

## **Discours devant l'Office de consultation publique de Montréal**

**Bonjour à toutes et à tous,**

Je me présente, **Patrick Mainville**, directeur général de la Société de développement commercial (SDC) Wellington depuis 2 ans 1/2. Je suis également commerçant. Fondateur, propriétaire de **Musicopratik** depuis 2005 et fondateur, président d'**Immersion Rock Montréal** depuis 2021. Et je suis citoyen de Verdun, troisième génération. C'est avec beaucoup d'enthousiasme, mais aussi de responsabilité, que je prends la parole aujourd'hui pour discuter de l'éventualité d'une **piétonnisation annuelle** de la rue Wellington.

### **L'évolution de la SDC Wellington et de la piétonnisation**

Avant d'aborder cette question, il est important de rappeler l'histoire et l'évolution de la SDC Wellington, qui joue un rôle central dans le développement commercial et culturel de notre artère depuis plusieurs décennies. Fondée en 1997, la SDC Wellington est un organisme à but non lucratif ayant pour mission d'assurer la vitalité et la prospérité durable du quartier en favorisant le développement des affaires et en contribuant à l'essor économique de Verdun. Le territoire de la SDCW est de 1,3 km et nous avons 280 membres.

Notre objectif a toujours été clair : **faire rayonner la rue Wellington, améliorer l'expérience client tout en préservant son identité et sa vocation d'artère commerciale de proximité, où les citoyens peuvent répondre à leurs besoins quotidiens.**

### **Un parcours progressif vers la piétonnisation estivale**

Depuis plus de quinze ans, j'ai eu le privilège de participer activement à l'évolution de la SDC Wellington. À mes débuts, mon rôle se limitait à la logistique des événements, comme la fourniture de systèmes de son et l'organisation des ventes-trottoirs. À cette époque, les événements culturels étaient accessoires : deux ventes-trottoirs par an, quelques initiatives autour des Fêtes et des campagnes promotionnelles modestes. L'idée de fermer la rue à la circulation, même temporairement, même pour 24h était impossible et impensable.

Les mentalités ont évolué avec le temps, notamment grâce à la vision de nouveaux acteurs comme Billy Walsh. L'idée de fermer la rue à la circulation a progressivement fait son chemin. Initialement, les membres et l'arrondissement étaient réticents, mais une ouverture s'est peu à peu installée. C'est en grande partie grâce à Billy Walsh, des initiatives audacieuses ont vu le jour, telles que le Festival de Marionnette "Plein la rue" et surtout Cabane Panache, qui a transformé la rue Wellington en véritable cabane à sucre urbaine. Grâce à ces efforts, nous avons finalement obtenu l'autorisation de fermer la rue du jeudi au dimanche, bien que chaque lundi matin, tout devait être remis en ordre avant 6 h.

### **La pandémie : un tournant pour la piétonnisation**

L'année 2020 a marqué un tournant décisif. En réponse à la pandémie, nous avons mis en place suite à la proposition d'un commerçant de la rue, un **couloir sanitaire** pour assurer la sécurité des clients et la survie des commerces. Cette première expérience de piétonnisation estivale, bien qu'imparfaite, a connu un **succès immédiat**. Toutefois, il est important de mentionner que notre toute première expérience de rue piétonne estivale remonte à 2019, avec **le Festival de Jazz de Montréal à Verdun** sur la rue Wellington. Ce projet pilote nous a permis d'acquérir des apprentissages précieux qui ont influencé les initiatives suivantes.

Forte de ces expériences, la Ville de Montréal a financé un programme de piétonnisation estivale visant à favoriser le **développement économique des artères commerciales**. Ce programme nous a offert un cadre d'expérimentation et d'ajustement, mais il est crucial de rappeler que les commerçants ont du s'adapter rapidement à cette nouvelle réalité. De plus, un critère essentiel de ce programme exige que les commerçants soient en accord avec le projet avant la mise en place, assurant ainsi une transition harmonieuse et concertée.

Il est important de souligner que la piétonnisation estivale repose aujourd'hui à 70 % sur la SDC Wellington avec des ressources humaines, la programmation, l'entretien, l'aménagement, les communications, le marketing et bien plus.

## **Les défis et enjeux d'une piétonnisation annuelle**

D'entrée de jeu, nous devons préciser que nous avons un mandat clair de la quasi-totalité de nos membres pour nous **opposer à une piétonnisation annuelle**. Nous craignons même que cette consultation nuise à l'acceptabilité sociale de notre projet de piétonnisation estivale, laissant nos commerçants avec un sentiment de contrainte, bien que ce ne soit pas l'objectif visé.

Par ailleurs, il est essentiel de souligner que la piétonnisation estivale ne profite pas à tous les commerçants ni à tous les types de commerces. Certains subissent d'importantes pertes de revenus et doivent trouver des solutions pour compenser ces baisses. Prolonger cette mesure risquerait d'avoir des conséquences significatives sur la viabilité et la pérennité de leur entreprise.

## **Des préoccupations majeures**

- **Accessibilité réduite** : Les commerçants consultés sont à 95 % opposés à la piétonnisation permanente. L'accès pour les clients dépendant de leur voiture, notamment les personnes âgées ou à mobilité réduite, serait compromis.
- **Logistique et stationnement** : Fermeture aux véhicules = défis majeurs pour les livraisons et l'approvisionnement. La diminution progressive des espaces de stationnement aggrave les difficultés pour la clientèle. À cet égard, je tiens à souligner qu'il est important de conserver le stationnement Ethel.
- **Hiver et achalandage** : Peu d'exemples internationaux montrent un succès durable en climat rigoureux. La neige et le froid nuisent à l'achalandage et posent des défis opérationnels.
- **Transport en commun** : La suppression de la ligne 58 a déjà eu un impact négatif sur l'affluence des commerces. Une amélioration des transports est essentielle avant toute transformation.
- **Le financement** : Un tel projet implique des coûts importants pour l'aménagement, la gestion et l'entretien des infrastructures. Il est essentiel d'évaluer qui assumera ces dépenses et de s'assurer que les commerçants ne soient pas les seuls à porter ce fardeau financier.

## Recommandations et conclusion

Nous prônons une **approche progressive**, basée sur l'évaluation continue des impacts de la **piétonnisation estivale**. Une transformation radicale, sans alternatives pour le commerce de proximité, pourrait fragiliser notre écosystème économique. Les effets sont déjà visibles : depuis 2019, nous

observons une baisse de 30 % des commerces de détail, tandis que le nombre de restaurants est passé de 51 à 82 en 2025.

Nous disposons d'une seule artère commerciale majeure, et il est essentiel de préserver son équilibre en maintenant une diversité commerciale adaptée aux besoins de proximité.

En l'état actuel, nous ne voyons pas de justification suffisante pour envisager une piétonnisation annuelle et nous préférons **clôre cette réflexion**. La rue Wellington doit avant tout préserver son équilibre entre dynamisme commercial et inclusion.

Je terminerai par une recommandation à l'OCPM concernant les consultations futures. Afin de favoriser la transparence et l'équité du processus, il serait souhaitable que toute personne qui prend la parole ou exerce son droit d'initiative citoyenne mentionne, de manière claire, son affiliation à une organisation ou son engagement auprès d'un parti politique, qu'il soit municipal ou autre, et qu'il dispose ou non d'un pouvoir d'influence.

**Merci de votre attention.**