

Montréal, Janvier 2020

Contribution des acteurs économiques et des commerçants de la rue Ontario Est

La rue Ontario : l'artère vivante du quartier des Faubourgs !

Introduction

Ontario Est a vocation à redevenir l'artère commerciale conviviale et foisonnante de vie qu'elle était au début des années 60 : un modèle d'artère apaisée, conciliant l'accueil des résidents, des travailleurs locaux et des personnes en transit. Ontario Est doit devenir l'illustration concrète de l'ambition d'attractivité de Montréal.

C'est dans cette perspective que nous, résidents, commerçants et investisseurs de ce secteur, demandons à être associés dès maintenant aux réflexions de l'administration de la ville quant aux réponses à apporter aux divers enjeux actuels et à venir de ce territoire.

C'est dans cet optique que nous déposons ce mémoire au titre de la consultation publique sur les locaux vacants pilotée par la Commission sur le développement économique et urbain et l'habitation de Montréal sous le mandat donné en aout 2019 par le Conseil Municipal de la ville.



Commentaires

La rue Ontario Est, particulièrement entre les rues Berri et De Lorimier, connaît une vitalité et un dynamisme notable depuis quelques temps. Parmi les raisons de cette vitalité, les commerçants et les acteurs économiques locaux tiennent un rôle de premier plan.

Faubourgs Ontario, association de commerçants et d'acteurs économique de ce quartier, souhaite contribuer à toutes formes de réflexions et d'actions visant à soutenir et à entretenir cette dynamique, dynamique qui profite au premier plan et à court terme à tous les résidents et travailleurs du quartier.

A plus long terme, c'est l'ambition de mettre en valeur ce quartier d'exception à tout point de vue qui anime nos démarches. La mixité sociale et économique, la qualité architecturale du bâti, la mixité des usages du foncier entre résidentiel, commercial, communautaire et culturel, la proximité du vieux port, de la Place des arts, du centre-ville à pied et en transport collectif, la qualité de ses parcs et jardins, la richesse de son histoire industrielle et sociétale ne sont que quelques-unes de ses caractéristiques atypiques qui caractérisent son potentiel.

Des pistes d'actions pour

- 1. dynamiser l'offre commerciale***
- 2. ne pas contrarier ou détériorer unilatéralement cette dynamique complexe***
- 3. aider toutes les catégories d'acteurs au bénéfice de l'écosystème économique local***
- 4. et ne sanctionner que les mauvais joueurs.***

Retrouver notre rue de quartier pour la transformer en lieu de destination avec une image forte.

La rue Ontario Est paie une contribution importante à l'ensemble de l'agglomération de Montréal en étant actuellement fortement sollicitée pour l'accès au Pont Jacques Cartier vers la rive sud. Cette activité de transit qui nuit à sa sécurité, ainsi qu'à son attractivité doit être supprimée, ou largement compensée. La rue Ontario Est ne ressemble en rien aux autres voies de circulation desservant le Pont que sont la rue Sherbrooke, les boulevards de Maisonneuve et René Levesque, et ne doit pas leur ressembler : ce serait sa mort commerciale, et donc à nouveau l'agonie résidentielle de ce quartier.

Elle est aussi drastiquement différente de la rue Saint Catherine : c'est une artère de desserte locale à double sens, et de transit est-ouest.

Le quartier aspire à retrouver sa rue de desserte locale et les services associés, économiques, commerçants, de transports apaisés et collectifs.

Eviter les travaux de voirie ou de chaussée générant de longues périodes de perturbation, promouvoir des solutions de travaux par fonçage ou par étape.

L'installation d'une offre commerciale variée et sa pérennisation sont des chantiers de longue haleine. Les préoccupations légitimes d'entretien et d'aménagement des espaces publics (chaussée, trottoirs, dessertes en eau, fibre, téléphonie, démolitions, constructions...) doivent impérativement intégrer la préoccupation des dynamiques d'achalandage, des fidélisations de clientèle, et d'impact sur l'image de telle ou telle zone.

Concrètement, si on considère qu'un commerce de détail qui fonctionne correctement génère de manière directe de l'ordre de 10 emplois à temps plein (30 h, moyenne basse), une baisse de clientèle ne serait-ce que de 20 % sur une période qui se prolonge a des impacts quasi immédiat sur le nombre d'emplois, donc sur les revenus disponibles de personnels étant aussi bien souvent des résidents du quartier. C'est en effet la première variable d'ajustement du propriétaire commerçant. Les programmes d'indemnisation existants en la matière (montant maximum de 30 000 dollars par commerce pour une perturbation majeure d'au moins six mois) nécessitent l'ouverture des livres de comptes, sont longs à documenter et à obtenir. Les emplois éventuellement couverts (avec un taux de salaire de 15 dollars/h, 30 000 dollars correspondent environ à deux salariés sur une période de 6 mois) ont disparu depuis longtemps lors de l'arrivée de l'indemnisation. Les clients qui ont été poussés à modifier leurs habitudes ne reviennent pas, ou très peu, et souvent le commerce concerné ne peut s'en remettre : il devient un local vacant.

Concilier apaisement des circulation, transition écologique et lutte contre les gaz à effet de serre et concurrence entre territoires commerciaux.

Du point de vue commercial, Montréal est évidemment en concurrence et en compétition avec les grands centres urbains de banlieue, mais aussi à un niveau plus global avec d'autres grandes métropoles nord-américaines. Cette compétition commerciale est également complexifiée par le développement forcé des achats en ligne, lesquels, outre les enjeux de localisation monétaires et de taxations équitables, amplifient les enjeux logistiques tels que le dernier kilomètre.

Du point de vue de la circulation routière, particulièrement dans notre quartier lorsqu'on constate le surplus de trafic généré par le hub majeur pour l'île qu'est le pont Jacques Cartier, la tentation est immédiate de souhaiter limiter la facilité d'accès aux quartiers des voitures et de promouvoir un nouveau modèle de ville plus durable. Dans cette trajectoire, la ville tend à limiter l'auto telle qu'elle existe massivement aujourd'hui (c'est-à-dire fortement émettrice de GES et de nuisances), promouvoir les déplacements actifs (piéton, vélo) et/ou collectifs (métro, bus) et souhaite ainsi améliorer la sécurité, améliorer la qualité de vie des résidents, lutter

contre les émissions de gaz à effet de serre, et gratifier son image mondiale d'une couleur plus vertueuse en termes d'écologie.

Cette trajectoire est essentielle. Et elle se heurte dans sa mise en œuvre à plusieurs problématiques qui ne doivent pas être sous estimées, au risque de faire échouer la vision de commerces de proximité sur rue sur laquelle elle se fonde.

Ainsi, dans une ville telle que Montréal à la densité d'habitants relativement faible, il peut être très préjudiciable pour les commerces sur rue de subir une combinaison de facteurs de coercition contre les véhicules individuels des non-résidents de type :

- Sécurisations nombreuses par implantation de saillies de trottoirs à la place de stationnements – payant ou non – accessibles aux personnes en transit ou en visite.
- Augmentation dans les rues adjacentes des zones réservées aux permis de résidents
- Augmentation des tarifs des parcomètres, et/ou limite trop forte de la durée possible de stationnement
- Augmentation ou maintien des plages d'interdiction de s'arrêter ou stationner sur Ontario Est pour faciliter l'entrée vers l'ouest le matin des véhicules arrivant de la rive sud par le pont Jacques Cartier
- ...

Surtout si dans le même temps on impose une circulation séparée dans le même espace, type piste cyclable « en dur » et voie de circulation pour les bus. Le cocktail est alors paradoxalement toxique, car l'espace commercial devient potentiellement plus complexe à appréhender, plus difficile à arpenter du fait des multiples facteurs à surveiller et à gérer pour un client en transit ou de destination.

La question de la densité est alors primordiale. Si elle n'est pas suffisante, les commerces périclitent et détruisent la trame locale économique, générant des locaux vacants non attractifs pour de nouvelles activités puisque l'achalandage n'est pas forcément au rendez-vous. Vouloir chasser absolument la clientèle en voiture individuelle génère une double sanction : étalement urbain et perte de tissu commercial de quartier en intra-muros.

Utiliser le levier des taxes pour aider et soutenir les propriétaires bailleurs et sanctionner les propriétaires passifs ou retentionnels.

A Montréal, la taxation municipale est réalisée essentiellement sur la quote part des locaux à vocation commerciale, alors que l'activité commerciale bénéficie peu de la manne municipale. C'est un fait généré par les écarts de taux de taxes en vigueur, qui peut être maintenu ou abaissé à l'avenir, selon les politiques qui seront mises en place à l'avenir.

Pour autant, d'autres modalités sont envisageables, et par exemple :

- Promouvoir un dispositif de congé ou d'étalement de taxes pour un propriétaire qui rénove ou embellit ses locaux vacants
- Promouvoir un dispositif permettant de flécher un congé de taxes vers une recherche active de nouveaux locataires ou au financement de contrats vers des entreprises en charge de trouver des locataires
- Promouvoir un dispositif de décalage temporel du compte de taxe pour des locaux neufs ou lourdement rénovés, le temps de trouver un locataire
- Veiller à la taxation équitable des commerces et entreprises « délocalisées » type achats on line ou négoce dont toute la production et commercialisation est réalisée ailleurs.
- ...

Par ailleurs, la recherche de sanction du propriétaire n'est pas forcément adaptée, sauf dans le cas du propriétaire qui refuse de mettre sur le marché locatif des locaux commerciaux inutilisés à cet effet. Il serait alors intéressant d'examiner alors la destination de ces locaux rendus inaccessible, et pourquoi pas agir sur la taxation afin de les rendre à la trame urbaine pour leur vocation première : l'animation commerciale de la vie de quartier.

Assurer la représentativité des quartiers et les aider à construire leurs identités au service de l'île de Montréal.

Les résidents et acteurs économiques ou communautaires des quartiers sont au fait de leurs réalités, de leurs axes de force et de leurs faiblesses. Ils sont les premiers acteurs, et normalement premiers bénéficiaires des décisions mises en œuvre. Les associations économiques ou commerçantes, quelque soient leur taille ou leur statut, sont des interlocuteurs représentatifs des enjeux locaux. Leur reconnaissance aisée par les paliers municipaux est un atout global de la gouvernance de la métropole.

Cette reconnaissance aisée doit se décliner selon plusieurs axes :

- Accès simplifiés vers les interlocuteurs de proximité

- Fléchage simplifié des subventions accordées par les différents paliers selon la complexité des projets
- Assurance de la meilleure représentativité possible de la diversité des acteurs locaux par les structures sollicitantes. Par exemple : représentativité des petits commerces au sein des SDC.
- Assurer que les quartiers qui subissent des fardeaux supplémentaires au nom de la métropole (par exemple la desserte du Pont Jacques Cartier) bénéficient de compensations sous forme par exemple de subventions supplémentaires pour des projets de quartier.
- Permettre et faciliter la présentation de projets portés par des entités de natures différentes (acteurs économiques, investisseurs, acteurs culturels tels que Le lion d'or, l'Usine C, le théâtre Prospero, ...) au bénéfice global du territoire concerné.
- Faciliter les achats locaux, y compris pour les organismes communautaires, municipaux et gouvernementaux.

En bref :

Retrouver notre rue de quartier pour la transformer en lieu de destination avec une image forte.

Eviter les travaux de voirie ou de chaussée générant de longues périodes de perturbation, promouvoir des solutions de travaux par fonçage ou par étape.

Concilier apaisement des circulation, transition écologique/lutte contre les gaz à effet de serre et concurrence entre territoires commerciaux.

Utiliser le levier des taxes pour aider et soutenir les propriétaires bailleurs et sanctionner les propriétaires passifs ou retentionnels.

Assurer la représentativité des quartiers et les aider à construire leurs identités au service de l'île de Montréal.

Annexe : des idées qui fonctionnent...

- **Habiller des locaux vacants en fausses boutiques en vue de ne pas dégrader l'expérience clients du secteur, et rendre du coup ces locaux intéressants à exploiter.**
- **Encourager les co-investissements entre propriétaires et locataires afin que les bâtiments prennent de la valeur et les commerces de l'attractivité durant son bail.**