

# Stratégie de développement commercial pour le Secteur Centre-Ville

Chambre de commerce du  
Grand Mont-Tremblant

Avril 2025



## Rédaction

Guillaume Joseph, urbaniste, coordonnateur principal au service-conseil

Laurent Trottier, coordonnateur de projet

## Soutien & conception

Olivier Legault, urbaniste, directeur du service-conseil

## Comité de dynamisation

L'élaboration du diagnostic des Secteurs Centre-Ville et Village de Mont-Tremblant a été possible grâce à la mobilisation exceptionnelle du comité de dynamisation et du comité directeur.

## Remerciements

Annie Gosselin – *Directrice générale, CCGMT*

Lucie Forrat – *Directrice adjointe, CCGMT*

Irini Athanasopoulos – *Coordonnatrice communications et marketing, CCGMT*

Marie-Pier Désormeaux – *Natur Meubles & Design et gouverneure de la CCGMT*

Pascal De Bellefeuille – *Construction Tremblant et vice-président de la CCGMT*

Louis-Martin Levac – *Développement économique, Ville de Mont-Tremblant*

Frédéric Escotte – *Darquise / Pub St-Georges*

André Leclerc – *Le Brasier Mont-Tremblant*

Jean-David Morneau – *Bagel Boréal*

Jean-Marie Savard – *Photographe*

Mathieu Fleurent – *Le Sushi Shack*

Katia Dritschler – *Milvå par Katia Dritschler*

Patrick Bohémier – *Vélo-Gare, Tremblant Booking*

Mélanie Matte – *Matte Mont-Tremblant Inc.*

Marie-Josée Labbé – *Hôtel Mont-Tremblant*

Chantal Ruel – *Max Ski Service*

Sylvie Vaillancourt – *Conseillère municipale et représentante de la Chambre de commerce, Ville de Mont-Tremblant*

Nicole Trudeau – *Culture et Loisirs, Ville de Mont-Tremblant*

Stéphane Martin – *Urbanisme, Ville de Mont-Tremblant*

Jean-Benoit Crosnier – *Travaux publics, Ville de Mont-Tremblant*







4

Mise en contexte



9

Mandat



13

Secteurs à l'étude



20

Recommandations pour le  
Secteur Centre-Ville





# 01 MISE EN CONTEXTE

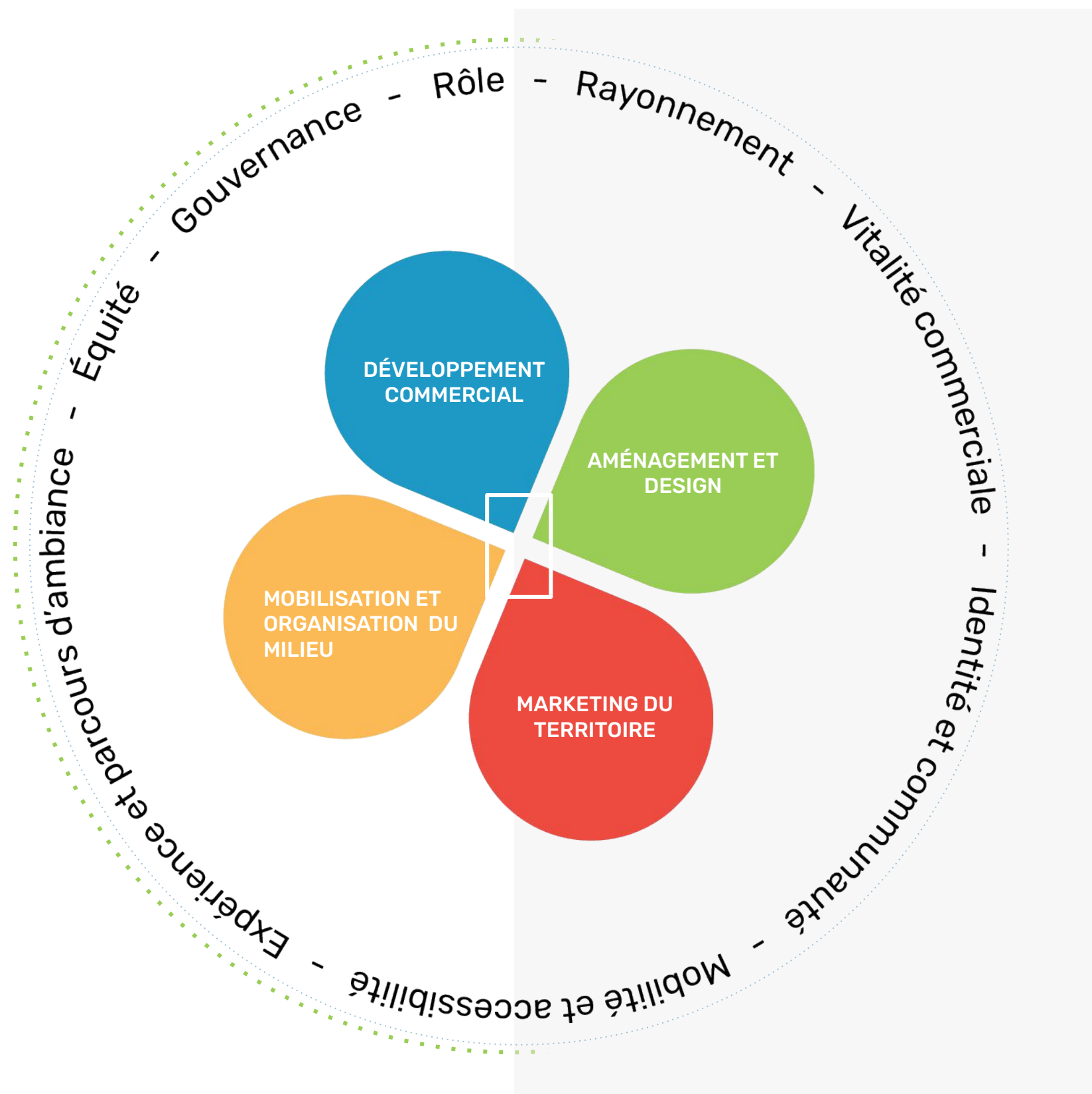
---





# Approche de Rues principales

Mise en contexte



Rues principales est une organisation d'intérêt public qui œuvre au dynamisme des cœurs des collectivités. Notre objectif est de renforcer et de créer des centralités qui sont autant des pôles civiques et d'affaires uniques que des milieux de vie rassembleurs, prospères et attractifs.

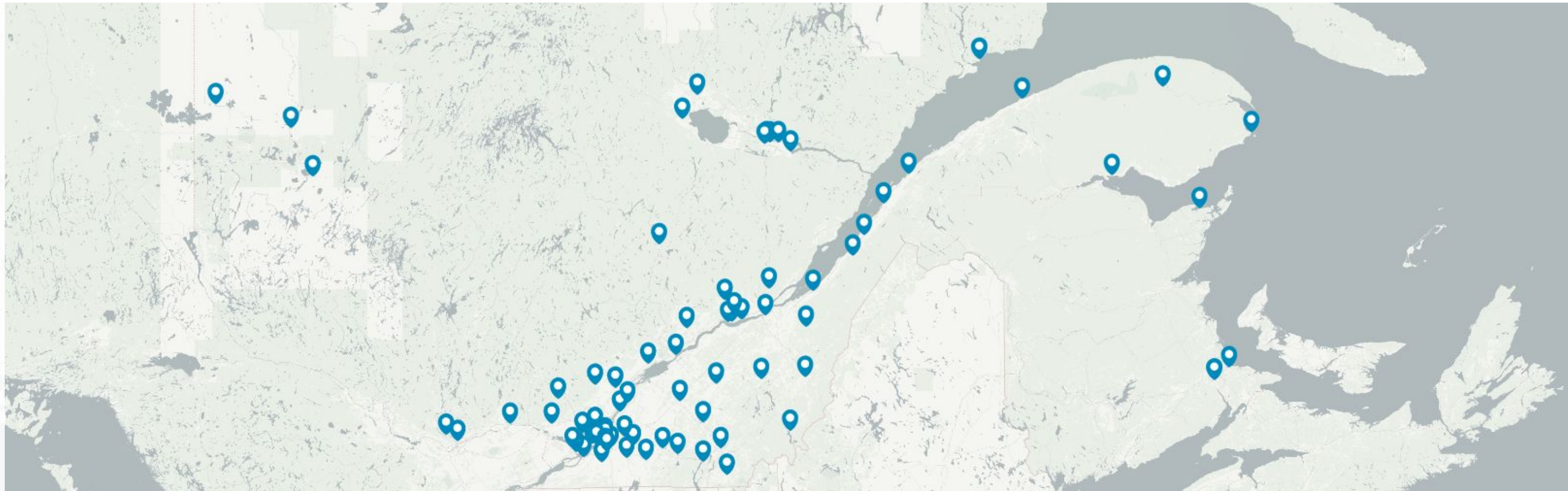
## LES PILIERS D'UN CŒUR DE COLLECTIVITÉ DYNAMIQUE

Rues principales se distingue par son approche globale combinant des compétences en organisation et mobilisation du milieu, en aménagement, en développement économique et en marketing du territoire. La considération de ces quatre piliers permet à la communauté de créer une vision de développement cohérente et de prioriser la mise en œuvre d'actions qui auront de l'impact. Enracinée dans un réseau de professionnels de terrain, d'acteurs académiques et gouvernementaux, l'expertise de Rues principales en fait le chef de file dans le développement des cœurs de collectivités.



# Réseau Rues principales

Mise en contexte



Réseau Rues principales, 2023

## UN RÉSEAU QUI REGROUPE DES CŒURS DE COLLECTIVITÉS À TRAVERS LE QUÉBEC ET LE NOUVEAU-BRUNSWICK

Par son réseau de professionnels de terrain, d'acteurs académiques et gouvernementaux, Rues principales est un point de rencontre entre les savoirs des milieux et les meilleures pratiques en matière de développement des cœurs de collectivités. Afin de faire profiter l'ensemble des municipalités de l'expertise développée et des leçons apprises quant aux facteurs et conditions de succès d'un processus de revitalisation, Rues principales propose des événements et des activités d'échange et de maillage conçus spécialement pour les membres de son Réseau.





# Sphères d'analyse

## PROJET COLLECTIF

La dynamisation d'un centre-ville est l'affaire de tous. Nous pensons qu'il est primordial d'amorcer un mouvement au sein de la communauté afin de créer ensemble un centre-ville qui jouera son rôle dans la communauté, qui aura une ambiance attrayante et qui sera une vitrine de l'identité locale.

## SPHÈRES ENGLOBANTES

Pour Rues principales, l'analyse et la concertation de la communauté se doivent d'être multifocales afin de cerner les spécificités du contexte sous des angles variés et venant se compléter pour dresser un portrait global de la situation. Les stratégies de développement commercial englobent ses sphères en analysant l'offre et la demande.





# Les préalables à la dynamisation

## POUR RUES PRINCIPALES, UN CŒUR DE COLLECTIVITÉ DYNAMIQUE, C'EST :



une **volonté politique** et l'engagement de la communauté



un **effort concerté**, un projet en continu auquel sont consacrées les ressources humaines et financières nécessaires



un réseau d'**espaces publics** sécuritaires, confortables et amusants



un pôle au sein de réseaux de **mobilité** connectés



un secteur où la **communauté** vit, travaille, joue et se rencontre



un lieu qui met en valeur sa **personnalité** paysagère, patrimoniale, architecturale et sociale



un carrefour de **vitalité** socioculturelle et d'évènements rassembleurs



un lieu où il **fait bon vivre**, peu importe son revenu, son âge, son sexe, son identité de genre, son origine ethnique et ses croyances



une **destination** régionale et un lieu de rencontre pour la communauté



une offre **commerciale concentrée**, équilibrée et diversifiée



un pôle de **proximité** qui est confirmé dans la planification territoriale de la collectivité



un lieu qui **rayonne** par une stratégie de communication soutenue, efficace et positive qui se déploie sur plusieurs plateformes



## 02 MANDAT

---





# Démarche du mandat

## Objectif

The diagram consists of three concentric circles. The innermost circle is a solid light green ring. The middle circle is a dashed light blue ring. The outermost circle is a solid light blue ring. The text of the objective is centered within the green ring.

**Élaborer un scénario  
de dynamisation  
permettant de  
consolider  
l'attractivité et la  
complémentarité des  
Secteurs Centre-Ville  
et Village de  
Mont-Tremblant**

## UN PROJET POUR UNE MOBILISATION SOUTENUE

La Ville de Mont-Tremblant et la Chambre de commerce souhaitent se concentrer sur les cœurs de collectivité des Secteurs Centre-Ville et Village de Mont-Tremblant.

La complémentarité de ces deux pôles est évidente par leurs caractéristiques actuelles et doit être accentuée par une définition partagée de leurs rôles et la rédaction d'une stratégie de dynamisation commune. La Chambre de commerce appuie très activement la Ville pour faire de ces centralités des pôles de services et de commerces régionaux répondant aux besoins de l'ensemble des usagers du milieu (résidents permanents et villégiateurs, clientèles régionale et touristique).

**Ce mandat se déroule en deux phases distinctes et complémentaires :**

- **Phase #1** - Signature, vision d'avenir et parcours d'ambiance
- **Phase #2** - Consolidation de la trame commerciale



# Consolidation de la trame commerciale

## Objectif



**Élaborer une stratégie  
de développement  
commercial pour les  
cœurs de collectivité  
des Secteurs  
Centre-Ville et  
Village de  
Mont-Tremblant**

## TRAVAIL SUR LA VITALITÉ COMMERCIALE

Plusieurs constats sur la trame commerciale des Secteurs Centre-Ville et Village de Mont-Tremblant ont permis d'identifier des enjeux autour de la discontinuité de l'offre commerciale, de sa diversité - notamment sur l'offre de restauration - et de son achalandage. La première phase du mandat est un tremplin pour mobiliser les commerçants autour d'un projet de dynamisation partagé et impulsé en collaboration avec la Ville de Mont-Tremblant.

Une analyse qualitative et quantitative de la santé commerciale permettra de compléter le recensement commercial et les analyses de contexte réalisés par la Ville de Mont-Tremblant afin de structurer et consolider la trame commerciale.



# Sommaire des activités

**3****Visite terrain**

Lors d'ateliers participatifs

**5****Ateliers de travail**

avec les 18 participants au comité de dynamisation des Secteurs Centre-Ville et Village

**503****Répondants au sondage**

adressé aux citoyennes et citoyens de Mont-Tremblant

**1****Étude de marché**

Une analyse de données de Mont-Tremblant

**1****Rapport final**

Une stratégie de développement commercial du noyau villageois du Secteur Centre-Ville



## 03 SECTEUR À L'ÉTUDE

---





# Territoire d'intervention - **secteur Centre-Ville**

## Un secteur Centre-Ville avec deux grands pôles attractifs

Le territoire d'intervention pour le centre-ville de Mont-Tremblant inclut le secteur Saint-Jovite, entre le Chemin de Brébeuf à l'ouest et, à l'est, environ 200 mètres après la rue Filion pour inclure les quelques commerces du bas de la côte de Saint-Jovite. Le sud de la zone est délimité par le Ruisseau Clair, tandis que le nord s'étend jusqu'à Saint-Jovite-Station, où se trouve l'ancienne gare de Mont-Tremblant, remplacée maintenant par la piste cyclable Le P'tit Train du Nord et le Parc des Voyageurs. Saint-Jovite-Station se trouve à environ 2 kilomètres au nord de la rue de Saint-Jovite.

La concentration commerciale se trouve principalement sur la rue de Saint-Jovite, avec quelques commerces sur la rue Labelle et une petite concentration au niveau du secteur Labelle.

## Dans l'ensemble du territoire, à Mont-Tremblant :

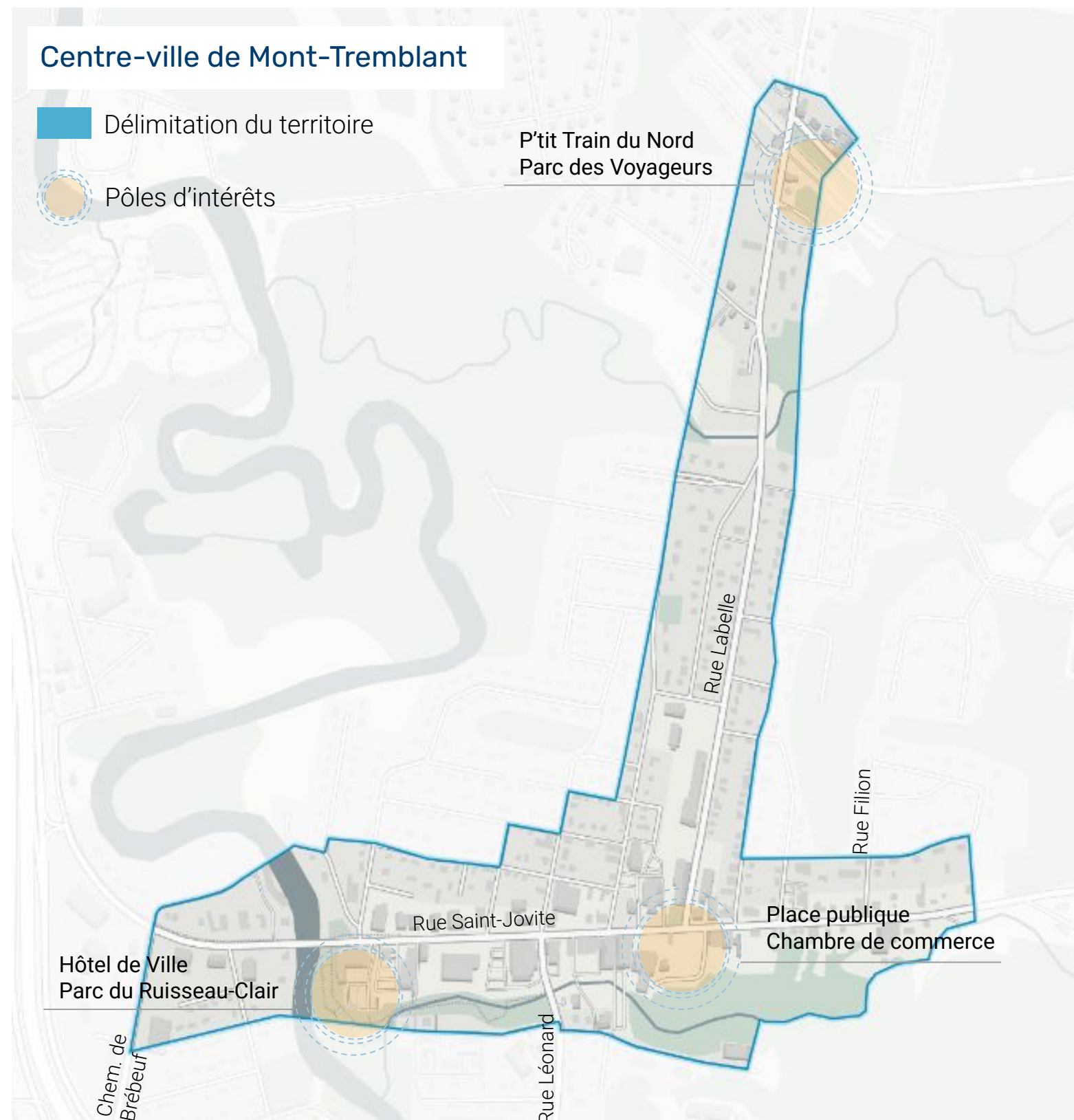
### Population

- Hausse de la population entre 2016 et 2023 de 20,5 % (+14,8 % dans la MRC)
- Deuxième municipalité de la MRC en termes de population (11 621 habitants)

### Revenu

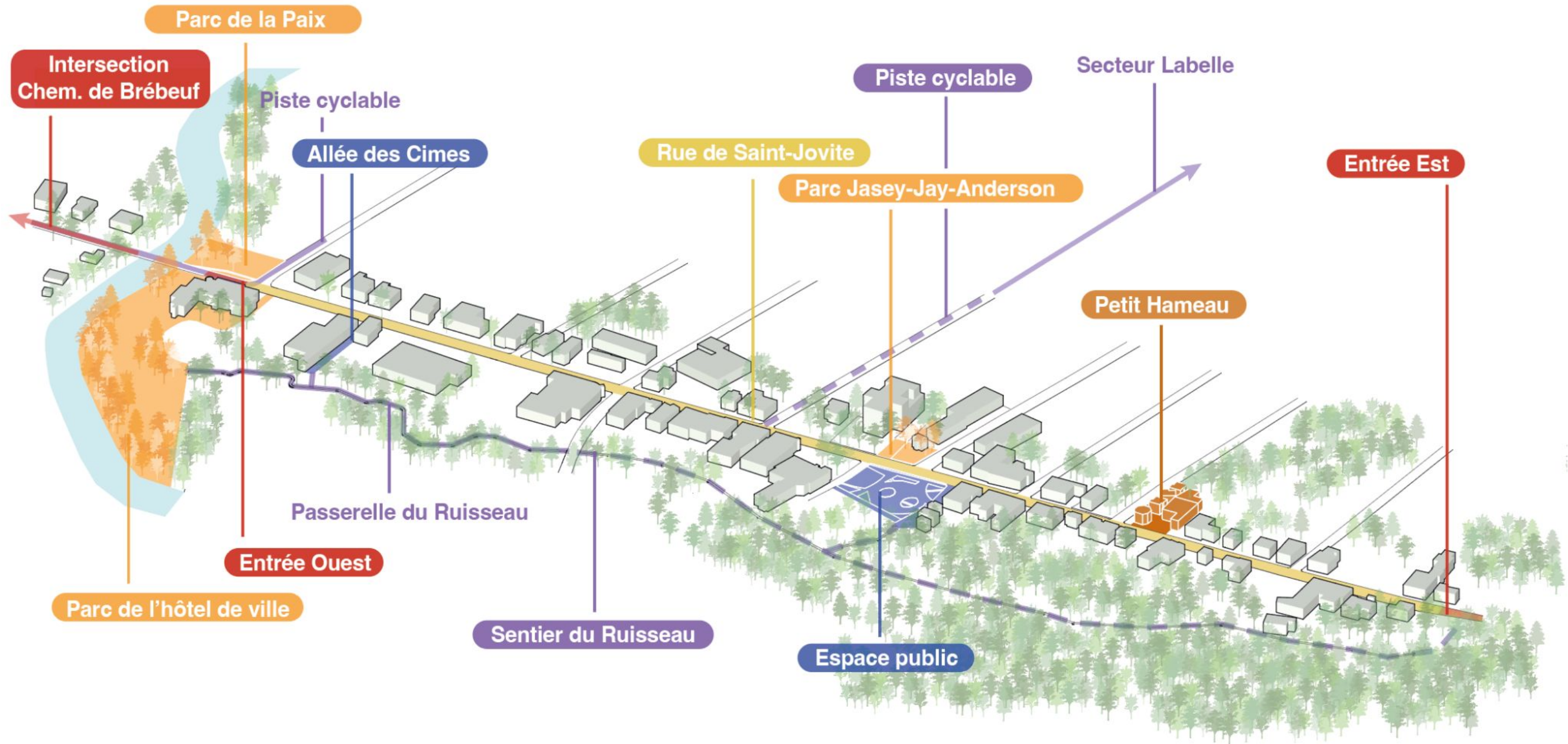
- Revenu total médian de 37 200 \$ (revenu médian de la MRC des Laurentides : 34 400 \$).
- Revenu en hausse de 20,4 % entre 2016 et 2021 dans la municipalité (MRC : 17,6 % de hausse)

Source : Statistique Canada, Recensement de la population de 2016 et 2021.



# Les espaces d'intérêt du secteur Centre-Ville

Secteur à l'étude





## Forces

- Une offre commerciale largement supérieure à ce qu'une ville de cette taille a généralement au Québec
- Offre en restauration stable et suffisante, avec peu de roulement de restaurants
- Offre en alimentation complète (incluant boulangerie, poissonnerie et boucherie)
- Les loyers commerciaux du centre-ville sont moins chers que dans la Station Mont Tremblant
- Un taux de vacance commerciale très faible

## Faiblesses

- La sécurité routière de la rue de Saint-Jovite et l'aménagement général de la rue, moins propice aux transports actifs
- Offre en restauration peu variée (par exemple : manque de restaurants de cuisine du monde et/ou de santé)
- La dimension de certains locaux commerciaux qui ne sont pas toujours suffisamment grands pour accueillir une plus grande diversité de l'offre
- Les loyers très élevés des locaux commerciaux, notamment sur la rue de Saint-Jovite



## Opportunités

- Le manque d'offre en divertissement qui est une fuite commerciale potentielle à récupérer
- L'ancien salon de quilles acquis par la Ville pour le transformer en espace communautaire
- Hausse de la densité résidentielle au centre-ville
- Les loyers commerciaux du centre-ville sont moins chers que dans la Station Mont Tremblant
- L'extension du centre-ville au-delà de la rue de Saint-Jovite avec des commerces dans les rues annexes (rue Charbonneau, rue Suppère, rue Saint-Georges...)

## Menaces

- Une offre commerciale qui peut devenir de moins en moins abordable et qui répond moins aux besoins des habitants
- La plus grande abordabilité des loyers commerciaux sur la rue Labelle qui risque de se développer au détriment de la rue de Saint-Jovite, malgré le manque d'accessibilité en transport actif et d'espace pour du nouveau stationnement
- La rareté des locaux commerciaux vacants, qui peut avoir un impact sur le prix de ceux-ci
- L'entretien défectueux de certains immeubles commerciaux
- La réticence de certains propriétaires à louer leurs locaux vacants



# Enjeux - Secteur centre-ville

## ÉQUILIBRE DES BESOINS ET DE L'OFFRE POUR LES LOCAUX



Ce qu'il y a,  
à **perdre** pour  
le centre-ville : >>

Fuites commerciales vers d'autres centres de services et dévitalisation du secteur au profit d'une autre offre commerciale

## SIGNALISATION DES ATTRAITS ET DES STATIONNEMENTS



Perte de rétention et le centre-ville devient un espace de transit.

## CONTINUITÉ DE LA TRAME COMMERCIALE



Perte de gain pour certains commerces plus à l'écart. Dévitalisation de la rue qui a un effet sur les perceptions des consommateurs

Ce qu'il y a,  
à **gagner** pour  
le centre-ville : >>

Continuer de répondre à la demande régionale comme pôle commercial et de services

Un secteur où les gens restent et peuvent marcher tout en découvrant les différents attraits

Une trame commerciale continue qui incite les consommateurs à s'y promener et à profiter de la diversité des commerces de la rue. Centre-ville vivant.



# Vision du secteur Centre-ville

## EN 2035, UN CENTRE-VILLE SIGNATURE

Le centre-ville de Mont-Tremblant se distingue par une ambiance unique, avec une signature qui reflète pleinement son identité dynamique et chaleureuse. Il est conçu pour attirer les résidents, avec une atmosphère accueillante et vivante qui invite aussi les touristes et les villégiateurs à le découvrir. Son aménagement à échelle humaine favorise la qualité de vie des usagers : une rue principale réaménagée pour offrir plus d'espace aux piétons, une esthétique soignée, et une densité commerciale réfléchie, avec des façades commerciales rapprochées, qui animent le parcours urbain et renforcent l'expérience. La vitalité culturelle y est grandement développée grâce aux multiples événements et animations qui rythment la rue de Saint-Jovite, renforçant son attractivité et contribuant à son dynamisme et à sa vitalité commerciale.

## EN 2035, UNE OFFRE COMMERCIALE CONSOLIDÉE

Le centre-ville offre une diversité commerciale qui inclut des établissements accessibles à tous les pouvoirs d'achat, présentant une gamme de produits et de prix variés. Les locaux de la rue de Saint-Jovite sont quasiment tous occupés par des commerces qui dynamisent l'espace et créent un véritable pôle d'attraction. L'accessibilité universelle et une atmosphère d'accueil inclusive pour toutes les diversités complètent l'offre, répondant aux besoins de la communauté tout en animant la rue.

## EN 2035, UN SECTEUR DENSIFIÉ ET VIVANT

En augmentant la densité résidentielle au centre-ville et aux alentours, Mont-Tremblant renforce l'activité locale et favorise l'émergence de commerces de proximité. Cette densification douce accompagne l'amélioration de la fluidité des transports, incluant plus de déplacements à pied, une piste cyclable agréable reliant le centre-ville à Saint-Jovite-Station et un service de bus de plus en plus fréquenté. L'ensemble de ces efforts contribue à un centre-ville vibrant, où la vie quotidienne se fait plus pratique, agréable et durable.





04

## RECOMMANDATIONS POUR LE SECTEUR CENTRE-VILLE

---





# Cercle vertueux d'une stratégie pérenne et dynamique

## Secteur Centre-ville

Un développement commercial efficace s'appuie sur 3 leviers interreliés. Selon les besoins, il faut concentrer ses efforts sur un élément en particulier afin d'activer les deux autres. De cette manière, on vient activer positivement la roue du développement commercial. Pour ce secteur, c'est l'attractivité du centre-ville qui est à développer.

### ÉTAPES DU CERCLE VERTUEUX

1. **Améliorer l'attractivité du centre-ville** afin de le dynamiser et d'avoir les cartes en main pour attirer commerçants, entrepreneurs et clientèle.
2. Cela va permettre de **développer une offre équilibrée et diversifiée** qui répond aux besoins de la clientèle potentielle locale et régionale (le bon produit, au bon prix et à la bonne place).
3. Si le développement de l'offre et l'amélioration de l'attractivité sont bien réalisés, la **demande va s'accroître**, grâce au bouche-à-oreille, à la communication, à l'ambiance et à l'image véhiculée, qui vont donner envie d'aller dans le centre-ville plutôt qu'ailleurs.





# Les orientations de développement du Secteur Centre-Ville

Afin de réaliser un développement optimal et centré sur l'expérience de la population résidente, une vision globale des objectifs est importante à définir. Le secteur Centre-ville doit être considéré dans son ensemble à travers une vision et des objectifs communs. C'est par ces orientations que la Ville de Mont-Tremblant permet d'agir sur l'aménagement du secteur afin de réaliser une vision d'un ensemble urbain cohérent et qui améliore la qualité de vie de ses usagers.

## 1 Concentrer le développement commercial sur la rue de Saint-Jovite pour capitaliser sur l'accessibilité à pied, à vélo et en transports en commun.

- > **Contexte:** La plupart des commerces et services du Secteur Centre-ville se trouvent sur la rue de Saint-Jovite et les rues annexes.
- > **Objectifs:** Stratégie visant un aménagement local des commerces et services en planifiant une densification des activités commerciales axées sur l'accessibilité aux usagers.

## 3 Réaménager la rue de Saint Jovite pour améliorer l'attractivité du Secteur Centre-Ville.

- > **Contexte:** La rue de Saint-Jovite est centrale au secteur mais les aménagements sont peu accueillants pour les déplacements actifs.
- > **Objectifs:** En réduisant l'espace donné aux automobiles, on facilite ainsi les déplacements actifs tout en gardant l'offre de stationnement nécessaire au roulement commercial du secteur. Un aménagement plus esthétique du tronçon par une végétalisation et une ambiance plus conviviale permet également d'améliorer l'attractivité de la rue.

## 2 Développer le créneau du divertissement pour la population résidente, mais aussi pour les visiteurs.

- > **Contexte:** Il n'y a pas de commerces de divertissement au centre-ville, et plusieurs commerces du secteur sont en fin de bail et leur localisation de choix est sous-exploitée.
- > **Objectifs:** Aménager les futurs locaux commerciaux vacant vers des services de divertissement afin d'offrir à la population locale un choix d'activités intéressantes et d'attirer une clientèle au centre-ville.

## 4 Augmenter le nombre de logements familiaux abordables près de la rue de Saint-Jovite, mais accessibles à pied, en densifiant les terrains sous-utilisés.

- > **Contexte:** Beaucoup de terrains commerciaux et en friches du centre-ville sont sous-utilisés.
- > **Objectifs:** Créer des espaces commerciaux-résidentiels mixtes au coeur du secteur tout en gardant la priorité sur l'abordabilité et des logements qui répondent aux besoins des familles de Mont-Tremblant.



# 1. Développer la trame commerciale de la rue de Saint-Jovite

La rue de Saint-Jovite, tronçon névralgique du secteur centre-ville de la Ville de Mont-Tremblant, regroupe actuellement plusieurs commerces centraux à la vie des résidents. Malgré tout, la rue bénéficierait d'une offre commerciale plus diversifiée, notamment avec plus de commerces de divertissement et d'espaces conviviaux.

En redessinant la rue pour sécuriser les déplacements actifs et pour l'embellir, on améliore son attractivité. En outre, une augmentation de l'offre de logements familiaux et abordables par une densification intelligente des terrains sous-utilisés est également importante afin de compléter la dynamisation de la rue principale.

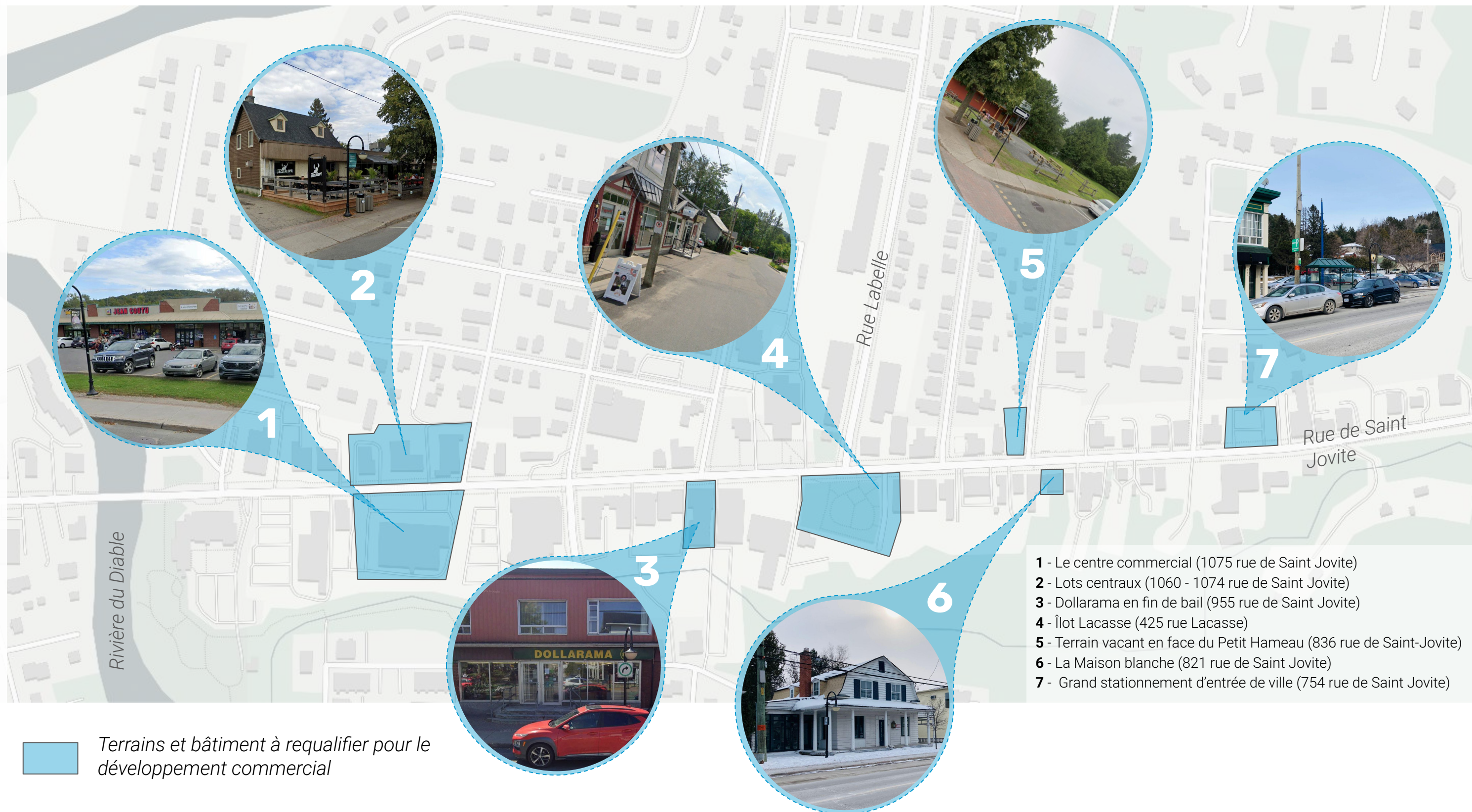
Plusieurs opportunités et leviers d'action se présentent ainsi à la Ville de Mont-Tremblant, en plus des terrains concernés appartenant déjà à la Ville.

La réflexion sur le développement de la trame commerciale porte sur la requalification/transformation de ces lots du secteur:

- > Le centre commercial (1075 rue de Saint Jovite)
- > Lots centraux (1060 - 1074 rue de Saint Jovite)
- > Dollarama en fin de bail (955 rue de Saint Jovite)
- > Îlot Lacasse (425 rue Lacasse)
- > Le terrain vacants en face du Petit Hameau (836 rue de Saint-Jovite)
- > La Maison blanche (821 rue de Saint Jovite)
- > Grand stationnement d'entrée de ville (754 rue de Saint Jovite)



# Cartographie des interventions proposées - trame commerciale





## Le centre commercial (1075 rue de Saint Jovite)



### Situation actuelle :

- > Centre commercial local en arrière lot avec plusieurs commerces de grandes et petites surfaces.
- > Stationnement en avant lot.

### Opportunités de développement :

- > Destruction du bâtiment et redéveloppement de l'espace en front de rue avec réaménagement des commerces dans le bâtiment redéveloppé.

### Vocations proposées et publics cibles :

- > Conservation de l'offre commerciale actuelle si possible et réaménager dans les espaces développés en front de rue.
- > Conservation des espaces de stationnement et réaménagement en fond de lot.
- > Construction de logement aux étages supplémentaires

### Structure légale :

- > Entrepreneur privé qui s'entend avec la Ville quant à la vision de développement

### Propriétaire :

- > Privé

### Horizon :

- > Long terme



# UN CAS INSPIRANT

## L'ANCIEN CENTRE-COMMERCIAL DE MASHPEE COMMONS À MASHPEE, MASSACHUSETTS



Inauguré en 1986 sur le site de l'ancien centre commercial New Seabury à Cape Cod, Mashpee Commons représente un exemple précurseur du mouvement du nouvel urbanisme. Le projet a transformé un centre commercial linéaire typique des années 1960 en un quartier à usages mixtes. Les bâtiments d'origine ont été rénovés avec des façades inspirées des centres-villes traditionnels de la Nouvelle-Angleterre, tandis que le vaste stationnement a été réaménagé en rues bordées de bâtiments à deux étages, combinant commerces au rez-de-chaussée et bureaux ou logements aux étages supérieurs. Avec ses espaces piétonniers, ses structures orientées vers la rue et ses stationnements à l'arrière, Mashpee Commons offre une expérience urbaine conviviale, inspirée des centres-villes historiques, tout en répondant aux besoins modernes de la communauté locale.

**Point de vigilance :** Bien que Mashpee Commons soit un exemple de transformation réussie, il reste un centre commercial de type « lifestyle center », dont le but est d'imiter un centre-ville traditionnel tout en étant situé en périphérie avec de vastes stationnements qui entourent le site. L'inspiration ici n'est pas de construire ce type de centre commercial, mais plutôt de transformer un strip mall localisé en centre-ville en un développement à usages mixtes capable de s'intégrer harmonieusement grâce à une architecture et un aménagement adaptés.

Avant



Credits: Mashpee Commons

Après







### Situation actuelle :

- > Commerces de restauration et semi-courants dans un bâti avec une implantation en front de rue et entrées charretières menant à du stationnement en arrière lot, en vente.

### Opportunités de développement :

- > Modifier le règlement de zonage pour que la Ville s'assurer d'un usage qui correspond à la vocation proposée.
- > Émettre une vision de développement pour qu'un développeur achète les lots, les fusionne, et propose un redéveloppement avec des commerces au rez de chaussé, la construction de logements aux étages
- > Augmentation du cachet et de l'ambiance de la rue de Saint Jovite. Les commerces actuels peuvent s'installer dans le futur développement.

### Vocations proposées et publics cibles :

- > Réaménagement du même style de commerces (potentiellement conserver les commerces) avec une optimisation de l'espace, notamment en réduisant le nombre et la largeur des entrées charretières pour accéder aux stationnements en arrière-lot.
- > Aménagement de logements à l'étage.

### Structure légale :

- > Acquisition des lots du propriétaire actuel

### Propriétaire :

- > Privé mais acquisition des lots à vendre

### Horizon :

- > Long terme



# Exemples - Insertion commerciale dans une entrée charretière







Source : Google Street view

**Situation actuelle :**

- > Le Dollarama risque de partir car un nouveau Dollarama a été construit en dehors du secteur à l'étude. Toutefois, des pressions de la part des résidents ont eu lieu pour que le Dollarama reste en centre-ville. Le bâtiment dans lequel il est est cependant en mauvais état, il est possible qu'il doive être démoli et reconstruit.
- > Il serait idéal que le Dollarama reste au centre-ville pour maintenir une offre de magasins à rayons abordables pour les résidents. Toutefois, si ce n'est pas le cas, voici une proposition de développement commercial si jamais le Dollarama ne reste pas au centre-ville.

**Opportunités de développement :**

- > Rénovation et réutilisation du bâtiment afin d'y aménager un commerce de services orientés vers le divertissement.
- > Avec la localisation très centrale du bâtiment, possibilité d'avoir une belle vitrine ouverte sur la rue qui attire le regard et contribue au charme du centre-ville.

**Vocations proposées et publics cibles :**

- > Studio créatif de style café-céramique, cours de cuisine. Orienté pour la clientèle locale mais également comme destination.

**Structure légale :**

- > Bail locatif.

**Propriétaires :**

- > Privé

**Horizon :**

- > Moyen terme



# Exemples - Vitrites de commerces de loisirs



Crédit: Sortir Paris



Crédit: Les Montréalistes



Crédit: Milica BK



Crédit: Google street view - Ateliers & Saveurs Montréal





Crédit : Google Street View

**Situation actuelle :**

- > Rue ouverte sur la place publique centrale de la rue de Saint Jovite avec quelques commerces ouverts sur la rue Lacasse et bâtiments résidentiels en fond de rue.

**Opportunités de développement :**

- > Prolongation du pavage de la place publique sur la rue Lacasse.
- > Réaménagement des bâtiments résidentiels en commerces de restauration.
- > Restauration de la Maison Lacasse et installation au fond de la place publique à gauche en miroir avec la Maison Bisson (bureau touristique et chambre de commerce) d'un entrepôt sous bâtiment et jumelage avec garage de la Zamboni refait à l'ancienne. Usage de salle des artistes en été avec la boîte à surprise, exposition temporaire artistique et ou patrimoine. Usage possible en hiver pour patins avec kiosque à côté de style grange pour location à un opérateur de chocolat chaud ou limonade.

**Vocations proposées et publics cibles :**

- > Restaurant bistro dans un bâtiment à cachet patrimonial ayant accès direct à la place publique.
- > Inciter la saucisserie à offrir leurs produits sur la place publique.
- > Espace de réaménagement pour bâtiment de support et une patinoire l'hiver.

**Structure légale :**

- > Le bâti existant résidentiel appartient à la Ville de Mont-Tremblant.

**Propriétaires :**

- > La Ville reste propriétaire et loue la bâtisse à travers un bail à long terme.

**Horizon :**

- > Court à moyen terme.



# Inspirations - Café, terrasse et extension de place publique

Images d'inspiration



Source: Myaalborg - Obel Plats, Aalborg Danemark



Source : Golf Le Maître

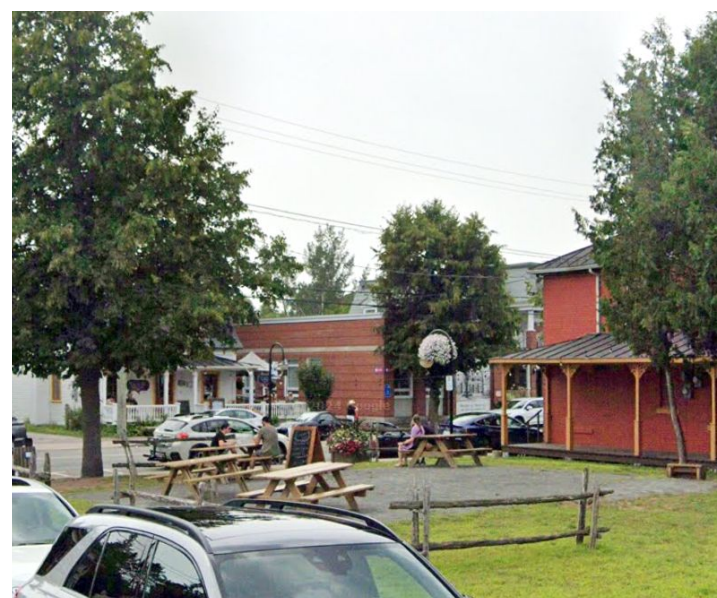


Source: - Rue de la Gare, Victoriaville





Crédit : Google Street View

**Situation actuelle :**

- > Terrain vacant situé juste en face du Petit Hameau, de l'autre côté de la rue Bisson. Emplacement stratégique en plein dans le coeur commerçant de la rue de Saint-Jovite.

**Opportunités de développement :**

- > Développement commercial à l'image du Petit Hameau, avec des petits bâtiments aux architectures différentes entre lesquels il est possible de déambuler à pied.
- > Chaque bâtiment offre un local commercial afin d'animer encore plus la rue de Saint-Jovite. Il y a le potentiel pour une autre terrasse.
- > Potentiel d'avoir un aménagement paysager intéressant et bien végétalisé.

**Vocations proposées et publics cibles :**

- > Café terrasse ou restaurant afin d'animer l'endroit
- > Locaux commerciaux supplémentaires de petite taille
- > Potentiel d'y installer un tiers-lieu communautaire et associatif

**Structure légale :**

- > S'accorder avec le ou la propriétaire du terrain pour faire naître l'idée, ou fait appel à un entrepreneur pour acheter le terrain et le développer en ce sens.

**Propriétaires :**

- > Le terrain est une propriété privée.

**Horizon :**

- > Moyen terme





### Situation actuelle :

- > Bâtiment commercial à cachet patrimonial non loué depuis plusieurs années dans un état de détérioration.
- > Localisation intéressante (en face du Petit Hameau) pour un réaménagement commercial si accompagné d'une rénovation et mise en valeur du bâti.

### Opportunités de développement :

- > Utilisation du droit de préemption prévu dans le règlement d'urbanisme afin de faire l'acquisition et la rénovation du bâtiment par la municipalité.

### Vocations proposées et publics cibles :

- > Aménagement d'un hub commercial et entrepreneurial

### Structure légale :

- > Acquisition par la ville et gestion par la Chambre de commerce du Grand Mont-Tremblant.

### Propriétaires :

- > Ville de Mont-Tremblant et gestion par la Chambre de commerce du Grand Mont-Tremblant.

### Horizon :

- > Court à moyen terme



# UN CAS INSPIRANT

HUB ENTREPRENEURIAL DE MON QUARTIER LÉVIS, CHAUDIÈRE-APPALACHES



Mon Quartier de Lévis a pour mission d'œuvrer de manière durable et concertée avec la Ville de Lévis et les forces vives du milieu au développement commercial des quartiers traditionnels de Lévis. Ensemble, ils ont créé une boutique qui est un espace de vente au détail ouvert pour une période temporaire. Elle permet de mettre sur pied des projets entrepreneuriaux à moindre coût afin de compléter l'offre commerciale déjà existante et de combler des locaux vacants si les entrepreneurs décidaient d'investir à long terme dans le quartier.

[Pour plus de renseignements](https://www.monquartierdelevis.com/)



Crédit : <https://www.monquartierdelevis.com/>



Crédit : <https://www.monquartierdelevis.com/>



Crédit : <https://www.monquartierdelevis.com/>



# DES CAS INSPIRANTS

*Un hub entrepreneurial dans une ancienne maison*



## *La maison Notman, Montréal*

La maison Notman, un lieu architectural et historique à Montréal, et a également accueilli un lieu entrepreneurial technologique. Depuis 2011, la fondation OSMO opère la maison comme espace d'innovation et de développement d'entreprises.

Achetée en 2024 par la Fondation Trottier, elle est en cours de rénovation afin de poursuivre sa mission dédiée au public. Inspirée de la Maison du développement durable à Montréal, elle va accueillir des organismes à but non lucratif dès sa réouverture en 2025.

[Pour plus de renseignements](#)



Source: Wikipedia

## *La maison Hamel-Bruneau, Québec*

Anciennement une villa au cœur de Sillery à Québec, la maison Hamel-Bruneau a été réaménagée en espace de diffusion artistique pour des artistes émergents de la ville de Québec.

En plus d'offrir plusieurs expositions et vernissages, on y organise aussi des expositions sur les sciences. Une salle de réception est également disponible.

[Pour plus de renseignements](#)



Source: Maison du patrimoine





### Situation actuelle :

- > Emplacement d'une ancienne station essence qui a été démolie, et le terrain a été décontaminé.
- > Terrain privé loué par la Ville pour en faire un stationnement de surface en entrée du centre-ville. L'entrée et la sortie du stationnement par la rue de Saint-Jovite provoque des blocages à la circulation lors des heures de pointe.

### Opportunités de développement :

- > Construction d'un bâtiment mixte en avant-lot avec des locaux commerciaux de moyenne taille au rez-de-chaussée.
- > Construction de logements abordables destinés aux familles au deuxième étage avec une architecture s'intégrant bien dans la typologie de la rue de Saint Jovite.
- > Maintien d'une partie du stationnement hors rue en arrière-lot, avec l'accessibilité au stationnement par la rue Filion afin de résoudre les problèmes de circulation actuels sur la rue de Saint-Jovite.

### Vocation proposée :

- > Offre de locaux commerciaux de moyenne taille qui répondrait à la demande entrepreneuriale locale pour certains types de commerces (Magasin de meubles, magasin de vêtements pour hommes).
- > Institution financière au rez-de-chaussée (banque ou caisse).

### Structure légale :

- > Développeur privé avec gestion du stationnement en arrière-lot par la Ville

### Horizon :

- > Moyen - long terme



# Actions complémentaires à l'échelle du Secteur Centre-Ville

## METTRE EN PLACE UN PROGRAMME DE RÉNOVATION DE FAÇADE

- > **Déterminer la zone d'intervention et le budget annuel alloué au programme.**
  - Pour la zone d'intervention, il faut s'assurer qu'elle comprenne tout le cœur commercial du Secteur Centre-Ville, sans trop s'étendre pour éviter de diluer les investissements et les résultats. Cette mesure peut permettre de convaincre un entrepreneur de s'installer dans le cœur commerçant plutôt que dans une zone périphérique.
- > **Déterminer les travaux et interventions admissibles à la subvention**
  - (façades qui donnent sur la rue, façades latérales, enseignes commerciales, aménagements paysagers, vitrines...)
- > **Déterminer les critères d'allocation de la subvention.**
  - Cela correspond à établir la hauteur du pourcentage subventionné sur le coût total des travaux et, en fonction des travaux, le maximum allouable par type de travaux, ou encore les conditions pour obtenir la subvention (par ex. : la réalisation d'une esquisse par un architecte).
- > **S'assurer que le règlement de PIIA est à jour pour que les rénovations correspondent aux critères souhaités.**
- > **Bien communiquer sur l'existence du programme auprès des propriétaires de la zone applicable.**

Les programmes de rénovations de façades ont un réel impact sur la beauté et la vitalité d'un centre-ville. Il faut les mettre en place sur plusieurs années, avec une enveloppe qui est reportée à l'année suivante si elle n'est pas écoulee lors de l'année en cours. En général, cela peut prendre 2 à 3 ans avant que des rénovations majeures aient lieu, le temps que les propriétaires prennent connaissance du programme et fassent les démarches pour entreprendre les rénovations.



# UN CAS INSPIRANT

## LE PROGRAMME DE REVITALISATION DES ARTÈRES COMMERCIALES DE TROIS-RIVIÈRES, MAURICIE



À Trois-Rivières, le Programme de revitalisation des artères commerciales des premiers quartiers comprend un volet d'aide à la rénovation des façades commerciales. Ce programme propose une contribution financière de 50 % du montant des travaux pour les bâtiments commerciaux, et de 60% pour un bâtiment patrimonial, pour des travaux d'au moins 3 000\$. Le montant maximal de l'aide est déterminé par la surface commerciale et va de 50 000\$ à 150 000\$. Les travaux admissibles comprennent la rénovation des façades principales et latérales visibles depuis l'artère commerciale, la reconstitution d'éléments patrimoniaux disparus, l'affichage, et les travaux d'aménagement des espaces extérieurs.

### POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS :

<https://www.v3r.net/affaires/subventions-aux-entreprises/revitalisation-des-arteres-commerciales-des-premiers-quartiers/>



Crédit : Tourisme Trois-Rivières



Crédit : Marc Germain



Crédit : Tourisme Mauricie



# UN CAS INSPIRANT

## LE PROGRAMME DE RÉNOVATION DE FAÇADES DE COATICOOK, ESTRIE



À Coaticook, le programme de revitalisation est une enveloppe budgétaire de 30 000\$ par an et propose une contribution financière de 40% du montant des travaux pour la rénovation de façades commerciales et mixtes jusqu'à concurrence de 25 000\$, pour des travaux d'au moins 10 000\$.

Le programme s'articule en deux volets: le volet 1 pour la rénovation de façades avant, et le volet 2 pour la rénovation de façades arrière. Pour chacun des volets, des spécifications sont apportées sur les travaux autorisés et les types de matériaux et de revêtements qui peuvent être utilisés. Tous les détails peuvent être trouvés [ici](#).

Édifice Lefebvre



Abattoir régional de Coaticook



Impression GB





# Actions complémentaires à l'échelle du Secteur Centre-Ville

## METTRE EN PLACE UNE TAXE SUR LA VACANCE DES LOCAUX COMMERCIAUX

Face à certains propriétaires de locaux commerciaux qui préfèrent les garder vacants plutôt que de les louer, il existe peu de leviers d'action disponibles à la municipalité. D'un côté, il y a les mesures incitatives, comme des programmes de subvention qui peuvent réduire les coûts ou rassurer les propriétaires sur la solvabilité des locataires (aide au loyer commercial, programme de rénovation de façades, réduction des taxes...). Mais depuis peu, les villes peuvent également mettre en place une mesure punitive : la taxe sur la vacance commerciale.

Cette mesure est encore peu utilisée au Québec, avec pour l'instant seulement deux villes majeures qui l'ont mise en place (Rimouski en 2024 et Salaberry-de-Valleyfield en 2025). Elle permet d'imposer un coût aux propriétaires de locaux vacants selon des critères de durée de vacance et de surface commerciale.

**Point de vigilance** : la mesure peut avoir des conséquences positives et négatives. D'un côté, elle peut inciter les propriétaires à louer leurs locaux commerciaux et réduire la spéculation, surtout dans une Ville touristique où il y a beaucoup de potentiel de développement. D'un autre côté, elle peut désavantager de petits propriétaires qui ont du mal à louer leurs locaux et imposer une charge financière encore plus lourde qu'ils ne subissent déjà sans revenus locatifs.

### POUR EN SAVOIR PLUS

#### L'exemple de Rimouski

La Ville a mis en place la mesure en septembre 2023, avec application de la taxe après 12 mois consécutifs d'inoccupation (60% ou plus de la surface commerciale), au coût de 100\$ annuels par m<sup>2</sup> pour les 500 premiers, et 10\$ par m<sup>2</sup> supplémentaire.

#### L'exemple de Salaberry-de-Valleyfield

La Ville a adopté la mesure en mars 2025, avec application de la taxe après 182 jours d'inoccupation dans un rez-de-chaussée commercial dans la même année civile, ou à cheval sur deux années civiles si consécutifs, au coût de 12\$ annuels par m<sup>2</sup> de superficie commerciale.



**GUILLAUME JOSEPH**

*Coordonnateur principal au service-conseil*  
guillaume.joseph@ruesprincipales.org

**LAURENT TROTTIER**

*Coordonnateur de projets*  
laurent.trottier@ruesprincipales.org



**QUÉBEC**

870, avenue De Salaberry  
bureau 201  
Québec (Québec) G1R 2T9

**MONTRÉAL**

460, rue Sainte-Catherine Ouest  
bureau 611  
Montréal (Québec) H2X 3V4

418 694-9944  
ruesprincipales.org