



Source : Avenue Cartier / SDC Montcalm

## COMMERCES ET RUES COMMERCIALES LE RÔLE DES MUNICIPALITÉS POUR UNE RELANCE DURABLE

Beaucoup de commerces vivent actuellement une période difficile. Les mesures sanitaires mises en place pour contrôler la pandémie ont durement affecté le commerce de détail, de restauration et d'hébergement. Localisés sur les rues commerciales et dans les cœurs villageois, ces établissements sont bien souvent des PME détenues par des entrepreneurs locaux. Ceux-ci forment la colonne vertébrale du tissu social et économique de bien des communautés.

Le commerce de détail était toutefois déjà dans une situation précaire depuis un certain temps. Le commerce en ligne et la hausse constante de l'offre et des superficies commerciales constituaient déjà des enjeux considérables pour les établissements « brique et mortier », notamment les commerces indépendants implantés sur les rues commerciales.

Les centres commerciaux n'y échappent pas également. Les faillites de bannières importantes pourraient avoir des impacts durables. Pour cette raison, la diversification des activités (restauration, récréation,

bien-être, bureaux, etc.) et le redéveloppement de ces sites de grande superficie devraient s'accélérer, ce à quoi les municipalités doivent se préparer.

Les municipalités doivent être proactives afin de soutenir les entreprises locales et d'éviter l'érosion de la productivité fiscale exceptionnelle des rues commerciales. Plusieurs actions dans leurs compétences peuvent contribuer à la survie et à la relance des rues commerciales. Que ce soit par l'installation de mobilier temporaire au cours de l'été, la modification de la réglementation d'urbanisme ou la mise à jour de la planification du territoire afin de prendre en compte les enjeux des rues commerciales, différentes initiatives sont possibles à court ou à moyen terme.

Ce guide technique présente différentes catégories d'actions pouvant être prises par les municipalités, ainsi que quelques initiatives inspirantes à travers le Québec. Il est important de noter que celles-ci se doivent d'être adaptées au contexte local.

### COLLABORATION MUNICIPALITÉ-SDC

L'existence d'une association de commerçants ou d'une Société de développement commercial (SDC) sur le territoire municipal peut fortement aider au déploiement d'initiatives intéressantes sur les artères commerciales. Afin de coordonner les projets et de faciliter les liens de ce type d'organisation avec les instances municipales, certaines mesures peuvent être envisagées, telles que :

- L'adoption d'un règlement municipal clair concernant la gouvernance des SDC;
- La nomination d'une personne par la municipalité sur les conseils d'administration des SDC afin d'assurer la liaison;
- L'assignation à un élu responsable des dossiers concernant les SDC et le développement commercial de façon générale;
- La mise en place de tables multiservices municipaux (développement économique, travaux publics, aménagement du territoire, culture, etc.) pour le développement de certains projets plus complexes et transversaux.

### POLITIQUE D'ACHAT LOCAL PRÉFÉRENTIEL

Afin d'encourager l'économie locale, les municipalités peuvent s'engager à travers une politique ou une charte à accorder un traitement préférentiel aux entreprises locales pour leur approvisionnement. Cette mesure peut viser à favoriser, dans la mesure autorisée par la loi et les accords intergouvernementaux, les entreprises du territoire de la municipalité ou plus largement celle de la région par exemple.

Pour ce faire, l'octroi de contrat doit évidemment être conforme notamment à la Loi sur les contrats des organismes publics. La politique peut notamment être appliquée dans le cadre de contrats d'approvisionnement de type de gré à gré.

Ce genre de mesure, bien que leur portée ait des limites, permet aux municipalités de tisser des liens avec l'entrepreneuriat local tout en encourageant l'émergence et la viabilité du tissu commercial.

# DES SOLUTIONS À EXPLORER

## PLANIFICATION

L'une des meilleures choses que puisse faire une municipalité pour soutenir ses commerces locaux est d'éviter d'augmenter la concurrence par la création de nouveaux pôles commerciaux, souvent en périphérie des secteurs centraux et généralement dominés par des bannières nationales et étrangères. Une planification trop permissive permet non seulement une concurrence directe aux rues commerciales traditionnelles, mais entraîne également un potentiel de suroffre. Cela crée un contexte difficile pour plusieurs commerces indépendants.

Une réflexion sur le développement commercial s'impose à l'échelle territoriale, voire régionale. À cet égard, les MRC et communautés métropolitaines ont un rôle important à jouer. Les municipalités peuvent imposer des conditions plus sévères avant la construction de nouveaux centres commerciaux et commerces de grande surface : étude d'impact commercial, étude d'impact fiscal, etc. Elles peuvent également prévoir des conditions au développement de nouvelles zones commerciales, à l'image de celles parfois imposées pour le développement immobilier résidentiel.

Enfin, la transformation des centres commerciaux constitue un vaste chantier à venir nécessitant l'attention des municipalités. Plusieurs raisons incitent les gestionnaires de tels immeubles à repenser ces sites : bâtiments nécessitant d'importants travaux, difficultés financières, forte concurrence ou optimisation du potentiel immobilier. Les municipalités devraient être proactives afin de définir dès maintenant leurs intentions, car les projets de redéveloppement de sites de cette envergure ont le potentiel, s'ils sont bien faits, de créer de véritables milieux de vie et de contribuer à un meilleur équilibre de l'offre commerciale sur le territoire.



## PROGRAMMATION ET ANIMATION

Afin d'attirer la clientèle sur les rues commerciales, les municipalités peuvent envisager de mettre en place une programmation culturelle. Parfois pris en charge par les SDC, des partenariats avec des artistes locaux (arts visuels, performances, cirque, théâtre, etc.) ou des organismes culturels et communautaires, cette programmation permet d'assurer une animation de l'espace public. Cette animation étant souvent prévue pendant les fins de semaine estivales, les municipalités ont tout avantage à réfléchir à une stratégie hivernale pour animer les rues commerciales lors de saisons plus creuses, à l'image de l'événement Luminothérapie du Quartier des spectacles de Montréal, proposant installations temporaires et projections architecturales. À plus petite échelle, les municipalités peuvent envisager des installations artistiques hivernales, des ventes-trottoirs, un marché de Noël ou des festivals permettant de profiter de l'hiver, en plus de stimuler la fréquentation des rues commerciales.

## RÉGLEMENTATION

Plusieurs dispositions réglementaires peuvent contraindre le développement commercial ou nuire à la résilience du tissu commercial. Il est opportun de remettre en question la réglementation applicable et de l'adapter en vue de répondre aux besoins des commerces locaux et aux tendances émergentes. Plusieurs modifications réglementaires peuvent générer des effets bénéfiques :

- Diversifier les types de commerces et d'usages autorisés sur les rues commerciales pour favoriser leur résilience à long terme;
- Autoriser l'usage bureau aux étages sur les rues commerciales afin de favoriser une mixité de clientèle;
- Contingenter certains usages qui deviennent trop dominants afin d'augmenter la diversification et la résilience du tissu commercial;
- Autoriser l'occupation transitoire et temporaire de locaux ou sites vacants;
- Limiter la dimension des épiceries dans les méga-centres et autres pôles commerciaux périphériques comparables afin de favoriser la localisation de ce type de commerce courant dans les milieux de vie;
- Régir la localisation des épiceries et des commerces de vente et de consommation d'alcool afin que ces générateurs d'achalandage demeurent sur les rues commerciales et contribuent à leur dynamisme et leur relance;
- Retirer les exigences liées au nombre de cases de stationnement pour les commerces situées sur les rues commerciales traditionnelles, notamment ceux de faibles superficies, afin de faciliter leur implantation au sein d'un cadre bâti dense;
- Assouplir les exigences réglementaires liées à l'implantation de terrasses sur le domaine privé ou public afin d'offrir plus de superficie exploitable et de bonifier l'expérience de la clientèle.



Source : Avenue Cartier / SDC Montcalm

# DES SOLUTIONS À EXPLORER

## AMÉNAGEMENTS URBAINS

Afin de permettre aux artères commerciales de se démarquer, les municipalités peuvent miser sur l'aménagement urbain pour rehausser l'expérience commerciale. L'élargissement des trottoirs, la plantation d'arbres de rue, la réduction de la vitesse des véhicules, l'ajout de mobilier urbain et la création d'espaces de rencontre ou de pause sont des exemples d'interventions permettant d'attirer la clientèle et l'inciter à demeurer plus longtemps sur les lieux. Dans certains cas, les municipalités optent d'abord pour des aménagements transitoires ou éphémères afin de tester leur utilisation, puis les pérennisent ensuite selon leur efficacité.

L'aménagement de terrasses extérieures contribue également à bonifier l'ambiance des rues commerciales. Il est possible dans certains cas d'offrir plus d'espace sur le domaine public ou plus de flexibilité pour ce type d'aménagement, ce qui est particulièrement utile dans un contexte de maintien de mesures sanitaires. La piétonnisation complète ou partielle (ex. les soirs et les fins de semaine seulement) est également une mesure à préconiser dans certains cas, mais celle-ci doit se faire en collaboration avec les parties prenantes et être adaptée à la structure commerciale de la rue.

Enfin, une rue commerciale se doit d'être facilement accessible, tant pour la population à proximité que, dans bien des cas, pour la clientèle provenant de plus loin. La sécurisation des intersections, l'ajout de traverses piétonnes à mi-parcours lorsqu'un îlot a plus de 300 mètres, la mise en place d'un réseau cyclable de qualité, l'ajout de supports à vélo et une gestion optimisée et mutualisée du stationnement sont des exemples pour assurer à la fois la sécurité des déplacements et l'accès à la rue commerciale.



## PROPRETÉ ET SENTIMENT DE SÉCURITÉ

Autant dans les grandes villes que celles de taille moyenne, le sentiment d'insécurité peut représenter un facteur dissuasif, notamment pour les femmes, à fréquenter certains lieux. Les rues principales étant généralement situées au sein des quartiers anciens, la population y est plus hétérogène et certains individus présentent parfois des besoins particuliers : problèmes de santé mentale, itinérance, etc. Leur prise en charge, voir leur implication dans la gestion de l'espace public, de même que l'ouverture explicite de cet espace à d'autres clientèles peut améliorer le sentiment de sécurité du lieu et ainsi, la qualité de l'expérience de l'ensemble de la population.

De même, la propreté de l'espace public contribue au sentiment de sécurité et d'appartenance. Un entretien de qualité peut inciter à des comportements favorisant la propreté, de même qu'à réduire le vandalisme.

## FISCALITÉ

La taxation foncière est un fardeau de plus en plus lourd à porter pour les commerces. De plus, avec la montée du commerce en ligne, l'importance de l'emplacement de certains types de commerces diminue. Afin de soutenir les commerces locaux et maintenir la productivité fiscale supérieure des rues commerciales (généralement deux fois supérieure à celle des commerces de grande surface), les municipalités ont tout intérêt à assurer leur survie et leur réussite.

La Loi sur la fiscalité municipale permet aux municipalités, depuis 2017, de créer des sous-catégories de taxation pour les immeubles non résidentiels. La localisation d'un immeuble ne pouvant pas servir de critère, elles peuvent par contre appliquer un taux plus faible pour les immeubles non résidentiels de faible superficie, correspondant aux plus petits commerces généralement situés sur les rues commerciales. L'opération peut être à coût nul pour les municipalités si celles-ci compensent, par exemple, par un taux de taxation plus élevé d'autres immeubles non résidentiels ou des mesures d'écofiscalité.

Par ailleurs, plusieurs autres frais s'appliquant aux activités commerciales peuvent être réduits dans certains contextes afin d'encourager la vitalité des rues commerciales, que ce soit le certificat d'occupation, les permis de construction et de rénovation ou les frais d'occupation du domaine public (pour les terrasses notamment). Cette pratique a été employée par plusieurs municipalités pour alléger le fardeau fiscal des commerces de restauration dans le contexte de la pandémie.



## RÉDUIRE LE FARDEAU BUREAUCRATIQUE

Afin de faciliter les opérations des commerçants, il s'avère nécessaire de simplifier autant que possible certaines procédures bureaucratiques municipales. L'information disponible sur les demandes de permis et certificat devrait être accessible et facile à comprendre. Un accueil et un accompagnement spécifique des commerçants peuvent également être mis en place. Par exemple, la ligne info-commerçants à la Ville de Québec permet d'obtenir toute l'information relative à la réglementation, aux permis et aux programmes d'aide financière. Les tarifs des permis et certificats peuvent au besoin être révisés à la baisse ou pour certaines demandes spécifiques (ex. terrasses). Enfin, les délais de traitement doivent être optimisés, entre autres, en simplifiant les documents administratifs, en facilitant les procédures de renouvellement ou en proposant une plateforme numérique de demande de permis incluant le service de paiement.

# DES INITIATIVES DESQUELLES S'INSPIRER !

## Avenue Cartier, Québec



Source : Avenue Cartier / SDC Montcalm

La Société de développement commercial (SDC) du quartier Montcalm à Québec, aussi appelé Quartier des arts en raison de la concentration d'institutions culturelles qui s'y retrouvent, s'est démarquée au cours des dernières années avec plusieurs initiatives :

- Pour relancer l'économie locale suite au début de la pandémie de COVID-19, l'avenue Cartier a été piétonnisée lors des fins de semaine de l'été 2020 et une monnaie locale a été lancée en collaboration avec la Ville de Québec et plusieurs autres SDC;
- Le duo d'artistes Pierre&Marie a été sélectionné pour la sixième édition de Lumière sur l'art pour créer des abat-jour géants (visibles sur la photo ci-dessus);
- Le bâtiment inoccupé d'une ancienne station service a été transformé en murale urbaine aux couleurs vives;
- Plusieurs activités sont organisées en collaboration avec les institutions culturelles du quartier (parcours, visites, animation, etc.).

## Programme particulier d'urbanisme (PPU) du centre-ville de Lavaltrie



Source : L'Atelier Urbain

Le nouveau PPU du centre-ville de Lavaltrie, adopté en 2020, vise à favoriser les commerces locaux à plusieurs égards. La vision de développement et le concept d'aménagement proposent plusieurs actions pour rendre la rue Notre-Dame (route 138) attrayante et être bénéfique à son dynamisme commercial.

Bonification du circuit patrimonial, création d'un pôle culturel dans l'église, aménagement d'une promenade Fleuve-Boisé, aménagements et affichage aux entrées du secteur, soutien au démarrage commercial, aide financière aux commerces de proximité, reconfiguration de la rue pour faciliter les déplacements actifs, verdissement, création d'espaces publics, retrait des exigences de stationnement pour le commerce; autant d'actions à différents niveaux qui ont le potentiel de rendre le centre-ville de Lavaltrie plus dynamique et, par le fait même, de stimuler l'achat local dans les commerces et d'en attirer de nouveaux.



## BESOINS LOGISTIQUES

Une rue commerciale génère plusieurs besoins logistiques, que ce soit au niveau de la réception des marchandises dans les commerces, des livraisons à la clientèle ou de la collecte des matières résiduelles.

Plusieurs mesures peuvent être mises en place afin de faciliter la réception des marchandises tout en atténuant les nuisances que certains camions peuvent causer aux utilisateurs de la rue :

- Limiter les heures pendant lesquelles la livraison est permise;
- Réserver des aires d'arrêt à certains endroits stratégiques en collaboration avec les commerçants;
- Encourager le développement d'entreprises de livraison utilisant de petits véhicules.

À cet effet, le projet Colibri de la Ville de Montréal permet d'effectuer les derniers kilomètres de livraison à l'aide de plus petits véhicules ou même de vélos cargos.

Par ailleurs, pour accommoder la clientèle, il peut s'avérer pertinent d'aménager des cases de stationnement de 15 minutes maximum pour fins de dépose-minute ou pour cueillir des achats. À cet égard, des casiers colorés de l'entreprise Locketgo ont fait leur apparition sur la rue Wellington à Montréal durant la pandémie afin de permettre à la clientèle de récupérer ses achats depuis le trottoir. Cette initiative se poursuit en raison de l'engouement qu'elle suscite.

## Ressource additionnelle

### Aménager nos artères commerciales et nos centres-villes dans un contexte de crise sanitaire

L'Union des municipalités du Québec (UMQ) a lancé en mai 2021 un document comprenant des idées et astuces pour donner un coup de pouce aux commerces.  
<https://umq.qc.ca/publications/etudes-et-guides/>

## Recherche et rédaction

Équipe de L'Atelier Urbain et SDC Montcalm (Quartier des arts)

info@latelierurbain.com

514 750-6883

latelierurbain.com