau	Taux de loyer \$/pi ²	Type de bail	Terme du bail	Frais d'opération \$/pi ²	TOTAL Taux de loyer \$/pi ²
PETITS COMMERCES DE QUARTIER								
2530 Rosemont (Rosemont)	Electronique	2,895	nd	\$ 9.60	net	5 ans	nd	nd
6939 Papineau (Villeray)	Dépanneur	1,138	r-d-c	\$ 10.00	net	5 ans	nd	nd
2363 Beaubien (Rosemont)	Antiquaire	598	r-d-c	\$ 13.00	net	5 ans	nd	nd
4349 Bélanger (Rosemont)	Pharmacie	7,600	r-d-c	\$ 13.60	net	8 ans	nd	nd
2205 Beaubien (Rosemont)	Dépanneur	1,302	r-d-c	\$ 13.80	net	5 ans	nd	nd
5800 St-Vallier (Rosemont)	Dépanneur	864	r-d-c + s-s	\$ 14.40	net	5 ans	nd	nd
652 Jean-Talon O (Villeray)	Garderie	3,196	1er	\$ 15.00	net	10 ans	nd	nd
4800 Papineau (Plateau)	Dépanneur	1,000	r-d-c	\$ 16.50	net	9 ans	nd	nd
4532 St-Laurent (Plateau)	Peinture	2,256	r-d-c	\$ 21.00	net	5 ans	nd	nd
4526 St-Denis (Plateau)	Restaurant	4,356	r-d-c	\$ 22.00	net	5 ans	nd	nd
1251 Beaubien (Rosemont)	Produit naturel	1,200	r-d-c + s-s	\$ 19.05	brut	4 ans	nd	nd
MOYENNE		2,400		\$ 15.27				
CENTRES COMMERCIAUX DE QUARTIER								
	Épicerie	5,145	r-d-c	\$ 4.20	net	12 ans	\$ 5.50	\$ 9.70
	Supermarché	23,285	r-d-c	\$ 7.20	net	10 ans	\$ 5.30	\$ 12.50
	Bibliothèque	253	r-d-c	\$ 5.60	net	12 ans	\$ 7.80	\$ 13.40
	Clinique médicale	2,952	r-d-c	\$ 5.60	net	12 ans	\$ 7.80	\$ 13.40
	SAQ	13,573	r-d-c	\$ 7.10	net	18 ans	\$ 6.30	\$ 13.40
	Agence de voyage	241	r-d-c	\$ 11.50	net	12 ans	\$ 9.90	\$ 21.40
	Pâtisserie	413	r-d-c	\$ 10.10	net	12 ans	\$ 11.40	\$ 21.50
	Vidéo	4,500	r-d-c	\$ 13.00	net	5 ans	\$ 9.00	\$ 22.00 *
	Caisse populaire	2,015	r-d-c	\$ 14.00	net	24 ans	\$ 9.00	\$ 23.00
	Banque	12,114	r-d-c	\$ 17.50	net	10 ans	\$ 8.30	\$ 25.80
	Électronique	2,000	r-d-c	\$ 16.00	net	10 ans	\$ 10.20	\$ 26.20
	Boutique dollar	7,800	r-d-c	\$ 16.00	net	7 ans	\$ 10.20	\$ 26.20
	Banque	2,275	r-d-c	\$ 18.00	net	5 ans	\$ 10.20	\$ 28.20
	Electronique	2,319	r-d-c	\$ 19.00	net	10 ans	\$ 9.30	\$ 28.30 *
	Pharmacie	16,000	r-d-c	\$ 21.50	net	15 ans	\$ 7.00	\$ 28.50 *
	Restaurant	859	r-d-c	\$ 23.00	net	5 ans	\$ 12.40	\$ 35.40
	Variétés	897	r-d-c	\$ 33.50	net	5 ans	\$ 9.40	\$ 42.90
MOYENNE		5,719		\$ 14.91			\$ 8.97	\$ 23.88

La grande région de Montréal suit la tendance nationale avec la multiplication des centres commerciaux de type « power center » et la rationalisation des commerces et centres commerciaux de quartier. Plus particulièrement, les cinémas, commerces d'alimentation et quincailleries de quartier ont du faire place aux grandes surfaces. Quelques artères commerciales à rayonnement régional ainsi que les micromarchés survivent bien grâce à l'implication des commerçants qui ont du s'adapter à la clientèle locale.

À l'aide de diverses sources⁹, nous avons recensé des loyers comparables sous plusieurs aspects à ce qu'on pourrait retrouver sur le site des Ateliers municipaux Rosemont. Ces commerces sont présentés dans un tableau et localisés sur une carte à la page suivante.

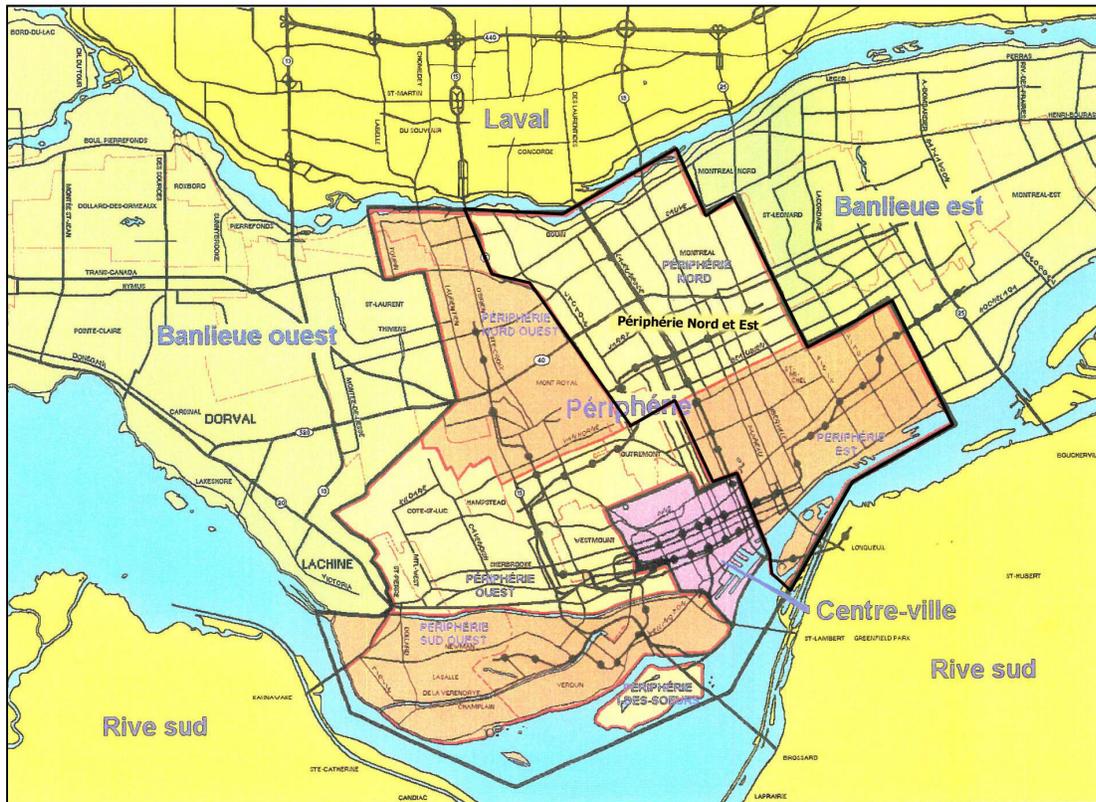
La recherche de locaux comparables a été concentrée sur les petits commerces de quartier localisés à l'intérieur d'un bâtiment de 2 à 3 étages car ce genre de local se retrouve en majorité dans le secteur. En moyenne, le loyer **net** demandé pour ce genre de commerces est approximativement de **15 \$** le pied carré. Les frais d'opération représentent de 6 \$ à 10 \$ le pied carré, pour des loyers bruts de 21 \$ à 25 \$ le pied carré.

L'analyse des loyers localisés dans certains centres commerciaux de quartier est aussi intéressante puisqu'elle nous donne une indication des loyers dans un milieu plus organisé et bénéficiant du pouvoir d'attraction d'un centre commercial. Ainsi, nous avons analysé les caractéristiques de quelques centres commerciaux localisés dans les arrondissements Ahuntsic-Cartierville, Hochelaga-Maisonneuve et Côte-des-Neiges et Notre-Dame-de-Grâce. On y observe aussi un taux net moyen de **15 \$** le pied carré, mais qui comporte d'importante variation en fonction des types de baux et des superficies. Les frais d'opérations pour ces centres commerciaux sont également très variables et plus élevés que les commerces sur rue mais en moyenne, on observe un loyer brut d'environ **24 \$** le pied carré.

⁹ Collette, Plante et Associés, InSite Real Estate Information Systems et nos enquêtes Altus Helyar.

**STATISTIQUES DE LOCATION DES BUREAUX
ESPACES DE BUREAU COMPARABLES
SITE DES ATELIERS MUNICIPAUX ROSEMONT**

	Périphérie nord et est	Grande région de Montréal
Édifices (nb)	50	609
Superficie de bureaux (pi ²)	5,374,406	74,226,050
Superficie occupée (pi ²)	4,967,430	66,948,197
Superficie disponible (pi ²)	406,976	8,277,853
Taux de vacance (%)	7.1%	11.2%
Taux de loyer (\$/pi ²)	\$ 11.39	\$ 14.60
Frais d'opération (\$/pi ²)	\$ 9.46	\$ 12.78
TOTAL taux de loyer (\$/pi ²)	\$ 20.85	\$ 27.38



À titre d'exemple de diversité commerciale dans un centre desservant une clientèle plus ou moins captive, on retrouve le Village Olympique, qui compte 980 logements et 250 000 pieds carrés d'espace de bureaux. On y retrouve notamment des commerces et des services de quartier tels qu'un marché, une succursale de la SAQ, une pâtisserie, une bibliothèque, une clinique médicale, une caisse populaire et une agence de voyage. Cette diversité commerciale pourrait s'appliquer sur le site des Ateliers municipaux Rosemont.

L'analyse financière pro forma démontrera **la faisabilité économique de l'implantation commerciale en autant que le site soit disponible à des conditions abordables.**

2.5 Les opportunités de développement d'espaces à bureaux

Le marché des édifices de bureaux de Montréal a connu un recul depuis le deuxième semestre de 2001, Ce recul est attribuable au contexte économique ainsi qu'à un repli dramatique de certaines entreprises de la haute technologie.

La reprise économique du début de 2002 a amené en 2003 une absorption positive et une réduction du taux d'inoccupation. Si le progrès économique de 2002 a été bon pour le marché des bureaux de 2003, le ralentissement économique de 2003 se traduit en 2004 par un marché locatif de bureaux plutôt sans éclat. Par contre, la perspective à plus long terme favorise un progrès modeste si l'économie, comme prévu, se met à bien rouler.

En « Périphérie Nord » et en « Périphérie Est » du centre-ville de Montréal¹⁰, on compte **50 édifices de bureaux de plus de 20 000 pieds carrés**, représentant une superficie totale de près de 5,4 millions de pieds carrés. Le taux d'inoccupation atteint **10 %** dans la périphérie Nord et **4,2 %** dans la périphérie Est. Ce dernier taux est beaucoup plus faible que celui de l'ensemble du Grand Montréal (11,2 %).

En moyenne, le loyer net demandé pour ces édifices localisés en périphérie Nord et Est est à **11,39 \$** le pied carré, avec des frais d'opération de 9,46 \$ le pied carré en moyenne. Le loyer brut est de 20,85 \$ le pied carré en moyenne. En comparaison, le loyer est de **14,60 \$** le pied carré dans le Grand Montréal, plus 12,78 \$ le pied carré en frais d'opération pour un loyer brut de 27,38 \$ le pied carré.

Dans le secteur à proximité du site des Ateliers municipaux Rosemont, on retrouve peu d'édifices de bureaux de plus de 20 000 pieds carrés, et peu d'édifices neufs. Cependant, à l'aide de

¹⁰ Secteur "Midtown North" et "Midtown East", InSite Real Estate Information Systems.

diverses banques de données¹¹, nous avons pu identifier des édifices comparables sous plusieurs aspects à ce qu'il est proposé comme type d'usages dans le projet.



4446, rue boulevard Saint-Laurent, Plateau Mont-Royal



201, rue Laurier Est, Plateau Mont-



1415, Jarry Est, Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension

L'analyse de ces bâtiments comparables nous démontre que les loyers bruts au pied carré sont approximativement de **18,35 \$** dans le secteur environnant. Cependant, il faut noter que ce taux peut varier de façon importante selon le taux de vacance et l'état des bâtiments. On retrouve en moyenne dans ces édifices un taux de vacance de 9 %. Les caractéristiques des édifices de bureaux analysés et leur localisation sur une carte sont présentés aux pages suivantes.

Les loyers nets n'ont pas connu d'augmentation entre 2002 et 2005. En contrepartie, le coût de la construction n'a pas cessé d'augmenter (+4,5 % en 2002, +5,7 % en 2003 et +3,7 % en 2004¹²) et, de ce fait, de créer un écart entre les coûts et les loyers. Cet écart devrait exercer une pression à la hausse sur les loyers dès que le resserrement des disponibilités se met à signaler l'approche d'une phase de nouvelle construction.

Dans le secteur à l'étude, le site des Ateliers municipaux Rosemont se marie bien au développement d'espaces de bureaux de quartier et communautaires et pourrait par conséquent générer des opportunités d'affaires intéressantes si le coût d'acquisition de sites reste abordable comme le démontre la projection financière pro forma.

¹¹ InSite Real Estate Information Systems, Colette, Plante et Associés et nos enquêtes Altus Helyar.

¹² Marshall & Swift, Montréal, moyenne des cinq catégories de bâtiment.

**CARACTÉRISTIQUES DES IMMEUBLES DE BUREAU DANS LE SECTEUR ENVIRONNANT LES ATELIERS ROSEMONT
MONTREAL, 2004-2005**

Localisation	Usage	Superficie de bureau pi ²	Année de construction du bâtiment	Étages du bâtiment nb	Classe	Superficie disponible pi ²	Taux de vacance %	Type de bail	Taux de loyer \$/pi ²	Frais d'opération \$/pi ²	TOTAL Taux du loyer \$/pi ²
1470 Bélanger (Rosemont)	Clinique médicale (r-d-c)	5,800	1961	2	nd	4,800	nd	net + escal.	\$ 12.23	nd	nd
1400 Jean-Talon E (Rosemont)	Services comptabilité (s-s)	8,995	1988	4	nd	614	nd	net	\$ 12.70	nd	nd
1408 Jean-Talon E (Rosemont)	Bureau d'orthod. (1er)	8,995	1988	4	nd	282	nd	brut	\$ 22.00		\$ 22.00
1160 St Joseph E (Plateau)	Bureau	24,000	1944	3	nd	1,250	nd	brut	\$ 12.00		\$ 12.00
1030 Cherrier (Plateau)	Le Cherrier sur le Parc	35,000	1967	17	B	840	2.4%	brut	\$ 18.50		\$ 18.50
3981 St Laurent (Plateau)	Le Cooper	53,600	nd	9	B	3,700	6.9%	brut	\$ 13.50	\$ 4.50	\$ 18.00
1851 Sherbrooke E (Plateau)	Tour Jacques-Cartier	58,511	1975	11	B	10,644	18.2%	net	\$ 7.84	\$ 9.10	\$ 16.94
4115 Ontario E (Hochelaga)	Place Ontario	65,000	nd	4	B	20,000	30.8%	brut	\$ 15.00		\$ 15.00
4101 Molson (ouest)	Bureau	73,362	2001	4	A	73,362	0.0%	net	\$ 13.50	\$ 7.50	\$ 21.00
201 Laurier E (Plateau)	Plaza Laurier	82,000	1907	6	B	10,455	12.8%	net	\$ 14.00	\$ 7.40	\$ 21.40
4446 St-Laurent (Plateau)	Groupe Cinémalo (6e)	88,017	1964	10	nd	1,750	nd	brut + escal.	\$ 17.00		\$ 17.00
1600 Henri-Bourassa O (Ahuntsic)	Bureau	95,000	1984	6	B	18,500	19.5%	net	\$ 17.00	\$ 6.70	\$ 23.70
1415 Jarry E (Villeray)	Bureau	100,000	1979	4	B	100,000	0.0%	net	\$ 12.50	\$ 5.50	\$ 18.00
7077 Parc (Villeray)	Bureau	100,000	nd	6	B	100,000	0.0%	net	\$ 10.00	\$ 3.50	\$ 13.50
1100 Cremazie E (Villeray)	Bureau	114,530	1977	8	B	8,610	5.4%	net	\$ 10.00	\$ 8.70	\$ 18.70
9001 L'Acadie (Ahuntsic)	Bureau	176,000	1992	11	A	727	2.0%	net	\$ 12.00	\$ 9.00	\$ 21.00
5800 St-Denis (Rosemont)	Bureau	754,000	1974	12	nd	41,918	5.6%	brut + taxes	\$ 7.80	nd	nd
	MOYENNE	108,401	1972	7		23,380	8.6%		\$ 13.39	\$ 6.88	\$ 18.34

Source: Colette, Plante et Associés, Inste Real Estate Information Systems et Altus-Helyar.

G:\RAP\CONSULT(PL)\55_0945\EXCEL\Tableau des bureaux.xls\tri superficie

2.6 Des espaces à bureaux à des fins institutionnelles ou communautaires

Compte tenu que l'opportunité de développement d'espace à bureaux est tributaire d'un faible coût de loyer, nous avons proposé quatre pistes de développement qui pourraient contrer cette réserve. Ces pistes tournent autour du développement des espaces à bureaux à des fins institutionnelles ou communautaires.

a) Un regroupement d'organismes communautaires

Dans l'étude réalisée par Le groupe DBSF¹³ et à la suite de rencontres avec Michel Saint-Pierre du service de la culture, des loisirs et du développement communautaire à l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie, de Mme Anna Caputo, agente au développement au CLSC la Petite-Patrie et d'une revue de littérature, on constate que :

- la Petite- Patrie compte un nombre important d'organismes communautaires. Ces derniers sont hébergés dans les écoles avoisinantes, louent des locaux;
- il existe des besoins en espaces de création, d'information, de rencontre ou de divertissement de la population résidente de la Petite-Patrie;
- un centre communautaire est revendiqué le milieu communautaire pour le 700, boulevard Rosemont¹⁴;
- les besoins en espaces pour héberger les organismes communautaires étaient en 2004 estimés à 454 m² (ou 4 886 pi²) mais devront être revus à la hausse suite à des demandes des organismes auprès des représentants de la Ville.

À la lumière des informations recueillies, nous ne sommes pas en mesure d'estimer les besoins en espaces locatifs des organismes locaux.

b) Des institutions et des points de services à la communauté

Tout laisse croire que la portée sociale d'un tel concept de développement pourrait intéresser certains promoteurs institutionnels. La complémentarité de points de services au Centre Jeunesse de Montréal ou au CLSC Petite-Patrie pourrait être une piste de développement de bureaux à évaluer. Les besoins en espaces à bureaux des divers paliers de gouvernement pourraient être également sondés (bureaux d'arrondissement, gouvernement provincial ou fédéral).

¹³ Le Groupe DBSF : *Étude des besoins en loisir de la population du quartier Petite-Patrie*, rapport final, présenté à la Direction de la culture, des sports, des loisirs et du développement social de l'Arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie, Avril 2003, pages 50-60.

¹⁴ Table de concertation Logement/aménagement de La Petite-Patrie : *Pour une Petite-Patrie solidaire où il fait bon vivre*, Plate-forme électorale, Élections municipales 2005, 24 pages.

La Maison Parent-Roback, un regroupement national d'organismes sur la condition de la femme, s'est dit intéressée à court terme par cette orientation de développement¹⁵. Présentement propriétaire d'un immeuble dans le Vieux-Montréal, cet organisme cherche à se relocaliser pour divers motifs (aménagement plus performant de ses locaux pour répondre aux besoins de ses membres, rapprochement de la clientèle, proximité d'un métro, meilleure accessibilité à son centre de documentation, etc.) La maison Parent-Roback est à la recherche d'espace à bureaux d'une superficie comprise entre 30 000 et 40 000 pieds carrés pour abriter douze organismes dont un centre de documentation de 6 000 pieds carrés. Afin d'assurer la pérennité économique de l'organisme, la Maison Parent-Roback désire être copropriétaire et voit d'un bon œil une mixité de fonctions au sein d'un immeuble.

c) La consolidation du réseau de bibliothèques dans Rosemont-La Petite-Patrie

Le territoire de l'Arrondissement est desservi par deux équipements culturels majeurs soient les bibliothèques de Rosemont et de la Petite-Patrie. Dans une étude réalisée par la Ville de Montréal sur l'offre en bibliothèques dans les arrondissements il apparaît que¹⁶ :

- l'offre se trouve localisée principalement au centre et dans le secteur est de l'arrondissement;
- la majorité de la population de la Petite-Patrie est à une distance de 0,75 km des lieux de desserte locale
- l'offre en espaces alloués aux bibliothèques de l'arrondissement est de 1 874 m² (ou 20168 pi²) ce qui représente à peine 30 % de la projection établie selon la moyenne canadienne basée sur la comparaison de villes desservant 500 000 habitants et plus;
- se basant toujours sur cette moyenne canadienne, le nombre d'employés alloué à la portion bibliothèque ne représenterait que 50% de ce qui est normalement requis dans les autres villes, soit un déficit de 41 employés pour desservir sa clientèle;
- le déficit en espaces alloués à des fins de bibliothèque est estimé à 5 210 m² (ou 56 080 pi²), soit l'espace nécessaire pour y abriter plus de 232 000 livres.

Dans les actions prioritaires pour consolider le réseau des bibliothèques de Montréal il est prévu de réaliser une dizaine de projets immobiliers dont l'ajout de point de services, une relocalisation et des agrandissements. L'arrondissement de Rosemont--La Petite-Patrie a été identifié comme étant un secteur prioritaire. Toutefois, aucun budget n'a été adopté. D'après la direction de la culture, des loisirs et du développement communautaire de l'arrondissement, le site des Ateliers municipaux Rosemont pourrait être envisagé pour y développer une bibliothèque variant entre 5 000 et 25 000 pi².¹⁷

¹⁵ Entretien avec Mme Annie Pelletier, directrice générale de la Maison Parent-Roback.

¹⁶ Service du développement culturel, de la qualité du milieu de vie et de la diversité ethnoculturelle, Direction du développement culturel et des bibliothèques, division planification et développement du réseau des bibliothèques, Ville de Montréal : *Diagnostic des bibliothèques municipales de l'île de Montréal*, juillet 2005, 93 pages.

¹⁷ Rencontre de travail du comité de suivi du 9 décembre 2005

Les besoins de bibliothèque offrent une opportunité de choix pour le re-développement du site et présente plusieurs avantages dont une cohabitation harmonieuse avec les fonctions résidentielles et la création d'un pôle institutionnel important pour l'arrondissement.

d) Les besoins en CPE

D'après l'étude réalisée par le Réseau d'échanges et de concertation petite enfance de la Petite Patrie en 2000, il existerait 12 garderies et centres à la petite enfance sur le territoire de la Petite Patrie.¹⁸

- La majorité de ces entreprises a été fondée avant 1990 (plus de 50%).
- Sur ces 12 entreprises, cinq sont des CPE. Elles représentent 42% des ressources en services de garde sur le territoire.
- Les garderies à but lucratif représentaient 42% des ressources sur le territoire contre 16% pour les garderies à but non lucratif.
- Sur les neuf entreprises ayant répondu au sondage, cinq d'entre elles desservent une clientèle résidant exclusivement dans la Petite-Patrie. Les autres répondent à des demandes venant de résidents d'autres quartiers de Montréal.
- Ces neuf entreprises offrent 625 places en installation ou en milieu familial.
- Toutes les garderies et CPE ont des cours attenantes.
- La majorité de ces entreprises sont à pleine capacité et ont des listes d'attentes.
- Sept CPE/garderies prévoient développer de nouvelles places en installation d'ici trois ans.
- Trois CPE/garderies ont l'intention de diversifier leurs services en offrant la garde en milieu familial.
- Plusieurs CPE/garderies sont locataires de leurs installations

La principale conclusion de cette étude et suite aux commentaires recueillis auprès du CLSC se formule comme suit : **Ça déborde de partout !** D'après certains responsables du CLSC de la Petite-Patrie, cette situation perdure car le Ministère de la famille et de l'enfance n'a pas identifié le territoire comme étant prioritaire. Un urgent besoin de CPE ou de service de gardes serait encore pressenti dans la communauté. La table Logement et aménagement a manifesté au printemps dernier son appui au développement de nouvelles places. La communauté attend avec intérêt le nouveau plan d'intervention du Ministère de la famille et de l'enfance qui devrait être déposé en mars 2006.

Actuellement, le Ministère de la famille et de l'enfance travaille à l'évaluation des besoins en nouvelles places en garderie ou en CPE. Les résultats de cette analyse devraient être disponibles dès février 2006. On indique que depuis 2003, peu de fonds sont disponibles pour la construction ou l'aménagement de nouvelles installations. Toutefois, les besoins en locaux

¹⁸ Réseau d'échanges et de concertation petite enfance de la Petite Patrie : Sondage réalisé auprès des CPE et garderies, ainsi que des organismes communautaires et institutions offrant des services aux enfants 0-5 ans et aux familles, Montréal, Août 2000, 26 pages.

de qualité et aux normes sont souvent exprimés par des promoteurs de CPE, de garderies à but non lucratif ou les garderies privées dont plusieurs sont locataires.¹⁹

En ce qui a trait à milieu d'accueil, on constate que le profil de la population n'a pas changé entre 1996 et 2001, le secteur a su attirer au fil des ans les personnes jeunes, des ménages monoparentaux qui nécessitent des services de garde abordables et accessibles. La venue de nouvelles familles tout comme le développement commercial (bureaux, services, entreprises de services) dans le cadre du projet pourraient contribuer à accroître la demande en CPE du milieu.

Les besoins en CPE et en services de garde tels qu'identifiés par le milieu offre une opportunité de développement unique qui, en plus de desservir la population locale, crée peu de nuisances dans un milieu résidentiel.

¹⁹ Entretien avec Mme Louise Comeau, agente de développement pour la région de Montréal, Ministère de la famille et de l'enfance, 21 décembre 2005.

3. OPTIONS DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DES SITES

Les options de développement doivent tenir compte :

- des principes généraux qui ont guidé l'élaboration du projet de développement du site des ateliers municipaux Rosemont désigne le site comme étant destiné au développement de logements abordables pour l'arrondissement
- des opportunités économiques mais également
- des avantages stratégiques liés à l'environnement et au site, des contraintes ainsi que des menaces en présences.

3.1 Les caractéristiques liées au site

Les avantages liés au site sont les suivants :

- La création de têtes d'îlot commerciales sur Rosemont
- Les constructions proposées de dimensions moyennes permettent de développer un certain pouvoir attractif
- La juxtaposition à un projet résidentiel de 509 unités de logements
- La proximité du métro
- La présence d'un immeuble à intérêt patrimonial
- La présence d'un centre sportif qui offre l'opportunité d'une complémentarité d'activités
- La proximité des pôles d'emplois.

Les contraintes associées au site sont les suivantes :

- La maximisation du développement résidentiel
- Le coût de décontamination du site
- Le tréfonds du métro et les limites d'excavation possibles
- La présence de voies réservées aux autobus sur le site
- La présence de deux viaducs et les dénivellations
- La faible capacité de stationnement sur Rosemont et les rues avoisinantes
- La difficulté anticipée de l'accès véhiculaire par Saint-Hubert et Saint-denis vers le nord, par Rosemont provenant de l'est et par Chateaubriand pour les voitures et les camions de livraison.

3.2 Les scénarios de développement

Les scénarios de développement proposés devaient répondre à deux objectifs. L'un consiste à assurer la viabilité économique du projet immobilier. L'autre porte sur la réalisation d'un projet à valeur ajoutée pour la communauté (qualité de vie, aménagement, qualité du bâti).

Dans un premier temps, des scénarios de développement furent élaborés par Convercité et Altus en tenant compte des options suivantes :

- créer un pôle de service pour la communauté locale;
- créer un pôle communautaire;
- maximiser le développement résidentiel sur le site.

Quatre scénarios ont été présentés au Comité de suivi afin de dégager l'option de développement la plus optimale compte tenu des informations recueillies à ce jour. Ce dernier vous est présenté au plan intitulé Scénario de développement. Cet exercice a permis de dégager un éventail d'opportunités.

	Scénario initial	Scénario proposé
Espace communautaire	14 000 pi²	20 500 à 56 500 pi²
700, boulevard Rosemont	14 000 pi ²	15 500 pi ²
Autres services communautaires (biblio. CPE-garderies)	0	5 000 à 41 000 pi ²
Espace commercial	30 000 pi²	9 500 à 25 500 pi²
Stat. Métro	9 000 pi ²	6 000 pi ²
Saint-Hubert	16 000 pi ²	0 à 16 000 pi ²
Centre sportif	4 800 pi ²	3 500 pi ²
Bureaux privés	59 000 pi²	0 à 23 000 pi²
Bureaux institutionnels	0	23 000 à 46 000 pi²
Total	132 800 pi²	92 000 à 112 000 pi²

Chaque site fut étudié en fonction des opportunités de développement. Le plan ci-joint illustrant le scénario de développement présente les options retenues par le comité de suivi pour les 3 sites.



SCÉNARIO DE DÉVELOPPEMENT

- Commercial
- Bureaux
- Bureaux institutionnels
- Services communautaires
- Résidentiel

Saint-Hubert			
CPE ou Alimentation-supermarché	:	□	16 000 pi ²
Total	:	□ □ □ □ □	16 000 pi²

700, Rosemont			
Boutique de sport	:	□ □ □ □	1 500 pi ²
Restaurant	:	□ □ □ □	2 000 pi ²
Autres services communautaires	:	□	15 500 pi ²
Bibliothèque	:	□ □	5 000 à 25 000 pi ²
Total	:	□ □ □ □ □	24 000 à 44 000 pi²

Saint-Denis			
Commerce de transit-alimentation spécialisée	:	□ □ □ □ □	6 000 pi ²
Bureaux privés	:	□ □ □ □ □	0 ou 23 000 pi ²
Bureaux institutionnels	:	□ □ □ □ □	23 000 ou 46 000 pi ²
Total	:	□ □ □ □ □	52 000 pi²

Synthèse			
Espace commercial	:	□ □ □ □ □	9 500 ou 25 500 pi ²
Bureaux privés	:	□ □ □ □ □	0 ou 23 000 pi ²
Bureaux institutionnels	:	□ □ □ □ □	23 000 ou 46 000 pi ²
Autres services communautaires	:	□ □ □ □ □	20 500 à 56 500 pi ²
Total	:	□ □ □ □ □	92 000 à 112 000 pi²



a. L'immeuble à l'angle de St-Hubert Option 1. 16 000 pi² à des fins d'alimentation

Implanter un marché d'alimentation de moyenne surface de 16 000 pi² pour répondre principalement à des clientèles à faible revenu.

Rappel des constats

- Le marché de l'alimentation est présentement saturé, principalement à cause des petites épiceries et dépanneurs. Il existe cependant un déficit d'un peu moins de 10 millions de dollars en ce qui concerne l'offre en alimentation par les supermarchés.
- Un questionnement quant à la qualité de l'offre car elle est surtout constituée de dépanneurs
- La volonté du milieu d'avoir un supermarché d'alimentation de petite dimension pour desservir la population locale.

Forces

- Amélioration de la qualité de l'offre en alimentation pour le secteur

Contraintes

- Accès véhiculaire difficile
- Faible superficie pour présenter un véritable pouvoir attractif
- Difficulté potentielle de trouver un promoteur pour un projet de supermarché de petite superficie
- Les quais de chargement présenteraient des problèmes de cohabitation avec le développement résidentiel privé
- Difficulté d'accessibilité pour les camions de livraison
- Peu de stationnements sur rue aux abords du site. Questionnement sur la possibilité de stationner sur le boulevard Rosemont vue la géométrie de la rue
- Le coût de construction de stationnements souterrains
- La tenure en copropriétés où le représentant d'un marché d'alimentation serait propriétaire avec 90 propriétaires résidentiels semble problématique.

Menaces

- Requalification d'autres sites à des fins commerciales tels que 6 000 Saint-Denis ou la rue Beaubien

Impacts sur le développement des autres artères

Saint-Hubert : Peu d'impact anticipé à l'exception quelques boutiques d'alimentation spécialisée

Beaubien : Peut fragiliser le pôle déjà existant

Beaubien Ouest : Retranche le créneau de l'alimentation comme avenue de requalification de l'artère.

Rosemont : Permet de créer un petit pôle de desserte commerciale sans toutefois y octroyer au boulevard un réel pouvoir attractif
Concurrence directe au marché public qui crée une certaine animation sur le site

Marché public Impact sur la demande pour le marché public

b. L'immeuble à l'angle de St-Hubert Option 2. 16 000 pi² à des fins de CPE-Garderie

Développer ou déplacer un centre de la petite enfance ou une garderie sur le site

Rappel des constats identifiés

- Un besoin identifié par les organismes du milieu
- Plusieurs CPE/garderies répondent à la demande de la clientèle de la Petite-Patrie
- Le plan d'intervention du Ministère de la famille et de l'enfance ne sera disponible qu'à partir de mars 2006 et on ne sait pas si le quartier sera jugé prioritaire au niveau des besoins.

Forces

- Offrir une construction neuve pour abriter un CPE-Garderie
- Parc attenant
- Proximité à un centre de loisir ou sportif
- Possibilités de synergie entre organismes
- À proximité des pôles d'emplois
- Cohabitation harmonieuse entre les fonctions (résidences, CPE, utilisateurs de centre sportifs)
- Nécessite peu de stationnements
- La proximité du métro et des parcours piétonniers

Contraintes

- Sécurité piétonne à l'angle des rues Chateaubriand et Saint-Hubert
- Débarcadère pour les parents
- Accès
- La tenure en copropriétés où le représentant d'un CPE-Garderie serait propriétaire avec 90 propriétaires résidentiels semble probable mais inusité.

Menaces

- Que le quartier ne soit pas jugé prioritaire dans le cadre du plan d'intervention du Ministère de la famille et de l'enfance
- Une absence de demande en locaux à court terme

Impacts sur le développement des autres artères

Ne s'applique pas dans ce cas.

c. 700, Rosemont , développement d'un pôle communautaire

Création d'un pôle communautaire et sportif multifonctionnel qui comprendrait à la fois :

- un centre sportif et de loisir et une bibliothèque;
- un centre regroupant des organismes communautaires;
- l'implantation de commerces qui répondront aux besoins des usagers du centre et du milieu d'accueil (boutique de sport, restauration).

Rappel des constats

- Un besoin identifié par Arrondissement et la Ville de Montréal pour le développement d'équipements sportifs et culturels
- Les besoins immobiliers des organismes communautaires du milieu sont peu documentés
- Le secteur ouest de la Petite-Patrie est reconnu pour le nombre et le dynamisme de ses organismes
- Une volonté du milieu de procéder à sa requalification à des fins communautaires et à sa mise en valeur
- Aucune décision des autorités municipales quant au développement de certains équipements culturels ou communautaires.

Forces

- La proximité du métro
- Bâtiment ayant déjà accueilli des fonctions administratives qui nécessite des travaux de rénovations sûrement plus abordables qu'une démolition et une construction à neuf
- Améliore l'offre globale de services communautaires, sportifs et de loisirs à la communauté
- Complémentarité de l'offre commerciale pour répondre aux usagers (magasin de sport), restauration)
- Bâtiment unique qui permet une grande variété de traitements architecturaux (aménagement de terrasses, accès unique ou des accès pour chaque fonction, percée de vitrine en façades latérales, etc.)

Contraintes

- Sécurité piétonne
- Débarcadère pour les usagers
- Peu de stationnement compte tenu du nombre d'utilisateurs présumés
- L'accès véhiculaire pour les usagers et les camions de livraison pourraient engendrer des problèmes de cohabitation

Menaces

- Peu de menaces anticipées mise à part l'absence de fonds publics.

Impacts sur le développement des autres sites (Métro-St-Hubert)

La construction d'une bibliothèque sur ce site diminue les opportunités de développement institutionnel sur les sites à l'angle de Saint-Hubert ou au-dessus du métro.

d. L'immeuble à l'angle de Saint-Denis, édifice à des fins de bureaux et de commerces de proximité

Développer des espaces de bureaux aux étages qui serviront d'espace tampon entre le métro et les logements de manière à assurer à la fonction résidente une qualité de vie.

Implanter des entreprises qui profiteront de la circulation de transit piétonnier générée par la station de métro.

Rappel des constats

- Peu d'opportunités de construction immobilière pour le bureau à des fins commerciales compte tenu du taux de vacances et la faiblesse de l'offre sur le marché
- Faible potentiel de développement commercial qui se traduit par de petites superficies pour des entreprises
- Présence d'un marché public qui joue un rôle de desserte locale mais surtout d'animation.

Forces

- La proximité du métro
- Bénéficie d'une clientèle de transit (résidents, travailleurs)
- Grande visibilité, à l'angle de deux artères importantes

Contraintes

- Les coûts de location abordables sur le territoire
- L'accessibilité véhiculaire au site pour les clients et pour les camions de livraison
- La présence du métro et du tréfonds
- La présence de voies réservées aux autobus sur le site

Menaces

- Reconversion du 5800 Saint-Denis à des fins de bureaux ou la construction d'autres sites tels que le 6 000 Rosemont à des fins commerciales

Impacts sur le développement des autres artères

Saint-Hubert : peu d'impacts compte tenu de la faible disponibilité d'espaces à bureaux neufs

4. ESTIMATION PRÉLIMINAIRE DES LOYERS ÉCONOMIQUES

Le tableau suivant indique que les montant des loyers nets requis sont particulièrement bas.

ESTIMATION PRÉLIMINAIRE DES LOYERS ÉCONOMIQUES REQUIS POUR LE REDÉVELOPPEMENT DU SITE DES ATELIERS MUNICIPAUX ROSEMONT, MONTRÉAL					
	Immeuble Rue St-Hubert	700 Boul. Rosemont		Immeuble Rue St-Denis	
<u>Usage projeté</u>	Alimentation ou CPE	Commercial r.d.c.	Services communautaires	Commercial r.d.c.	Bureaux aux étages
Valeur marchande du terrain (\$/pi ²)	50.00 \$	35.00 \$	35.00 \$	50.00 \$	
ISP (Estimation)	4	2	2	4	
Allocation terrain/pi.ca bâtiment	12.50 \$	17.50 \$	17.50 \$	12.50 \$	12.50 \$
Coût structure existante			40.00 \$		
Construction:/Rénovation*	125.00 \$	100.00 \$	85.00 \$	100.00 \$	150.00 \$
Mise en marché et incitatifs (10%)	12.50 \$	10.00 \$	0.00 \$	10.00 \$	15.00 \$
Coût total du projet /pi.ca.de bâtiment	150.00 \$	127.50 \$	142.50 \$	122.50 \$	162.50 \$
Coût ajusté sur superficie brute locative	163.04 \$	138.59 \$	154.89 \$	133.15 \$	176.63 \$
Taux de rendement sur l'investissement	9.50%	9.50%	8.00%	9.50%	8.50%
Loyer net, net requis	15.49 \$	13.17 \$	12.39 \$	12.65 \$	15.01 \$

* Inculant les coûts directs, excluant les garages

5. PROPOSITION D'ÉCHÉANCIER ET TEMPS D'ABSORPTION PROBABLE

		Immeuble Rue St-Hubert	700 Boul. Rosemont	Immeuble Rue St-Denis
Usages		Alimentation ou CPE Copropriétés aux étages	Commercial r.d.c. et services communautaires	Commercial r.d.c. Bureaux aux étages
Année	Trimestre			
2006	1	Études et consultations publiques, changement de zonage		
	2	Démolition/ déconstruction des bâtiments		
	3	Décontamination du site		
	4	Préparation du site		
2007	1	Appel d'offres pour parcelles privées et espaces locatifs		
	2	Signatures actes de vente et baux		
	3	Prévente des unités	Construction/Rénovation	Mise en location des espaces bureaux et commerciaux
	4			
2008	1			
	2	Construction		
	3		Livraison	
	4			Construction
2009	1			
	2	Livraison		
	3			
	4			
2010	1			Livraison
	2			

6. CONCLUSION

Les diverses étapes réalisées dans le cadre de ce mandat nous ont permis de répondre aux questions suivantes :

Question : *Quelle sera la demande générée par le nouveau développement résidentiel pour des commerces de proximité pour des biens et services courants ainsi que la demande générée par la population résidente du quartier limitrophe ?*

Réponse : La demande de la clientèle actuelle et potentielle fut évaluée à 53 millions de dollars pour des biens et services de proximité. Les besoins des futurs résidents comptent pour près de 8 % de la demande totale alors que les travailleurs actuels représentent 12% du marché. Le développement du site du 6000 Saint-Denis et la requalification de certains immeubles industriels à des fins commerciales et /ou résidentiels auront une incidence à moyen terme sur les opportunités de marché que nous ne pouvons actuellement estimer.

Question : *Existe-t-il présentement une offre commerciale adéquate dans le quartier qui pourrait y répondre ? Quelle serait la nature des commerces qui pourrait être développée sur le site? Est-ce que l'offre additionnelle pourrait nuire au développement de la plaza St-Hubert et la rue Beaubien ?*

Réponse : L'offre commerciale répond présentement à la demande actuelle et même présente un pouvoir attractif supra-local pour certains types de produits semi-courants. Toutefois, on peut se questionner sur la qualité de l'offre en alimentation. Les opportunités de développement commercial sont limitées. Une offre additionnelle en espace commercial à des fins semi-courantes (vêtements, librairies...) pourrait nuire à la plaza Saint-Hubert, et l'implantation de commerces courants aura une incidence sur l'offre et les opportunités de développement de la rue Beaubien.

Question : *Quelle est la pertinence d'implanter une épicerie de quartier sur le site et, le cas échéant, quels seraient sa taille optimale et les besoins minimaux en stationnement, en tenant compte de la proximité d'une station de métro ?*

Réponse : L'implantation d'une épicerie de quartier dans le milieu d'accueil est demandée par plusieurs organismes et il existe un marché potentiel. La superficie minimale demandée par les promoteurs interviewés varie de 12 000 à 20000 pieds carrés. Quant à la pertinence de son implantation sur le site des Ateliers, deux philosophies de modes de développement s'opposent. Pour certains, l'épicerie de quartier est pertinente sur ce site et on compte sur le stationnement existant sur le territoire pour répondre à cette demande. Pour d'autres, les problèmes d'accessibilité, des quais de livraison et la superficie offerte sont des contraintes majeures à la faisabilité de ce projet. La proximité de la clientèle d'accueil et l'accessibilité piétonne et véhiculaire demeurent des facteurs déterminants dans la localisation des épiceries.

Question : *Quelle est l'offre en locaux commerciaux actuellement disponible sur le marché dans un périmètre acceptable, à quel prix ?*

Réponse : Le taux de vacance commercial dans le secteur est relativement faible et aucun projet majeur de développement commercial est présentement dans les cartons. Il n'existe pas sur le territoire une offre en espaces commerciaux neufs. Le taux de location est relativement bas. Le loyer **net** demandé est approximativement de **15 \$** le pied carré. Les frais d'opération représentent de 6 \$ à 10 \$ le pied carré, pour des loyers bruts de 21 \$ à 25 \$ le pied carré.

Question : *Et quelle serait l'offre d'espace commercial acceptable sur le site pour assurer une viabilité au projet immobilier ? Quels devraient être les coûts du loyer des espaces à développer en fonction du marché actuel ?*

Réponse : L'offre commerciale acceptable varie de 92 000 à 112 000 pieds carrés. Deux facteurs limitent le développement commercial en général soit un marché relativement limité en espace commercial et de bureaux à Montréal et l'émergence au cours des dernières années des constructions de grandes surfaces.

Le développement commercial des sites sera tributaire d'un coût d'acquisition des terrains abordables et où les promoteurs pourraient garantir des loyers nets variant de 12,65 \$ à 15,49\$ le pied carré. Il est proposé de considérer le marché institutionnel et communautaire comme une piste de développement possible pour le site des Ateliers municipaux Rosemont.

Question : *Est-ce que l'accessibilité au site pourrait être un obstacle à la viabilité commerciale des établissements proposés ?*

Réponse : Les stationnements et l'accessibilité véhiculaire au site demeurent une contrainte importante au développement commercial du site et aura une incidence sur le type d'entreprises qui désirera s'y implanter. La configuration du site et la présence du Métro limite les opportunités d'excavation du site à l'angle de la rue Saint-Denis. L'opportunité d'aménager une plate-forme commune souterraine pour le centre sportif, et les autres deux sites devrait être évaluée. Compte-tenu que l'accessibilité piétonne demeure à l'heure actuelle le principal mode de transport, la sécurité des parcours le long de Rosemont, Saint-Denis et Saint-Hubert devra être assurée.

La livraison des marchandises demeure également une contrainte non résolue dans le concept initial, particulièrement pour le site à l'intersection de Saint-Denis.

Question : *Quel serait le temps d'absorption des espaces commerciaux et de bureaux proposés ?*

Réponse : Les recommandations relatives au développement commercial sur le site des Ateliers municipaux Rosemont sont les suivantes :

- Développer aux abords du métro des fonctions commerciales de transit;
- Développer au-dessus du métro des espaces de bureaux à des fins institutionnelles ou de bureaux afin d'assurer une qualité de vie pour les résidents et une cohabitation harmonieuse entre usagers :
 - Évaluer les besoins en espaces des organisations publiques et para-publiques ou communautaires (CLSC, Centre jeunesse de Montréal, Arrondissement, etc.)
- Compléter les études en besoins immobiliers et en services communs des organismes communautaires locaux
 - Ajuster les besoins compte tenu de l'évolution des dossiers des CPE dans la Petite-Patrie
- Identifier les pistes de solutions au problème de stationnement et d'accès à la livraison sur le site
 - Évaluer de la possibilité de créer une plate-forme souterraine tout en tenant compte de la rentabilité économique des entreprises recrutées et du tréfonds du Métro
 - Sécuriser les parcours piétonniers afin de favoriser les déplacements à pieds sur le territoire à l'étude
- Procéder par étapes en ce qui a trait au développement du site en privilégiant à brève échéance la reconversion du 700, Rosemont et le développement de l'immeuble à l'angle de Saint-Hubert

SOURCES

Atelier Urban Soland inc. : Aménagement du domaine public de la rue Beaubien et de ses abords entre le boulevard Saint-Laurent et la rue Saint-Denis, Rapport final, Montréal, 22 septembre 2004, 24 pages.

CDEC Rosemont-Petite-Patrie : *Analyse des problématiques en services de proximité dans un secteur de la Petite-Patrie*, Montréal, avril 2005, 45 pages.

Convercité : *Enquête auprès des usagers des artères commerciales, la rue Beaubien secteur centre*, analyse complète des résultats, octobre 2002.

Convercité : *Enquête auprès des usagers des artères commerciales, la rue Beaubien secteur ouest*, analyse complète des résultats, octobre 2003.

Convercité : *Enquête auprès des propriétaires du boulevard Saint-Laurent*, rapport final présenté à l'Arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie. 15 mai 2005, 216 pages.

Convercité : *Enquête auprès des usagers des artères commerciales, Plaza Saint-Hubert*, analyse complète des résultats, octobre 2002.

Direction culture, sports, loisirs et développement social, Arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie: *Complément d'analyse de besoins, Installations sportives, District Saint-Édouard*, Montréal, 5 août 2005, 10 pages.

Direction culture, sports, loisirs et développement social, Arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie : *Portrait sommaire des tables de quartier de La Petite-Patrie*. 2005, 10 pages.

Direction culture, sports, loisirs et développement social Rosemont-La Petite-Patrie : *Présentation synthèse. Des équipements collectifs adaptés aux besoins du district de Saint-Édouard*, document de travail, Août 2000, 9 pages.

Le Groupe DBSF : *Étude des besoins en loisir de la population du quartier Petite-Patrie*, rapport final, présenté à la Direction de la culture, des sports, des loisirs et du développement social de l'Arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie, Avril 2003, 99 pages.

Réseau d'échanges et de concertation petite enfance de la Petite Patrie : Sondage réalisé auprès des CPE et garderies, ainsi que des organismes communautaires et institutions offrant des services aux enfants 0-5 ans et aux familles, Montréal, Août 2000, 26 pages.

Service du développement culturel, de la qualité du milieu de vie et de la diversité ethnoculturelle, Direction du développement culturel et des bibliothèques, division planification et développement du réseau des bibliothèques, Ville de Montréal : *Diagnostic des bibliothèques municipales de l'île de Montréal*, juillet 2005, 93 pages.

Table de concertation Logement/aménagement de La Petite-Patrie : *Pour une Petite-Patrie solidaire où il fait bon vivre*, Plate-forme électorale, Élections municipales 2005, 24 pages.

Ville de Montréal : *Plan d'urbanisme, Patrie II : Chapitre 21, Arrondissement de Rosemont-La Petite-Patrie*, Montréal, juin 2005, 56 pages.

Statistique Canada, données du recensement 1996 et 2001

Monthly Canadian Mall Sales Report, Sept. 2000-Sept. 2001, November 2001, Volume 5

Detailed Tenant Information Tables for Canadian Super Regional and Regional Shopping Centers (Median Sales), Dollars and Cents of Shopping Centers 2000, Urban Land Institute, Washington.

Detailed Tenant Information Tables for Canadian Community Shopping Centers (Median Sales), Dollars and Cents of Shopping Centers 2003, Urban Land Institute, Washington.

COMPUSEARCH, Segmentation psyte-Recensement 1996- Estimés et projections Dépenses potentielles, octobre 2002

ANNEXE

Plan d'ensemble, septembre 2005

