

# Étude de potentiel commercial

Université de Montréal  
Campus Outremont

Étude de potentiel commercial  
Université de Montréal  
Campus Outremont



Préparée pour : Université de Montréal  
Dossier : 2006-103-01



# Table des matières

	Page
1. Introduction .....	1
2. Description du projet et évaluation du site .....	2
3. Délimitation géographique de la zone commerciale .....	6
4. Évolution de la population et des ménages.....	8
5. Description des caractéristiques sociodémographiques .....	10
6. Estimation du potentiel de marché.....	12
7. Inventaire de la structure commerciale.....	18
8. Recommandations .....	23

## 1. INTRODUCTION

L'Université de Montréal a fait appel à Géocom Recherche Inc. afin de réaliser une étude de marché et d'impact relative au volet commercial du futur campus de l'Université de Montréal à Outremont. Plus précisément, sa construction est prévue dans le quadrilatère formé par la rue Durocher, le Chemin Rockland, la voie ferrée du CP et l'emprise ferroviaire au sud de l'actuelle cour de triage d'Outremont. Le campus sera à proximité immédiate des stations de métro Acadie et Outremont.

L'Université de Montréal dispose actuellement de locaux situés dans le quadrant sud-est du chemin de la Côte Ste-Catherine et du Chemin de la Côte-Des-Neiges près des stations de métro Université de Montréal et Édouard Montpetit. Environ 55 000 étudiants, 6 000 professeurs et 4 000 membres du personnel sont rattachés à cette université. Le campus Outremont constituera donc une annexe aux institutions existantes.

L'Université de Montréal compte aménager des espaces institutionnels, résidentiels et commerciaux sur le campus Outremont. Il est prévu que les établissements commerciaux seront installés au rez-de-chaussée des bâtiments dont la façade serait sur le prolongement de la rue Beaubien entre les avenues Wiseman et Outremont<sup>1</sup>. De plus, les bâtiments résidentiels prévus au sud de cette rue pourront aussi (en fonction des besoins, s'il en est) accueillir d'autres établissements commerciaux et de services.

Les objectifs de l'étude sont d'évaluer l'ampleur des superficies commerciales et de services requises sur le site du nouveau campus ainsi que la localisation et la nature de ces futurs commerces et services. Enfin, il s'agira d'estimer les impacts tant positifs que possiblement négatifs de l'implantation de ces derniers sur la structure commerciale existante.

---

<sup>1</sup> Le prolongement de la rue Beaubien est prévu même si son tracé éventuel n'a pas encore été arrêté.

## 2. DESCRIPTION DU PROJET ET ÉVALUATION DU SITE

Le campus Outremont de l'Université de Montréal prévoit la construction de plusieurs édifices institutionnels comprenant des salles de cours ainsi que des édifices à bureaux et une clinique médicale. En sus de la construction du campus de l'Université de Montréal à Outremont, l'ajout de bâtiments résidentiels et de résidences universitaires est également projeté, de part et d'autre du prolongement de la rue Beaubien qui devrait devenir l'artère principale sur le campus. L'artère est aménagée d'une grande promenade paysagée qui traverse le site d'est en ouest.

Dans ce cadre, la voie ferrée serait relocalisée afin de passer au nord du futur projet.

### Conditions d'accessibilité

Le site envisagé pour la construction du campus Outremont de l'Université de Montréal est localisé dans le quadrilatère formé par la rue Durocher, le Chemin Rockland, la voie ferrée du CP et l'avenue Ducharme sur l'actuelle cour de triage d'Outremont.

La propriété envisagée est située au sud-est de l'arrondissement Mont-Royal, plus précisément au sud du centre commercial L'Acadie-Beaumont entre les stations de métro Acadie et Outremont. Le terrain est actuellement occupé par la cour de triage d'Outremont.

En général, l'accessibilité au site sera bonne.

- Les autoroutes 15 et 40 constituent les principales voies d'accès au niveau régional dans l'environnement du site. L'autoroute 15 est le principal axe rapide permettant de relier la rive nord à la rive sud, alors que l'autoroute 40 traverse Montréal d'est en ouest. Ces deux axes sont facilement joignables par l'avenue Dresden ou Jean-Talon (A15) et le chemin Rockland ou l'Acadie (A40). Cependant, ces deux autoroutes ne sont pas dans l'environnement immédiat du site et demandent de parcourir 2 à 3 km pour les rejoindre.
- Au niveau local, l'accessibilité devrait être très bonne<sup>2</sup>.
  - Dans l'axe nord-sud, l'avenue Du Parc et le chemin Rockland sont les voies de circulation majeures. La première dessert principalement le sud de la ville et ce, jusqu'au centre-ville de Montréal, alors que la deuxième dessert l'arrondissement Mont-Royal rejoignant l'autoroute 40.
  - le chemin Rockland compte deux voies de circulation dans les deux directions face au site. Au-delà du viaduc on retrouve en trois voies

distinctes : les avenues Rockland et Davaar pour aller vers le sud et l'avenue McEachran qui permet de rejoindre le viaduc vers le nord.

- Le viaduc Rockland, tout juste à côté du site à l'ouest, permet de communiquer facilement, par les avenues Rockland et Davaar, avec le bassin d'Outremont et le campus actuel de l'Université de Montréal.
  - Dans l'axe est-ouest, l'avenue Van Horne et la rue Jean-Talon sont les principaux axes alors que l'avenue Beaumont et la rue Beaubien (prolongée) constituent des axes secondaires.
- Les stations de métro les plus proches du site sont Acadie et Outremont sur la ligne bleue. La station de métro Outremont, au sud du site sur la rue Van Horne a un trafic de 1 173 016 personnes / an. La station Acadie, quant à elle, est située au nord du site sur le boulevard de l'Acadie et compte 944 900 personnes / an<sup>3</sup>. Le projet prévoit un accès piétonnier (au-dessus des voies ferrées) depuis la station Acadie jusqu'au futur campus.

### **Conditions de visibilité**

La visibilité anticipée du site est plutôt faible depuis les axes de circulation majeurs.

Au niveau régional, la visibilité du site est très limitée car les principaux grands axes routiers que sont les autoroutes 15 et 40 sont trop éloignés.

Depuis les rues Van Horne, Jean Talon et Du Parc la visibilité est nulle. Depuis l'avenue Beaumont, la visibilité sera conditionnelle à la hauteur des bâtiments projetés. Actuellement, le cadre bâti du côté sud de la rue empêche toute visibilité vers le site.

À l'opposé, le site sera très facilement visible depuis le viaduc du chemin Rockland et ce, dans les deux directions.

### **Environnement immédiat**

Le site analysé est localisé dans un secteur à vocations commerciale, industrielle et résidentielle.

La vocation commerciale est surtout présente dans le centre commercial l'Acadie-Beaumont, le long de la rue Jean-Talon (entre l'avenue Du Parc et le boulevard de l'Acadie) et sur l'avenue Van Horne entre l'avenue Du Parc et le chemin Rockland.

---

<sup>2</sup> Dans l'hypothèse du prolongement de la rue Beaubien à travers le campus jusqu'à l'avenue McEachran.

<sup>3</sup> Source : STCUM, en 2003

On retrouve quelques édifices à bureaux le long de la rue Beaumont, principalement à côté du strip commercial avec notamment une clinique médicale et l'entreprise Algorithme Pharma.

C'est au nord de la rue Beaumont ainsi qu'au sud de la rue Van Horne que se concentrent les vocations résidentielles.

Le schéma de la page suivante montre le projet d'implantation du campus Outremont sur le site analysé.



### 3. DÉLIMITATION DE LA ZONE COMMERCIALE

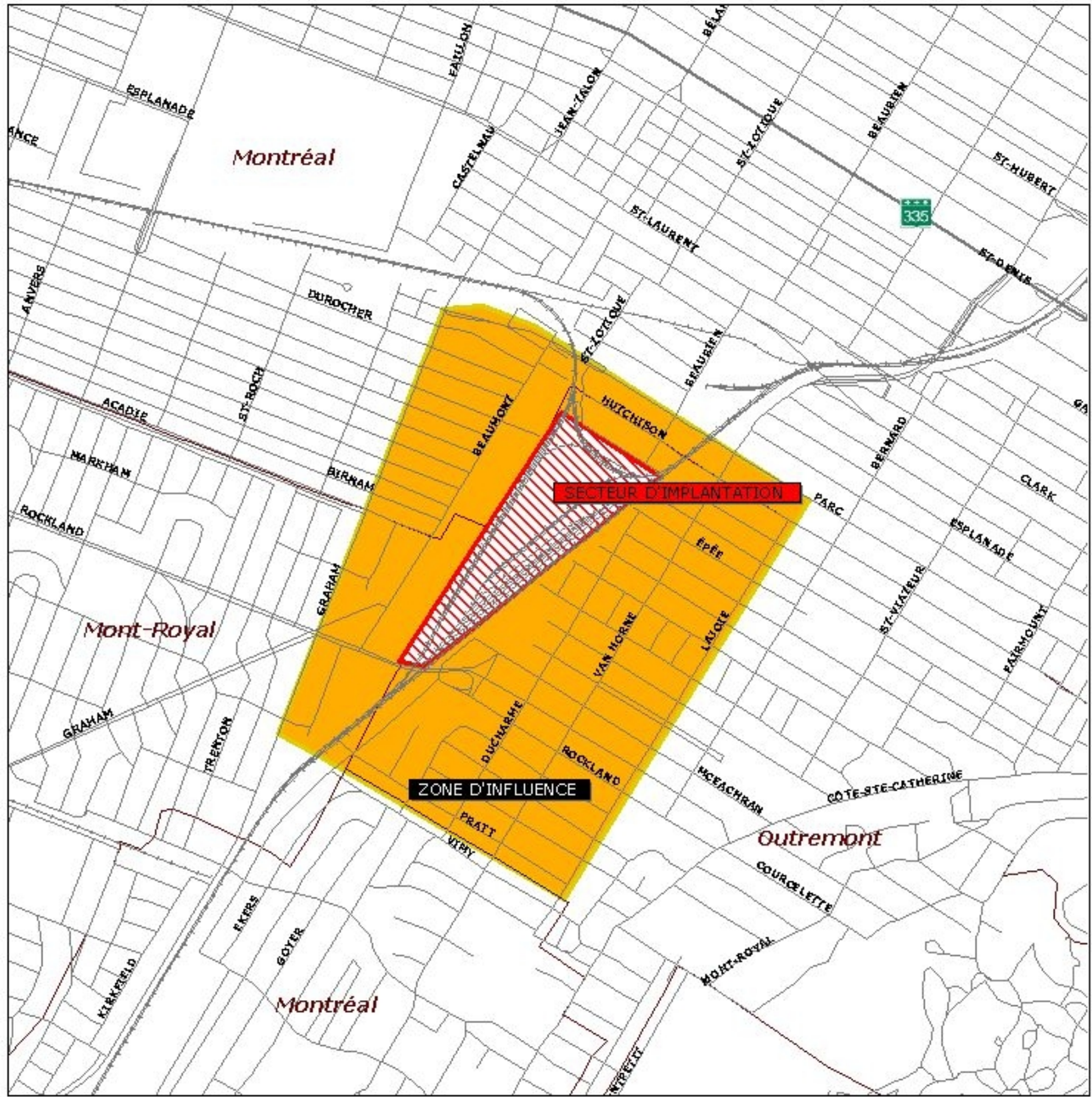
La zone commerciale, ou aire de marché, d'un établissement ou d'un groupe de commerces correspond au territoire à l'intérieur duquel la structure commerciale existante ou prévue étend son influence. En général, on distingue deux composantes spatiales : la zone primaire, d'où provient environ 50% à 65% de la clientèle et la zone secondaire, qui en fournit entre 20% et 25%. Les autres clients proviennent de la zone dite « résiduelle » pour laquelle il est impossible de tracer des limites précises. Cette clientèle peut être formée de travailleurs oeuvrant à l'intérieur mais habitant à l'extérieur de la zone d'étude, de visiteurs et de touristes. Dans le cas présent, les étudiants, professeurs et personnel de soutien feront partie de ces clients de l'extérieur.

La forme et l'étendue d'une zone commerciale dépendent de plusieurs éléments dont :

- la superficie et le pouvoir d'attraction de l'ensemble commercial ou encore la notoriété de l'établissement commercial;
- la qualité de l'emplacement;
- la densité d'occupation du territoire;
- les barrières physiques et psychologiques;
- les grands axes de communication routière et la configuration du réseau;
- les caractéristiques socio-économiques de la population;
- la taille et la localisation des concurrents.

Tenant compte de ces facteurs, la zone commerciale définie dans le cadre de cette analyse de potentiel est telle que montrée sur la carte géographique qui suit.





CAMPUS OUTREMONT  
UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL  
**MONTRÉAL**

DELIMITATION DE LA ZONE D'INFLUENCE



- Secteur d'implantation
- Autoroute
- Route provinciale
- Voie locale
- Voie ferrée
- Zone d'influence
- Limite municipale



## 4. ÉVOLUTION DE LA POPULATION ET DES MÉNAGES

Les faits saillants de l'évolution de la population et des ménages de la zone commerciale prévue pour l'implantation d'un campus universitaire pour l'Université de Montréal sur l'emplacement de la cour de triage d'Outremont, sont les suivants :

- En 2001 (dernières données officielles disponibles), le recensement de Statistique Canada révélait que la population résidante de la zone commerciale totalisait 15 450 personnes. Le nombre de ménages était de 6 720.
- Entre 1991 et 1996, les effectifs de population de la zone commerciale sont restés relativement stables.
- Le nombre de ménages est passé de 6 180 en 1991 à 6 300 en 1996, soit une augmentation de 2%.
- Entre 1996 et 2001, la population de la zone commerciale a connu une croissance de l'ordre de 4%. En effet, les effectifs sont passés de 14 800 à 15 450.
- Selon nos estimations, le niveau de population pour 2006 devrait graviter autour de 15 400 personnes, réparties dans quelque 6 850 ménages. Ainsi, au cours de la présente période quinquennale (2001 à 2006), nous anticipons que la population de la zone commerciale devrait rester stable.
- D'ici la fin de la période d'étude (2011), il est prévu que la population de la zone commerciale connaisse une croissance avec l'installation du campus (+16%) et des autres résidences prévues sur le reste des terrains visés par le projet. Selon nos estimations, la zone commerciale devrait compter quelque 17 900 personnes en 2011.

- À l'heure actuelle (2006), nous estimons que la population résidante de la zone commerciale compte 15 400 personnes, réparties dans quelque 6 850 ménages.
- Le futur campus Outremont de l'Université de Montréal donnera un élan démographique à la zone définie. En effet, nous prévoyons une augmentation de 16% des effectifs entre 2006 et 2011 (soit 2 500 personnes).

Les tableaux de la page suivante présentent l'évolution de la population et des ménages pour la zone commerciale projetée.

**Évolution de la population dans la zone commerciale  
Campus Outremont  
1991 - 2011**

Années	Zone commerciale	RMR de Montréal
1991 <sup>1</sup>	14 864	3 124 995
1996 <sup>1</sup>	14 800	3 326 525
2001 <sup>1</sup>	15 450	3 426 345
2006 <sup>2</sup>	15 400	---
2011 <sup>2</sup>	17 900	---
Variations		
1996 / 1991	0%	6%
2001 / 1996	4%	3%
2006 / 2001	0%	---
2011 / 2006	16%	---
2001 / 1991	4%	10%
2006 / 1996	4%	---
2011 / 2001	16%	---

<sup>1</sup> Source: Recensements de Statistique Canada.

<sup>2</sup> Source: Estimations et projections de Géocom Recherche

**Évolution des ménages dans la zone commerciale  
Campus Outremont  
1991 - 2011**

Années	Zone commerciale	RMR de Montréal
1991 <sup>1</sup>	6 180	1 235 490
1996 <sup>1</sup>	6 300	1 341 235
2001 <sup>1</sup>	6 720	1 417 365
2006 <sup>2</sup>	6 850	---
2011 <sup>2</sup>	8 600	---
Variations		
1996 / 1991	2%	9%
2001 / 1996	7%	6%
2006 / 2001	2%	---
2011 / 2006	26%	---
2001 / 1991	9%	15%
2006 / 1996	9%	---
2011 / 2001	28%	---

<sup>1</sup> Source: Recensements de Statistique Canada.

<sup>2</sup> Source: Estimations et projections de Géocom Recherche

## 5. DESCRIPTION DES CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES

En utilisant les données du recensement de 2001 de Statistique Canada, les caractéristiques sociodémographiques les plus significatives ont été extraites pour la zone commerciale projetée.

Les principales caractéristiques du profil sociodémographique de la population résidente de la zone commerciale sont les suivantes :

- La population de la zone commerciale est plus jeune (36,0 ans) que l'ensemble de la population de la région métropolitaine de Montréal (37,5 ans).
- Les francophones sont majoritaires à l'intérieur de la zone commerciale avec 47% des résidents. Les anglophones représentent 11% des effectifs totaux. La population de la zone commerciale est très fortement cosmopolite; environ 40% de la population a déclaré une langue maternelle autre que le français ou l'anglais comparativement à 19% dans la région métropolitaine de Montréal. La langue la plus parlée après le français et l'anglais est le grec pour 9% de la population (versus 1% dans la RMR de Montréal).
- Les ménages de la zone commerciale sont de taille moyenne (2,3 personnes/ménage) par rapport à ceux de la région montréalaise (2,4 personnes/ménage).
- Le revenu des ménages de la zone commerciale est supérieur de 10% à celui de la région métropolitaine de Montréal. Le revenu moyen des ménages de la zone commerciale est de 59 304\$ (niveau de 2000 tel que publié dans le recensement de 2001), alors que la moyenne montréalaise est de 53 725\$.

En conclusion...

- La population de la zone commerciale est plus jeune (36,0 ans) qu'en moyenne dans la région métropolitaine de Montréal (37,5 ans) et fortement cosmopolite (40% de la population parle une autre langue que l'anglais ou le français).
- Les ménages sont de taille moyenne (2,3 personnes / ménage) et leur revenu est supérieur de 10% à la moyenne de la RMR de Montréal.

Le tableau suivant illustre les principales caractéristiques sociodémographiques de la population résidente de la zone commerciale considérée.

**Résumé des caractéristiques sociodémographiques  
 de la zone commerciale du Campus Outremont  
 2001**

CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES	Zone commerciale	RMR de Montréal
<b>POPULATION</b>	15,450	3,426,345
<b>MÉNAGES</b>	6,720	1,417,365
<b>GROUPE D'ÂGE</b>		
0 à 4 ans	6%	6%
5 à 14 ans	12%	13%
15 à 24 ans	13%	13%
25 à 34 ans	17%	14%
35 à 44 ans	17%	17%
45 à 54 ans	14%	15%
55 à 64 ans	9%	10%
65 ans et plus	11%	13%
<b>ÂGE MOYEN</b>	36.0	37.5
<b>STRUCTURE FAMILIALE</b>		
Famille sans enfant	32%	35%
Famille avec 1 enfant	33%	30%
Famille avec 2 enfants	23%	25%
Famille avec 3 enfants et plus	12%	10%
<b>ÉTAT CIVIL (15 ans et plus)</b>		
Célibataires	43%	41%
Marié(e)s	39%	40%
Veufs(ves)	5%	6%
Divorcé(e)s/Séparé(e)s	13%	13%
<b>TAILLE DES MÉNAGES</b>		
1 personne	37%	31%
2 personnes	29%	32%
3 personnes	16%	16%
4 et 5 personnes	16%	19%
6 personnes et +	3%	2%
<b>NBRE MOY. PERS. / MÉN.</b>	2.3	2.4
<b>LANGUE MATERNELLE</b>		
Français	47%	67%
Anglais	11%	12%
Autres	40%	19%
Italien	2%	4%
Chinois	2%	1%
Grec	9%	1%
Punjabi	2%	0%
Vietnamien	2%	1%
Gujarati	3%	0%
Tamil	2%	0%
Yiddish	3%	0%
Urdu	2%	0%
Réponses multiples	3%	2%
<b>MODE D'OCCUPATION</b>		
Propriétaires	37%	50%
Locataires	63%	50%
<b>NIVEAU D'INSTRUCTION <sup>(1)</sup></b>		
Primaire	13%	14%
Secondaire	20%	29%
Collégial	21%	32%
Universitaire	47%	26%
<b>REVENU PAR MÉNAGE (2000)</b>		
Moins de 20 000\$	26%	22%
20 000\$ à 39 999\$	24%	25%
40 000\$ à 59 999\$	16%	20%
60 000\$ à 79 999\$	12%	14%
80 000\$ à 99 999\$	8%	8%
100 000\$ et plus	15%	11%
<b>REV. MOY. / MÉNAGE (2000)</b>	59,304 \$	53,725 \$
<b>INDICE DU REVENU VERSUS PROVINCE DE QUÉBEC</b>	110	100

Source: Statistique Canada Recensement 2001

<sup>(1)</sup> Population âgée de 20 ans et plus.

## 6. ESTIMATION DU POTENTIEL DE MARCHÉ

Le potentiel commercial se définit comme la somme totale que les résidents d'une zone sont à même de dépenser en une année dans des catégories de biens et de services donnés. Ces montants peuvent être dépensés autant dans les établissements de la zone (part locale) que dans ceux de l'extérieur (fuites commerciales).

Il s'évalue généralement en attribuant un niveau moyen de dépenses *per capita*, ou dans certains cas, par ménage, à la population de la zone étudiée. Les calculs reposent sur les chiffres publiés par Statistique Canada dans le cadre de son enquête « Dépenses des familles et des personnes seules au Canada ». Les dernières données datent de 2001. On y trouve notamment le niveau moyen des dépenses par ménage québécois pour la plupart des biens et services de consommation.

Certaines catégories ont été retenues dans leur intégralité, d'autres ont été regroupées afin de créer une liste spécifique et représentative des catégories de biens et de services utiles aux fins de cette étude. Les quelques pages qui suivent présentent les résultats de nos estimations pour 33 catégories de commerces et d'établissements de services pour 2006 et 2011.

Afin d'estimer le potentiel de marché pour les étudiants (ne vivant pas sur le campus) et le personnel administratif (professeurs et personnel de soutien), nous avons utilisé la méthodologie suivante :

- Tout d'abord, nous avons considéré les dépenses des ménages de la région métropolitaine de Montréal relatives aux 33 catégories de produits et services.
- Une part des dépenses des ménages de la région de Montréal a ensuite été attribuée à chaque catégorie dans le but de refléter les dépenses des étudiants et du personnel. Les proportions assignées sont basées sur les bases de données de Géocom lesquelles sont appuyées par près de 40 000 entrevues face-à-face. Le pourcentage représente la portion des dépenses effectuées à proximité du lieu de travail / étude.
- Selon les données fournies par CIMA, le campus devrait regrouper environ 9 000 étudiants non résidents. Le personnel a été estimé par Géocom en fonction des données disponibles pour le campus principal de l'Université de Montréal.

Les faits saillants de l'analyse du potentiel de marché pour les 33 catégories de biens et de services dans la zone commerciale à l'étude sont les suivants :

Le potentiel total du Campus Outremont est de 171,4 millions de dollars en 2006. Un fort pourcentage de ce potentiel (68%) est généré par la population résidente. Les étudiants non résidents et le personnel génèrent respectivement 26% et 6% du potentiel total.

La moitié (49%) du potentiel total se retrouve dans trois grandes catégories :

- Alimentation
  - 42,6 M\$ ou 25% du potentiel
  
- Restaurant et Bars
  - 28,5 M\$ ou 17% du potentiel
  
- Santé (pharmacie) et beauté
  - 13 M\$ ou 8% du potentiel
  
- L'ensemble des dépenses moyennes des ménages de la zone commerciale dans les 33 catégories de commerces et services est légèrement plus faible que celles des ménages de la région métropolitaine de Montréal.
  
- Le potentiel de marché total pour l'ensemble de la zone commerciale en 2011 sera de 236,1 millions de dollars. Nos projections indiquent que les dépenses des ménages de la zone commerciale en 2011 seront également légèrement plus faibles que celles des ménages de la région montréalaise.

Les tableaux suivants indiquent, de façon détaillée, les dépenses moyennes par ménage et le potentiel de marché pour les 33 catégories de commerces et de services pour les ménages résidents, les étudiants et le personnel en 2006 et 2011.

**Dépenses moyennes annuelles des ménages  
33 catégories de commerces  
Zone commerciale - Campus Outremont  
2006**

Catégories	Dépense des Résidents	Dépense des étudiants	Dépense du personnel	RMR de Montréal
Agence de voyage	532 \$	295 \$	323 \$	538 \$
Alimentation	5 235 \$	615 \$	656 \$	6 558 \$
Animalerie	31 \$	3 \$	6 \$	60 \$
Articles de sports	399 \$	195 \$	182 \$	454 \$
Articles pour la maison	552 \$	60 \$	86 \$	430 \$
Bijoux	139 \$	70 \$	84 \$	140 \$
Cartes de souhaits	34 \$	8 \$	15 \$	30 \$
Chaussures	292 \$	124 \$	159 \$	318 \$
Club vidéo	133 \$	18 \$	7 \$	142 \$
Coiffure & esthétique	308 \$	120 \$	139 \$	347 \$
Cordonnerie	6 \$	0 \$	0 \$	5 \$
Disquaire	178 \$	105 \$	91 \$	151 \$
Électronique	509 \$	165 \$	145 \$	482 \$
Fleuriste	34 \$	3 \$	6 \$	30 \$
Instruments de musique	30 \$	2 \$	3 \$	33 \$
Jouets	133 \$	50 \$	67 \$	166 \$
Librairie	201 \$	165 \$	122 \$	174 \$
Maroquinerie	63 \$	11 \$	17 \$	56 \$
Meubles & électroménagers	802 \$	25 \$	42 \$	841 \$
Nettoyeur	75 \$	3 \$	10 \$	65 \$
Optométriste	146 \$	40 \$	72 \$	179 \$
Ordinateurs	820 \$	430 \$	384 \$	548 \$
Papeterie	57 \$	50 \$	45 \$	64 \$
Photos	181 \$	70 \$	56 \$	141 \$
Pièces automobiles	100 \$	8 \$	16 \$	157 \$
Quincaillerie	432 \$	28 \$	57 \$	567 \$
Restaurants & bars	2 237 \$	1 260 \$	1 000 \$	2 000 \$
Santé & Beauté	1 442 \$	285 \$	326 \$	1 632 \$
S.A.Q.	328 \$	75 \$	42 \$	282 \$
Tissus	42 \$	3 \$	9 \$	47 \$
Vêtements pour enfants	295 \$	136 \$	204 \$	340 \$
Vêtements pour femmes	850 \$	355 \$	532 \$	886 \$
Vêtements pour hommes	472 \$	219 \$	328 \$	547 \$
<b>TOTAL</b>	<b>17 087 \$</b>	<b>4 996 \$</b>	<b>5 231 \$</b>	<b>18 412 \$</b>



**Potentiel de marché 33 catégories de commerces**  
**Zone commerciale - Campus Outremont**  
**2006**

Catégories	Potentiel des résidents	Potentiel des étudiants	Potentiel du personnel	Total
Agence de voyage	3 647 000 \$	2 655 000 \$	581 000 \$	6 883 000 \$
Alimentation	35 857 000 \$	5 535 000 \$	1 181 000 \$	42 573 000 \$
Animalerie	213 000 \$	27 000 \$	11 000 \$	251 000 \$
Articles de sports	2 730 000 \$	1 755 000 \$	328 000 \$	4 813 000 \$
Articles pour la maison	3 780 000 \$	540 000 \$	155 000 \$	4 475 000 \$
Bijoux	953 000 \$	630 000 \$	151 000 \$	1 734 000 \$
Cartes de souhaits	232 000 \$	72 000 \$	27 000 \$	331 000 \$
Chaussures	2 003 000 \$	1 116 000 \$	286 000 \$	3 405 000 \$
Club vidéo	911 000 \$	162 000 \$	13 000 \$	1 086 000 \$
Coiffure & esthétique	2 107 000 \$	1 080 000 \$	250 000 \$	3 437 000 \$
Cordonnerie	41 000 \$	0 \$	0 \$	41 000 \$
Disquaire	1 221 000 \$	945 000 \$	164 000 \$	2 330 000 \$
Électronique	3 487 000 \$	1 485 000 \$	261 000 \$	5 233 000 \$
Fleuriste	233 000 \$	27 000 \$	11 000 \$	271 000 \$
Instruments de musique	203 000 \$	18 000 \$	5 000 \$	226 000 \$
Jouets	909 000 \$	450 000 \$	121 000 \$	1 480 000 \$
Librairie	1 375 000 \$	1 485 000 \$	220 000 \$	3 080 000 \$
Maroquinerie	432 000 \$	99 000 \$	31 000 \$	562 000 \$
Meubles & électroménagers	5 496 000 \$	225 000 \$	76 000 \$	5 797 000 \$
Nettoyeur	512 000 \$	27 000 \$	18 000 \$	557 000 \$
Optométriste	1 001 000 \$	360 000 \$	130 000 \$	1 491 000 \$
Ordinateurs	5 619 000 \$	3 870 000 \$	691 000 \$	10 180 000 \$
Papeterie	389 000 \$	450 000 \$	81 000 \$	920 000 \$
Photos	1 238 000 \$	630 000 \$	101 000 \$	1 969 000 \$
Pièces automobiles	684 000 \$	72 000 \$	29 000 \$	785 000 \$
Quincaillerie	2 959 000 \$	252 000 \$	103 000 \$	3 314 000 \$
Restaurants & bars	15 324 000 \$	11 340 000 \$	1 800 000 \$	28 464 000 \$
Santé & Beauté	9 880 000 \$	2 565 000 \$	587 000 \$	13 032 000 \$
S.A.Q.	2 250 000 \$	675 000 \$	76 000 \$	3 001 000 \$
Tissus	286 000 \$	27 000 \$	16 000 \$	329 000 \$
Vêtements pour enfants	2 021 000 \$	1 224 000 \$	367 000 \$	3 612 000 \$
Vêtements pour femmes	5 820 000 \$	3 195 000 \$	958 000 \$	9 973 000 \$
Vêtements pour hommes	3 234 000 \$	1 971 000 \$	590 000 \$	5 795 000 \$
<b>TOTAL</b>	<b>117 047 000 \$</b>	<b>44 964 000 \$</b>	<b>9 419 000 \$</b>	<b>171 430 000 \$</b>

**Dépenses moyennes annuelles des ménages  
33 catégories de commerces  
Zone commerciale - Campus Outremont  
2011**

Catégories	Dépense des résidents	Dépense des étudiants	Dépense du personnel	RMR de Montréal
Agence de voyage	932 \$	518 \$	565 \$	941 \$
Alimentation	5 863 \$	661 \$	735 \$	7 345 \$
Animalerie	32 \$	3 \$	6 \$	61 \$
Articles de sports	502 \$	246 \$	229 \$	572 \$
Articles pour la maison	657 \$	72 \$	102 \$	512 \$
Bijoux	178 \$	90 \$	108 \$	180 \$
Cartes de souhaits	31 \$	7 \$	14 \$	28 \$
Chaussures	342 \$	145 \$	186 \$	372 \$
Club vidéo	149 \$	21 \$	8 \$	159 \$
Coiffure & esthétique	311 \$	123 \$	140 \$	351 \$
Cordonnerie	5 \$	0 \$	0 \$	4 \$
Disquaire	205 \$	120 \$	104 \$	174 \$
Électronique	667 \$	215 \$	189 \$	631 \$
Fleuriste	35 \$	3 \$	6 \$	31 \$
Instruments de musique	37 \$	2 \$	4 \$	41 \$
Jouets	176 \$	66 \$	88 \$	221 \$
Librairie	213 \$	176 \$	129 \$	185 \$
Maroquinerie	66 \$	12 \$	18 \$	59 \$
Meubles & électroménagers	955 \$	30 \$	50 \$	1 001 \$
Nettoyeur	55 \$	2 \$	7 \$	47 \$
Optométriste	194 \$	52 \$	95 \$	238 \$
Ordinateurs	1 206 \$	629 \$	564 \$	806 \$
Papeterie	52 \$	46 \$	41 \$	58 \$
Photos	231 \$	90 \$	72 \$	181 \$
Pièces automobiles	89 \$	7 \$	14 \$	140 \$
Quincaillerie	523 \$	34 \$	69 \$	686 \$
Restaurants & bars	2 327 \$	1 311 \$	1 040 \$	2 080 \$
Santé & Beauté	1 731 \$	333 \$	392 \$	1 958 \$
S.A.Q.	374 \$	84 \$	48 \$	322 \$
Tissus	31 \$	2 \$	7 \$	35 \$
Vêtements pour enfants	437 \$	201 \$	302 \$	503 \$
Vêtements pour femmes	884 \$	369 \$	553 \$	922 \$
Vêtements pour hommes	491 \$	227 \$	341 \$	568 \$
<b>TOTAL</b>	<b>19 978 \$</b>	<b>5 896 \$</b>	<b>6 228 \$</b>	<b>21 411 \$</b>

**Potentiel de marché 33 catégories de commerces  
Zone commerciale - Campus Outremont  
2011**

<b>Catégories</b>	<b>Potentiel des résidents</b>	<b>Potentiel des étudiants</b>	<b>Potentiel du personnel</b>	<b>Total</b>
Agence de voyage	8 014 000 \$	4 659 000 \$	1 017 000 \$	13 690 000 \$
Alimentation	50 420 000 \$	5 950 000 \$	1 322 000 \$	57 692 000 \$
Animalerie	272 000 \$	28 000 \$	11 000 \$	311 000 \$
Articles de sports	4 319 000 \$	2 213 000 \$	412 000 \$	6 944 000 \$
Articles pour la maison	5 648 000 \$	645 000 \$	184 000 \$	6 477 000 \$
Bijoux	1 532 000 \$	809 000 \$	194 000 \$	2 535 000 \$
Cartes de souhaits	266 000 \$	67 000 \$	25 000 \$	358 000 \$
Chaussures	2 942 000 \$	1 306 000 \$	335 000 \$	4 583 000 \$
Club vidéo	1 281 000 \$	186 000 \$	14 000 \$	1 481 000 \$
Coiffure & esthétique	2 672 000 \$	1 104 000 \$	252 000 \$	4 028 000 \$
Cordonnerie	44 000 \$	4 000 \$	1 000 \$	49 000 \$
Disquaire	1 764 000 \$	1 079 000 \$	188 000 \$	3 031 000 \$
Électronique	5 735 000 \$	1 932 000 \$	341 000 \$	8 008 000 \$
Fleuriste	298 000 \$	28 000 \$	11 000 \$	337 000 \$
Instruments de musique	318 000 \$	19 000 \$	7 000 \$	344 000 \$
Jouets	1 518 000 \$	597 000 \$	159 000 \$	2 274 000 \$
Librairie	1 830 000 \$	1 581 000 \$	233 000 \$	3 644 000 \$
Maroquinerie	564 000 \$	106 000 \$	32 000 \$	702 000 \$
Meubles & électroménagers	8 211 000 \$	270 000 \$	90 000 \$	8 571 000 \$
Nettoyeur	470 000 \$	21 000 \$	13 000 \$	504 000 \$
Optométriste	1 671 000 \$	472 000 \$	172 000 \$	2 315 000 \$
Ordinateurs	10 371 000 \$	5 660 000 \$	1 016 000 \$	17 047 000 \$
Papeterie	444 000 \$	410 000 \$	74 000 \$	928 000 \$
Photos	1 989 000 \$	813 000 \$	130 000 \$	2 932 000 \$
Pièces automobiles	765 000 \$	63 000 \$	25 000 \$	853 000 \$
Quincaillerie	4 495 000 \$	309 000 \$	123 000 \$	4 927 000 \$
Restaurants & bars	20 008 000 \$	11 796 000 \$	1 872 000 \$	33 676 000 \$
Santé & Beauté	14 886 000 \$	2 996 000 \$	705 000 \$	18 587 000 \$
S.A.Q.	3 220 000 \$	753 000 \$	87 000 \$	4 060 000 \$
Tissus	266 000 \$	19 000 \$	13 000 \$	298 000 \$
Vêtements pour enfants	3 756 000 \$	1 810 000 \$	543 000 \$	6 109 000 \$
Vêtements pour femmes	7 599 000 \$	3 318 000 \$	995 000 \$	11 912 000 \$
Vêtements pour hommes	4 222 000 \$	2 046 000 \$	614 000 \$	6 882 000 \$
<b>TOTAL</b>	<b>171 810 000 \$</b>	<b>53 069 000 \$</b>	<b>11 210 000 \$</b>	<b>236 089 000 \$</b>

## 7. INVENTAIRE COMMERCIAL DU SECTEUR

Un inventaire commercial a été réalisé dans l'environnement immédiat du site afin d'établir l'offre existante dans le secteur.

La structure concurrentielle est forte dans l'environnement du site du futur campus Outremont de l'Université de Montréal. La plupart de ces concurrents sont cependant des indépendants. De plus, on ne note la présence que d'un seul regroupement commercial à l'intérieur d'un centre commercial. Il s'agit du centre commercial L'Acadie-Beaumont situé sur l'avenue Beaumont entre le boulevard de L'Acadie et le chemin Rockland. Ce strip commercial comprend 12 magasins et totalise une surface commerciale brute d'environ 50 000 pieds carrés. L'ensemble de la zone commerciale regroupe peu de grandes surfaces. Les plus grandes sont les deux supermarchés Métro et Loblaws, avec respectivement 25 000 et 75 000 pieds carrés de surface brute. La superficie moyenne des magasins à l'exception de ces deux grandes surfaces est de 1 000 pieds carrés.

Les commerces les plus présents dans la concurrence sont les restaurants/café/bars (40), les magasins de vêtements (26) ainsi que les magasins d'aliments spécialisés (22). À elles seules, ces trois catégories de commerces regroupent 47% de l'ensemble des commerces recensés.

La majorité des établissements commerciaux se situent sur la rue Jean Talon où quelque 90 commerces ont été inventoriés.

On retrouve aussi des établissements d'esthétique et de coiffure (17), des magasins d'articles pour la maison (8) et des institutions financières (7).

Il convient de noter que l'inventaire complet comprend 186 établissements et que la superficie totale relevée est de 290 000 pieds carrés.

Le tableau qui suit présente la liste des commerces localisés dans l'environnement immédiat du site à l'étude, classés par type de commerce.

No	Enseigne	Type de commerce	Adresse	Intersection	Galeries	Superficie
1	Forum Travel	Agence de Voyages	Jean-Talon	L'Acadie		400
2	Dhillon Frères	Aliments spécialisés	Jean-Talon	d'Outremont		1 100
3	Marché 786	Aliments spécialisés	Jean-Talon	d'Outremont		600
4	Marché Abinaya	Aliments spécialisés	Jean-Talon	Champagneur		600
5	Marché D'Afrique	Aliments spécialisés	Jean-Talon	L'Acadie		300
6	Marché Priyanka	Aliments spécialisés	Jean-Talon	d'Outremont		400
7	Marché Thuga	Aliments spécialisés	Jean-Talon	Durocher		900
8	Sangla Hill Marché	Aliments spécialisés	Jean-Talon	Bloomfield		600
9	Épicerie Cachère	Aliments spécialisés	Van Horne	Durocher		200
10	Épicerie Fine	Aliments spécialisés	Van Horne	De L'Épée		300
11	Le Serpolet	Aliments spécialisés	Van Horne	Stuart		500
12	Boucherie Nile	Aliments spécialisés Boucherie	Beaumont	Hutchison		200
13	Boucherie Bismilla	Aliments spécialisés Boucherie	Jean-Talon	Champagneur		600
14	Boucherie Harmaris	Aliments spécialisés Boucherie	Jean-Talon	De L'Épée		500
15	Distribution B K	Aliments spécialisés Boucherie	Jean-Talon	Bloomfield		300
16	Boulangerie Cachère Home Made	Aliments spécialisés Boulangerie	Beaumont	Querbes		200
17	Lescurier	Aliments spécialisés Boulangerie	Van Horne	d'Outremont		200
18	Pâtisserie Internationale	Aliments spécialisés Pâtisserie	Jean-Talon	Wiseman		200
19	Le Paltoquet	Aliments spécialisés Pâtisserie	Van Horne	Stuart		500
20	Pâtisserie Boulangerie Mimosa	Aliments spécialisés Pâtisserie-Boulangerie	Jean-Talon	d'Outremont		300
21	Riviera	Aliments spécialisés Pâtisserie-Boulangerie	Jean-Talon	Hutchison		300
22	Momoi	Aliments spécialisés Traiteur et Boulangerie	Beaumont	Hutchison		800
23	Palmyra	Aliments spécialisés Traiteur et Boulangerie	Beaumont	Bloomfield		1 200
24	Le Réveil du Maître	Animalerie et fournitures	Van Horne	Stuart		600
25	Tonte et Toilettage	Animalerie et fournitures	Van Horne	Querbes		200
26	Les Cadres	Articles pour la maison	Beaumont	Bloomfield		500
27	Ameublement Bon Choix	Articles pour la maison	Jean-Talon	Champagneur		1 500
28	Venus	Articles pour la maison	Jean-Talon	Stuart		400
29	Creations Valmi	Articles pour la maison	Van Horne	Davaar		500
30	Deux Anges	Articles pour la maison	Van Horne	d'Outremont		200
31	Excalibur	Articles pour la maison	Van Horne	Hutchison		700
32	Métropolitain	Articles pour la maison	Van Horne	Hutchison		500
33	Ramacerie Soliga	Articles pour la maison	Van Horne	Querbes		2 000
34	CIBC	Banque	Beaumont	L'Acadie	Centre Commerical Beaumont	3 000
35	Banque de Montréal	Banque	Jean-Talon	De L'Épée		3 000
36	Banque Laurentienne	Banque	Jean-Talon	De L'Épée		3 000
37	Banque National du Canada	Banque	Jean-Talon	Wiseman		3 000
38	Banque nbg	Banque	Jean-Talon	Wiseman		3 000
39	Canada Trust	Banque	Jean-Talon	Querbes		3 000
40	RBC	Banque	Van Horne	d'Outremont		3 000
41	Aqua Resto Bar	Bar	Beaumont	Hutchison		400
42	Café Cozmos	Bar	Jean-Talon	Wiseman		800
43	Café Enigma	Bar	Jean-Talon	Stuart		700
44	Sparta Café Billard	Bar	Jean-Talon	Wiseman		800
45	Taverne Pam-Pam	Bar	Jean-Talon	Querbes		600
46	Brodino	Bar	Van Horne	Durocher		400
47	Jubraz	Bar	Van Horne	d'Outremont		200
48	Tonnerre de Brest	Bar	Van Horne	De L'Épée		200
49	SAQ	Bières, vins et spiritueux	Jean-Talon	Parc		5 000
50	Asiana Jewelry	Bijouterie	Jean-Talon	De L'Épée		300
51	Bijouterie Alnajoy	Bijouterie	Jean-Talon	L'Acadie		200
52	Bijouterie Attika	Bijouterie	Jean-Talon	Durocher		400
53	Bijouterie Kalina	Bijouterie	Jean-Talon	Hutchison		400
54	Rangdhanu	Bijouterie + Vêtements	Jean-Talon	Querbes		900

55	Van Houtte	Café	Van Horne	Wiseman		900
56	Chaussures Pitt	Chaussures	Jean-Talon	Querbes		1 500
57	Blockbuster Video	Club Vidéo	Jean-Talon	Parc		4 200
58	Video Nam Viet	Club Vidéo	Van Horne	d'Outremont		400
59	Videoself	Club Vidéo	Van Horne	McEachran		100
60	Bou Bou	Coiffure	Beaumont	Hutchison		200
61	Salon de Coiffure Beaumont	Coiffure	Beaumont	L'Acadie	Centre Commerical Beaumont	1 200
62	Agathe Coiffure	Coiffure	Jean-Talon	Birnam		400
63	Classic Cut	Coiffure	Jean-Talon	L'Acadie		100
64	Jean Talon Barbier Shop	Coiffure	Jean-Talon	L'Acadie		400
65	Moon Hair Saloon	Coiffure	Jean-Talon	L'Acadie		100
66	Salon de Coiffure Modern Line	Coiffure	Jean-Talon	L'Acadie		400
67	Salon Haji Baba Coiffeur	Coiffure	Jean-Talon	d'Outremont		300
68	Coiffure Alicia	Coiffure	Van Horne	McEachran		500
69	Mango de Betty	Coiffure	Van Horne	McEachran		450
70	Outremont Salon de Barbier	Coiffure	Van Horne	Hutchison		200
71	Salon Atlas	Coiffure	Van Horne	Bloomfield		100
72	Paris	Cordonerie	Van Horne	Dollard		200
73	Beauté Unity	Cosmétiques	Jean-Talon	Bloomfield		700
74	Mama Africa	Cosmétiques	Jean-Talon	Stuart		200
75	La Couture Punjab	Couturier	Jean-Talon	L'Acadie		100
76	Michelina	Dépanneur	Jean-Talon	Durocher		800
77	Couche-Tard	Dépanneur	Van Horne	Wiseman		900
78	Dépanneur 7 jours	Dépanneur	Van Horne	Bloomfield		200
79	Dépanneur Alescio	Dépanneur	Van Horne	Davaar		600
80	Royal Dépanneur	Dépanneur	Van Horne	Bloomfield		700
81	Orion Vertical	Draperie	Beaumont	Hutchison		200
82	Jean Talon Draperies	Draperie	Jean-Talon	d'Outremont		400
83	Theodenis Draperies	Draperie	Jean-Talon	d'Outremont		500
84	A & A Électroniques	Électroniques	Jean-Talon	L'Acadie		600
85	Carte d'appels	Électroniques	Jean-Talon	Bloomfield		600
86	Celluland	Électroniques	Jean-Talon	d'Outremont		300
87	Centre de la Cité	Électroniques	Jean-Talon	d'Outremont		400
88	Ongles Via Nails	Esthétique	Beaumont	L'Acadie	Centre Commerical Beaumont	500
89	Salon de Bronzage Rx Soleil	Esthétique	Beaumont	L'Acadie	Centre Commerical Beaumont	1 800
90	Exel Beauty Salon	Esthétique et Coiffure	Beaumont	Bloomfield		200
91	Hryssi Annyssia Esthétique	Esthétique et Coiffure	Jean-Talon	Champagneur		700
92	Aida K.	Esthétique et Coiffure	Van Horne	Davaar		900
93	Mc Donald's	Fast-Food	Beaumont	Rockland	Centre Commerical Beaumont	3 800
94	Mc Donald's	Fast-Food	Jean-Talon	Parc		1 600
95	Shalimar Sweet & Snacks	Fast-Food	Jean-Talon	Bloomfield		200
96	Sous-Marins Banh-Mi	Fast-Food	Jean-Talon	Parc		100
97	Zam-Zam	Fast-Food	Jean-Talon	Bloomfield		200
98	Au jardin Vert	Fleuriste	Jean-Talon	Bloomfield		700
99	Gala	Fleuriste	Van Horne	d'Outremont		300
100	Braut & Bouthillier	Jouets	Beaumont	Bloomfield		8 000
101	Jouets en feux	Jouets	Van Horne	McEachran		200
102	L'Espace Bleu	Librairie	Van Horne	d'Outremont		200
103	Budget	Location d'automobiles	Van Horne	De L'Épée		200
104	Dollar C	Magasin à 1\$	Beaumont	Rockland	Centre Commerical Beaumont	4 000
105	Dollars Value Plus	Magasin à 1\$	Jean-Talon	Wiseman		700
106	Dollartheque	Magasin à 1\$	Jean-Talon	De L'Épée		6 400
107	Parc Mega Dollar	Magasin à 1\$	Jean-Talon	Champagneur		800
108	Rossy	Magasin à rayons	Jean-Talon	d'Outremont		12 000
109	Photo Jovial	Magasin Photos	Jean-Talon	Bloomfield		400
110	Presse Internationale	Marchand de journaux	Van Horne	Wiseman		800
111	Nettoyeurs Dallas	Nettoyeur	Beaumont	L'Acadie	Centre Commerical Beaumont	1 200
112	L'Acadie Dry Cleaning	Nettoyeur	Jean-Talon	Wiseman		300

113	Nettoyeur Daoust	Nettoyeur	Van Horne	Stuart		500
114	Nettoyeur Lincy	Nettoyeur	Van Horne	Davaar		750
115	Candian Computer	Ordinateurs	Jean-Talon	L'Acadie		600
116	Ly Variétés	Papeterie	Van Horne	Dollard		500
117	Peinture Star	Peinture	Beaumont	Wiseman		600
118	Benjamin Moore	Peinture	Van Horne	De L'Épée		600
119	Familiprix	Pharmacie	Beaumont	L'Acadie		4 500
120	Jean Coutu	Pharmacie	Beaumont	L'Acadie		9 500
121	Essaim	Pharmacie	Jean-Talon	Durocher		600
122	Jean Coutu	Pharmacie	Jean-Talon	Stuart		6 000
123	Pharmaprix	Pharmacie	Van Horne	Dollard		8 000
124	Vision Expert	Produits optiques	Van Horne	Querbes		300
125	Buffalo Bill	Restaurant	Beaumont	Rockland	Centre Commerical Beaumont	600
126	La Cage aux Sports	Restaurant	Beaumont	L'Acadie	Centre Commerical Beaumont	5 000
127	Restaurant Simeon	Restaurant	Beaumont	Parc		300
128	Restaurateur	Restaurant	Beaumont	Querbes		1 100
129	Halal	Restaurant	Jean-Talon	d'Outremont		600
130	Hermes	Restaurant	Jean-Talon	L'Acadie		1 200
131	Indian Curry House	Restaurant	Jean-Talon	L'Acadie		500
132	Kareem	Restaurant	Jean-Talon	Bloomfield		300
133	Miss Jean Talon	Restaurant	Jean-Talon	Stuart		200
134	Pizza et Rôtisserie Idéale	Restaurant	Jean-Talon	d'Outremont		300
135	Punjab Palace	Restaurant	Jean-Talon	Stuart		600
136	Pushab	Restaurant	Jean-Talon	Birnam		400
137	Restaurant Lyla	Restaurant	Jean-Talon	Hutchison		1 000
138	Restaurant Village Grecque	Restaurant	Jean-Talon	Bloomfield		1 600
139	Rotisserie Panama	Restaurant	Jean-Talon	d'Outremont		2 100
140	Spicy Land	Restaurant	Jean-Talon	Durocher		400
141	Bistro Justine	Restaurant	Van Horne	d'Outremont		200
142	Chantilly Café	Restaurant	Van Horne	Dollard		600
143	Doan	Restaurant	Van Horne	Wiseman		200
144	La Bête Humaine	Restaurant	Van Horne	Rockland		500
145	La Hacienda	Restaurant	Van Horne	De L'Épée		200
146	Le Bistingo Resto	Restaurant	Van Horne	Bloomfield		500
147	Le Chou	Restaurant	Van Horne	Bloomfield		500
148	Les Chèvres	Restaurant	Van Horne	Bloomfield		1 000
149	L'Imprévu	Restaurant	Van Horne	McEachran		300
150	Paris Beurrr	Restaurant	Van Horne	Champagneur		400
151	Pendelli's pizzeria	Restaurant	Van Horne	Stuart		400
152	Pizza Taste	Restaurant	Van Horne	McEachran		350
153	Pizzeria Van Horne	Restaurant	Van Horne	Dollard		400
154	Restaurant Christophe	Restaurant	Van Horne	Bloomfield		200
155	Sushi Time	Restaurant	Van Horne	Wiseman		200
156	Métro	Supermarché	Beaumont	Rockland	Centre Commerical Beaumont	25 000
157	Jean Talon Bazar	Supermarché	Jean-Talon	Champagneur		3 400
158	Loblaws	supermarché	Jean-Talon	Parc		70 000
159	Freres Young	Supermarché	Van Horne	d'Outremont		2 400
160	Fido	Téléphonie	Jean-Talon	Durocher		400
161	Boutique Avantage	Vêtement Femmes	Beaumont	Rockland	Centre Commerical Beaumont	1 200
162	La Mode chez Rose	Vêtements	Beaumont	Querbes		1 200
163	Samaya	Vêtements	Jean-Talon	Birnam		400
164	Boutique Catimini	Vêtements enfants	Beaumont	Rockland	Centre Commerical Beaumont	2 400
165	Fantaisies Nickes	Vêtements enfants	Jean-Talon	Durocher		400
166	Bebe Chic	Vêtements enfants	Van Horne	Dollard		200
167	Brat Pack	Vêtements enfants	Van Horne	d'Outremont		700

168	Julie et Benjamin	Vêtements enfants	Van Horne	Wiseman		300
169	Naturino	Vêtements enfants	Van Horne	d'Outremont		700
170	Toudou	Vêtements enfants	Van Horne	Stuart		300
171	Kuteknit	Vêtements enfants entrepôt	Beaumont	L'Acadie		1 400
172	T Mart	Vêtements entrepôt	Jean-Talon	Champagneur		1 400
173	Rof	Vêtements et accessoires	Van Horne	McEachran		200
174	Boutique Clic-Clic	Vêtements Femmes	Beaumont	L'Acadie	Centre Commerical Beaumont	500
175	Canada Trust	Vêtements Femmes	Jean-Talon	De L'Épée		700
176	Sana Boutique	Vêtements Femmes	Jean-Talon	d'Outremont		800
177	Friperie Morgane	Vêtements Femmes	Van Horne	d'Outremont		100
178	Name Brand Clothing	Vêtements Hommes	Jean-Talon	L'Acadie		200
179	Univers Jeans 717	Vêtements Hommes	Jean-Talon	De L'Épée		700
180	Big Blue Jeans	Vêtements unisexe	Jean-Talon	De L'Épée		1 000
181	Boutique B & L Line Sport	Vêtements unisexe	Jean-Talon	L'Acadie		500
182	Créations Tonia & Georges	Vêtements unisexe	Jean-Talon	Durocher		1 500
183	Ringtel	Vêtements unisexe	Jean-Talon	Champagneur		600
184	Becker	Vêtements unisexe	Van Horne	d'Outremont		500
185	La Gestuelle	Vêtements unisexe	Van Horne	Davaar		400
186		Vêtements unisexe	Van Horne	d'Outremont		300



## 8. CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

### Faits saillants

Les faits saillants de l'étude de marché sont les suivants :

- La population fréquentant l'environnement du site commercial à l'étude est constituée, pour la majorité, par les résidents du secteur. Il s'agit donc d'un site à vocation très locale. Qui plus est, sa localisation sur le campus se trouve à l'écart de la structure commerciale en place mais au cœur d'un bassin de population mal desservi actuellement.
- La structure commerciale à proximité du site analysé pour la construction du futur campus Outremont de l'Université de Montréal est élevée. Elle est constituée principalement par des magasins indépendants de petite taille, localisés en grande partie sur les rues Jean-Talon et Van Horne. Le centre commercial Beaumont, au nord du site, regroupe la bannière Métro ainsi que onze (11) autres commerces et établissements de services. On retrouve aussi les pharmacies Jean Coutu et Familiprix dans l'environnement immédiat du strip commercial.

Parmi les commerces répertoriés à proximité immédiate du site étudié, une grande majorité est constituée de restaurants/café/bars, de magasins de vêtements ainsi que de magasins d'aliments spécialisés.

- Les conditions d'accessibilité du site sont plutôt bonnes. D'un point de vue régional, le site bénéficiera de la relative proximité des autoroutes 15 et 40 dans un rayon de 2 à 3 kilomètres. Au niveau local, l'avenue Du Parc et le chemin Rockland représentent les deux principaux axes nord-sud alors que l'avenue Van Horne et la rue Jean-Talon sont les principaux axes est-ouest. Enfin, les stations de métro Acadie<sup>4</sup> et Outremont sur la ligne bleue sont situées à proximité immédiate du site.

Les conditions de visibilité du site sont relativement faibles puisque le seul endroit d'où le site est actuellement visible est le viaduc du chemin Rockland.

### Recommandations

Le site anticipé d'implantation de commerces et services sur le futur campus Outremont de l'Université de Montréal est essentiellement à vocation locale et ne peut donc prétendre abriter des commerces dont la desserte serait de nature plus régionale.

Le rez-de-chaussée d'un des édifices prévus du futur campus de l'Université de Montréal à Outremont offre donc un potentiel commercial à vocation locale avec des commerces et établissements de services ayant pour priorité de desservir la population du campus (étudiants

et personnel administratif) et de façon accessoire, les résidants du secteur, et tout particulièrement ceux habitant au sud du prolongement de la rue Beaubien.

Les activités suivantes pourraient logiquement s’y retrouver :

1. Un dépanneur / boulangerie / magasin d’alimentation proposant du prêt-à-manger (environ 1 800 pi.ca).
2. Un café (environ 1 200 pi.ca.) ou une beignerie :
  - Presse Café
  - Starbucks / Second Cup
  - Tim Hortons / Dunkin’ Donuts

Il faut noter qu’il est possible de jumeler le dépanneur et la beignerie comme c’est le cas dans certains établissements Couche-Tard.

3. Une agence de voyages : Voyages Campus (environ 1 000 pieds carrés)
  - Agence de voyages spécialement destinée aux étudiants et présente sur le campus ou à proximité de plusieurs universités montréalaises (Concordia, McGill, Berri-Uqam, Université de Montréal)
4. Restauration rapide (environ 2 000 pieds carrés)
  - Des restaurants rapides de type asiatique ou « végétarien / santé » ou des fast food classiques avec burgers.
5. Une librairie (environ 3 500 – 4 500 pieds carrés)
  - L’offre de la librairie pourrait être à la fois générale (résidants et population en transit) et spécialisée (universitaire); elle pourrait proposer également des disques compacts et des DVD.
  - Une petite succursale vendant des ordinateurs et proposant un service de réparations serait envisageable. De la papeterie et des fournitures scolaires devraient également faire partie de l’offre commerciale de cet établissement. Elle pourrait compter 2 000 pieds carrés.
6. En ce qui a trait aux établissements de services, il conviendrait d’envisager :

---

<sup>4</sup> Dans l’hypothèse où un accès piétonnier direct sera implanté entre la station de métro Acadie et le site, au-dessus des voies ferrées.

- Un établissement financier avec services (prêts étudiants, prêts personnels, placements) même si ces derniers étaient dispensés « à temps partiel »; (500 – 750 pieds carrés).
- Un salon de coiffure unisexe sur près de 850 – 1 000 pieds carrés.

Nous supposons que les services connexes dont les étudiants pourraient avoir besoin (photocopie, impression, fax, salle Internet, etc.) seront proposés aux étages des salles de classe et d'étude, donc à même le campus. Cependant, si tel n'est pas le cas, un tel établissement s'imposerait dans le mix commercial à envisager.

L'implantation d'une Coop étudiante serait également envisageable à l'intérieur des locaux de l'Université de Montréal. Celle-ci pourrait fournir du matériel scolaire aux étudiants à prix réduits.

## **Conclusion**

Étant donné la vocation à caractère local du site envisagé pour l'installation de commerces et d'établissements de services sur le campus Outremont de l'Université de Montréal, les espaces et locaux recommandés sont de petite taille. Ils desserviront principalement la population résidante du campus ainsi que les étudiants, les professeurs et le personnel. Accessoirement, la population des environs pourra profiter de leur présence.

La superficie totale recommandée pour l'implantation sur le futur campus Outremont varie entre 10 850 et 12 250 pieds carrés. Il est donc bien évident que la mise en place de ces quelques commerces et établissements de service n'aura pas d'impact négatif significatif sur la structure commerciale en place.