

# Stratégie de développement commercial pour le Secteur Village

Chambre de Commerce du  
Grand Mont-Tremblant

07 février 2025





## Rédaction

Guillaume Joseph, urbaniste, coordonnateur principal au service-conseil

Florence Alain-Bouffard, coordonnatrice de projets

Mathilde Falgueyret, urbaniste stagiaire, coordonnatrice de projets

## 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 – *Coordonnatrice, services aux membres, CCGMT*

Irini Athanasopoulos – *Coordonnatrice communications et marketing, CCGMT*

Marie-Pier Désormeaux – *NATUR Design et présidente 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 – *Le Grill / 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



16

Recommandations pour le  
Secteur Village



# 01 MISE EN CONTEXTE

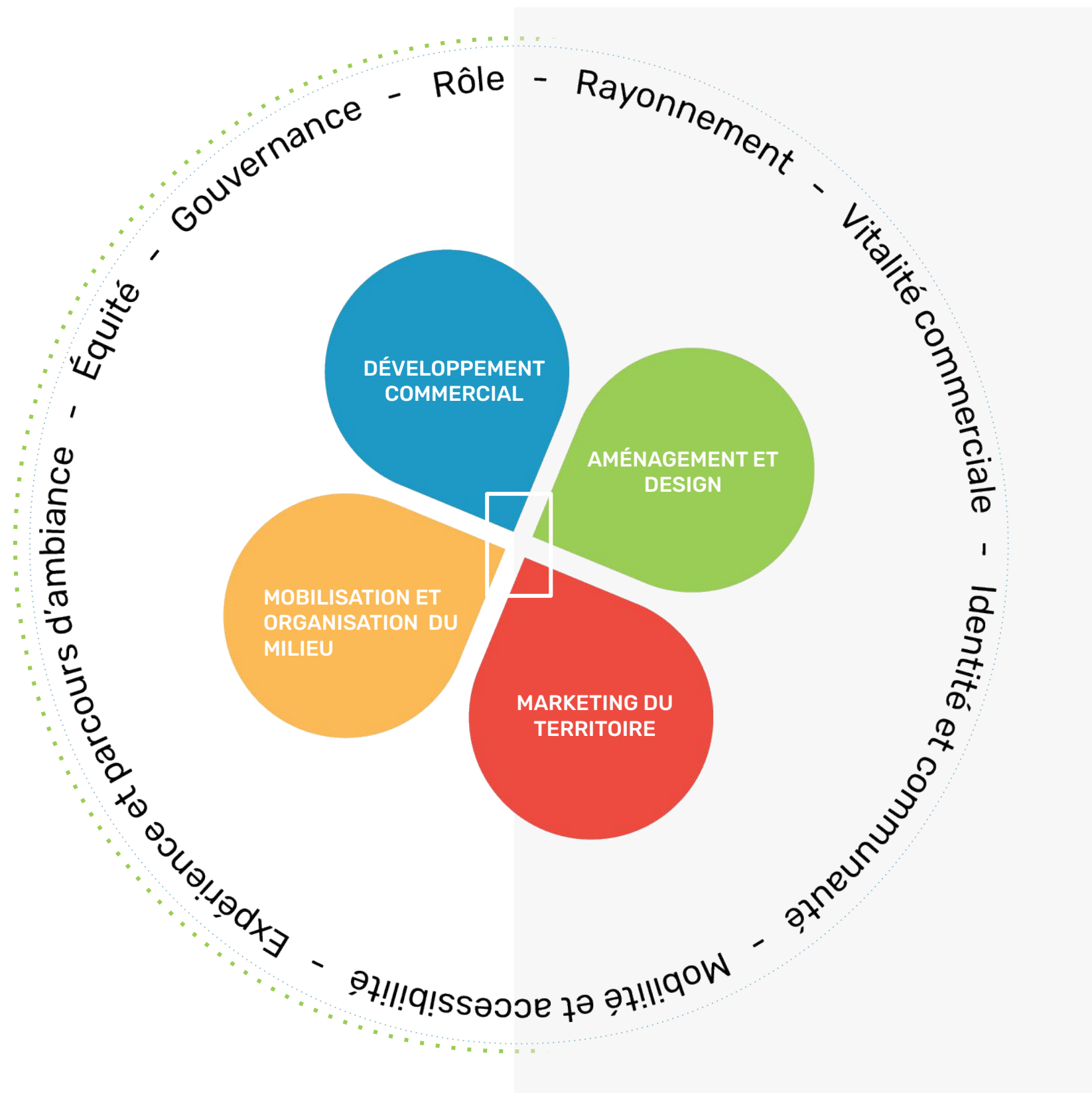
---





# 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.

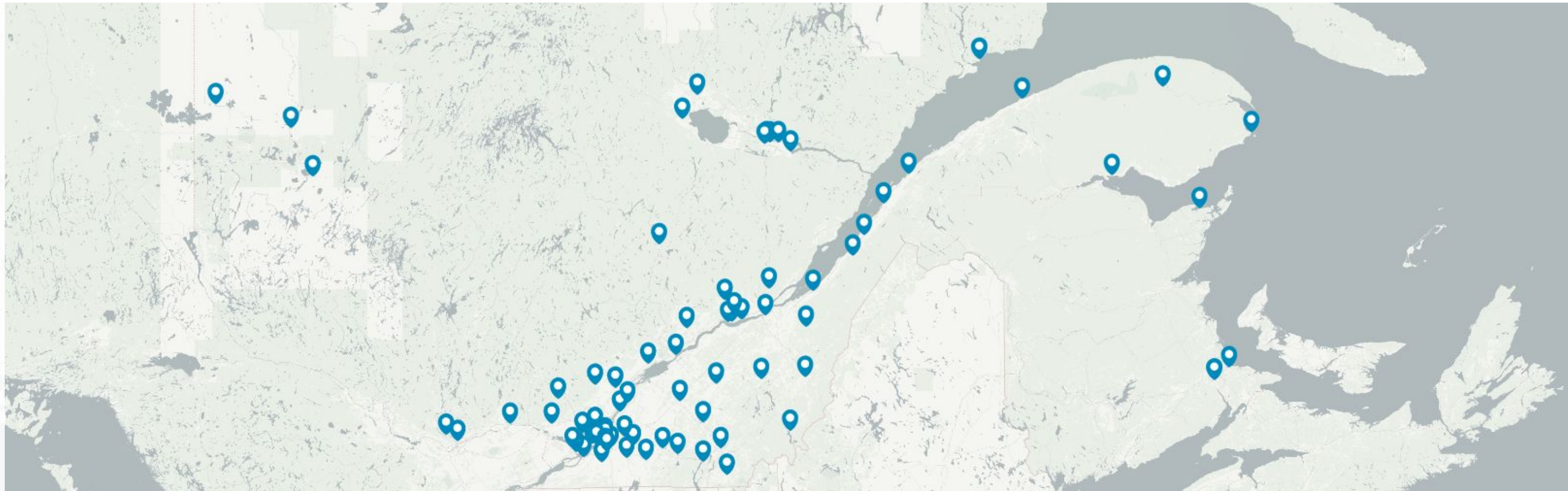
## LES PILIERS D'UN CŒUR DE COLLECTIVITÉ DYNAMIQUE

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'événements 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



**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 Village



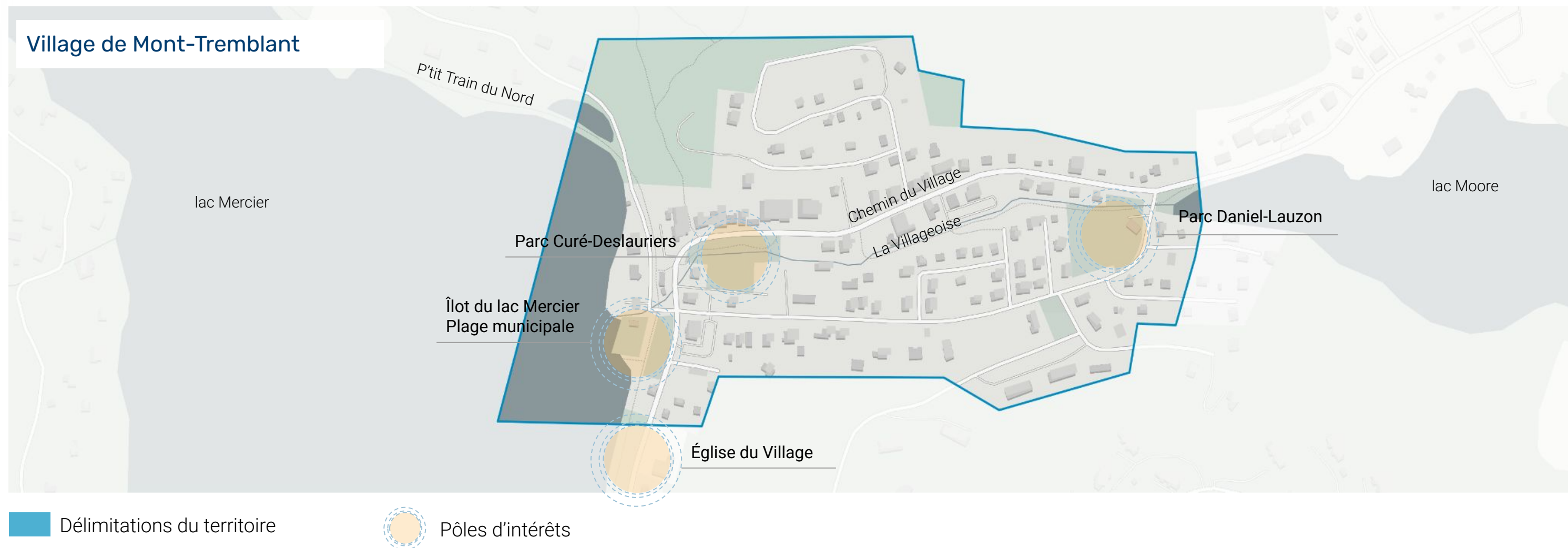
## 03 SECTEUR À L'ÉTUDE

---





# Secteur Village



## Un noyau villageois dynamique et aux attraits rapprochés

Le territoire d'intervention pour le Secteur Village de Mont-Tremblant suit le chemin du Village entre l'église au sud et le Lac Moore à l'est, en incluant l'îlot du lac Mercier (plage municipale, ancienne gare, Chalet Charlie...), le Parc Curé-Deslauriers, et le parc Daniel-Lauzon. Tous ces espaces sont reliés par la piste multifonctionnelle, La Villageoise, qui est en retrait parallèlement au Chemin du Village.

Il y a une concentration commerciale intéressante dans le Village, mais qui n'est pas aussi diversifiée que dans le Secteur Centre-Ville. Cette dernière offre une expérience de villégiature plus que des produits de base.

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

### Logement

- 8 783 logements privés (résidences principales et secondaires) en 2021 (+ 8,6% par rapport à 2016).
- 62 % des logements à Mont-Tremblant sont occupés par des résidents comme lieu de résidence permanente (locataires et propriétaires), contre 56 % en 2016.
- 15,4 % des ménages (locataires et propriétaires) dépensent plus de 30 % de leurs revenus dans leurs logements (16,7 % dans la MRC).

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



# Les espaces d'intérêt





## 04 RECOMMANDATIONS POUR LE SECTEUR VILLAGE

---





## Forces

- Clientèle nombreuse et diversifiée: locaux, villégiateurs et touristes
- Le côté unique du cadre bâti et naturel du secteur, avec la présence d'un lac en plein cœur
- La fréquentation du secteur par les skieurs, les athlètes et les vélos-touristes grâce au P'tit Train du Nord et à la Villageoise
- La présence d'une offre commerciale supérieure à ce qu'il y aurait dans un autre village de taille similaire

## Faiblesses

- Manque de commerces et services de proximité pour la population locale
- Une population permanente peu nombreuse pour permettre la viabilité de plus de commerces et services de proximité
- L'achalandage irrégulier du secteur par le tourisme et les villégiateurs (semaine VS fin de semaine VS saison)
- Certains commerces de bases ne veulent pas venir s'établir dans le secteur
- Mobilisation commerçante plus faible, ce qui a un effet sur les produits et les heures d'ouvertures des commerces



## Opportunités

- Réunir certains commerces pour répondre à la demande locale (ex: dépanneur avec produits de pharmacie)
- L'apport des villégiateurs de Station Mont Tremblant
- Réaliser une stratégie de signalisation pour capter les gens qui circulent sur certaines artères principales
- La présence d'acteurs locaux qui sont prêts à s'investir dans la vitalité du secteur (ex: artistes, familles, etc.)
- Les terrains et les bâtiments vacants appartenant à la Ville près du Lac Mercier
- Meilleure utilisation de l'espace sous le toit de l'aréna extérieure du Parc Daniel-Lauzon
- La densification résidentielle du Secteur Village s'harmonisant avec la signature locale et historique pour augmenter la demande de proximité

## Menaces

- L'établissement de bureaux ou de services peu achalandés dans des locaux au rez-de-chaussée, brisant l'expérience et la fluidité marchande
- La présence de vocations différentes et l'équilibre à atteindre (sportif VS artistique) pour une bonne complémentarité
- Le dédoublement en termes d'offres proposées dans le Secteur Centre-Ville ou la Station Mont Tremblant



# Enjeux - Secteur Village

## AMBIANCE ET SÉCURITÉ ROUTIÈRE DU SECTEUR



Ce qu'il y a,  
à **perdre** pour  
le secteur : >>

Cohabitation sensible entre les usagers du secteur, sentiment d'insécurité lié au trafic routier rapide qui ne profite pas à l'ambiance et la fréquentation du secteur par ses usagers.

## OPPORTUNITÉ DE DÉVELOPPEMENT



La faible mixité de l'offre commerciale et une offre qui répond seulement à un seul type de clientèle.

## IDENTITÉ ET ENCADREMENT NATUREL



Privatisation des espaces naturels au détriment de l'identité et de la communauté

Ce qu'il y a,  
à **gagner** pour  
le secteur : >>

Marchabilité optimale du secteur pour les visiteurs et rétention des visiteurs dans les espaces publics et commerciaux.

Une trame commerciale qui permet les nouvelles opportunités d'affaires et qui répond à la demande locale et à la demande des visiteurs.

Mise en valeur des espaces naturels qui nourrit l'ambiance et qui est accessible par tous



# Vision - Secteur Village

## DES COMMERCES ET DES SERVICES DU QUOTIDIEN

En 2035, le Secteur Village est animé par un réseau de commerces de proximité dynamiques et diversifiés, répondant aux besoins quotidiens des résidents, des villégiateurs et des touristes. L'offre commerciale s'est enrichie pour inclure une plus large variété de produits et de services. Le cœur villageois s'étend maintenant jusqu'à la salle de spectacle du Village (ancienne église), consolidant l'axe commercial tout en maintenant une complémentarité harmonieuse avec les autres pôles commerciaux de Mont-Tremblant. Ce développement évite la concurrence directe avec les autres pôles commerciaux contribuant ainsi à un écosystème commercial équilibré.

## UN ÉQUILIBRE IDÉAL ENTRE HABITANTS, VILLÉGIATEURS ET TOURISTES

En 2035, la population du Secteur Village s'est densifiée de manière douce et harmonieuse, renforçant la demande pour les commerces et services de proximité. Grâce à des modes de transport alternatifs à la voiture, tous les usagers peuvent se déplacer aisément et en toute sécurité, ce qui encourage un mode de vie actif et durable. Le Secteur offre un équilibre entre logements pour résidents, villégiateurs et touristes, ce qui soutient une activité locale tout au long de l'année.

## UN MILIEU FIER QUI MET EN VALEUR LA NATURE, L'ART ET LE SPORT

En 2035, le patrimoine naturel et les paysages, notamment le magnifique lac Mercier, sont protégés et sublimés pour offrir aux visiteurs et aux résidents des espaces de contemplation et de loisirs. L'église du Village est devenue un centre culturel vibrant, maximisant son potentiel pour offrir des activités artistiques variées. Le Chemin du Village a été réimaginé pour favoriser la qualité de vie, l'interaction et le respect de l'environnement, en mettant l'accent sur l'expérience humaine et la vie communautaire.





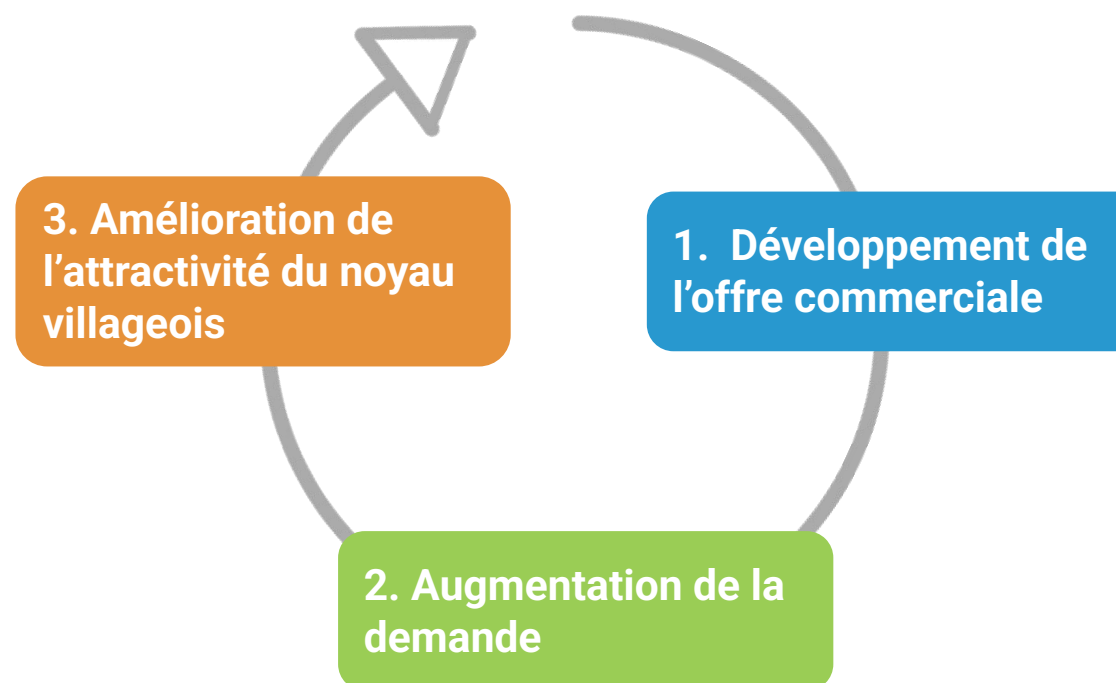
# Cercle vertueux d'une stratégie pérenne et dynamique

## Secteur Village

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 le développement de l'offre commerciale qu'il faut consolider afin d'avoir un effet sur les deux autres composantes.

### ÉTAPES DU CERCLE VERTUEUX

1. Il faut, tout d'abord, **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).
2. Si le développement de l'offre est bien réalisé, 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 Secteur Village plutôt qu'ailleurs.
3. Suite à l'augmentation de la fréquentation, il sera possible de continuer d'améliorer l'attractivité du Secteur Village afin de le dynamiser et d'avoir les cartes en main pour attirer, commerçants, entrepreneurs et les différentes clientèles.





# Les orientations de développement du Secteur Village

Pour assurer un développement stratégique et harmonieux du secteur, il est crucial d'adopter une vision globale plutôt que de se limiter à une approche bâtiment par bâtiment. L'espace doit être envisagé comme un tout cohérent et complémentaire, guidé par des objectifs communs. Grâce à un phasage à court, moyen et long terme, la Ville pourra maximiser les opportunités et mobiliser les leviers nécessaires pour concrétiser cette vision d'ensemble.

## 1 La maîtrise foncière comme levier pour contrôler le développement du noyau villageois

- > **Contexte:** Maîtrise foncière initiée par le PPU de 2013, avec l'acquisition de l'église et de nombreux terrains autour du Lac Mercier et du Chemin du Village
- > **Objectifs:** Stratégie visant un réaménagement global et durable avec possibilité d'une gestion flexible, notamment via une fiducie pour dynamiser la vitalité locale

## 3 Saisir l'opportunité de la maîtrise foncière pour élargir le Chemin du Village et favoriser les déplacements actifs

- > **Contexte:** L'extension de la trame commerciale exige des aménagements pour améliorer les déplacements actifs, actuellement limités par l'étroitesse du Chemin du Village
- > **Objectifs:** Élargir la rue pour assurer une circulation fluide et sécuritaire pour les piétons, les cyclistes et les automobilistes et pour renforcer l'attractivité commerciale, la sécurité et la convivialité du village, tout en créant une ouverture et un sentiment d'accueil.

## 2 Étendre la trame commerciale jusqu'à l'église pour l'intégrer dans le noyau villageois

- > **Contexte:** La salle de spectacle du village, élément central de l'identité locale, a une forte vocation culturelle mais un potentiel sous-exploité
- > **Objectifs:** Créer une trame bâtie entre Félix-Calvé et l'église pour renforcer le tissu commercial, diversifier l'offre et créer une synergie durable entre commerces, culture et services, tout en préservant l'authenticité du lieu.

## 4 Optimiser l'occupation du territoire pour augmenter la demande de proximité

- > **Contexte:** La vitalité du noyau villageois repose sur la proximité entre l'offre commerciale et la demande locale, rendue possible par des terrains vacants propices à une densification douce.
- > **Objectifs:** Créer des logements variés, intégrant résidences pour villégiateurs dans le noyau avec commerces au rez-de-chaussée et logements dans les zones limitrophes pour les habitants à l'année, tout en évitant les conflits d'usage.



# Les trois échelles à prendre en compte

## LOCALE / DE PROXIMITÉ

- > **Description** : Commerces de proximité répondant aux besoins quotidiens des résidents du secteur.
- > **Potentiel** : Si de grande qualité, ils peuvent devenir des destinations locales et même des attraits touristiques.
- > **Exemples** : dépanneur, épicerie, fruiterie, boucherie, poissonnerie, boulangerie, café-terrasse...

## DESTINATION LOCALE

- > **Description** : commerces uniques qui attirent les habitants de toute la région pour des besoins semi-courants.
- > **Potentiel** : Ils servent d'abord les locaux, mais leur caractère distinctif les rend attractifs pour les touristes.
- > **Exemples** : boutique de vélos, boutique de sports et plein air, marché fermier, bon restaurant, cordonnerie, bureau de poste...

## TOURISTIQUE

- > **Description** : Commerces conçus principalement pour les touristes et villégiateurs.
- > **Potentiel** : Si de grande qualité, les locaux vont potentiellement vouloir en profiter occasionnellement.
- > **Exemples** : boutique de produits du terroir, restaurants et produits haut de gamme, spa, excursions natures, magasin de souvenirs et de décoration...

## À RETENIR

- > **Un milieu de vie agréable pour les résidents créera un environnement attrayant pour les touristes.** L'aménagement des Secteurs Centre-Ville et Village doit se centrer sur l'identité locale et les besoins des résidents et des villégiateurs.
- > **L'offre doit répondre aux besoins des résidents locaux** tout en offrant une expérience unique qui les distingue des autres pôles commerciaux (ex : cafés-terrasses, concepts originaux, qualité des produits et du service, ambiance soignée).
- > **Le développement commercial doit se baser sur la complémentarité des trois secteurs de Mont-Tremblant,** et non sur la compétition. Chaque secteur a un rôle spécifique à jouer avec des commerces ciblés adaptés à son potentiel.
- > **Il y a des synergies à exploiter entre les trois échelles:** les commerces de proximité de qualité peuvent devenir des destinations touristiques, tandis que les commerces touristiques de qualité peuvent aussi plaire aux locaux.



# Les terrains que possède la Ville



 Terrains appartenant actuellement à la Ville



# 1. Développer la trame commerciale jusqu'à l'église du Village

La trame actuelle du Secteur Village est concentrée au centre du secteur et ne s'étend pas jusqu'à l'église, un point névralgique pour les visiteurs et les locaux. Il est essentiel de relier ces points d'intérêts et d'y établir une trame commerciale pour les différents publics cibles.

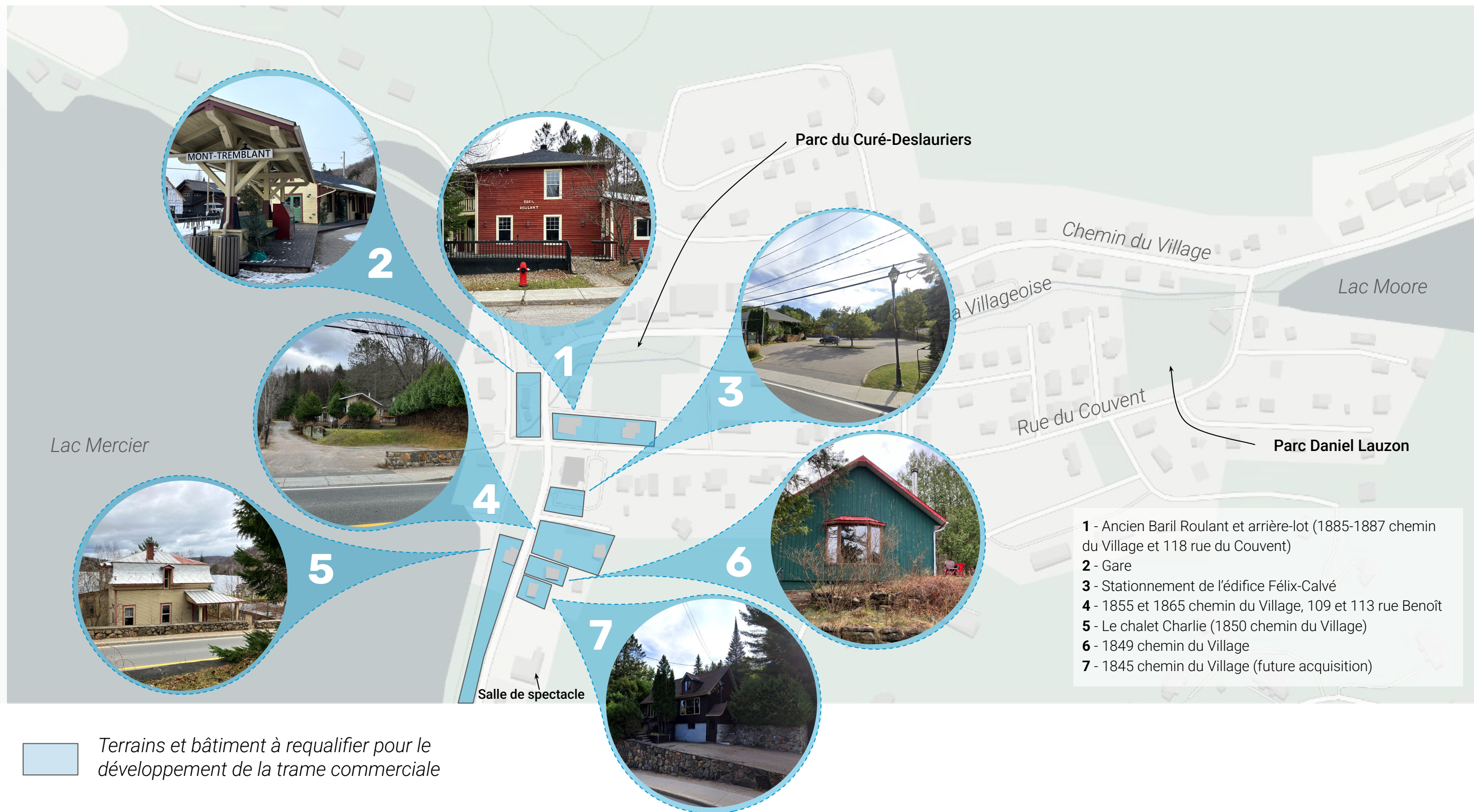
La Ville possède actuellement de nombreux bâtiments qui permettront de contrôler le développement du secteur. Afin d'avoir des leviers sur le développement commercial, il est important de visualiser les vocations des bâtiments qui subiront éventuellement des transformations.

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

- > L'ancien Baril Roulant
- > La Gare
- > Stationnement de l'édifice Félix-Calvé (1875 chemin du Village)
- > 1855 et 1865 chemin du Village, 109 et 113 rue Benoît
- > Le chalet Charlie
- > Le 1849 chemin du Village
- > Le 1845 chemin du Village (future acquisition)



# Cartographie des interventions proposées - trame commerciale





## L'ancien Baril Roulant (1885-1887 chemin du Village)



### Situation actuelle :

- > Bâtiment vacant au cœur du Secteur Village, en face de la plage du lac Mercier. C'est un ancien lieu de rendez-vous, il représente un fort potentiel de revitalisation.

### Opportunités de développement :

- > Fusion des lots pour une vision d'ensemble, incluant la reconfiguration du coin de la rue du Couvent.
- > Possibilité de démolir les bâtiments arrière pour optimiser l'espace et intégrer des logements.
- > Petit stationnement existant pouvant être inclus dans la planification.

### Vocations proposées et publics cibles :

- > Boulangerie-pâtisserie pour répondre aux besoins des locaux et villégiateurs, et attirer les excursionnistes.
- > Crèmerie estivale pour dynamiser le noyau villageois grâce à sa proximité avec la plage.
- > Logements de villégiature en arrière-lot, avec commerces au rez-de-chaussée pour renforcer l'animation commerciale.

### Structure légale :

- > Fiducie, la Ville (le constituant) crée la fiducie et cède le lot à l'OBNL, qui remboursera mensuellement la valeur marchande de l'immeuble.

### Propriétaire :

- > La fiducie et ses fiduciaires

### Horizon :

- > Court à moyen terme



# POURQUOI ADOPTER UNE FIDUCIE D'UTILITÉ SOCIALE (FUS)

## Qu'est-ce qu'une FUS?

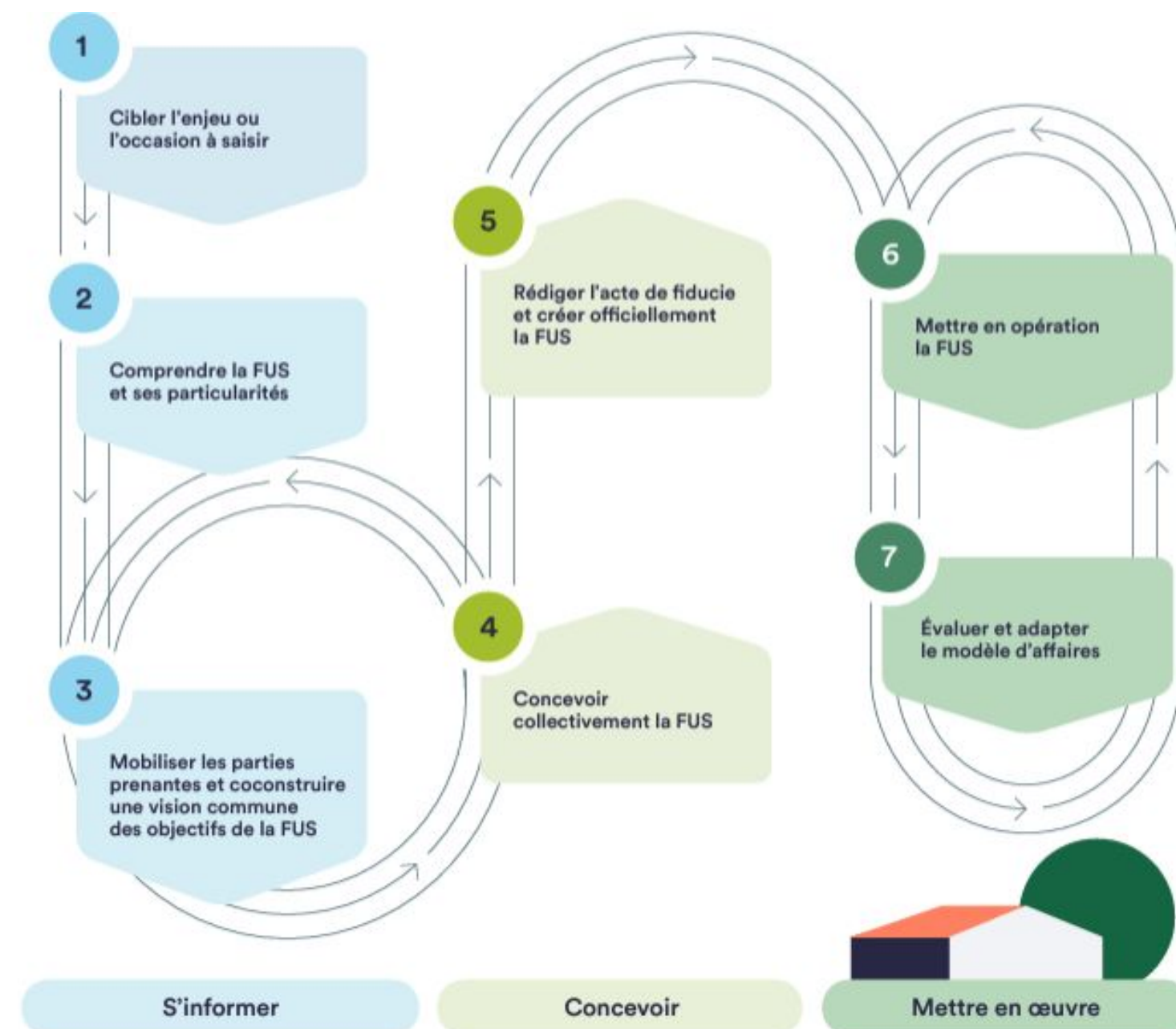
- > Une fiducie d'utilité sociale (FUS) est un bien affecté à un usage, plutôt qu'au bénéfice d'une personne ou d'une organisation. Elle permet d'exclure un bien du marché immobilier et de lui sceller une vocation à perpétuité.

## Les bénéfices d'une FUS pour le noyau villageois :

- > **Démarchandisation et contrôle à long terme :** en retirant un bien du marché immobilier, la FUS garantit que son usage répondra à des objectifs communautaires à perpétuité, tout en permettant de maintenir un contrôle sur son exploitation et sa vente, aligné avec une vision globale de développement.
- > **Gestion cohérente avec une vision de développement :** les FUS permettent de gérer des biens fonciers pour des développements cohérents avec une vision planifiée et concertée.
- > **Processus collaboratif :** le succès d'une FUS repose sur une réflexion et une planification impliquant les citoyens, organismes et la Ville. Ce processus assure une adhésion collective et une vision claire pour le long terme.
- > **Financement et avantages fiscaux potentiels :** une FUS peut obtenir un statut d'organisme de bienfaisance, permettant d'accéder à des dons et subventions pour soutenir ses objectifs.

## À propos des fiducies entreprises :

Contrairement aux fiducies d'utilité sociale, les fiducies entreprises sont utilisées pour exploiter une activité économique organisée visant des profits. Elles incluent des fiducies commerciales, des fiducies d'investissement (comme les fonds mutuels), ou encore des fiducies d'opérations immobilières.



### Parcours type de FUS

Source: <https://tiess.ca/wp-content/uploads/2023/12/06-FUS-Guide-accompagnement.pdf>



# UN CAS INSPIRANT

CAFÉ CANTOOK, SANDWICHERIE FRANKY JOHNNY ET BOULANGERIE BORDERON ET FILS, QUÉBEC



Cet espace accueille, dans le même local, trois entreprises complémentaires: un micro-torréfacteur, une sandwicherie et une boulangerie. Les trois entrepreneurs se sont entendus pour louer le local ensemble et construire une offre qui utilise les produits des uns et des autres. Cette mutualisation crée une ambiance vivante dans l'espace, tout en permettant une meilleure rentabilité aux commerçants grâce aux partages des charges et à l'utilisation commune de leurs produits. Les clients peuvent aussi profiter d'une salle à manger en arrière de la boutique.



Source: Francky Johnny



Source: Francky Johnny



Source: Francky Johnny



# Inspirations - style du bâti





# Inspirations - style du bâti







### Situation actuelle :

- > Actuellement utilisé comme galerie d'artistes, le bâtiment est situé au bord de la piste cyclable du P'tit Train du Nord.
- > Emplacement stratégique nécessitant une ouverture vers la piste pour maximiser sa valorisation.

### Opportunités de développement :

- > Relocalisation de la galerie d'art dans la maison verte au 1849 chemin du Village, offrant davantage d'espace et la possibilité de diversifier son offre avec une terrasse d'artistes.
- > Mise en place d'un modèle d'affaires innovant avec des partenaires externes, impliquant la communauté à travers les saisons.

### Vocations proposées et publics cibles :

- > Boutique touristique mettant en valeur des produits locaux (style Gourmet Sauvage).
- > Halte-chaleur en hiver et salle multifonctionnelle pour accueillir des activités communautaires, en partenariat avec le Carrefour-Jeunesse-Emploi (CJE).
- > Création d'un espace extérieur accueillant pour les visiteurs et un lieu de repos et de rencontre.

### Structure légale :

- > Gestion par le CJE, partenariats financiers, partenariat avec des commerces locaux pour la vente de produits plus touristiques

### Propriétaire :

- > La Ville doit inclure ce bâtiment dans la fiducie proposée

### Horizon :

- > Court à moyen terme



# DES CAS INSPIRANTS

*Des commerces opérés par des Carrefours Jeunesse-Emploi (CJE)*



## *Le Wilson café-boutique, Shawinigan*

**Date de création :** novembre 2022

**Emplacement :** Au centre-ville, en plein cœur de la Cité de l'énergie

**Objectif :** permettre à des jeunes de se familiariser avec le service à la clientèle et la gestion d'un commerce.

**Activités commerciales :** café + boutique de produits artisanaux locaux et de produits issus du programme Boulot-Éco aussi offert par le CJE de Shawinigan.

[Pour plus de renseignements](#) 



Source: CJE Shawinigan

## *Le Cordon Vert, Saint-Jean-sur-Richelieu*

**Date de création :** 2018

**Emplacement :** Zone commerciale périphérique à proximité du centre-ville

**Objectif :** permettre à des jeunes de reprendre confiance en eux et de développer leurs compétences

**Activités commerciales :** café et bistro

[Pour plus de renseignements](#) 



Source: CJE Shawinigan



# UN CAS INSPIRANT

*Boutique de produits locaux*



## *Gourmet-Sauvage*

**Date de création :** 1993

**Emplacement :** Point de vente un peu partout au Québec et boutique à Mont-Blanc

**Activités commerciales :** café + boutique de produits locaux fait par gourmet sauvage.

[Pour plus de renseignements](#)



Source: Gourmet-Sauvage



Source: Gourmet-Sauvage





## Situation actuelle :

- > Grand stationnement de surface avec deux entrées charretières : une sur le Chemin du Village et une sur la rue du Couvent.

## Opportunités de développement :

- > Densification du noyau villageois et extension de la trame commerciale entre l'église et Félix-Calvé.
- > Création d'une échelle humaine le long du Chemin du Village grâce à une emprise au sol similaire à celle de l'édifice Félix-Calvé.
- > Légères modifications nécessaires au règlement de zonage pour maximiser le nombre d'unités de logements de villégiature aux étages

## Vocations proposées et publics cibles :

- > Bâtiment mixte en avant-lot avec rez-de-chaussée commercial pour un commerce de services ou un comptoir pharmacie offrant des produits de première nécessité et des logements de villégiature aux étages
- > Stationnement en arrière-lot, conservation de 36 places sur 40 avec une entrée depuis la rue du Couvent au niveau de la voie de service donnant accès à l'arrière de l'église, la galerie et la microbrasserie.

## Structure légale :

- > Entreprise privée avec gestionnaire d'immeuble qui peut être un acteur privé ou un OBNL

## Propriétaire :

- > Gestionnaire de l'immeuble

## Horizon :

- > Long terme



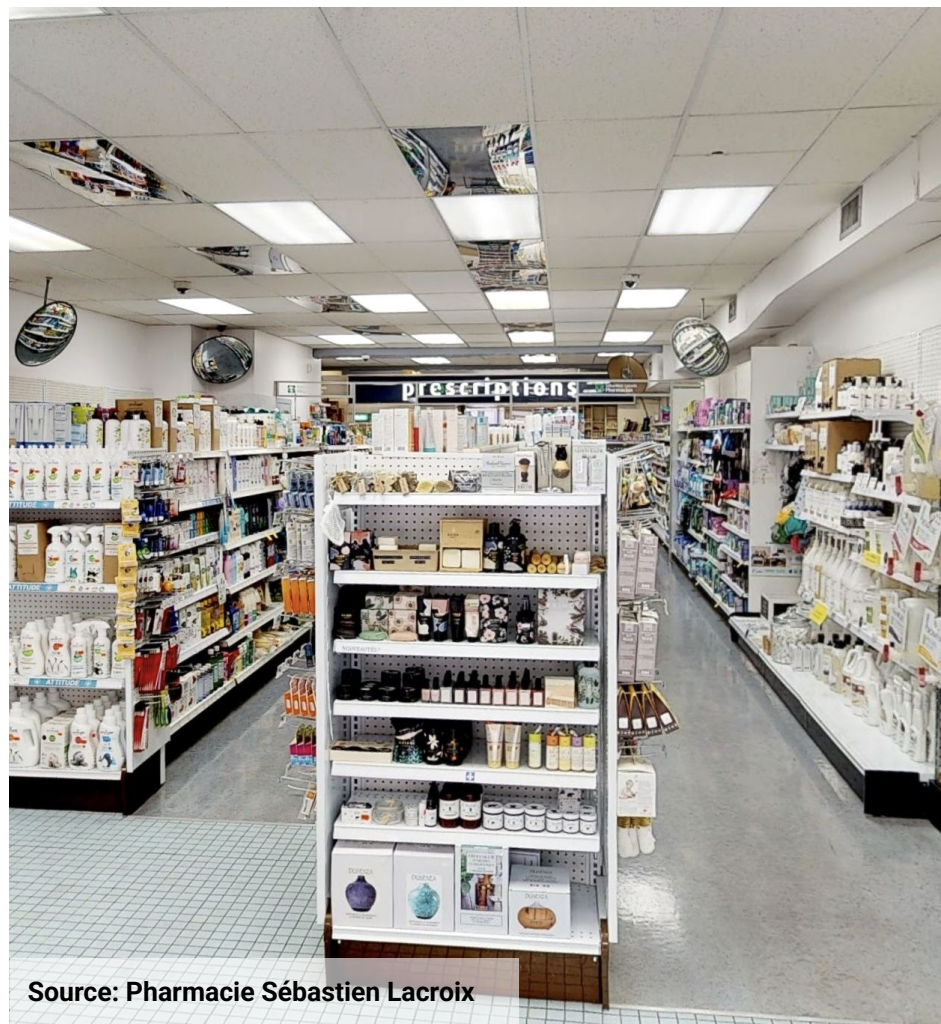
# UN CAS INSPIRANT

## LA BOUTIQUE-PHARMACIE DE QUARTIER SÉBASTIEN LACROIX, ROSEMONT-LA PETITE-PATRIE, MONTRÉAL



Cette pharmacie locale de petite surface offre des services complets avec un comptoir à prescription, des conseils professionnels et un service d'infirmier, tout en promouvant l'achat local et le zéro déchet avec une sélection de produits en vrac, bio et faits au Québec. En plus des médicaments sous ordonnance et sans ordonnance, elle vend des produits de beauté, de soin, d'entretien ménager, ainsi que quelques articles de décoration et des plantes en pots. Elle a pour mission de desservir la communauté locale et de contribuer pleinement à la vie du quartier.

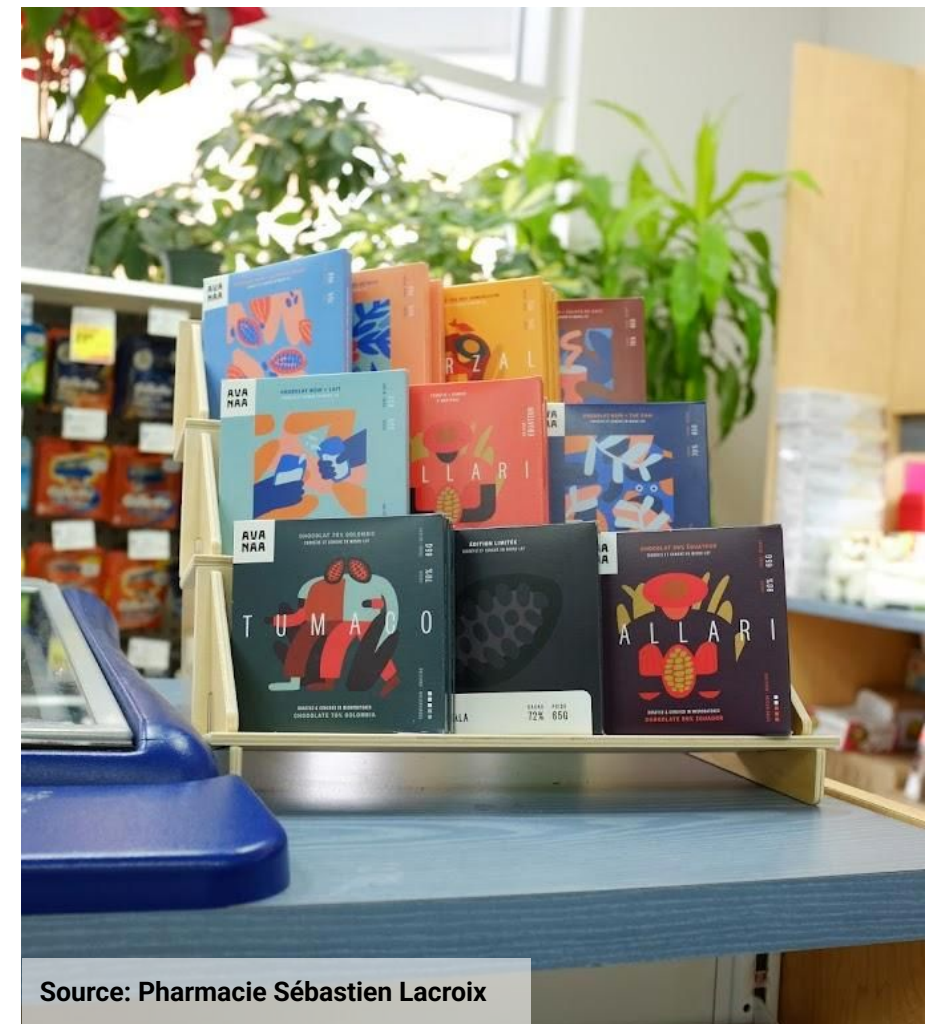
[Pour plus de renseignements](#)



Source: Pharmacie Sébastien Lacroix



Source: Pharmacie Sébastien Lacroix



Source: Pharmacie Sébastien Lacroix





### Situation actuelle :

- > Quatre terrains à vocation résidentielle, avec une topographie variée qui va nécessiter des travaux de mise à niveau ou des bâtiments adaptés pour la compenser

### Opportunités de développement :

- > Fusion des terrains pour maximiser le potentiel de développement et assurer une intégration harmonieuse dans le secteur.
- > Utilisation de la rue Benoît pour la gestion logistique des commerces (livraisons et accès arrière).
- > Utilisation du stationnement en arrière de l'édifice Félix-Calvé pour accommoder les clients de la microbrasserie.

### Vocations proposées et publics cibles :

- > Microbrasserie en avant-lot en rez-de-chaussée commercial avec une vue sur le lac Mercier et un accès direct au Chemin du Village.
- > Logements de villégiature en arrière-lot, conçus pour compléter l'offre commerciale tout en préservant un espace fonctionnel pour les livraisons et l'accès à l'église.

### Structure légale :

- > Développement par une entreprise privée avec gestion de la microbrasserie par une coopérative de travailleurs ou un entrepreneur

### Propriétaires :

- > Coopérative de travailleurs et / ou entrepreneur

### Horizon :

- > Moyen à long terme



# LES COOPÉRATIVES



**« Une coopérative est une entreprise [...] détenue par ses membres, qui sont tous égaux (1 membre = 1 vote). Le modèle coopératif en alimentation permet aux communautés d’obtenir les produits et services selon leurs besoins, puisque les membres sont à la fois propriétaires et à la fois clients du commerce. » (FCAQ, 2021)**

PHASE DE PRÉDÉMARRAGE	PHASE DE DÉMARRAGE
IDÉATION DU PROJET ET CONCEPTION DU MODÈLE D’AFFAIRES	CONSTITUTION LÉGALE ET MISE EN OPÉRATION
<div>1. Définition du/des besoins et de la raison d’être du projet</div> <div>2. Création du comité provisoire</div> <div>3. Réalisation de l’étude de faisabilité</div> <div>4. Mobilisation des parties prenantes</div> <div>5. Développement du plan d’affaires</div> <div>6. Recherche de financement</div>	<div>1. Obtention du statut juridique de la COOP</div> <div>2. Rédaction des règlements, politiques, contrats de membres et registres</div> <div>3. Réalisation de l’assemblée générale d’organisation et premier conseil d’administration</div> <div>4. Démarrage des activités commerciales</div> <div>5. Formation des employés, réalisation de suivis et de l’assemblée générale annuelle</div>

### PRÉCISIONS ET POINTS DE VIGILANCES

L’établissement et la pérennité d’une coopérative reposent sur divers facteurs de réussite. Sa viabilité financière dépend de son soutien par des partenaires externes, tels que la Ville, la Municipalité Régionale de Comté (MRC), les caisses d’économie solidaire, ainsi que les citoyens et ses propres membres. La durabilité d’une coopérative repose sur son engagement bénévole et sa continuité dans le temps.

Source:  
<https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/3259-implantation-cooperative-alimentaire-interventions-promoteuses.pdf>





# DES CAS INSPIRANTS

## Microbrasseries



### *Le Saint-Fût, Saint-Fulgence*

Située dans un petit village entre Chicoutimi et Saint-Rose, la microbrasserie Le Saint-Fût est une coopérative de travail qui offre aux visiteurs et aux locaux des produits de microbrasserie. Adjacent à l'hôtel de ville, la présence de ce commerce permet au village d'avoir un commerce rassembleur, au centre du noyau. Le type de modèle d'affaires permet d'avoir un système équitable où les besoins des citoyens sont écoutés.

[Pour plus de renseignements](#)



Source: Le Saint-Fût



### *Microbrasserie Tadoussac, Tadoussac*

Située au cœur du village de Tadoussac, cette entreprise privée permet à ses visiteurs et locaux de profiter de la vue sur le Fleuve. Ouvert à l'année, ce lieu permet d'être un repère pour les locaux et pour les touristes qui fréquentent Tadoussac.

[Pour plus de renseignements](#)



Source: Microbrasserie Tadoussac







### Situation actuelle :

- > Actuellement vacant, bâtiment d'intérêt répertorié au Patrimoine culturel du Québec, avec une localisation stratégique: il est directement sur la piste cyclable du P'tit Train du Nord avec vue imprenable sur le lac Mercier.
- > Marque l'entrée du Secteur Village pour les cyclistes et skieurs venant du Secteur Centre-ville.

### Opportunités de développement :

- > Restauration et mise en valeur du bâtiment patrimonial
- > Investissements nécessaires financés par le locataire à travers un bail commercial à long terme.
- > Possibilité de subventions si géré par une coopérative de travailleurs.

### Vocations proposées et publics cibles :

- > Restaurant bistro avec agrandissement au niveau jardin et une terrasse sur le toit de cet agrandissement pour profiter de la vue sur le lac.
- > Devanture commerciale tournée vers la piste du P'tit Train du Nord pour une meilleure accessibilité.

### Structure légale :

- > Entreprise privée ou coopérative de travailleurs, qui loue la bâtisse avec un bail à long terme et est financièrement responsable des travaux de rénovation.

### Propriétaires :

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

### Horizon :

- > Court à moyen terme



# Inspirations - café-terrasse sur le lac



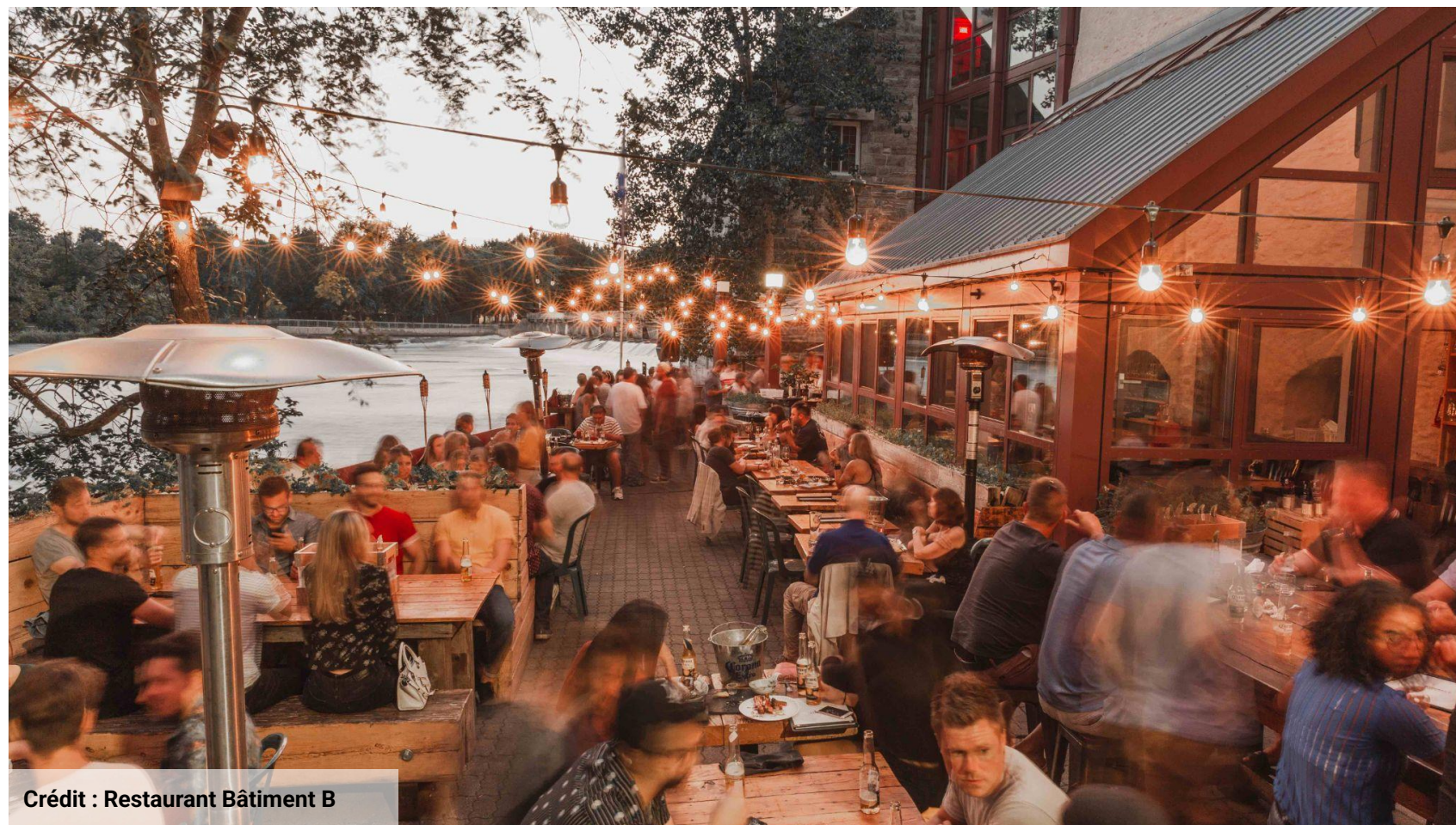
Crédit : Flo Garon - La Memphré Microbrasserie



Crédit : Pizzeria des battures



Crédit : Le Comptoir de l'Auberge Saint-Mathieu



Crédit : Restaurant Bâtiment B



Source : igrec afroid - Ayawan Brasserie Artisanale





### Situation actuelle :

- > Bâtiment résidentiel à requalifier pour étendre la trame commerciale jusqu'à l'église.
- > Proximité stratégique avec l'église, offrant une opportunité unique de contribuer à la fibre artistique et culturelle du Secteur Village.

### Opportunités de développement :

- > Renforcement de l'identité culturelle du Secteur Village grâce à une vocation artistique pérenne.
- > Inclusion dans une fiducie pour garantir l'usage artistique à long terme, adapté à la localisation isolée et à une vocation moins lucrative mais essentielle.

### Vocations proposées et publics cibles :

- > Lieu artistique et culturel, accueil de la galerie d'art actuellement située dans la gare.
- > Activités complémentaires : vitrine de créations artisanales locales, ateliers d'art, retraites pour jeunes artistes, levées de fonds, petit musée ou marché des artisans.

### Structure légale :

- > La Ville intègre le bâtiment dans la fiducie d'utilité sociale proposée

### Propriétaires :

- > La fiducie et ses fiduciaires.

### Horizon :

- > Court à moyen terme



# DES CAS INSPIRANTS

*Des musées dans des anciennes maisons*



## *La maison Merry, Magog*

« La Maison Merry est un lieu de mémoire citoyen racontant l'histoire de Magog et sa région, des Autochtones à aujourd'hui, en passant par les colons américains. Construite en 1821 et ouverte au public en 2018, la maison et son site sont mis en valeur grâce aux expositions et à des activités dynamiques.

Propriété de la Ville de Magog, la plus ancienne maison du Magog urbain est gérée par la Corporation de la maison Merry qui a pour mandat de développer et promouvoir le lieu de mémoire au bénéfice de la population de Magog et des visiteurs. »

[Pour plus de renseignements](#) 



Source: Maison Merry

## *La maison Félix-Leclerc, Vaudreuil-Dorion*

La maison Félix-Leclerc est un lieu avec plusieurs fonctions. Il accueille concerts, soirée de contes, musée et agora extérieure. Reprise par la Ville de Vaudreuil-Dorion en 2017, elle est un lieu visité par plusieurs adeptes de Félix Leclerc et par les touristes de passage. Une fois par année, la Maison Félix-Leclerc accueille un artiste en résidence où cet artiste peut par la suite, exposer ses œuvres ou faire un concert.

[Pour plus de renseignements](#) 



Source: Maison Félix-Leclerc



# UN CAS INSPIRANT

## *Le Quartier des Artisans - Lac-Mégantic*



Cet espace permet à de nombreux créateurs et artistes de venir exposer leurs produits. Financé grâce au soutien de nombreux partenaires (MRC, Ville, Desjardins, etc.), on accueille aussi des espaces de travail partagé et une salle pour les petits événements. Le Quartier est un OBNL qui permet de faire rayonner les artistes du Québec et la région de Lac-Mégantic, en plein centre-ville.

[Pour plus de renseignements](#) 







Crédit: Google Street view

### Situation actuelle :

- > Terrain actuellement occupé par un bâtiment résidentiel.
- > Propriété privée, non détenue par la Ville.

### Raisons de l'acquisition :

- > Amélioration des déplacements et du parcours d'ambiance : le Chemin du Village est étroit, et les voies de circulation ne peuvent être réduites et des transformations majeures nécessitent l'acquisition de ce terrain.
- > Continuité de la trame commerciale : ce bâtiment est crucial pour éviter une rupture dans la trame commerciale entre l'église et le reste du village. Une telle discontinuité pourrait nuire à la vitalité économique du secteur.

### Opportunités de développement :

- > Requalification ou construction d'un nouveau bâtiment commercial en retrait pour dégager de l'espace piétonnier.
- > Création d'un accès direct derrière l'église pour faciliter les déplacements.
- > Renforcement de la vitalité commerciale par une meilleure intégration avec le noyau villageois.

### Vocations proposées :

- > Transformation du terrain pour agrandir le trottoir, accueillir un bâtiment commercial, et avoir un accès direct derrière l'église.

### Horizon :

- > Long terme



---

## 2. Aménager les espaces publics et le parcours d'ambiance

L'extension de la trame commerciale jusqu'à la salle de spectacle ne fonctionnera pas sans une réflexion approfondie de l'accessibilité piétonne entre l'édifice Félix-Calvé et l'église.

À cause de l'étroitesse de la chaussée et du trottoir, ainsi que de la topographie des lots en bordure du chemin du Village, des modifications importantes devront être apportées aux aménagements actuels. Cependant, comme la Ville possède la quasi-totalité des terrains jusqu'à l'église, la réalisation de ces modifications est relativement réaliste.

Cette réflexion sera réalisée par Rues principales à partir de janvier 2025.



**FLORENCE ALAIN-BOUFFARD**

*Coordonnatrice de projets*  
florence.abouffard@ruesprincipales.org

**MATHILDE FALGUEYRET**

*Coordonnatrice de projets, Urbaniste stagiaire*  
mathilde.falgueyret@ruesprincipales.org

**GUILLAUME JOSEPH**

*Coordonnateur principal, Urbaniste*  
guillaume.joseph@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