

# ÉTUDE DE CLIENTÈLE PARTICIPATIVE

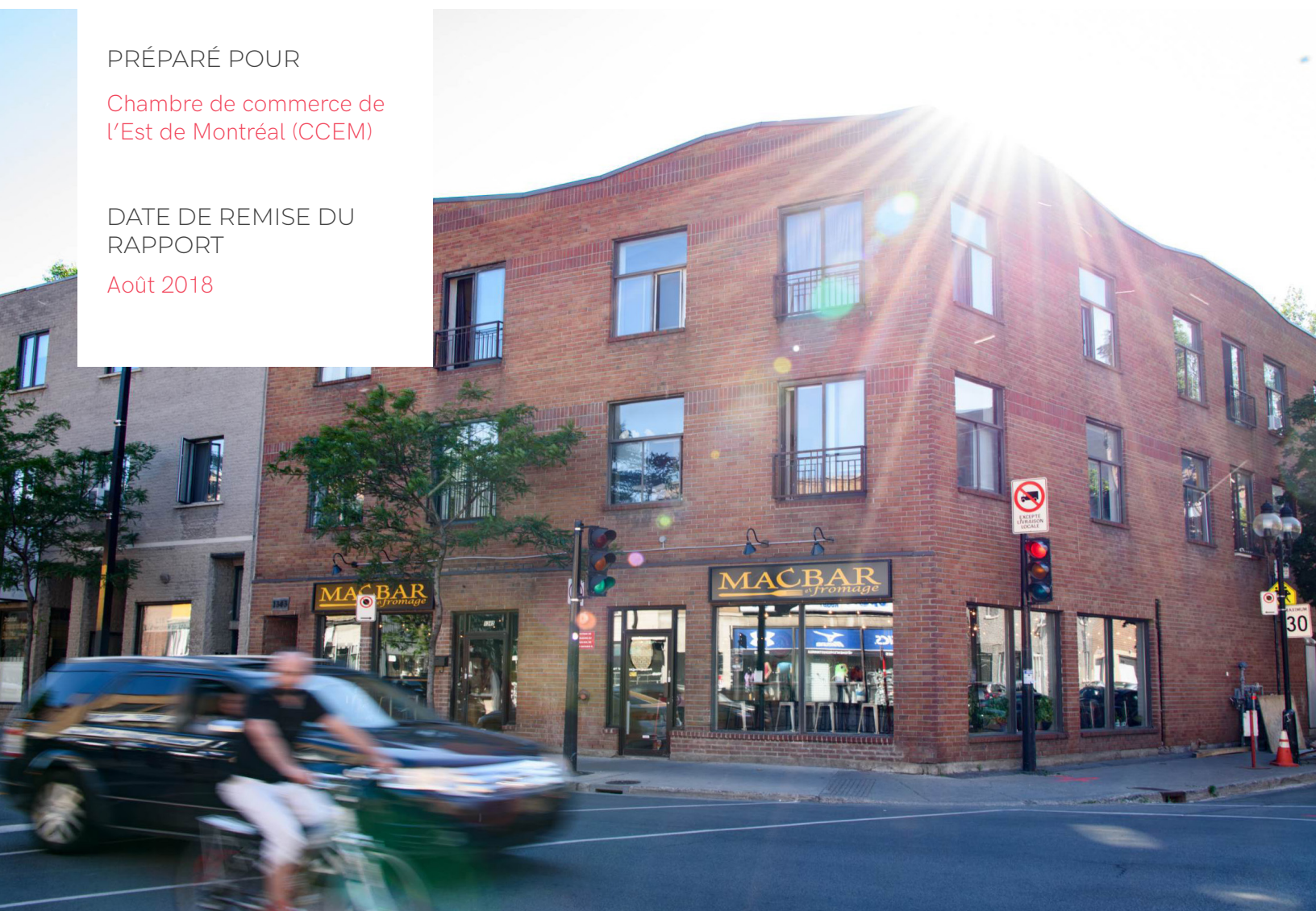
CHAMBRE DE COMMERCE DE L'EST DE MONTRÉAL - RUE ONTARIO EST

PRÉPARÉ POUR

Chambre de commerce de  
l'Est de Montréal (CEM)

DATE DE REMISE DU  
RAPPORT

Août 2018



## DÉCLARATION DE CONFIDENTIALITÉ

Ce rapport contient des renseignements confidentiels et exclusifs à POTLOC et son client.  
Ce rapport ne peut être imprimé ou photocopié qu'exclusivement dans le cadre de l'évaluation du projet.  
Il ne doit en aucun cas être partagé avec de tierces parties sans l'autorisation préalable du client.

## POTLOC MUNICIPALITÉS

POTLOC est une entreprise dont la mission est de remettre les consommateurs au coeur du processus de développement commercial. POTLOC collabore à la fois avec des municipalités, des gestionnaires de centres commerciaux et des grands détaillants.

Pour ses clients municipalités, POTLOC s'appuie sur les réseaux sociaux afin d'organiser des grandes campagnes participatives où des milliers de citoyens sont invités à construire un quartier à leur image. Prendre le pouls de la clientèle permet de comprendre les différents segments de consommateurs et d'identifier leurs besoins afin d'adresser des solutions qui leur correspondent.

Ce processus de co-construction permet de réaliser des études de marché pertinentes, prenant en compte les besoins de la clientèle, mais aussi de véhiculer une excellente image pour la municipalité ou l'association.

Créée au Canada et appelée développement commercial participatif, cette démarche est de plus en plus populaire en Amérique du Nord et en Europe.





## FAITS SAILLANTS

### PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES RÉPONDANTS

L'échantillon de répondants est composé d'une grande majorité de résidents des codes postaux H2K et H2L (86%), d'une légère majorité de femmes (57%), et est assez jeune (57% des sondés sont âgés de moins de 35 ans). Les revenus annuels par ménage varient quant à eux sensiblement parmi l'échantillon de répondants.

### HABITUDES DE FRÉQUENTATION DES COMMERCES DE LA RUE ONTARIO EST

La campagne a ciblé principalement des clients de la rue Ontario Est (95%), clients plutôt réguliers puisqu'ils sont 65% à déclarer se rendre dans les commerces de la rue une fois par semaine ou plus.

Près de deux tiers des clients sondés (65%) fréquentent principalement la zone B / Ouest de la rue (entre l'avenue Papineau à l'est et la rue Amherst à l'ouest), plutôt que la zone A / Est (entre la rue d'Iberville à l'est et l'avenue Papineau à l'ouest). Les différences observées entre les zones A et B sont moins du fait d'une différence de profil sociodémographique de leurs clients mais davantage d'une différence intrinsèque à ces zones.

La raison principale évoquée par les clients pour fréquenter les commerces de la rue Ontario Est est le fait qu'ils résident à proximité (73%).

Les commerces fréquentés principalement dans la rue Ontario Est sont les restaurants, bars et cafés (71%) et les magasins d'alimentation spécialisés (60%).

### SATISFACTION ENVERS PLUSIEURS ASPECTS DE LA RUE ONTARIO EST

La clientèle des commerces de la rue Ontario Est est particulièrement satisfaite de l'accessibilité de la zone (score moyen de 3,87 sur 5). En revanche, la clientèle des commerces de la rue Ontario Est semble moins satisfaite de l'allure des devantures et des vitrines (2,47). Il est important de noter que cet aspect est moins bien perçu par les clients de la zone A / Est (2,28) alors que les clients de la zone B / Ouest sont moins satisfaits par la qualité du mobilier urbain (2,47).

### INTENTION DE FRÉQUENTATION DE LA RUE ONTARIO EST

On constate que la moitié des répondants (50%) ont donné une note de 9 ou 10 (sur une échelle de 0 à 10) à leur probabilité de fréquenter davantage la rue Ontario Est si l'on y développait l'offre de commerces, ce qui indique un engouement particulièrement fort pour le quartier et son offre commerciale.

### OFFRE COMMERCIALE SOUHAITÉE RUE ONTARIO EST

Plus de la moitié des répondants ont retenu les commerces d'alimentation dans leur "Top 2" de commerces à développer rue Ontario Est (54% au total, dont 33% en premier choix et 21% en second choix). Les répondants aimeraient ensuite que des restaurants et cafés se développent rue Ontario Est (48% au total, dont 24% en premier choix et 24% en second choix).

## FAITS SAILLANTS

Les répondants ayant sélectionné le type de commerce "Commerces d'alimentation" aimeraient particulièrement voir l'ouverture d'une SAQ (60% en premier choix et 56% en second choix). En ce qui concerne les restaurants et cafés, ce sont **les restaurants de déjeuner et brunchs** qui sont plébiscités par le plus de monde (56% en premier choix et 46% en second choix parmi les répondants ayant sélectionné le type de commerce "Restaurants et cafés").

### LES INITIATIVES DE LA RUE ONTARIO EST

Parmi les initiatives qui pourraient voir le jour rue Ontario Est, **les répondants ont manifesté de l'intérêt pour la création d'un espace extérieur public aménagé** comme les Jardins Gamelin au Métro Berri-UQAM (26%). Le second projet le plus plébiscité est **l'amélioration du mobilier urbain** (20%), qui est principalement demandé par les clients de la zone B / Ouest (25%).

# RÉSULTATS DU SONDAGE



## PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES RÉPONDANTS



Le ciblage des publicités Facebook a permis de recruter 2 069 passants de la rue Ontario Est (qu'ils y résident ou non) et de ses environs. Suite à des vérifications, les personnes âgées de moins de 18 ans ont été retirées de l'échantillon. Ce sont ainsi **2 064 passants de la rue Ontario Est et de ses environs, âgés de 18 ans et plus, qui composent l'échantillon final des répondants.**

Une grande majorité des répondants (86%) résident dans le quartier de la rue Ontario Est, identifié par les codes postaux H2K et H2L.

RÉSIDEZ-VOUS DANS LE QUARTIER ?		
	#	%
Oui (H2K ou H2L)	1773	86%
Non	291	14%
<b>TOTAL</b>	<b>2064</b>	<b>100%</b>

L'échantillon de 2 064 répondants est composé d'une légère majorité de femmes (57%).

SEXE ?		
	#	%
Femme	1173	57%
Homme	867	42%
Autre / Non binaire	24	1%
<b>TOTAL</b>	<b>2064</b>	<b>100%</b>

L'échantillon de répondants est relativement jeune : 57% des répondants ont entre 18 et 34 ans, 35% des répondants sont âgés de 35 à 54 ans, et 8% d'entre eux sont âgés de 55 ans et plus.

QUEL ÂGE AVEZ-VOUS ?		
	#	%
18-24 ans	227	11%
25-34 ans	947	46%
35-44 ans	484	23%
45-54 ans	243	12%
55-64 ans	125	6%
Plus de 65 ans	38	2%
<b>TOTAL</b>	<b>2064</b>	<b>100%</b>

## PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES RÉPONDANTS



23% des répondants font partie d'un ménage dont le revenu annuel est inférieur à 40 000 \$, 30% des répondants sont membres d'un ménage dont le revenu annuel est compris entre 40 000 \$ et 79 999 \$, et 37% des répondants font partie d'un ménage dont le revenu annuel est supérieur à 80 000\$.

Par ailleurs, 10% des répondants se sont abstenus de répondre à cette question étant donné sa nature sensible.

QUEL EST LE REVENU ANNUEL TOTAL DE VOTRE MÉNAGE (AVANT IMPÔTS ET EN INCLUANT LES REVENUS DE TOUTES PROVENANCES ET DE TOUS LES MEMBRES DU MÉNAGE) ?		
	#	%
Moins de 20 000\$	159	8%
20 000\$ à 39 999\$	316	15%
40 000\$ à 59 999\$	334	16%
60 000\$ à 79 999\$	296	14%
80 000 à 99 999\$	259	13%
100 000\$ à 124 999\$	227	11%
Plus de 125 000\$	267	13%
Je préfère ne pas répondre	206	10%
<b>TOTAL</b>	<b>2064</b>	<b>100%</b>



## HABITUDES DE FRÉQUENTATION DES COMMERCES DE LA RUE ONTARIO EST

Cette question était posée au tout début de l'enquête à l'ensemble des 2 064 répondants.

95% des répondants ont fréquenté les commerces de la rue Ontario Est au cours de la dernière année. L'échantillon de répondants, avec les caractéristiques sociodémographiques qui leur sont associées, est donc représentatif de la clientèle habituelle des commerces de la rue Ontario Est.

AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE, AVEZ-VOUS FRÉQUENTÉ LES COMMERCES DE LA RUE ONTARIO EST, ENTRE LA RUE D'IBERVILLE À L'EST ET LA RUE AMHERST À L'OUEST ?		
	#	%
Oui	1953	95%
Non	111	5%
<b>TOTAL</b>	<b>2064</b>	<b>100%</b>

La question suivante a été posée uniquement aux clients des commerces de la rue Ontario Est (95% des répondants, soit 1 953 répondants sur 2 064).

Une majorité des répondants (65%) fréquentent principalement la zone B / Ouest, entre l'avenue Papineau à l'est et la rue Amherst à l'ouest. Les 35% restants fréquentent majoritairement la zone A / Est, entre la rue d'Iberville à l'est et l'avenue Papineau à l'ouest.

Cette question permettra de différencier les besoins des clients de la rue en fonction de la zone qu'ils fréquentent principalement.

QUELLE ZONE DE LA RUE ONTARIO EST FRÉQUENTEZ-VOUS PRINCIPALEMENT ?		
	#	%
ZONE A : Entre la rue d'Iberville à l'est et l'avenue Papineau à l'ouest	681	35%
ZONE B : Entre l'avenue Papineau à l'est et la rue Amherst à l'ouest	1272	65%
<b>TOTAL</b>	<b>1953</b>	<b>100%</b>



# HABITUDES DE FRÉQUENTATION DES COMMERCES DE LA RUE ONTARIO EST



Cette question était posée uniquement aux **clients de la rue Ontario Est** (95% des répondants, soit 1 953 répondants sur 2 064).

Au cours de la dernière année, 80% d'entre eux ont fréquenté les commerces de biens et de services de la rue Ontario Est plusieurs fois par semaine (40%), environ une fois par semaine (25%) ou environ deux à trois fois par mois (15%). Seuls 19% des répondants les ont fréquentés environ une fois par mois (11%) ou moins d'une fois par mois (8%).

On peut noter que les commerces de biens et de services de la zone B / Ouest sont fréquentés bien plus souvent que ceux de la zone A / Est (48% des répondants qui fréquentent les commerces de la zone B le font plusieurs fois par semaine, contre seulement 26% des répondants qui fréquentent ceux de la zone A).

AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE, À QUELLE FRÉQUENCE AVEZ-VOUS FRÉQUENTÉ LES COMMERCES DE BIENS ET SERVICES (INCLUANT LES RESTAURANTS, BARS ET CAFÉS) DE CETTE ZONE ?	Total (n=1953)	SEXE		AGE			REVENU			RÉSIDENT DU QUARTIER		ZONE FRÉQUENTÉE PRINCIPALEMENT	
		Femme (n=1109)	Homme (n=821)	18-34 ans (n=1118)	35-54 ans (n=701)	55 ans et plus (n=134)	Moins de 40K\$ (n=443)	40K\$ à 80K\$ (n=601)	plus de 80K\$ (n=720)	Oui (n=1716)	Non (n=237)	Zone A (n=681)	Zone B (n=1272)
Plusieurs fois par semaine	40%	38%	44%	39%	44%	32%	39%	39%	42%	43%	23%	26%	48%
Environ une fois par semaine	25%	26%	25%	27%	23%	22%	26%	28%	24%	26%	18%	30%	23%
Environ deux à trois fois par mois	15%	16%	15%	15%	15%	16%	17%	13%	16%	14%	21%	19%	13%
Environ une fois par mois	11%	11%	10%	11%	9%	20%	12%	10%	9%	10%	16%	14%	9%
Moins d'une fois par mois	8%	10%	6%	8%	9%	10%	7%	9%	8%	7%	22%	11%	7%

Note : Les chiffres surlignés en **vert** indiquent les proportions supérieures de 5 points de pourcentage comparativement aux proportions observées pour l'ensemble des répondants, ceux surlignés en **rouge** indiquent à l'inverse les proportions inférieures de 5 points de pourcentage.

# HABITUDES DE FRÉQUENTATION DES COMMERCES DE LA RUE ONTARIO EST



La question présentée à la page suivante était posée aux répondants ayant indiqué fréquenter, au cours de la dernière année, les commerces de la rue Ontario Est **plusieurs fois par semaine, environ une fois par semaine ou environ deux à trois fois par mois** (1 578 répondants sur 2 064, soit 76% des répondants). Les répondants pouvaient choisir plusieurs réponses.

POUR QUELLE(S) RAISON(S) PRINCIPALE(S) FRÉQUENTEZ-VOUS LES COMMERCES DE CETTE ZONE ?	Total (n=1578)	SEXE		AGE			REVENU		RÉSIDENT DU QUARTIER		ZONE FRÉQUENTÉE PRINCIPALEMENT		
		Femme (n=876)	Homme (n=683)	18-34 ans (n=907)	35-54 ans (n=578)	55 ans et plus (n=93)	Moins de 40K\$ (n=362)	40K\$ à 80K\$ (n=483)	Plus de 80K\$ (n=593)	Oui (n=1431)	Non (n=147)	Zone A (n=510)	Zone B (n=1068)
J'habite à proximité	73%	73%	73%	77%	70%	58%	69%	72%	78%	78%	22%	71%	74%
Je peux m'y rendre facilement à pied	51%	50%	51%	51%	50%	49%	43%	49%	55%	53%	29%	45%	53%
C'est sur mon chemin pour me rendre à mon travail ou à mon lieu d'études	17%	18%	16%	18%	16%	9%	19%	18%	15%	17%	19%	15%	18%
Pour un/des restaurant(s), bar(s), café(s) en particulier (préciser)	15%	16%	15%	16%	15%	13%	15%	15%	16%	15%	18%	15%	15%
J'aime l'atmosphère, l'ambiance de la zone	14%	14%	14%	14%	15%	13%	16%	13%	14%	15%	10%	9%	16%
Pour un/des commerce(s) de biens ou de services en particulier (préciser)	13%	14%	13%	11%	16%	17%	10%	12%	16%	14%	10%	9%	16%
Pour la qualité des commerces de biens et de services	13%	12%	15%	11%	16%	11%	10%	11%	16%	14%	5%	4%	17%
Pour la variété des commerces de biens et de services	13%	12%	14%	12%	13%	20%	10%	13%	13%	13%	5%	6%	16%
Pour la qualité du service offert par les commerçants	12%	11%	13%	11%	15%	13%	9%	10%	15%	13%	6%	6%	15%
Je travaille ou j'étudie à proximité	12%	12%	12%	13%	11%	5%	17%	12%	10%	9%	44%	12%	12%
Pour la qualité des restaurants, bars et cafés	11%	9%	13%	11%	11%	8%	9%	9%	12%	11%	10%	5%	13%
Pour la variété des restaurants, bars et cafés	10%	8%	12%	10%	9%	10%	9%	9%	12%	10%	8%	7%	11%
Les prix affichés dans les commerces sont bons	8%	9%	8%	9%	8%	5%	7%	10%	7%	9%	7%	6%	10%
Je peux m'y rendre facilement en transports en commun	6%	6%	6%	6%	5%	9%	7%	8%	2%	5%	14%	8%	5%
Je peux m'y rendre facilement en voiture	3%	4%	3%	3%	4%	5%	2%	4%	4%	3%	5%	4%	3%
Je peux m'y stationner facilement en voiture	2%	2%	2%	2%	3%	1%	1%	3%	3%	2%	3%	3%	2%
Autre raison (préciser)	2%	1%	2%	1%	2%	3%	2%	2%	1%	1%	5%	2%	1%

# HABITUDES DE FRÉQUENTATION DES COMMERCES DE LA RUE ONTARIO EST



La question présentée à la page suivante était posée aux répondants ayant indiqué fréquenter, au cours de la dernière année, les commerces de la rue Ontario Est **environ une fois par mois ou moins d'une fois par mois** (349 répondants sur 2 064, soit 17% des répondants). Les répondants pouvaient choisir plusieurs réponses.

POUR QUELLE(S) RAISON(S) NE FRÉQUENTEZ-VOUS PAS PLUS SOUVENT LES COMMERCES DE CETTE ZONE ?	Total (n=349)	SEXE		AGE			REVENU			RÉSIDENT DU QUARTIER		ZONE FRÉQUENTÉE PRINCIPALEMENT	
		Femme (n=213)	Homme (n=132)	18-34 ans (n=197)	35-54 ans (n=112)	55 ans et plus (n=40)	Moins de 40K\$ (n=74)	40K\$ à 80K\$ (n=108)	Plus de 80K\$ (n=119)	Oui (n=267)	Non (n=82)	Zone A (n=160)	Zone B (n=189)
L'allure des devantures et des vitrines n'est pas invitante	31%	31%	30%	35%	26%	23%	23%	29%	36%	32%	27%	31%	31%
Le manque de variété des restaurants, bars et cafés	25%	24%	27%	26%	26%	15%	15%	27%	28%	27%	20%	33%	19%
Les commerces ne répondent pas à mes goûts	23%	21%	25%	25%	23%	13%	19%	24%	24%	26%	13%	28%	19%
Le manque de qualité des commerces de biens et de services	23%	19%	28%	26%	22%	5%	15%	19%	31%	24%	20%	26%	20%
Le manque de variété des commerces de biens et de services	22%	21%	25%	22%	25%	18%	20%	23%	24%	25%	13%	28%	18%
Le manque de qualité des restaurants, bars et cafés	22%	21%	24%	24%	22%	13%	18%	21%	25%	24%	16%	25%	20%
J'ai tout ce qu'il me faut ailleurs	20%	21%	18%	21%	21%	13%	22%	18%	23%	19%	23%	14%	25%
Je n'aime pas l'atmosphère, l'ambiance de la zone	20%	18%	23%	24%	18%	5%	12%	21%	23%	21%	17%	18%	21%
Ce n'est pas sur mon chemin pour me rendre à mon travail ou à mon lieu d'études	18%	22%	13%	19%	17%	15%	22%	16%	19%	19%	16%	12%	23%
C'est sale	12%	11%	14%	13%	13%	5%	11%	10%	13%	11%	16%	11%	13%
C'est trop loin de chez moi	12%	15%	8%	13%	5%	25%	18%	9%	11%	7%	27%	11%	13%
Il est difficile de s'y stationner en voiture	10%	12%	7%	7%	13%	15%	5%	14%	8%	10%	11%	10%	10%
Je ne connais pas bien cette artère commerciale	8%	10%	5%	9%	7%	8%	7%	8%	8%	8%	10%	8%	8%
Je ne m'y sens pas en sécurité	5%	5%	5%	4%	5%	5%	4%	5%	3%	4%	7%	4%	5%
C'est trop loin de mon lieu de travail ou d'études	4%	7%	1%	7%	2%	0%	9%	4%	2%	3%	9%	4%	4%
Il est difficile de s'y rendre en voiture	3%	4%	2%	1%	5%	8%	3%	2%	4%	3%	2%	3%	4%
Les prix affichés dans les commerces sont trop élevés	3%	3%	2%	3%	4%	3%	8%	0%	2%	2%	5%	4%	2%
Il est difficile de s'y rendre en transports en commun	2%	1%	2%	2%	2%	0%	3%	4%	0%	1%	2%	3%	1%
Autre raison (préciser)	6%	5%	7%	8%	4%	3%	11%	6%	3%	6%	6%	4%	8%

## HABITUDES DE FRÉQUENTATION DES COMMERCES DE LA RUE ONTARIO EST

Cette question était posée aux répondants ayant indiqué qu'ils n'avaient pas fréquenté les commerces de la rue Ontario Est au cours de la dernière année (111 répondants sur 2 064, soit 5% des répondants). Vu le faible nombre de répondants à cette question, il convient d'interpréter les résultats présentés ici avec prudence. Pour cette question, les répondants pouvaient choisir plusieurs réponses.

### POUR QUELLE(S) RAISON(S) N'AVEZ-VOUS PAS FRÉQUENTÉ LES COMMERCES DE LA RUE ONTARIO EST ENTRE LES RUES D'IBERVILLE ET AMHERST AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE ?

	#	%
Je ne connais pas bien cette artère commerciale	32	29%
L'allure des devantures et des vitrines n'est pas invitante	25	23%
J'ai tout ce qu'il me faut ailleurs	20	18%
C'est trop loin de chez moi	19	17%
Je n'aime pas l'atmosphère, l'ambiance de la zone	17	15%
Les commerces ne répondent pas à mes goûts	16	14%
Le manque de variété des commerces de biens et de services	15	14%
Ce n'est pas sur mon chemin pour me rendre à mon travail ou à mon l	14	13%
Le manque de variété des restaurants, bars et cafés	13	12%
Le manque de qualité des restaurants, bars et cafés	12	11%
C'est sale	10	9%
Il est difficile de s'y stationner en voiture	9	8%
Le manque de qualité des commerces de biens et de services	9	8%
Je ne m'y sens pas en sécurité	8	7%
Il est difficile de s'y rendre en voiture	5	5%
C'est trop loin de mon lieu de travail ou d'études	5	5%
Il est difficile de s'y rendre en transports en commun	3	3%
Les prix affichés dans les commerces sont trop élevés	1	1%
Autre raison (préciser)	6	5%



## SATISFACTION ENVERS PLUSIEURS ASPECTS DE LA RUE ONTARIO EST



Cette question était posée uniquement **aux clients des commerces de biens et de services de la rue Ontario Est**.

Les résultats présentés dans le tableau sont les moyennes des notes sur 5 attribuées par les répondants concernant différents aspects de la rue Ontario Est. On remarque que l'aspect le plus apprécié des clients des commerces de la rue Ontario Est est son accessibilité (note moyenne de 3,87/5). En revanche, c'est l'aspect des devantures et des vitrines qui reçoit la note la plus basse (note moyenne de 2,47/5), ce qui est en adéquation avec les réponses aux questions présentées p.23 et p.26 sur les raisons de la faible fréquentation de la zone.

Il est intéressant de noter que les clients de la zone A / Est sont en moyenne moins satisfaits par l'atmosphère et l'ambiance de la zone (2,80, contre 3,05 au global), par la variété des restaurants, bars et cafés (2,61, contre 2,99 au global), par la variété des magasins de biens et de services (2,30, contre 2,65 au global) et par l'allure des devantures et des vitrines (2,28, contre 2,47 au global). En revanche, ils sont plus satisfaits en moyenne par la qualité du mobilier urbain (3,00, contre 2,65 au global). En ce qui concerne les clients de la zone B / Ouest, ils sont en moyenne plus satisfaits par la variété des restaurants, bars et cafés (3,20, contre 2,99 au global) et des magasins de biens et services (2,83, contre 2,65 au global) alors qu'ils sont moins satisfaits en moyenne par la qualité du mobilier urbain (2,47, contre 2,65 au global).

Sur une échelle de 1 à 5 étoiles, comment évaluez-vous cette zone sur les aspects suivants ?	Total (n=1927)	SEXE		AGE			REVENU			RÉSIDENT DU QUARTIER		ZONE FRÉQUENTÉE PRINCIPALEMENT	
		Femme (n=1089)	Homme (n=815)	18-34 ans (n=1104)	35-54 ans (n=690)	55 ans et plus (n=133)	Moins de 40K\$ (n=436)	40K\$ à 80K\$ (n=591)	Plus de 80K\$ (n=712)	Oui (n=1698)	Non (n=229)	Zone A (n=670)	Zone B (n=1257)
Accessibilité de la zone	3,87	3,85	3,90	3,96	3,81	3,53	3,84	3,85	3,95	3,92	3,49	3,83	3,90
Sécurité de la zone	3,32	3,30	3,36	3,35	3,29	3,24	3,28	3,32	3,36	3,33	3,21	3,34	3,31
Atmosphère et ambiance	3,05	3,04	3,07	3,08	3,02	3,08	3,14	3,04	3,03	3,05	3,10	2,80	3,19
Variété des restaurants, bars et cafés	2,99	2,98	3,01	3,01	2,96	3,04	3,05	2,95	3,01	2,98	3,07	2,61	3,20
Stationnement	2,81	2,73	2,90	2,85	2,80	2,52	2,68	2,83	2,94	2,85	2,48	2,81	2,81
Variété des magasins de biens et services	2,65	2,61	2,69	2,66	2,59	2,77	2,71	2,61	2,61	2,65	2,59	2,30	2,83
Qualité du mobilier urbain	2,65	2,67	2,63	2,68	2,61	2,61	2,73	2,68	2,55	2,64	2,70	3,00	2,47
Allure des devantures et des vitrines	2,47	2,48	2,46	2,45	2,47	2,59	2,56	2,46	2,39	2,47	2,49	2,28	2,57

# INTENTION DE FRÉQUENTATION DE LA RUE ONTARIO EST



Cette question était posée à l'ensemble des répondants.

On constate que la moitié des répondants (50%) ont donné une note de 9 ou 10 (sur une échelle de 0 à 10) à leur probabilité de fréquenter davantage la rue Ontario Est si l'on y développait l'offre de commerces, ce qui indique un engouement fort pour le quartier et son offre commerciale.

On remarque que les non-résidents du quartier ainsi que les personnes âgées de 55 ans et plus ont tendance à donner des probabilités plus basses que la moyenne (ils ne sont respectivement que 31% et 33% à donner une note de 9 ou 10).

QUELLE EST LA PROBABILITÉ QUE VOUS FRÉQUENTIEZ DAVANTAGE LA RUE ONTARIO EST SI L'ON Y DÉVELOPPAIT L'OFFRE DE COMMERCES ?	Total (n=2064)	SEXE		AGE			REVENU			RÉSIDENT DU QUARTIER		ZONE FRÉQUENTÉE PRINCIPALEMENT	
		Femme (n=1175)	Homme (n=887)	18-34 ans (n=1174)	35-54 ans (n=727)	55 ans et plus (n=163)	Moins de 40K\$ (n=475)	40K\$ à 80K\$ (n=630)	Plus de 80K\$ (n=759)	Oui (n=1775)	Non (n=291)	Zone A (n=681)	Zone B (n=1272)
9 - 10	50%	50%	50%	51%	52%	33%	47%	50%	54%	53%	31%	53%	50%
6 - 8	41%	42%	39%	40%	40%	50%	42%	42%	37%	39%	51%	39%	40%
0 - 5	9%	9%	10%	9%	9%	18%	11%	8%	9%	8%	18%	8%	9%

## OFFRE COMMERCIALE SOUHAITÉE RUE ONTARIO EST

Les questions qui suivent étaient posées aux répondants **ayant donné une note supérieure ou égale à 6 sur 10 à leur probabilité de fréquenter davantage la rue Ontario Est si l'on y développait l'offre de commerces** (1 870 répondants sur 2 064, soit 91% des répondants). En d'autres termes, il s'agit des répondants les plus susceptibles de fréquenter davantage la rue Ontario Est dans le scénario où son offre commerciale serait améliorée.

Les répondants étaient invités à s'exprimer sur les types de commerces qu'ils aimeraient voir se développer rue Ontario Est. Pour cela, il leur était demandé de sélectionner les deux types de commerces (premier choix et second choix dans le tableau ci-dessous) qu'ils préféreraient parmi une liste préétablie de huit types de commerces. Pour chacune des questions, ils ne pouvaient sélectionner qu'une seule réponse.

Dans le tableau ci-dessous, la colonne "Total" correspond à la somme des pourcentages des premier et second choix des répondants (aux approximations d'arrondis près) et permet alors de présenter, pour chaque type de commerce, la proportion des répondants qui l'ont retenu dans leur "Top 2".

Ainsi, plus de la moitié des répondants ont retenu les commerces d'alimentation dans leur "Top 2" de commerces à développer rue Ontario Est (54% au total, dont 33% en premier choix et 21% en second choix). Les répondants aimeraient ensuite que des restaurants et cafés se développent rue Ontario Est (48% au total, dont 24% en premier choix et 24% en second choix).

QUEL TYPE DE COMMERCE LA RUE ONTARIO EST DEVRAIT-ELLE ALORS DÉVELOPPER POUR MIEUX RÉPONDRE À VOS BESOINS ?	Total (n=1870)	Premier choix	Second choix
Commerces d'alimentation	54%	33%	21%
Restaurants et cafés	48%	24%	24%
Culture et divertissement	27%	11%	17%
Bars	22%	10%	12%
Mode, accessoires et décoration	20%	10%	10%
Services	11%	4%	7%
Autres commerces	9%	6%	4%
Beauté, santé et bien-être	7%	3%	3%
Aucun	2%	-	2%

## PREMIER TYPE DE COMMERCE SOUHAITÉ



Les questions suivantes détaillent les **commerces souhaités en priorité (premier choix) rue Ontario Est**.

Les répondants ont indiqué que la rue Ontario Est devrait développer en priorité des commerces d'alimentation (33%) et des restaurants et cafés (24%) pour répondre au mieux à leurs besoins.

Il est intéressant de noter qu'il n'y a pas de différence notable de commerce désiré entre les clients de la zone A et ceux de la zone B.

On note également que les répondants âgés entre 35 et 54 ans (36% des répondants à cette question) sont plus nombreux à vouloir des commerces d'alimentation (39%) mais sont moins nombreux à vouloir plus de bars (5%, contre 10% au global).

Quant aux non-résidents, ils sont moins nombreux à vouloir davantage de commerces d'alimentation (22%) mais sont plus nombreux à vouloir davantage de restaurants et cafés (29%).

QUEL TYPE DE COMMERCE LA RUE ONTARIO EST DEVRAIT-ELLE ALORS DÉVELOPPER EN PRIORITÉ POUR MIEUX RÉPONDRE À VOS BESOINS ?	Total (n=1870)	SEXE		AGE			REVENU		RÉSIDENT DU QUARTIER		ZONE FRÉQUENTÉE PRINCIPALEMENT		
		Femme (n=1071)	Homme (n=779)	18-34 ans (n=1071)	35-54 ans (n=665)	55 ans et plus (n=134)	Moins de 40K\$ (n=425)	40K\$ à 80K\$ (n=582)	plus de 80K\$ (n=688)	Oui (n=1631)	Non (n=239)	Zone A (n=626)	Zone B (n=1247)
Commerces d'alimentation	33%	33%	33%	29%	39%	32%	31%	32%	34%	35%	22%	31%	35%
Restaurants et cafés	24%	25%	24%	27%	22%	18%	20%	25%	27%	24%	29%	27%	22%
Culture et divertissement	11%	10%	12%	12%	9%	10%	15%	12%	8%	10%	13%	10%	11%
Mode, accessoires et décoration	10%	11%	7%	9%	10%	15%	10%	10%	9%	9%	15%	9%	9%
Bars	10%	9%	11%	13%	5%	2%	11%	10%	9%	10%	10%	10%	9%
Autres commerces	6%	5%	6%	4%	7%	13%	6%	5%	5%	6%	5%	5%	6%
Services	4%	3%	6%	3%	5%	7%	4%	4%	5%	4%	3%	5%	4%
Beauté, santé et bien-être	3%	4%	2%	3%	3%	1%	4%	3%	3%	3%	4%	4%	3%



# PREMIER TYPE DE COMMERCE SOUHAITÉ : LES COMMERCES D'ALIMENTATION

Cette question était posée aux répondants ayant indiqué, en premier choix, que la rue Ontario Est devrait développer en priorité des commerces d'alimentation pour mieux répondre à leurs besoins (616 répondants sur 1 870, soit 33% des répondants à la question sur le type de commerce à développer en priorité rue Ontario Est). Les répondants pouvaient choisir plusieurs réponses.

QUEL(S) TYPE(S) DE COMMERCE(S) D'ALIMENTATION AIMERIEZ-VOUS RETROUVER ?	Total (n=616)	SEXE		AGE			REVENU			RÉSIDENT DU QUARTIER		ZONE FRÉQUENTÉE PRINCIPALEMENT	
		Femme (n=353)	Homme (n=257)	18-34 ans (n=314)	35-54 ans (n=259)	55 ans et plus (n=43)	Moins de 40K\$ (n=133)	40K\$ à 80K\$ (n=184)	Plus de 80K\$ (n=237)	Oui (n=564)	Non (n=52)	Zone A (n=193)	Zone B (n=408)
SAQ	60%	56%	66%	55%	69%	49%	48%	60%	67%	62%	44%	69%	58%
Épicerie générale	51%	48%	54%	49%	53%	47%	46%	59%	49%	51%	42%	42%	55%
Marché public	51%	49%	52%	50%	54%	33%	50%	50%	53%	51%	48%	48%	52%
Poissonnerie	42%	41%	44%	39%	46%	44%	28%	43%	45%	45%	15%	38%	44%
Épicerie bio	42%	45%	37%	43%	44%	21%	44%	41%	41%	41%	50%	43%	41%
Fruits et légumes	42%	45%	38%	39%	46%	37%	41%	38%	46%	42%	40%	56%	34%
Épicerie fine	33%	31%	36%	29%	36%	44%	26%	30%	40%	34%	29%	39%	30%
Boucherie	26%	27%	25%	27%	27%	19%	17%	24%	35%	26%	27%	44%	17%
Fromagerie	24%	25%	23%	22%	24%	35%	16%	23%	29%	24%	23%	36%	17%
Boulangerie	22%	24%	19%	23%	20%	23%	20%	19%	27%	21%	37%	36%	15%
Crèmerie / Glacier	17%	18%	16%	17%	18%	14%	9%	16%	22%	17%	19%	12%	20%
Pâtisserie	14%	15%	13%	16%	13%	12%	12%	10%	19%	14%	13%	21%	10%
Magasin de suppléments et vitamines	5%	6%	3%	5%	3%	7%	5%	4%	4%	4%	8%	3%	5%
Dépanneur	3%	3%	4%	4%	2%	2%	3%	3%	3%	3%	6%	4%	3%
Autre(s) (précisez)	5%	5%	4%	6%	4%	2%	9%	4%	3%	4%	13%	4%	5%

## PREMIER TYPE DE COMMERCE SOUHAITÉ : LES RESTAURANTS ET CAFÉS



Cette question était posée aux répondants ayant indiqué, en premier choix, que la rue Ontario Est devrait développer en priorité des restaurants et cafés pour mieux répondre à leurs besoins (454 répondants sur 1 870, soit 24% des répondants à la question sur le type de commerce à développer en priorité rue Ontario Est). Les répondants pouvaient choisir plusieurs réponses.

QUEL(S) TYPE(S) DE RESTAURANT(S) ET CAFÉ(S) AIMERIEZ-VOUS RETROUVER ?	Total (n=454)	SEXE		AGE			REVENU		RÉSIDENT DU QUARTIER		ZONE FRÉQUENTÉE PRINCIPALEMENT		
		Femme (n=264)	Homme (n=184)	18-34 ans (n=286)	35-54 ans (n=144)	55 ans et plus (n=24)	Moins de 40K\$ (n=83)	40K\$ à 80K\$ (n=144)	Plus de 80K\$ (n=184)	Oui (n=385)	Non (n=69)	Zone A (n=172)	Zone B (n=256)
Déjeuners / brunchs	56%	58%	52%	60%	49%	38%	51%	54%	61%	57%	46%	58%	55%
Café	43%	48%	35%	47%	38%	21%	48%	42%	40%	43%	43%	46%	40%
Tapas	35%	36%	32%	37%	34%	13%	27%	31%	41%	36%	28%	34%	35%
Cuisine moderne / créative	34%	35%	32%	32%	40%	25%	31%	28%	38%	34%	36%	35%	34%
Gastronomique	31%	31%	32%	30%	36%	21%	24%	28%	39%	32%	26%	32%	31%
Japonais	30%	32%	26%	30%	31%	13%	19%	33%	31%	31%	23%	30%	30%
Végétarien	29%	36%	21%	32%	26%	17%	37%	28%	28%	29%	33%	37%	24%
Italien	27%	26%	29%	27%	25%	38%	22%	24%	31%	27%	25%	25%	28%
Pizzeria	26%	23%	30%	26%	24%	38%	22%	24%	33%	27%	20%	22%	29%
Mexicain	26%	26%	25%	28%	23%	13%	29%	21%	28%	28%	13%	17%	31%
Thaï	25%	25%	26%	24%	26%	33%	16%	28%	26%	26%	19%	25%	25%
Méditerranéen	23%	25%	21%	22%	26%	21%	17%	24%	26%	23%	22%	20%	25%
Indien	22%	21%	22%	22%	23%	8%	14%	26%	20%	21%	26%	23%	22%
Burgers	21%	22%	20%	21%	21%	21%	20%	23%	21%	21%	19%	20%	21%
Familial	20%	23%	16%	19%	23%	29%	23%	19%	21%	21%	20%	22%	19%
Poissons / fruits de mer	20%	20%	18%	19%	19%	29%	12%	22%	22%	19%	22%	19%	20%
Crêperie	18%	19%	17%	19%	15%	21%	17%	18%	17%	17%	20%	20%	15%
Salon de thé	16%	20%	10%	17%	15%	4%	20%	15%	14%	15%	25%	19%	14%
Chinois	15%	14%	17%	15%	13%	29%	23%	16%	13%	16%	10%	17%	15%
Autre(s) (précisez)	4%	4%	3%	2%	7%	0%	2%	3%	5%	4%	1%	4%	4%

## DEUXIÈME TYPE DE COMMERCE SOUHAITÉ



Les questions suivantes détaillent les **commerces souhaités en deuxième choix rue Ontario Est**.

Les répondants ont indiqué, en second choix, que la rue Ontario Est devrait développer des restaurants et cafés (24%) et des commerces d'alimentation (21%) pour répondre au mieux à leurs besoins.

Il est intéressant de noter qu'il n'y a pas de différence notable de commerce désiré entre les clients de la zone A et ceux de la zone B.

On note également que les bars, plébiscités par 12% de l'ensemble des répondants, sont plus demandés par les répondants âgés entre 18 et 34 ans (17%). À l'inverse, ils sont moins demandés par les personnes âgées entre 35 et 54 ans (7%) et par les répondants âgés de 55 ans et plus (2%).

QUEL EST LE DEUXIÈME TYPE DE COMMERCE QUE LA RUE ONTARIO EST DEVRAIT DÉVELOPPER POUR MIEUX RÉPONDRE À VOS BESOINS ?	Total (n=1870)	SEXE		AGE			REVENU			RÉSIDENT DU QUARTIER		ZONE FRÉQUENTÉE PRINCIPALEMENT	
		Femme (n=1071)	Homme (n=779)	18-34 ans (n=1071)	35-54 ans (n=665)	55 ans et plus (n=134)	Moins de 40K\$ (n=423)	40K\$ à 80K\$ (n=582)	Plus de 80K\$ (n=689)	Oui (n=1631)	Non (n=239)	Zone A (n=626)	Zone B (n=1157)
Restaurants et cafés	24%	23%	25%	23%	25%	24%	22%	21%	28%	24%	24%	25%	23%
Commerces d'alimentation	21%	21%	22%	19%	24%	25%	19%	23%	22%	22%	16%	22%	22%
Culture et divertissement	17%	15%	18%	16%	17%	17%	20%	15%	15%	16%	17%	16%	16%
Bars	12%	12%	13%	17%	7%	2%	14%	13%	11%	12%	15%	14%	12%
Mode et accessoires	10%	13%	7%	10%	9%	12%	11%	11%	10%	10%	14%	10%	10%
Services	7%	6%	8%	7%	7%	7%	5%	7%	7%	7%	5%	5%	8%
Autres commerces	4%	4%	4%	3%	6%	6%	5%	4%	3%	4%	2%	3%	4%
Beauté, santé et bien-être	3%	4%	2%	3%	4%	4%	2%	4%	3%	3%	4%	4%	3%
Aucun	2%	2%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	1%	2%	3%	1%	2%

## DEUXIÈME TYPE DE COMMERCE SOUHAITÉ : LES RESTAURANTS ET CAFÉS



Cette question était posée aux répondants ayant indiqué, en second choix, que la rue Ontario Est devrait développer en priorité des restaurants et cafés pour mieux répondre à leurs besoins (444 répondants sur 1 870, soit 24% des répondants à la question sur le type de commerce à développer secondairement rue Ontario Est). Les répondants pouvaient choisir plusieurs réponses.

QUEL(S) TYPE(S) DE RESTAURANT(S) ET CAFÉ(S) AIMERIEZ-VOUS RETROUVER SECONDAIREMENT ?	Total (n=444)	SEXE		AGE			REVENU			RÉSIDENT DU QUARTIER		ZONE FRÉQUENTÉE PRINCIPALEMENT	
		Femme (n=249)	Homme (n=192)	18-34 ans (n=248)	35-54 ans (n=164)	55 ans et plus (n=32)	Moins de 40K\$ (n=92)	40K\$ à 80K\$ (n=20)	Plus de 80K\$ (n=196)	Oui (n=386)	Non (n=58)	Zone A (n=156)	Zone B (n=264)
Déjeuners / brunchs	46%	51%	40%	51%	43%	28%	43%	46%	49%	46%	48%	45%	46%
Tapas	36%	37%	36%	41%	32%	25%	25%	33%	44%	37%	33%	32%	40%
Café	33%	37%	29%	35%	33%	25%	36%	31%	32%	32%	41%	38%	31%
Cuisine moderne / créative	33%	31%	35%	31%	37%	28%	23%	36%	35%	34%	26%	35%	30%
Italien	29%	31%	26%	26%	34%	22%	23%	22%	33%	30%	17%	29%	30%
Végétarien	27%	34%	17%	27%	29%	22%	35%	36%	19%	25%	40%	28%	26%
Japonais	25%	26%	24%	25%	27%	9%	17%	23%	29%	27%	14%	23%	27%
Thaï	25%	24%	27%	23%	31%	13%	20%	23%	28%	27%	12%	22%	28%
Mexicain	25%	26%	23%	26%	27%	6%	30%	23%	22%	26%	17%	20%	29%
Gastronomique	24%	21%	28%	24%	25%	22%	15%	23%	27%	24%	24%	23%	25%
Pizzeria	23%	20%	27%	23%	26%	13%	16%	21%	28%	25%	14%	17%	27%
Poissons / fruits de mer	23%	20%	27%	22%	20%	47%	18%	26%	23%	24%	14%	24%	22%
Méditerranéen	23%	23%	23%	19%	29%	25%	16%	19%	28%	24%	14%	21%	23%
Indien	23%	22%	23%	22%	25%	13%	24%	25%	20%	24%	14%	22%	23%
Familial	21%	23%	18%	16%	28%	19%	17%	18%	24%	22%	16%	22%	20%
Burgers	17%	15%	20%	19%	16%	9%	10%	19%	20%	17%	16%	15%	19%
Crêperie	16%	18%	15%	20%	11%	19%	14%	14%	17%	17%	16%	17%	15%
Salon de thé	16%	20%	9%	15%	16%	13%	15%	17%	14%	15%	17%	17%	15%
Chinois	10%	8%	13%	9%	12%	9%	10%	14%	7%	11%	7%	10%	11%
Autre(s) (précisez)	4%	3%	4%	4%	2%	3%	5%	3%	4%	4%	3%	4%	4%



## DEUXIÈME TYPE DE COMMERCE SOUHAITÉ : LES COMMERCES D'ALIMENTATION



Cette question était posée aux répondants ayant indiqué, en second choix, que la rue Ontario Est devrait développer en priorité des commerces d'alimentation pour mieux répondre à leurs besoins (400 répondants sur 1 870, soit 21% des répondants à la question sur le type de commerce à développer secondairement rue Ontario Est). Les répondants pouvaient choisir plusieurs réponses.

QUEL(S) TYPE(S) DE COMMERCE(S) D'ALIMENTATION AIMERIEZ- VOUS RETROUVER SECONDAIREMENT ?	Total (n=400)	SEXE		AGE			REVENU			RÉSIDENT DU QUARTIER		ZONE FRÉQUENTÉE PRINCIPALEMENT	
		Femme (n=223)	Homme (n=175)	18-34 ans (n=207)	35-54 ans (n=160)	55 ans et plus (n=33)	Moins de 40K\$ (n=80)	40K\$ à 80K\$ (n=133)	Plus de 80K\$ (n=154)	Oui (n=362)	Non (n=38)	Zone A (n=135)	Zone B (n=252)
SAQ	56%	57%	54%	57%	59%	33%	35%	59%	64%	58%	32%	50%	60%
Marché public	45%	49%	39%	44%	44%	52%	45%	42%	47%	45%	42%	40%	48%
Épicerie bio	40%	44%	33%	38%	43%	30%	35%	43%	40%	40%	34%	39%	40%
Épicerie générale	39%	37%	41%	38%	38%	48%	38%	35%	44%	39%	32%	36%	39%
Fruits et légumes	35%	41%	27%	32%	38%	33%	39%	35%	35%	35%	34%	44%	30%
Poissonnerie	34%	36%	30%	30%	39%	33%	23%	28%	44%	34%	32%	28%	37%
Épicerie fine	32%	31%	33%	33%	33%	18%	30%	30%	36%	33%	24%	35%	31%
Fromagerie	26%	24%	27%	26%	26%	24%	19%	24%	32%	25%	29%	31%	23%
Boulangerie	24%	25%	22%	23%	25%	24%	23%	23%	28%	23%	34%	35%	17%
Boucherie	21%	22%	21%	19%	24%	21%	16%	23%	24%	21%	21%	32%	15%
Crèmerie / Glaciers	21%	22%	18%	21%	19%	24%	16%	14%	28%	20%	26%	16%	23%
Pâtisserie	18%	20%	14%	18%	19%	9%	23%	19%	12%	17%	26%	21%	15%
Magasin de suppléments et vitamines	5%	4%	5%	7%	3%	0%	9%	4%	3%	5%	3%	7%	3%
Dépanneur	2%	2%	2%	1%	3%	3%	3%	2%	1%	2%	0%	1%	2%
Autre(s) (précisez)	2%	4%	1%	2%	2%	3%	4%	3%	1%	2%	5%	2%	2%

## LES INITIATIVES DE LA RUE ONTARIO EST



Cette question était posée à l'ensemble des 2 064 répondants.

Parmi les initiatives qui pourraient voir le jour rue Ontario Est, les répondants ont manifesté plus d'intérêt (choix unique) pour la création d'un espace extérieur public aménagé comme les Jardins Gamelin au Métro Berri-UQAM (26%) et pour l'amélioration du mobilier urbain (20%).

Sur ce dernier point, on remarque cependant un fort clivage entre les clients de la zone A / Est et ceux de la zone B / Ouest. En effet, les clients de la zone B ont davantage tendance à plébisciter l'amélioration du mobilier urbain (25%), contrairement aux clients de la zone A qui ne sont que 11% à le réclamer.

PARMI LES INITIATIVES SUIVANTES QUI POURRAIENT VOIR LE JOUR SUR LA RUE ONTARIO EST, QUELLE EST CELLE QUI VOUS INTÉRESSE LE PLUS ?	Total (n=2064)	SEXE		AGE			REVENU		RÉSIDENT DU QUARTIER		ZONE FRÉQUENTÉE PRINCIPALEMENT		
		Femme (n=1173)	Homme (n=867)	18-34 ans (n=1174)	35-54 ans (n=727)	55 ans et plus (n=163)	Moins de 40K\$ (n=475)	40K\$ à 80K\$ (n=630)	Plus de 80K\$ (n=753)	Oui (n=1773)	Non (n=291)	Zone A (n=681)	Zone B (n=1272)
La création d'un espace extérieur public aménagé (p.ex. : Les Jardins Gamelin au Métro Berri-UQAM)	26%	27%	25%	30%	23%	13%	24%	26%	28%	27%	20%	30%	24%
L'amélioration du mobilier urbain (p.ex. : bancs, poubelles, bac à fleurs, etc.)	20%	18%	24%	16%	25%	29%	16%	20%	23%	21%	18%	11%	25%
Festival de musique de rue (avec circulation automobile interdite sur la rue)	14%	13%	14%	15%	12%	11%	17%	13%	12%	13%	16%	16%	12%
La participation de plusieurs restaurants à l'évènement Parcours Épicurien (parcours gourmand)	11%	11%	11%	10%	12%	16%	8%	11%	13%	10%	15%	13%	10%
Évènement "Vente trottoir" (avec circulation automobile interdite sur la rue)	10%	11%	9%	11%	10%	7%	12%	9%	10%	10%	13%	11%	10%
Évènement "Cinéma en plein air" (avec circulation automobile interdite sur la rue)	10%	12%	7%	12%	7%	8%	12%	12%	8%	11%	5%	10%	10%
Le Wi-Fi gratuit aux passants dans le quartier	9%	7%	11%	7%	10%	16%	11%	10%	7%	8%	12%	8%	8%

# SUGGESTIONS DES RÉPONDANTS



## SUGGESTIONS DES RÉPONDANTS

Avant de terminer le sondage, il était demandé aux répondants s'ils souhaitaient ajouter un commentaire pour donner des suggestions d'amélioration pour les commerces de la rue Ontario Est et la zone dans son ensemble. Beaucoup saluent les efforts déjà fournis ces dernières années pour redynamiser le quartier :

*« Une belle amélioration avec l'implantation de commerces et restaurants vraiment agréables à fréquenter dans les dernières années. On sent qu'il y a un vent de changement et ça fait énormément de bien ! »*

*Joanie - 25-34 ans*

Pourtant, de nombreux points sont encore dénoncés par les habitants du quartier.

« UNE SAQ, MOINS DE SALON DE COIFFURE, DES PETITES FRUITERIES »

+150  
COMMENTAIRES (SUR 760\*)

Il serait vraiment primordial qu'il y ait une SAQ! Ca fait plus de 20 ans que j'habite le quartier et que je dois me rendre sur mont royal pour ce faire !

Isabelle - 45-54 ans

Le Marché St-Jacques devrait assurément être amélioré. Un si bel espace, un emplacement idéal, et actuellement fermée pour une durée indéterminée. C'est triste. Ajoutez une épicerie générale au Marché St-Jacques pour redonner vie au secteur ! Il y a de nombreux condos actuellement en construction dans le secteur, et les seules épiceries bien trouvent aux deux extrémités du village. Il n'y a rien pour desservir la population habitant près ou au nord d'ontario. Et une SAQ, évidemment ;)

Yannick - 25-34 ans

Une SAQ et une fruiterie changerait le quartier!

Hugo - 35-44 ans

L'offre commerciale s'est déjà bien améliorée par rapport à il y a quelques années. S'il y avait en plus une grande fruiterie qui offre vraiment du choix ce serait bien.

Fanny - 25-34 ans

Il y a beaucoup trop de salons de coiffure/barbiers.

Fred - 25-34 ans

\*Parmi les 2 064 répondants ayant participé au sondage, 760 ont pris le temps de répondre à cette question (question ouverte non obligatoire).



## SUGGESTIONS DES RÉPONDANTS

Marche st-jacques on the corner of Ontario and Amherst has a lot of potential to become a successful local market similar to marché Atwater and Jean talon. Currently it is empty and it is a shame. It could be used as market with love music and can engage the community by bringing in more business to the local merchant and attract montrealers from other neighborhooda. There are too many dépanneurs on this street which unfortunately attracts nothing but the homeless and drug addicts.

Arya - 25-34 ans

C'est un beau secteur très bien situé, mais malheureusement ne représente pas assez l'énergie du coin. Le secteur a besoin d'un «Branding». Il y a un beau potentiel d'être l'endroit des 25-40 pour y passer plus de temps, mais malheureusement on y retrouve principalement des pawnshop, dépanneurs, vieux bar inintéressant, le mobilier urbain est presque inexistant.

Francois - 25-34 ans

« AREA HAS ISSUES WITH THE HOMELESS, DRUG ADDICTS AND PROSTITUTION »

+100  
COMMENTAIRES (SUR 760\*)

Safety is an issue. My wife has had someone break into her car 3 times this past year. Patrol cars or neighborhood security needs to be better.

Vitaliy - 25-34 ans

La rue est vraiment crasse, on se sent pas en sécurité, il y a beaucoup de problèmes de drogue, d'itinérance et de prostitution, ça donne pas le goût d'aller acheter son pain sur Ontario mettons.

Jérémie - 18-24 ans

Trop de sans abris, souvent drogué/alcoolisé et agressif. Poste de police et surveillance policière plus proche, surtout prêt du Marché Saint-Jacques.

Richard - 25-34 ans

Il y a énormément de gens en difficulté. Itinérance et gens qui ont besoin de drogue. La boutique de quartier sont superbes mais les gens de l'extérieur ne se sent pas en sécurité dans notre quartier.

Denise - 55-64 ans

La zone est parfois par très sécuritaire car il y a quelques personnes en situation de toxico / alcoolodépendance qui « traînent » dans le quartier. Les devenitures des commerces ne sont pas très attractifs et la propreté des rues est parfois basse (seringues qui sont au sol...)

OPHÉLYA - 25-34 ans

La plupart des vitrines sont demodées mais sales aussi...

Elisa - 25-34 ans

La revitalisation du quartier passe par une vision d'ensemble pour l'embellissement des façades et de l'entretien du patrimoine bâti.

Antoine - 35-44 ans

Trop de circulation de transit vers le pont, c'est la principal obstacle à la sécurité et l'attractivité.

Gabriel - 25-34 ans

## SUGGESTIONS DES RÉPONDANTS

« LE PROBLÈME EST SURTOUT  
LA CIRCULATION DU PONT  
JACQUES-CARTIER »

+50  
COMMENTAIRES (SUR 760\*)

La densité du trafic à l'heure de pointe est à mon avis ce qui empêche le développement de la vie de quartier sur la rue Ontario.

François - 25-34 ans

Réorganisation de la jonction ontario vers papineau pour prendre le pont Jacques Cartier, très lourde circulation

Steve - 25-34 ans

Une réduction du trafic et aménagement de piste cyclable serait un plus :)

magali - 35-44 ans

Aménager une piste cyclable en site protégé tout le long de la rue Ontario, surtout aux abords de l'avenue Papineau et du pont Jacques-Cartier.

Pierre - 55-64 ans

Récupérer et aménager les stationnements vides et bétonnés de JTI/Macdonald. Aménager une piste cyclable.

Benjamin - 35-44 ans

Réduction de la circulation auto. Plus de parking sécuritaire pour vélo.

Francois - 25-34 ans

Finalement, la plupart des habitants veulent avant tout construire un quartier vivant, à leur image, tout en évitant de créer un effet de gentrification qui changerait la nature du quartier.

« Des étudiants, des familles, des couples dans la trentaine ou quarantaine, des personnes âgés, tous d'origines et issus de milieux sociaux différents vivent ensemble, ce qui fait la richesse humaine de ce quartier »

Chloé - 35-44 ans



# CAPTER

## L'INTELLIGENCE LOCALE

