

**Réponse aux questions soulevées lors des consultations publiques pour le PPU
Quartier des spectacles – Pôle du Quartier latin**

Commerce et piétonnisation

Dans le cadre d'une consultation publique tenue le 16 octobre dernier par l'OCPM sur le projet de Programme particulier d'urbanisme (PPU) du Quartier des spectacles – Pôle du Quartier latin, des questions relatives aux conséquences de la piétonnisation sur la vitalité et la diversité commerciales de la rue Sainte-Catherine Est ont été soulevées. La Direction de l'aménagement urbain et des services aux entreprises s'est engagée à fournir une réponse écrite relativement à cette question, appuyée par une documentation complémentaire qui serait rendue publique avec l'accord des partenaires concernés.

Satisfaction marquée à l'égard des piétonnisations

Rue Sainte-Catherine Est

Un sondage¹ réalisé en 2008 pour le compte de la Société de développement commerciale (SDC) du Village sur la piétonnisation estivale de la rue Sainte-Catherine indique un taux de satisfaction générale de 86 % chez les commerçants et de 95 % chez les usagers.

L'enquête rapporte également une satisfaction plus marquée des commerçants bénéficiant d'une contre-terrasse sur le domaine public (52% enregistrent une hausse du chiffre d'affaires et 66% une augmentation de l'achalandage) que des autres (seuls 18% enregistrent une hausse du chiffre d'affaires contre près de 30% une baisse de ce chiffre)

En terme d'accessibilité, aussi bien les résidents se disaient satisfait (96%) que les visiteurs (91%), que les commerçants disposant de terrasses (90%) et ceux n'en disposant pas (60%). La suppression des stationnements sur rue n'a donc pas été perçue comme une contrainte. Les rues transversales étant ouvertes à la circulation et la présence de trois accès au service du métro tout au long du parcours expliquent, entre autres, ces hauts niveaux de satisfaction.

¹ CONVERCITÉ. Fermeture de la rue Sainte-Catherine dans le Village, enquête auprès des usagers et des commerçants, été 2008, synthèse des résultats, septembre 2008, 56 p.

Rue Saint-Paul

Deux sondages², l'un réalisé en 2009 et l'autre en 2010, interrogeaient les usagers et les gens d'affaires sur la piétonnisation de la rue Saint-Paul. Pour les deux années consécutives, le taux de satisfaction des usagers est de 99 %. Du côté des commerçants, il est de 82 % en 2009 et de 77 % en 2010. De plus, à des niveaux comparables voir même en légère hausse en 2010, les commerçants estiment que la piétonnisation a un impact bénéfique sur l'achalandage de leur commerce (62%) et sur leurs ventes (38%). Ce qui les porte chaque année à plébisciter le retour de la piétonnisation (85%).

Comme pour la rue Sainte-Catherine, l'accessibilité à la rue est considérée en 2009 (93%) comme en 2010 (94%) satisfaisante pour les usagers.

Impact de la piétonnisation sur la dynamique et diversité commerciale

En 2011 l'arrondissement de Ville-Marie et la SDC du Village ont commandé une étude³ afin d'évaluer la dynamique commerciale du secteur et tenter d'évaluer si la piétonnisation pouvait avoir une incidence sur celle-ci, en comparant la composition de la trame commerciale à trois différentes périodes : en 2004, avant la piétonnisation, et en 2008 et 2011, lors de la tenue de la piétonnisation.

Une transformation de la composition de la trame commerciale a bien été constatée. Les commerces de biens durables et semi-durables ont diminué (28% en 2004; 18% en 2011) alors que l'offre en restauration est restée stable. De ce fait, cette dernière représente maintenant à elle seule 43% de l'offre sur le tronçon. Cependant, l'analyse plus précise des données nous invite à la prudence de conclure et d'établir des liens directs de l'impact de la piétonnisation sur la trame commerciale.

En effet, plusieurs hypothèses peuvent expliquer les changements dans l'offre commerciale de la rue Sainte-Catherine Est, ce que corrobore une veille sur la vitalité économique des artères commerciales qui a été réalisée entre 2010 et 2012 à l'initiative de l'ASDCM menée sur l'ensemble du territoire de la Ville de Montréal⁴.

Les résultats démontrent que le commerce de détail suit sensiblement les mêmes transformations dans l'ensemble de l'île. Un questionnaire a été distribué aux commerçants de seize SDC⁵, afin d'évaluer la période 2010-2012. La diminution des

² CONVERCITÉ. Projet de piétonnisation de la rue Saint-Paul, été 2010, synthèse des résultats, octobre 2011, 38 p.

³ GROUPE ALTUS/SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DU VILLAGE. Portrait de la situation commerciale du territoire et perspectives d'avenir – Recherche marketing, décembre 2011, 95 p.

⁴ Association des sociétés de développement commercial de Montréal.

⁵ GROUPE ALTUS. Veille sur la vitalité des artères commerciales à Montréal, sondage auprès des commerçants, résultats globaux, mai 2012, 100 p.

ventes au détail est généralisée (-0,7 % pour l'ensemble du Québec en 2011). L'indice de confiance des détaillants (biens semi-courants) est plus faible que les propriétaires d'établissements de restauration et de divertissement. Cette situation s'expliquerait par :

- Le contexte économique mondial défavorable à la croissance
- Le niveau d'endettement des ménages
- Le vieillissement de la population
- La faible croissance de la population montréalaise
- L'augmentation de l'offre commerciale en périphérie de Montréal
- La croissance des achats sur Internet

Les études citées et l'expérience des artères déjà piétonnisées dans l'arrondissement nous invitent donc à considérer plusieurs facteurs ayant un impact sur la dynamique et la composition commerciale pour le projet visé dans le cadre du PPU, à savoir :

- Assurer une accessibilité au site (transport collectif et actif, circulation sur les rues transversales, zone de livraison);
- Favoriser une mixité commerciale (services de proximité et commerces de destination) pour maintenir un niveau d'achalandage pendant et hors des périodes de piétonnisation :
 - a. clientèle de résidents: favoriser le développement d'unité résidentielle pour soutenir la demande auprès des commerces de biens courants;
 - b. clientèle des travailleurs / étudiants: favoriser le développement d'espaces de bureaux, de recherches, de diffusion et d'ateliers de création;
- Améliorer le confort des déplacements des piétons (aménagement du domaine public);
- Assurer une visibilité des commerces de détail ne disposant pas de terrasse (occupation du domaine public en contre-terrasses des bars et restaurants, respect des normes d'aménagement des contre-terrasses);
- Animer et promouvoir ponctuellement par des événements les tronçons piétonnés.