

**PORTRAIT DE LA SITUATION COMMERCIALE
DU TERRITOIRE ET PERSPECTIVES D'AVENIR**

**SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL
DU VILLAGE**

Rapport final

Décembre 2011

Ville-Marie
Montréal 

En collaboration avec



Préparé pour : **Ville de Montréal - Arrondissement
de Ville-Marie en collaboration avec
la Société de développement
commercial du Village**

Notre dossier
VDM-SHER978774P06

RECHERCHE MARKETING

1100, boulevard René-Lévesque, Bureau 1600, Montréal, QC H3B 4H4 T 514.523.9745 F 514.523.2120

www.groupealtus.com

TABLE DES MATIÈRES

1	Contexte et objectifs	1
2	Analyse de l'offre commerciale.....	4
2.1	Structure commerciale de la SDC du Village en 2011.....	4
2.1.1	Données globales et distribution spatiale.....	5
2.1.2	Structure typologique	8
2.1.3	Chaînes versus indépendants.....	19
2.1.4	Statut d'occupation.....	20
2.1.5	Année d'ouverture	21
2.1.6	Offre nocturne	23
2.2	Évolution de l'offre commerciale sur le territoire de la SDC du Village depuis 2004.....	24
2.2.1	Évolution du nombre total de commerces.....	25
2.2.2	Évolution selon la typologie commerciale	25
3	Profil de la clientèle.....	32
3.1	Statut 33	
3.2	Commerces fréquentés.....	35
3.3	Âge, sexe et langue	38
4	Délimitation de la zone commerciale.....	39
4.1	Résultats	40
5	Analyse de la demande	43
5.1	Évolution de la population et des ménages dans la zone d'étude.....	43
5.2	Estimation du nombre de travailleur dans la zone d'étude.....	47
5.3	Caractéristiques sociodémographiques de la population de la zone d'étude	49
6	Positionnement, orientations stratégiques et interventions prioritaires	58
Annexe 1 :	Formulaire de saisi pour l'inventaire de l'offre commerciale	
Annexe 2 :	Inventaire détaillé de l'offre commerciale - 2011	
Annexe 3 :	Dossier cartographique de l'offre commerciale de la SDC - 2011	
Annexe 4 :	Questionnaire de provenance de clientèle	
Annexe 5 :	Tableaux détaillés du croisement entre les statuts et les commerces fréquentés avec diverses caractéristiques	

1 CONTEXTE ET OBJECTIFS

L'arrondissement de Ville-Marie, en collaboration avec la Société de développement commercial du Village (SDC du Village), a mandaté le Groupe Altus afin de dresser le portrait de la situation commerciale du territoire de la SDC du Village et de d'identifier ses perspectives d'avenir.

La SDC du Village est un organisme à but non-lucratif qui rassemble près de 300 entreprises localisés sur la rue Ste-Catherine (entre les rues Berri et Cartier) et la rue Amherst (entre le boulevard René-Lévesque et la rue Robin). Elle inclut également les commerces de la galerie marchande Place Dupuis. La SDC du Village existe depuis plus de six ans et a comme objectif de mettre en valeur l'activité commerciale sur son territoire situé dans la partie est du centre-ville de Montréal (arrondissement de Ville-Marie). Depuis sa fondation, elle a à son actif plusieurs réalisations ou collaborations dont la piétonisation de la rue Ste-Catherine en été (entre la rue Berri et l'avenue Papineau) et de nombreux événements culturels et commerciaux.

Les commerces que l'on retrouve sur le territoire de la SDC sont majoritairement composés de petites surfaces (à l'exception d'un supermarché et de quelques pharmacies) affichant une enseigne indépendante (peu de chaînes de magasins) et offrant des services de restauration et de divertissement. De façon générale, la rue Ste-Catherine Est est perçue comme une artère dynamique, festive et fortement associée à la communauté LGBT¹. La clientèle y est hétéroclite et varie de façon importante selon la période de la journée, de la semaine ou de l'année (travailleurs, étudiants, résidents du quartier, touristes, excursionnistes, etc.).

Les observations et perceptions quand à la vitalité économique du Village sont nombreuses et variées. Des citoyens, lors des conseils d'arrondissements à l'hiver 2010-2011, se sont inquiétés de l'augmentation du taux de vacance des locaux commerciaux et d'une perte de l'offre commerciale de services de proximité.

Les responsables municipaux observent une disparition de commerces de détails au profit d'une homogénéisation de l'offre commerciale liée au domaine de la restauration portant possiblement à conséquence dans le maintien d'une qualité de services auprès des résidents et travailleurs. La SDC du Village constate pour sa part que la piétonisation a permis un renouvellement et une dynamisation de l'offre commerciale qui a, et continuera, d'évoluer au gré des demandes de la clientèle.

Ces changements peuvent être attribuables à l'un ou l'autre des éléments suivants :

- Piétonisation de la rue Ste-Catherine.
- Ouverture du supermarché IGA à la Place Dupuis.
- Climat économique plus difficile.

¹ Lesbiennes, gais, bisexuels et transgenres.

- Arrivée de nouveaux commerces sur l'artère.
- Développement/redéveloppement de l'offre commerciale ailleurs dans le quartier ou dans les quartiers environnants.
- Changements dans les habitudes de consommation de la clientèle (résidents, travailleurs, touristes, etc.).

Il est devenu incontournable pour l'arrondissement de connaître précisément la situation et mettre à profit ces informations à jour dans le but de pouvoir établir des hypothèses quant aux perspectives d'avenir en lien avec le partenaire économique qu'est la SDC du Village.

La présente étude a comme objectif de présenter clairement l'état de la situation économique tant pour les commerces se retrouvant sur le territoire de la SDC du Village que pour le territoire entourant celle-ci. Plus précisément, la SDC désire « se doter de données factuelles sur la vitalité économique de cette artère et permettre de mieux connaître son évolution et les conditions actuelles, six ans après la formation de la SDC et quatre ans après la piétonisation de cette artère pendant la saison estivale ».

Les résultats obtenus permettront, dans un premier temps, de dresser le portrait de la situation actuelle et historique du marché dans lequel la SDC évolue et, dans un deuxième temps, d'identifier les pistes de solutions qui lui permettront de combler les besoins du plus grand nombre et d'assurer le dynamisme commercial sur son territoire d'intervention.

Le présent rapport présente donc les résultats de notre analyse qui visait principalement à :

- Analyser l'offre commerciale actuelle se retrouvant sur le territoire de la SDC du Village et son évolution depuis 2004. Cette analyse sera faite en termes typologiques et/ou de certains indicateurs de performance (taux d'inoccupation par exemple).
- Estimer la population et le nombre de ménages résidant sur le territoire des quartiers avoisinant la SDC du Village et établir leur évolution entre 1996 et 2016. Le nombre de travailleurs sera également présenté pour les années 2000 et 2010.
- Dresser le profil sociodémographique de la population habitant les quartiers environnant la SDC du Village et analyser son évolution entre 2001 et 2006.
- Réaliser une provenance de clientèle de l'artère afin de connaître et de quantifier l'importance des différents segments de clientèle qui la fréquentent et de connaître avec exactitude la zone de rayonnement de l'artère.
- Dresser le bilan des forces et des faiblesses, des opportunités et des menaces qui gouvernent l'évolution de la SDC du Village dans son marché; proposer un positionnement optimal et un plan d'intervention susceptible de consolider sa position concurrentielle et d'augmenter ses parts de marché.

Le rapport se divise en sept sections. La section 2, qui suit cette introduction, brosse le portrait de la structure commerciale de la SDC du Village en 2011 et dresse son évolution depuis 2004.

Les sections 3 et 4 présentent la méthodologie et les résultats de l'enquête de provenance qui a servi à délimiter la zone d'influence de la SDC du Village. On y présente également l'importance de chacun des segments de clientèle qui fréquentent l'artère (résidants, travailleurs, étudiants, touristes, etc.).

La section 5 présente quant à elle les données relatives à la demande : population et profil sociodémographique. Enfin, la sixième et dernière section dresse le bilan de notre analyse et met ensuite en lumière les forces, faiblesses, opportunités et menaces qui définissent le positionnement actuel de l'artère.

2 ANALYSE DE L'OFFRE COMMERCIALE

2.1 Structure commerciale de la SDC du Village en 2011

Les données présentées dans cette section sont les résultats de la compilation des données d'un inventaire exhaustif réalisé par le Groupe Altus entre le 26 septembre et le 10 octobre 2011 sur l'ensemble du territoire de la SDC du Village. Des interviewers du Groupe Altus, spécialement formés et équipés d'un formulaire, ont visité chacun des quelque 300 membres pour recueillir les informations suivantes sur chacun des locaux :

- Local occupé ou vacant
- Nom/enseigne de l'entreprise
- Adresse et localisation (rez-de-chaussée ou étage, centre commercial)
- Type de biens ou services vendus (basé sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) 2007 de Statistique Canada)
- Superficie du local en pieds carrés (superficie brute)
- Appartenance ou non à une chaîne de magasins/restaurants
- Statut : propriétaire ou locataire
- Qualité de l'offre (bas, moyen haut-de-gamme)
- Année d'ouverture
- Heures d'ouverture

Certaines de ces informations ont été collectées directement par l'intervieweur tandis que d'autres ont demandées la collaboration du personnel sur place dans l'entreprise visitées (personne responsable tel le gérant ou le propriétaire). Aussi, afin de combler des données manquantes, nous avons procédé à des appels téléphoniques et nous avons consulté des sites web. Dans le cas des superficies occupées, nous avons également comblé les données manquantes en calculant des superficies à partir de nos systèmes d'information géographique.

L'inventaire a été réalisé en semaine entre 9h et 17h. Vous trouverez à l'annexe 1 un exemple de formulaire de saisi utilisé dans le cadre de cet inventaire. Il convient de mentionner que la SDC du Village et l'arrondissement de Ville-Marie ont fait parvenir une lettre d'information expliquant le mandat et ses objectifs à tous les membres de la SDC préalablement à la réalisation de cet inventaire afin d'augmenter la coopération de ces derniers.

Seuls les établissements répondant aux critères de notre typologie ont été considérés dans l'inventaire. Nous avons donc retenu tous les magasins de biens durables et semi durables, tous les magasins de biens courants, les services personnels et les restaurants et/ou bars. En plus de ces catégories, nous avons également inventorié certains autres services pouvant être associés à

l'espace à vocation commerciale : les services financiers (banques et caisses Desjardins) et les autres types de services comme les agences de voyages, les entreprises de location (outils, accessoires de fête) et les salles d'exercice et/ou de conditionnement physique.

Ont été exclus de notre analyse les cliniques médicales, courtiers en assurances, les courtiers et agents immobiliers et autres bureaux de professionnels qui occupent surtout les étages supérieurs des bâtiments commerciaux et les immeubles à bureaux. Tous les commerces associés à l'automobile ont également été exclus.

L'annexe 2 présente le détail de l'inventaire de l'offre commerciale inventoriée (liste de tous les commerces) alors que l'annexe 3 regroupe tout le dossier cartographique en lien avec l'inventaire pour les thématiques suivantes :

- Typologie commerciale
- Offre nocturne
- Appartenance à une chaîne
- Statut d'occupation (propriétaire/locataire)
- Année d'ouverture

2.1.1 Données globales et distribution spatiale

On dénombre un total de **233 locaux commerciaux** répondant à nos critères. Ensemble, ils couvrent une superficie locative brute de **586 100 pieds carrés**. Le tableau qui suit et le graphique de la page suivante présentent la distribution de cette superficie en fonction de chaque segment de rue.

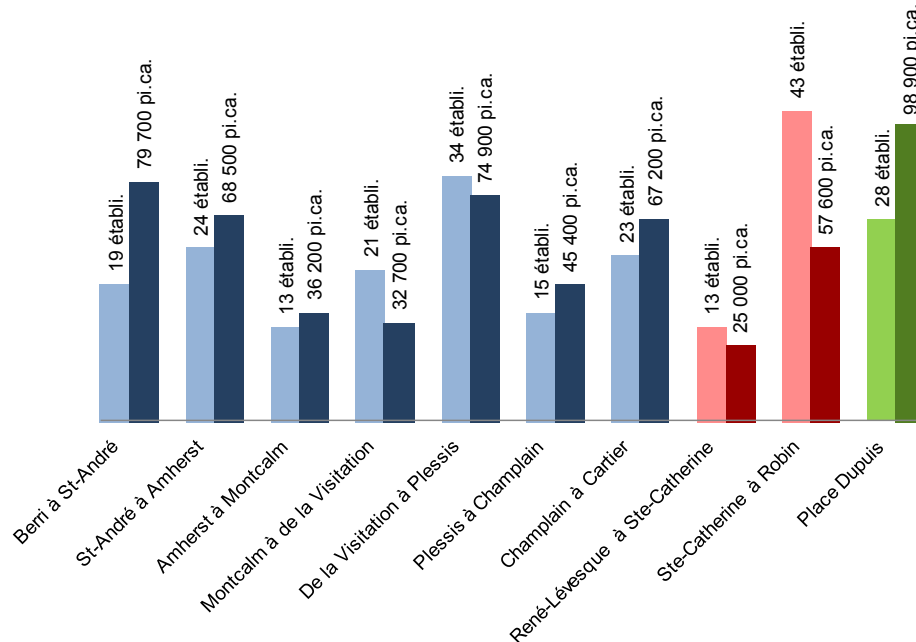
Plus des deux tiers (69 %) de l'espace commercial se concentrent sur la rue Ste-Catherine et on remarque qu'il est relativement bien dispersé tout au long de l'artère à l'exception du segment qui s'étend entre les rues Montcalm et de la Visitation. La rue Amherst compte pour sa part pour 14% de la superficie et la Place Dupuis complète l'offre avec 17% du total.

Répartition des commerces et des superficies selon le segment de rue - 2011

Rue	Segment	Établissements		Superficie brutes		Superficie moyenne (pieds carrés)
		Nombre	Répartition	Pieds carrés	Répartition	
Ste-Catherine	Berri à St-André	19	8%	79 700	14%	4 195
	St-André à Amherst	24	10%	68 500	12%	2 854
	Amherst à Montcalm	13	6%	36 200	6%	2 785
	Montcalm à de la Visitation	21	9%	32 700	6%	1 557
	De la Visitation à Plessis	34	15%	74 900	13%	2 203
	Plessis à Champlain	15	6%	45 400	8%	3 027
	Champlain à Cartier	23	10%	67 200	11%	2 922
	Sous-total Ste-Catherine	149	64%	404 600	69%	2 715
Amherst	René-Lévesque à Ste-Catherine	13	6%	25 000	4%	1 923
	Ste-Catherine à Robin	43	18%	57 600	10%	1 340
	Sous-total Amherst	56	24%	82 600	14%	1 475
Place Dupuis	Place Dupuis	28	12%	98 900	17%	3 532
Total		233	100%	586 100	100%	2 515

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

Distribution spatiale des établissements et des superficies commerciales de la SDC du Village



Sur l'ensemble du territoire analysé, les locaux couvrent en moyenne 2 515 pieds carrés ; ils sont généralement plus petits (1 475 pieds carrés) sur la rue Amherst que sur la rue Ste-Catherine (2 715) et à la Place Dupuis (3 532). Ces moyennes cachent cependant de grands écarts dans la taille des commerces puisque deux commerces ont plus de 30 000 pieds carrés de superficie (Archambault et IGA), certains ont entre 10 000 et 20 000 pieds carrés (Jean Coutu, Bureau en Gros et Pharmaprix) tandis que d'autres n'ont que 200 à 400 pieds carrés (foire alimentaire de Place Dupuis par exemple). Cependant, la majorité (47%) des établissements recensés ont entre 1 000 et 1 999 pieds carrés ce qui correspond à la norme sur les artères commerciales à Montréal. Il convient de mentionner que certains commerces occupent une grande superficie parce qu'ils se retrouvent sur plusieurs étages.

Répartition des commerces et des superficies selon la taille - 2011

Catégorie (pieds carrés)	Établissements		Superficie brutes	
	Nombre	Répartition	Pieds carrés	Répartition
30 000 et plus	2	1%	75 000	13%
10 000 à 29 999	6	3%	82 500	14%
5 000 à 9 999	9	4%	61 400	10%
3 000 à 4 999	37	16%	132 200	23%
2 000 à 2 999	26	11%	59 000	10%
1 000 à 1 999	110	47%	149 300	25%
Moins de 1 000	43	18%	26 700	5%
Total	233	100%	586 100	100%

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

Répartition des commerces et des superficies selon la taille - 2011

Catégorie (pieds carrés)	Rue Ste-Catherine		Rue Amherst		Place Dupuis		Total	
	Nombre	Répartition	Nombre	Répartition	Nombre	Répartition	Nombre	Répartition
30 000 et plus	1	1%	0	0%	1	4%	2	1%
10 000 à 29 999	4	3%	0	0%	2	7%	6	3%
5 000 à 9 999	8	5%	0	0%	1	4%	9	4%
3 000 à 4 999	31	21%	3	5%	3	11%	37	16%
2 000 à 2 999	20	13%	4	7%	2	7%	26	11%
1 000 à 1 999	65	44%	40	71%	5	18%	110	47%
Moins de 1 000	20	13%	9	16%	14	50%	43	18%
Total	149	100%	56	100%	28	100%	233	100%
Superficie moyenne	2 715 pi.ca.		1 475 pi.ca.		3 532 pi.ca.		2 515 pi.ca.	

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

L'analyse par niveau révèle pour sa part que la presque totalité (93%) des établissements recensés sont présents exclusivement ou partiellement au rez-de-chaussée ; seulement 13% sont à l'étage et 4% au sous-sol. Il est à noter que nous ne pouvons faire cette analyse en utilisant la superficie occupée puisque celle-ci n'a pas été éclatée par niveau dans le cas des commerces présents sur plusieurs étages.

Répartition des commerces selon le niveau - 2011¹

Niveau	Rue Ste-Catherine		Rue Amherst		Place Dupuis		Total	
	Nombre	Répartition	Nombre	Répartition	Nombre	Répartition	Nombre	Répartition
Étages	22	15%	3	5%	6	21%	31	13%
Rez-de-chaussée	139	93%	54	96%	23	82%	216	93%
Sous-sol	9	6%	0	0%	0	0%	9	4%
Total	149	100%	56	100%	28	100%	233	100%

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

¹ Les commerces présents sur plusieurs étages comptent dans chacun des niveaux

On remarque que la proportion des commerces au niveau du rez-de-chaussée est très semblable sur les rue Amherst et Ste-Catherine mais est plus faible à la Place Dupuis.

Cette analyse ne visait pas à analyser spécifiquement la qualité du tissu commercial dans sa dimension esthétique ou architecturale. De façon générale, on peut néanmoins affirmer qu'il existe peu d'unité dans les façades, les vitrines et dans l'image globale de l'artère. Des chaînes, à l'apparence « standardisée », côtoient des magasins indépendants qui sont, soit très originaux sur le plan du design, soit très quelconque, voire désuets sur le plan de leur aménagement. Toutefois, lors de la réalisation de l'inventaire, nous avons remarqué que plusieurs locaux sont en rénovation (entre autre à l'intersection sud-est des rues Ste-Catherine et Wolfe, que d'autres viendront s'ajouter bientôt (par exemple, quatre locaux sur la rue Amherst à l'intersection de la rue Ste-Catherine dans l'édifice de l'Olympia) ou que de nouveaux établissements ouvriront leur portes (restaurant Five Guys au 925 Ste-Catherine entre autres).

2.1.2 Structure typologique

Afin d'effectuer l'analyse selon la typologie commerciale, chacun des commerces inventoriés a été catégorisé selon le système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) 2007 de Statistique Canada². Cette classification comprend 73 sous-catégories que l'on peut regrouper en 10 catégories et quatre grandes catégories (biens durables et semi durables, biens courants, restauration et services). Nous avons ajouté une dernière catégorie pour les locaux vacants. Lorsqu'un commerce vend différentes catégories de produits ou de services, la catégorie représentant la plus forte proportion du plancher de vente l'emporte sur les autres.

Le tableau suivant présente la répartition des établissements et de la superficie commerciale par grande catégorie pour l'ensemble de la SDC du Village.

**Répartition des commerces et des superficies
selon la typologie commerciale - 2011**

Typologie	Nombre de commerces	%	Pieds carrés	%
Biens courants	26	11%	92 700	16%
Biens durables et semi durables	43	18%	121 400	21%
Restauration	100	43%	223 100	38%
Services	35	15%	75 700	13%
Vacant	29	12%	73 200	12%
Total	233	100%	586 100	100%

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

Les paragraphes qui suivent présentent les données relatives à chacune de ces cinq grandes catégories commerciales.

- Les **restaurants et les bars** composent la plus importante proportion de l'offre commerciale de la SDC soit 43% des commerces et 38% de la superficie brute totale occupée, ce qui représente 223 100 pieds carrés.
 - Plus de la moitié (52%) de l'offre en restauration se retrouve dans les restaurants à service complet, 30% dans les débits de boissons et 18% dans les restaurants à service restreint.
 - Dans l'ensemble, les restaurants et les bars sont bien répartis sur tout le territoire de la SDC. On remarque cependant une concentration légèrement plus importante (36%) de ceux-ci entre les rues de la Visitation et Champlain

Répartition des commerces et des superficies - Restauration - 2011

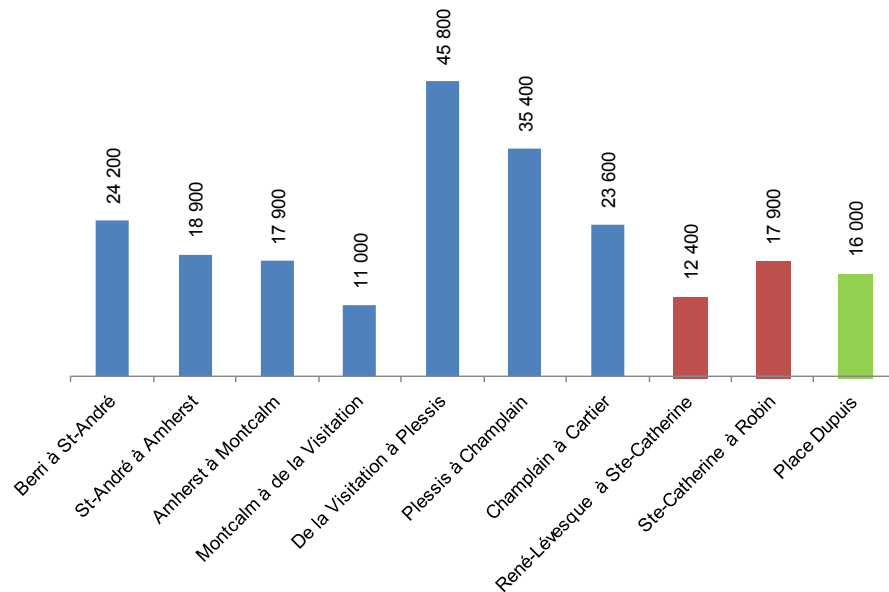
Typologie	Nombre de commerces	%	Pieds carrés	%
Restauration	100	100%	223 100	100%
Débits de boissons (alcoolisées)	22	22%	66 400	30%
Établissements de restauration à service restreint	33	33%	40 700	18%
Restaurant à service complet	45	45%	116 000	52%

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

² Pour plus de détail sur la classification SCIAN : <http://stds.statcan.gc.ca/naics-scian/2007/ts-rt-fra.asp?criteria=44-45>

Distribution spatiale des superficies commerciales en restauration

Pieds carrés de superficie brute



- Les magasins de **biens durables et semi durables** comptent pour 18% des commerces et 21% de la superficie brute totale occupée par la SDC du Village soit 121 400 pieds carrés.
 - La majorité de cette superficie se retrouve parmi les détaillants divers (61%). Il convient de mentionner cependant que le magasin Archambault (40 000 pieds carrés) représente une forte proportion de cette catégorie. En excluant ce dernier, les détaillants divers ne comptent plus que pour 40% des biens durables et semi durables. Mentionnons enfin la présence d'un autre magasin d'importance dans cette catégorie soit le magasin Bureau en Gros de la Place Dupuis (12 000 pieds carrés).
 - La sous-catégorie des biens mode occupe la deuxième place en importance en termes de superficie occupée (20%). Suivent les magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques (12%) et les magasins de marchandises générales (7%) qui ne sont représentés sur le territoire de la SDC que par deux magasins à 1\$.

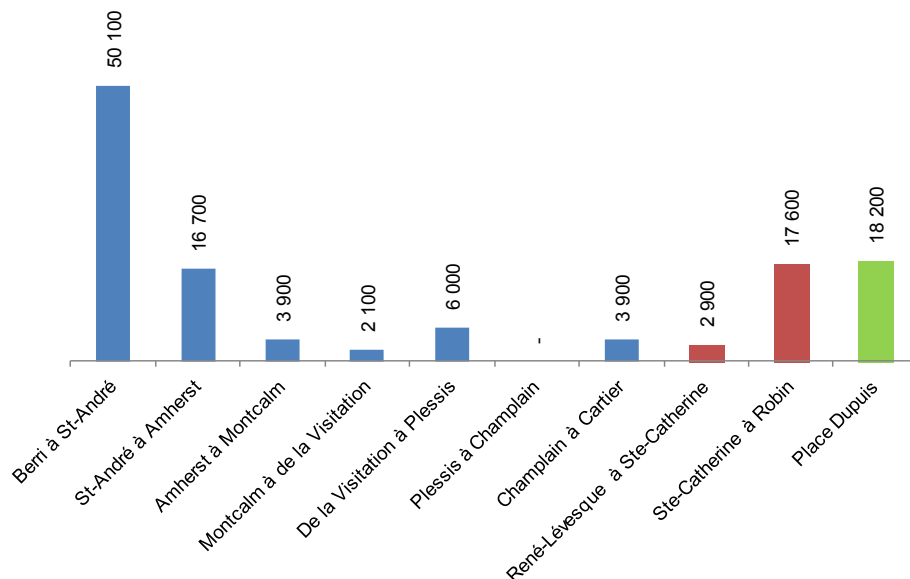
Répartition des commerces et des superficies - Biens durables et semi durables - 2011

Typologie	Nombre de commerces	%	Pieds carrés	%
Biens durables et semi durables	43	100%	121 400	100%
Détaillants divers	16	37%	74 200	61%
Animaleries et magasins de fournitures pour animaux	1	2%	4 200	3%
Fleuristes	1	2%	1 400	1%
Librairies et marchands de journaux	2	5%	3 300	3%
Magasins d'articles de couture et de travaux d'aiguille et de tissus à la pièce	1	2%	1 200	1%
Magasins de bandes préenregistrées, de disques compacts et de disques	1	2%	40 000	33%
Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs	1	2%	1 200	1%
Magasins de fournitures de bureau et de papeterie	1	2%	12 000	10%
Magasins de marchandise d'occasion	4	9%	7 300	6%
Magasins d'instruments et de fournitures de musique	1	2%	1 500	1%
Marchands d'oeuvres d'art	1	2%	1 500	1%
Tous les autres magasins de détail divers	2	5%	600	0%
Magasins de marchandises diverses	2	5%	8 600	7%
Magasins de tout autres fournitures de tout genre	2	5%	8 600	7%
Magasins de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	9	21%	14 000	12%
Magasins d'app. ménagers, de téléviseurs et d'autres app. électroniques	6	14%	6 300	5%
Magasins de meubles	2	5%	6 300	5%
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	1	2%	1 400	1%
Magasins de vêtements et d'accessoires	16	37%	24 600	20%
Magasins d'accessoires vestimentaires	2	5%	2 500	2%
Magasins d'autres vêtements	1	2%	800	1%
Magasins de bagages et de maroquinerie	1	2%	1 700	1%
Magasins de chaussures	2	5%	2 900	2%
Magasins de vêtements pour femmes	4	9%	8 400	7%
Magasins de vêtements pour hommes	6	14%	8 300	7%

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

- L'analyse de la distribution par segment de rue révèle qu'une très forte proportion (70%) de l'offre en biens durables et semi durables se retrouve dans la partie ouest de la rue Ste-Catherine entre Berri et Amherst et en incluant la Place Dupuis.

Distribution spatiale des superficies commerciales
en biens durables et semi durables
Pieds carrés de superficie brute



- Les magasins de **biens courants** représentent 11% des commerces et s'attribuent 16% de la superficie brute totale occupée sur le territoire de la SDC du Village soit 92 700 pieds carrés.
 - Plus de la moitié de cette superficie, soit 59%, est attribuable aux magasins d'alimentation et de boissons et 41% aux pharmacies et magasins de produits de soins personnels. Trois magasins s'accaparent près des deux tiers de l'offre en biens courants soit IGA, Pharmaprix et Jean Coutu (60 500 pieds carrés) ; l'offre de biens courants en-dehors de ces trois magasins est donc bien mince.

Répartition des commerces et des superficies - Biens courants - 2011

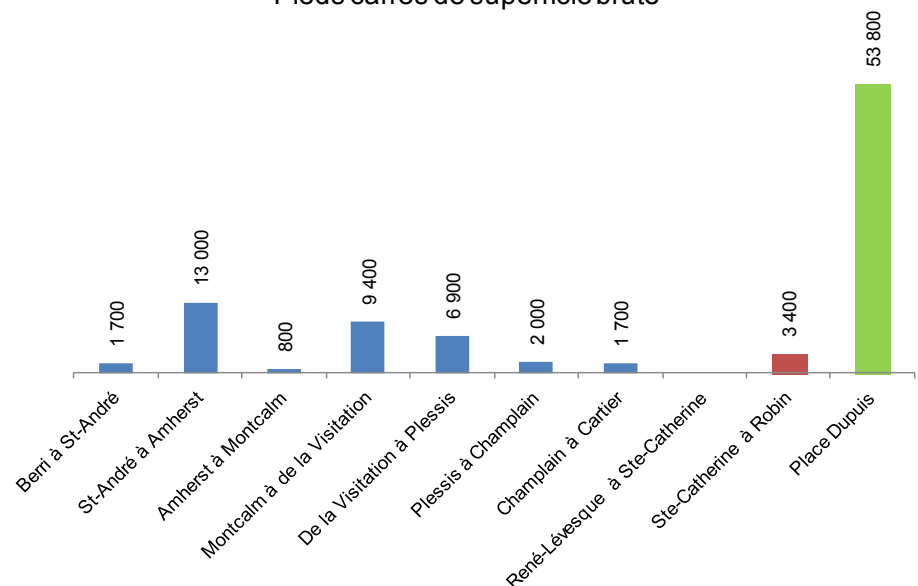
Typologie	Nombre de commerces	%	Pieds carrés	%
Biens courants	26	100%	92 700	100%
Magasins d'alimentation et de boissons	15	58%	54 900	59%
Dépanneurs	7	27%	8 600	9%
Magasins d'autres alimentations spécialisées	5	19%	6 600	7%
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	2	8%	4 700	5%
Supermarchés et autres épicerie (sauf les dépanneurs)	1	4%	35 000	38%
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	11	42%	37 800	41%
Magasins d'autres produits de santé et de soins personnels	4	15%	6 200	7%
Magasins de cosmétiques, de produits de beauté et de parfums	1	4%	1 100	1%
Magasins de produits optiques	2	8%	3 100	3%
Pharmacies	4	15%	27 400	30%

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

- Puisque ces trois importants commerces sont tous situés à proximité l'un de l'autre, il n'est pas surprenant de constater que près des trois quarts (72%) de la superficie en biens courants se retrouve à la Place Dupuis et sur la rue Ste-Catherine entre St-André et Amherst. Il est à noter qu'un deuxième « pôle » de biens courants existe dans le quartier mais que celui-ci est localisé tout juste à l'est des limites de la SDC du Village sur la rue Ste-Catherine (supermarché Métro Plus et pharmacie Brunet).

Distribution spatiale des superficies commerciales en biens courants

Pieds carrés de superficie brute



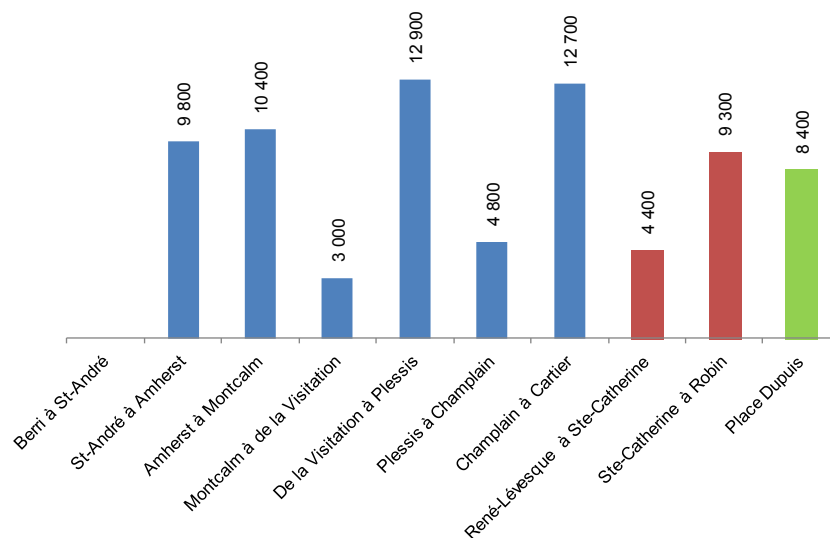
- Les magasins de **services** représentent quant à eux 15% des commerces et 13% de la superficie brute totale occupée sur le territoire de la SDC du Village soit 75 700 pieds carrés.
 - Les établissements de services sont très diversifiés. Soulignons seulement que 25% de la superficie est attribuable aux banques et coopératives financières, que les saunas, les spas et établissements offrant des massages prennent également une place importante dans l'offre commerciale (environ 30% de la superficie) et que deux centres de conditionnement physique occupent 12% de la superficie de cette catégorie.
 - D'un point de vue spatial, l'offre en service est plutôt bien distribuée un peu partout sur le territoire de la SDC du Village. Mentionnons seulement qu'ils sont absents du segment de rue le plus à l'ouest (Berri à St-André).

Répartition des commerces et des superficies - Services - 2011

Typologie	Nombre de commerces	%	Pieds carrés	%
Services	35	100%	75 700	100%
Finance et assurances	6	17%	19 700	26%
Activités bancaires	3	9%	16 400	22%
Coopératives de crédit et caisses populaires locales	1	3%	2 100	3%
Négociation de contrats de marchandises (Bureau de change)	2	6%	1 200	2%
Services	29	83%	56 000	74%
Agences de voyage	1	3%	1 200	2%
Autres services de soins personnels	8	23%	24 300	32%
Blanchisseries et nettoyeurs à sec libre-service	1	3%	1 500	2%
Centres de location d'articles divers	1	3%	1 900	3%
Centres de services aux entreprises	1	3%	800	1%
Centres de sports récréatifs et de conditionnement physique	2	6%	9 100	12%
Cinémas	1	3%	1 300	2%
Location de bandes et de disques vidéo	1	3%	2 800	4%
Services de coiffure et d'esthétique	10	29%	9 000	12%
Services de nettoyage à sec et de blanchissage (sauf le libre-service)	1	3%	1 600	2%
Services postaux	1	3%	2 000	3%
Soins pour animaux de maison (sauf vétérinaires)	1	3%	500	1%

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

Distribution spatiale des superficies commerciales en services Pieds carrés de superficie brute

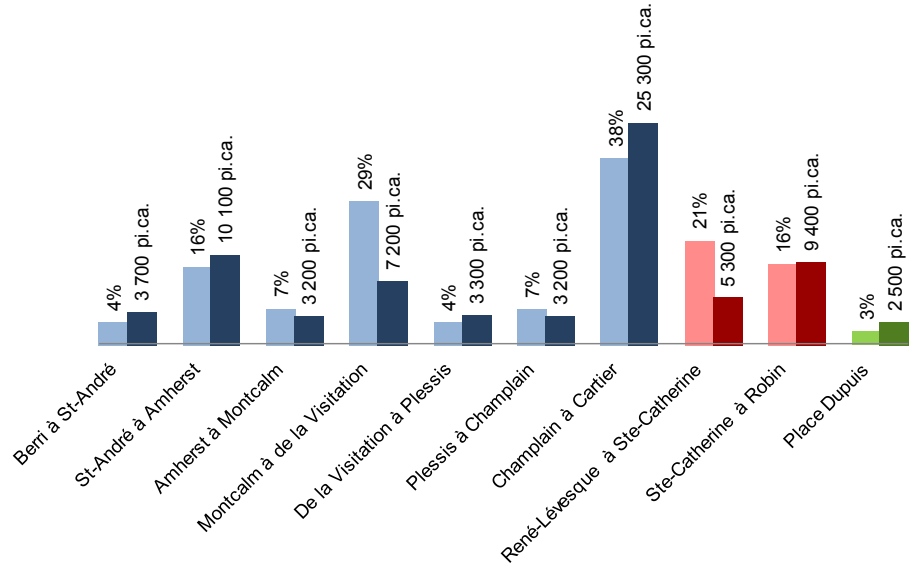


- La dernière grande catégorie commerciale est constituée par les locaux **vacants**. Même si ceux-ci ne sont pas à proprement dit des commerces, ils représentent néanmoins une catégorie importante puisque leur importance ou non est un indicateur fiable de la vitalité de tout ensemble commercial. S'ils sont nombreux, ils indiquent qu'il existe un ou des problèmes qu'il faudra identifier et corriger (suroffre, problèmes sociaux, accessibilité et/ou visibilité déficiente, locaux désuets, etc.). À l'opposé, les locaux vacants peuvent aussi représenter une opportunité de développement.

Selon notre inventaire, 13% des locaux commerciaux seraient vacants sur le territoire de la SDC du Village et ils occuperaient près de 73 200 pieds carrés (12% du total de l'offre). Ce niveau, quoique relativement élevé, n'est pas si différent de ce qui est observé ailleurs sur d'autres artères commerciales à Montréal (autour de 10%).

- Le taux de vacance varie de façon importante selon le segment de rue. En effet, alors que certains segments ont un faible taux de vacance, soit en-deçà de 5%, d'autres obtiennent des vacances dépassant les 20%.
 - Le taux d'inoccupation s'élève à 14% sur la rue Ste-Catherine, à 18% sur la rue Amherst et à seulement 3% à la Place Dupuis.
 - Les segments de rue les plus occupés se retrouvent principalement dans la partie ouest de la SDC (Place Dupuis, Ste-Catherine entre Berri et St-André) et au centre près de la station de métro Beaudry (rue Ste-Catherine entre de la Visitation et Plessis).
 - Ceux avec un taux de vacances plus élevé mais non problématique (entre 5% et 20%) se retrouvent un peu partout sur le territoire de la SDC (rue Ste-Catherine entre St-André et Montcalm, entre Plessis et Champlain ainsi que sur Amherst au nord de Ste-Catherine).
 - Les segments de rue où l'on observe l'inoccupation la plus élevée (au-dessus de 20%) sont rue Ste-Catherine entre Montcalm et de la Visitation (29%) et entre Champlain et Cartier (38%) ainsi que sur la rue Amherst entre René-Lévesque et Ste-Catherine (21%). Il convient de mentionner que le taux de vacance élevé du segment de la rue Ste-Catherine situé entre Champlain et Cartier s'explique en grande partie par la présence d'un local d'une superficie de 15 000 pieds carrés. Sans ce dernier, le taux de vacance de ce segment diminue à 20% ce qui demeure néanmoins élevé.

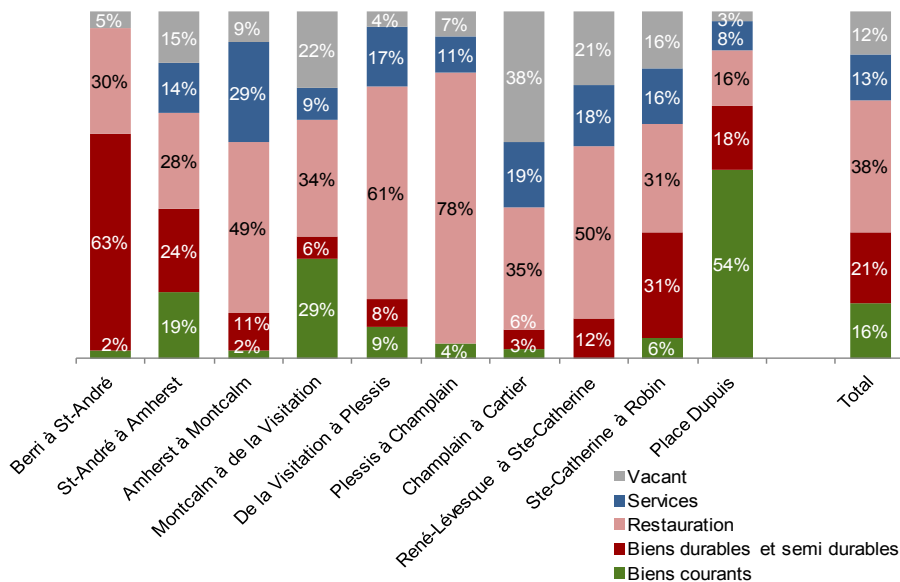
Distribution spatiale des superficies commerciales vacantes et du taux de vacance



- Le taux d'inoccupation s'établit à 13% de la superficie au rez-de-chaussée, 1% à l'étage et 0% au sous-sol. Il convient de rappeler ici que notre inventaire ne concernait que les locaux occupés ou pouvant être occupés par des commerces de type commerce de détail et ne concerne donc pas les espaces à bureaux par exemple.

La composition commerciale varie de façon importante selon le segment de rue. Le tableau et le graphique suivants illustrent bien ces différences.

Répartition des superficies commerciales de la SDC du Village selon la typologie



Répartition des commerces et des superficies selon la typologie commerciale - 2011

Typologie	Rue Ste-Catherine			Rue Amherst			Place Dupuis			Total		
	Nbr	Pieds carrés	% pi.ca.	Nbr	Pieds carrés	% pi.ca.	Nbr	Pieds carrés	% pi.ca.	Nbr	Pieds carrés	% pi.ca.
Biens courants	19	35 500	9%	3	3 400	4%	4	53 800	54%	26	92 700	16%
Biens durables/semi durables	22	82 700	20%	13	20 500	25%	8	18 200	18%	43	121 400	21%
Restauration	70	176 800	43%	19	30 300	37%	11	16 000	16%	100	223 100	38%
Services	20	53 600	13%	12	13 700	17%	3	8 400	8%	35	75 700	13%
Vacant	18	63 000	15%	9	14 700	18%	2	2 500	3%	29	73 200	12%
Total	149	411 600	100%	56	82 600	100%	28	98 900	100%	233	586 100	100%

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

À la lecture de ce graphique, on note qu'aucun segment de rue n'est homogène ; on retrouve presque partout toutes les grandes catégories de commerces. Toutefois, certaines catégories prennent plus d'importance que d'autres sur le territoire analysé. Ainsi, sur l'ensemble des rues Ste-Catherine et Amherst, la restauration et les magasins de biens durables et semi durables dominent l'offre tandis que les commerces de biens courant couvrent plus de la moitié de la superficie à la Place Dupuis.

Les lignes suivantes résument chacun des segments selon l'environnement commercial qu'on y retrouve.

Rue Ste-Catherine

- **Berri à St-André** : section de la SDC très animée grâce à la proximité de l'UQAM, de la station de métro Berri-UQAM, de la Place Émilie-Gamelin et de nombreux travailleurs. Le magasin Archambault domine l'espace commercial de ce segment et on y retrouve également plusieurs restaurants très achalandés (McDonalds, Da Giovanni et Amir). Mentionnons également la présence d'une succursale de la SAQ et de la Place Dupuis. Les services y sont absents. les biens courants quasi-absents et le taux de vacance est bas (5%).
- **St-André à Amherst** : il s'agit d'un autre segment animé de l'artère. Il profite de la proximité de la Place Dupuis et de la station de métro Berri-UQAM ainsi que de la présence de la salle de spectacle L'Olympia. L'offre commerciale y est variée. Les principaux commerces présents sur ce tronçon sont Pharmaprix et Dollarama pour les biens courants et semi durables et St-Hubert, Cora et La Belle province pour les restaurants. Le taux de vacance y est relativement important et s'établit à 15%.
- **Amherst à Montcalm** : ce segment est moins achalandé que les autres d'un point de vue commercial et il est parmi les trois segments de rue cumulant le moins de pieds carrés d'offre commerciale. Il sert en quelque sorte de « tampon » entre le secteur autour de la Place Dupuis plus à l'ouest et le cœur du Village plus à l'est. On n'y retrouve aucun commerce d'importance c'est-à-dire générant un important trafic. Toutefois, il y a deux commerces profitant d'une bonne notoriété soit le restaurant Piazetta et le cabaret-bar Chez Mado. Le taux d'inoccupation s'élève à 9% pour ce segment.

- **Montcalm à de la Visitation** : c'est à partir de ce segment que débute la deuxième portion de la rue Ste-Catherine la plus animée. La présence de l'édicule de la station de métro Beaudry sur ce segment génère beaucoup d'achalandage que certains commerces tentent d'intercepter (SAQ, Tim Hortons et le dépanneur Couche-Tard par exemple). On y retrouve très peu de biens durables et semi durables mais les biens courants y sont bien représentés (dépanneurs, SAQ et deux spécialistes alimentaires (Folie en Vrac et Autour d'un pain)). Le taux de vacance y est passablement élevé (22% et 3 locaux).
- **De la Visitation à Plessis** : situé au cœur du Village, ce segment de rue est très animé et compte un grand nombre de commerces (34). Une forte proportion de ces derniers (50% des établissements et 61% de la superficie) sont des restaurants et/ou des bars dont certains biens connus (Le Steak frites St-Paul, Second Cup, Starbuck Café et Le Drugstore pour n'en nommer que quelques-uns). On y retrouve seulement trois locaux vacants représentant 4% de la superficie du segment de rue.
- **Plessis à Champlain** : ce segment, plus « tranquille » que le précédent à cause de la présence de TVA (occupe un îlot complet), est presque entièrement dédié à la restauration (78%). Les établissements les plus importants de ce secteur sont les restaurants Club Shandwich (incluant le Café Européen) et Sushi Shop et le bar/boîte de nuit Complexe Sky. Le taux d'inoccupation s'élève à 7% pour ce segment.
- **Champlain à Cartier** : malgré qu'il soit localisé tout juste à l'ouest de la station de métro Papineau et soit traversé en son centre par l'avenue Papineau, ce segment de rue est probablement le plus « déstructuré » de la rue Ste-Catherine dans le Village. En effet, l'avenue Papineau, très passante, agit comme une barrière entre les parties est et ouest du segment et on y retrouve un îlot complet abandonné entre Papineau et Cartier du côté nord (terrain et édifices abandonnés). L'activité commerciale y est néanmoins importante (surtout autour de l'intersection Ste-Catherine et Papineau) et comporte plusieurs enseignes importantes (McDonalds, Desjardins, Poste Canada et Café Dépôt). Le taux d'inoccupation est très élevé (38%) mais cette situation est principalement due à un local de 15 000 pieds carrés. Sans ce dernier, le taux de vacance de ce segment diminue à 20%.

La création d'un programme particulier d'urbanisme (PPU) pour le secteur Ste-Marie, dont ce tronçon de rue fait partie, pourrait aider à revitaliser ce secteur de l'artère depuis longtemps abandonné.

Rue Amherst

- **René-Lévesque à Ste-Catherine** : le plus petit segment de la SDC du Village et aussi l'un des plus « déstructuré ». Aucun magasin de biens courants n'y a pignon sur rue et l'offre y est principalement de type restauration (50% de la superficie). Le taux de vacance atteint 21%.

- **Ste-Catherine à Robin** : c'est le segment le plus important en termes de nombre de commerces (43 établissements) mais il l'est beaucoup moins en termes de superficie (57 600 pieds carrés); il s'agit donc principalement de petits commerces. On retrouve un peu de tout sur ce segment de la rue Amherst et aucune enseigne importante s'y trouve. 16% de la superficie est inoccupée.

Place Dupuis

- La **Place Dupuis** se démarque du reste de la SDC du Village car il s'agit d'une galerie marchande relié à la station de métro Berri-UQAM et situé au bas d'un complexe de tours à bureaux comptant 3 500 travailleurs et d'un hôtel majeur. Elle bénéficie donc de l'achalandage à la fois de la rue, du métro, des tours à bureaux et de la proximité de la Station Centrale (terminus d'autobus interurbains) et de l'UQAM.

La Place Dupuis regroupe la plus importante concentration commerciale de la SDC du Village (près de 100 000 pieds carrés). Une forte proportion de sa superficie (54%) est consacrée aux biens courants (principalement les magasins Jean Coutu et IGA). On y retrouve également la seule foire alimentaire de la SDC. Seulement 3% de sa superficie est vacante.

Le tableau de la page suivante présente la distribution de l'inventaire selon les principales catégories d'établissements et les trois grands tronçons de la SDC (rue Ste-Catherine, rue Amherst et Place Dupuis). Toutes les catégories sont représentées, même minimalement.

2.1.3 Positionnement de l'offre (gamme de prix)

Il est habituellement très difficile de classer les commerces d'un inventaire selon le positionnement (bas, moyen ou haut de gamme) puisque cette évaluation faut intervenir plusieurs éléments subjectifs et que chacune des catégories de commerces nécessite ses propres critères. Néanmoins, certains constats généraux peuvent être faits.

De façon générale, l'offre commerciale sur le territoire de la SDC du Village est accessible et est à portée de toutes les bourses, la presque totalité des commerces pouvant être classés dans la catégorie bas ou moyen de gamme. Il est vrai que certains commerces offrent des biens ou des services légèrement plus dispendieux mais cela ne concerne habituellement qu'une partie de leur offre ou encore, ces prix conviennent pour des occasions spéciales. On constate donc que le positionnement de l'artère est en adéquation avec les caractéristiques de la population du quartier.

Malgré la construction dans le quartier de plusieurs logements neufs attirant des ménages mieux nantis, leur nombre ne serait pas suffisant pour justifier le développement d'une offre haut de gamme sur l'artère. De plus, ces nouveaux ménages consommeront également dans les commerces bas et moyen de gamme alors que la situation inverse (ménages moins nantis consommant dans des commerces haut de gamme) est beaucoup moins courante.

Répartition des commerces et des superficies selon la typologie commerciale - 2011

Typologie	Rue Ste-Catherine			Rue Amherst			Place Dupuis			Total		
	Nbr	Pieds carrés	% pi.ca.	Nbr	Pieds carrés	% pi.ca.	Nbr	Pieds carrés	% pi.ca.	Nbr	Pieds carrés	% pi.ca.
Biens courants	19	35 500	9%	3	3 400	4%	4	53 800	54%	26	92 700	16%
Magasins d'alimentation et de boissons	13	18 400	5%	1	1 500	2%	1	35 000	35%	15	54 900	9%
Dépanneurs	6	7 100	2%	1	1 500	2%			0%	7	8 600	1%
Magasins d'autres alimentations spécialisées	5	6 600	2%			0%			0%	5	6 600	1%
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	2	4 700	1%			0%			0%	2	4 700	1%
Supermarchés et autres épiceries (sauf les dépanneurs)			0%			0%	1	35 000	35%	1	35 000	6%
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	6	17 100	4%	2	1 900	2%	3	18 800	19%	11	37 800	6%
Magasins d'autres produits de santé et de soins personnels	2	2 400	1%			0%	2	3 800	4%	4	6 200	1%
Magasins de cosmétiques, de produits de beauté et de parfums	1	1 100	0%			0%			0%	1	1 100	0%
Magasins de produits optiques	2	3 100	1%			0%			0%	2	3 100	1%
Pharmacies	1	10 500	3%	2	1 900	2%	1	15 000	15%	4	27 400	5%
Biens durables et semi durables	22	82 700	20%	13	20 500	25%	8	18 200	18%	43	121 400	21%
Détaillants divers	6	49 400	12%	7	12 200	15%	3	12 600	13%	16	74 200	13%
Animaleries et magasins de fournitures pour animaux			0%	1	4 200	5%			0%	1	4 200	1%
Fleuristes			0%	1	1 400	2%			0%	1	1 400	0%
Librairies et marchands de journaux	2	3 300	1%			0%			0%	2	3 300	1%
Magasins d'articles de couture et de travaux d'aiguille et de tissus à la pièce	1	1 200	0%			0%			0%	1	1 200	0%
Magasins de bandes préenregistrées, de disques compacts et de disques	1	40 000	10%			0%			0%	1	40 000	7%
Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs	1	1 200	0%			0%			0%	1	1 200	0%
Magasins de fournitures de bureau et de papeterie			0%			0%	1	12 000	12%	1	12 000	2%
Magasins de marchandise d'occasion	1	3 700	1%	3	3 600	4%			0%	4	7 300	1%
Magasins d'instruments et de fournitures de musique			0%	1	1 500	2%			0%	1	1 500	0%
Marchands d'oeuvres d'art			0%	1	1 500	2%			0%	1	1 500	0%
Tous les autres magasins de détail divers			0%			0%	2	600	1%	2	600	0%
Magasins de marchandises diverses	2	8 600	2%			0%			0%	2	8 600	1%
Magasins de tout autres fournitures de tout genre	2	8 600	2%			0%			0%	2	8 600	1%
Magasins de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	4	7 800	2%	4	5 700	7%	1	500	1%	9	14 000	2%
Magasins d'app. ménagers, de téléviseurs et d'autres app. électroniques	3	2 800	1%	2	3 000	4%	1	500	1%	6	6 300	1%
Magasins de meubles	1	5 000	1%	1	1 300	2%			0%	2	6 300	1%
Magasins d'ordinateurs et de logiciels			0%	1	1 400	2%			0%	1	1 400	0%
Magasins de vêtements et d'accessoires	10	16 900	4%	2	2 600	3%	4	5 100	5%	16	24 600	4%
Magasins d'accessoires vestimentaires	2	2 500	1%			0%			0%	2	2 500	0%
Magasins d'autres vêtements			0%			0%	1	800	1%	1	800	0%
Magasins de bagages et de maroquinerie	1	1 700	0%			0%			0%	1	1 700	0%
Magasins de chaussures	2	2 900	1%			0%			0%	2	2 900	0%
Magasins de vêtements pour femmes	1	3 600	1%	1	1 200	1%	2	3 600	4%	4	8 400	1%
Magasins de vêtements pour hommes	4	6 200	2%	1	1 400	2%	1	700	1%	6	8 300	1%
Restauration	70	176 800	44%	19	30 300	37%	11	16 000	16%	100	223 100	38%
Débits de boissons (alcoolisées)	18	51 600	13%	3	7 400	9%	1	7 400	7%	22	66 400	11%
Établissements de restauration à service restreint	18	28 000	7%	6	8 100	10%	9	4 600	5%	33	40 700	7%
Restaurant à service complet	34	97 200	24%	10	14 800	18%	1	4 000	4%	45	116 000	20%
Services	20	53 600	13%	12	13 700	17%	3	8 400	8%	35	75 700	13%
Finance et assurances	5	17 300	4%			0%	1	2 400	2%	6	19 700	3%
Activités bancaires	2	14 000	3%			0%	1	2 400	2%	3	16 400	3%
Coopératives de crédit et caisses populaires locales	1	2 100	1%			0%			0%	1	2 100	0%
Négociation de contrats de marchandises (Bureau de change)	2	1 200	0%			0%			0%	2	1 200	0%
Services	15	36 300	9%	12	13 700	17%	2	6 000	6%	29	56 000	10%
Agences de voyage			0%	1	1 200	1%			0%	1	1 200	0%
Autres services de soins personnels	6	20 800	5%	2	3 500	4%			0%	8	24 300	4%
Blanchisseries et nettoyeurs à sec libre-service			0%	1	1 500	2%			0%	1	1 500	0%
Centres de location d'articles divers			0%	1	1 900	2%			0%	1	1 900	0%
Centres de services aux entreprises			0%	1	800	1%			0%	1	800	0%
Centres de sports récréatifs et de conditionnement physique	1	4 600	1%			0%	1	4 500	5%	2	9 100	2%
Cinéma	1	1 300	0%			0%			0%	1	1 300	0%
Location de bandes et de disques vidéo	1	2 800	1%			0%			0%	1	2 800	0%
Services de coiffure et d'esthétique	5	4 800	1%	4	2 700	3%	1	1 500	2%	10	9 000	2%
Services de nettoyage à sec et de blanchissage (sauf le libre-service)			0%	1	1 600	2%			0%	1	1 600	0%
Services postaux	1	2 000	0%			0%			0%	1	2 000	0%
Soins pour animaux de maison (sauf vétérinaires)			0%	1	500	1%			0%	1	500	0%
Vacant	18	56 000	14%	9	14 700	18%	2	2 500	3%	29	73 200	12%
Total	149	404 600	100%	56	82 600	100%	28	98 900	100%	233	586 100	100%

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

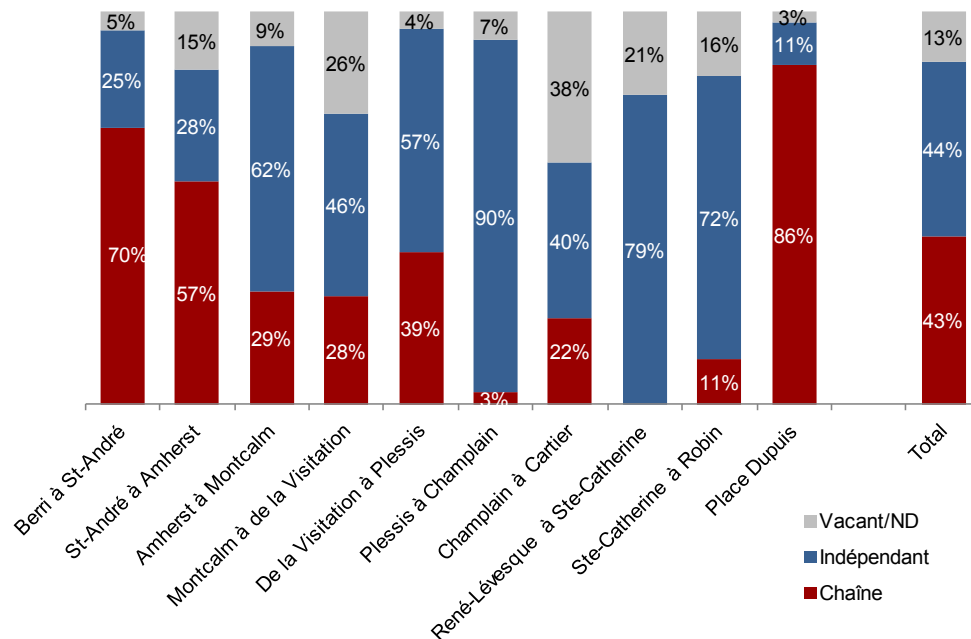
Le positionnement actuel devrait selon nous être maintenu afin d'éviter de créer un décalage entre l'offre et la demande. De plus, il est primordial que l'offre ne soit pas entièrement bas de gamme ou moyen de gamme ; un certain équilibre doit être maintenu entre les deux.

2.1.4 Chaînes versus indépendants

La présente section présente la distribution de l'espace commercial en fonction du statut de l'établissement c'est-à-dire selon qu'il soit indépendant ou affilié à un chaîne. Par chaîne, on entend un réseau d'établissements comptant au moins trois succursales.

Au total de la SDC, les chaînes occupent 27% des locaux mais 43% de la superficie commerciale tandis que les magasins indépendants représentent 59% des locaux et 44% de la superficie ; le reste est occupé par les locaux vacants et deux commerces pour lesquels il nous a été impossible de statuer leur appartenance à une chaîne ou non. À titre de comparaison, la proportion moyenne de locaux commerciaux reliés à une chaîne s'élève à environ 20% pour l'ensemble des SDC de Montréal³ ; les chaînes seraient donc légèrement plus présentes dans le Village. Le graphique suivant présente les résultats (superficie) pour chaque segment de rue et l'ensemble de l'inventaire.

Répartition des superficies commerciales de la SDC du Village selon l'appartenance à une chaîne



³ Source : Sondage auprès de 600 commerçants de 16 SDC de Montréal, automne 2011.

L'analyse par segment nous permet de mettre en lumière :

- Que la présence des chaînes est beaucoup plus forte dans la partie ouest de la SDC (rue Ste-Catherine entre Berri et Amherst et à la Place Dupuis), se situant au-dessus de 50%.
- Que dans la partie centrale de la rue Ste-Catherine (entre Amherst et Plessis), la proportion de chaîne est de niveau moyen et gravite entre 28% et 39%.
- Que les chaînes sont peu ou pas présentes dans la partie est de la rue Ste-Catherine (à l'est de Plessis) et sur la rue Amherst.

Le croisement des résultats selon la catégorie commerciale révèle qu'il existe de fortes variations selon le type de commerces. En effet, dans les biens courants (79% de la superficie) et durables et semi durables (66% de la superficie), les chaînes occupent un pourcentage très important. À l'opposé, il est plutôt moyen dans les services (43%) et faible dans la restauration (29%). Dans ce dernier cas, il convient cependant de préciser qu'on observe des différences significatives selon que le commerce soit un restaurant à service complet (36% de la superficie), un restaurant à service restreint (56% de la superficie) ou un bar ou boîte de nuit (0% de la superficie).

**Importance des commerces et des superficies
selon l'appartenance à une chaîne - 2011¹**

Catégorie	Nombre de commerces	%	Pieds carrés	%
Biens courants	10	38%	72 800	79%
Biens durables et semi durables	16	37%	80 700	66%
Restauration	28	28%	65 300	29%
Services	10	29%	32 900	43%
Total	64	31%	251 700	49%

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

¹ En excluant les locaux vacants.

2.1.5 Statut d'occupation

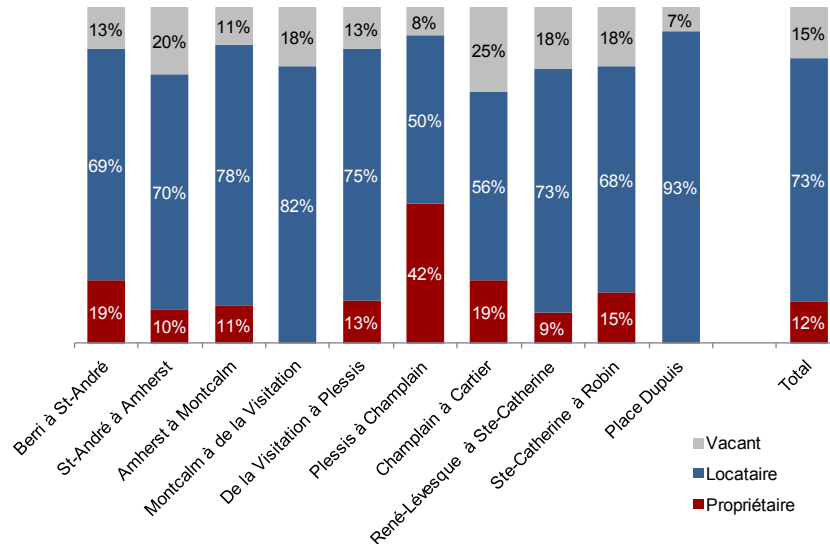
On entend par statut d'occupation le fait que le commerce soit propriétaire ou locataire du local qu'il occupe. Cette information n'a pu être collectée qu'auprès de la personne responsable du commerce lors de la réalisation de l'inventaire. Puisque plusieurs commerçants n'ont pu être rencontrés, que certains ont refusé de collaborer à notre enquête et que d'autres ne connaissaient pas la réponse, les résultats présentés ici ne sont que partiels (164 sur 204 locaux occupés soit 80%). Les résultats présentés ci-après excluent donc les données manquantes.

Au total, seulement 12% des commerçants de la SDC du Village sont propriétaires de leur local. En excluant les locaux vacants, ce pourcentage augmente à 15%. Il s'agit d'un taux légèrement inférieur à ce qui est observé sur l'ensemble des artères commerciales montréalaises (17%)⁴. Cette proportion est relativement égale sur l'ensemble du territoire à l'exception de la Place Dupuis et de la rue Ste-Catherine entre Montcalm et de la Visitation où aucun commerçant n'est propriétaire et sur la rue Ste-Catherine entre Plessis à Champlain où 42% sont propriétaires.

⁴ Source : Sondage auprès de 600 commerçants de 16 SDC de Montréal, automne 2011.

À titre indicatif, mentionnons que les propriétaires représentent 21% de la superficie inventoriée sur le territoire de la SDC du Village.

Répartition des établissements de la SDC du Village selon le statut d'occupation



2.1.6 Année d'ouverture

Cette information permet de connaître le taux de « roulement » de commerces de la SDC. Il s'agit d'un indicateur important qui permet de mesurer la vitalité d'un ensemble commercial surtout que le commerce de détail est une industrie hautement concurrentielle.

Tout comme pour le statut d'occupation, l'information sur l'année d'ouverture du commerce n'a pu être collectée qu'auprès de la personne responsable du commerce lors de la réalisation de l'inventaire. Puisque plusieurs commerçants n'ont pu être rencontrés, que certains ont refusé de collaborer à notre enquête et qu'un nombre important ne connaissaient pas la réponse, les résultats présentés ici ne sont que partiels (141 sur 204 locaux occupés soit 69%). Les résultats présentés ci-après excluent donc les données manquantes.

Répartition des commerces selon l'année d'ouverture - 2011

Année	Rue Ste-Catherine		Rue Amherst		Place Dupuis		Total	
	Nombre de commerces	%	Nombre de commerces	%	Nombre de commerces	%	Nombre de commerces	%
Avant 1970	7	6%	2	4%	0	0%	9	5%
1970 à 1985	8	7%	3	6%	0	0%	11	6%
1986 à 1995	14	13%	5	10%	1	11%	20	12%
1996 à 2000	8	7%	5	10%	1	11%	14	8%
2001 à 2005	15	14%	8	16%	0	0%	23	14%
2006 à 2010	21	19%	12	24%	3	33%	36	21%
2011	20	18%	6	12%	2	22%	28	16%
Vacant	18	16%	9	18%	2	22%	29	17%
Total	111	100%	50	100%	9	100%	170	100%
Âge moyen (total)	13,8 ans		11,5 ans		5,9 ans		12,7 ans	
Âge moyen (sans plus de 100 ans)	11,7 ans		11,5 ans		5,9 ans		11,3 ans	

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

Le tableau présenté précédemment montre qu'il existe un roulement de commerces relativement important sur le territoire de la SDC du Village puisque 37% des locaux sont occupés depuis cinq ans ou moins et 51% depuis 10 ans ou moins. Soulignons que 11% des locaux sont occupés par le même commerce depuis plus de 25 ans dont deux commerces depuis plus de 100 ans (Archambault et Banque de Montréal).

En moyenne, les commerces inventoriés sont présents sur le territoire de la SDC du Village depuis 12,7 ans, 11,3 ans lorsqu'on exclut les deux commerces centenaires. Cette statistique est légèrement inférieure à ce qui est observé sur les autres artères à Montréal (environ 16 ans en moyenne)⁵. L'âge moyen des commerces sur les rues Ste-Catherine et Amherst est semblable à la moyenne (11,7 et 11,5 ans respectivement). À la Place Dupuis cependant, les commerces sont généralement d'implantation plus récente (5,9 ans).

On observe que le « roulement » des commerces de restauration est supérieur aux autres catégories de commerces alors qu'il est le moins important parmi les commerces de biens courants.

**Âge moyen des commerces
selon la catégorie commerciale - 2011**

Catégorie	Âge moyen (total)	Âge moyen (sans deux commerces présents depuis plus de 100 ans)
Biens courants	19,1 ans	19,1 ans
Biens durables et semi durables	14,6 ans	11,4 ans
Restauration	8,2 ans	8,2 ans
Services	18,2 ans	13,8 ans
Total	12,7 ans	11,3 ans

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

⁵ Source : Sondage auprès de 600 commerçants de 16 SDC de Montréal, automne 2011.

2.1.7 Offre nocturne

Le dernier élément analysé en ce qui concerne l'offre commerciale actuelle sur le territoire de la SDC du Village est le type d'offre en regard de la période de la journée. Il s'agit d'une variable distinctive de la SDC du Village car elle est reconnue pour être une des destinations nocturnes les plus importantes à Montréal. À partir des heures d'ouverture des commerces, nous avons attribué à chacun d'eux un type d'offre (nocturne/diurne) selon que le commerce est ouvert après 21 heures au moins un soir durant la semaine.

Encore une fois, il nous a été impossible de collecter l'information sur les heures d'ouverture pour l'ensemble des commerces inventoriés. Notre analyse se base sur 191 locaux occupés soit 94% du total.

Importance de l'offre de type nocturne - 2011

Offre	Nombre de commerces	%	Pieds carrés	%
Diurne et nocturne	83	38%	228 200	40%
Diurne seulement	102	46%	250 300	44%
Nocturne seulement	6	3%	18 100	3%
Vacant	29	13%	73 200	13%
Total	220	100%	569 800	100%

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

Sur le territoire de la SDC du Village, 41% des locaux sont occupés par des commerces dont les heures d'ouverture s'étendent après 21 heures, dont 3% sont exclusivement ouverts la nuit. Ils occupent 43% de la superficie. En excluant les locaux vacants du calcul, ces proportions augmentent respectivement à 47% et 50%.

On remarque que l'offre de type nocturne est presque inexistante dans la catégorie des biens durables et semi durables (2% de la superficie) alors qu'elle est maximale dans la restauration (82%). Elle est aussi relativement importante dans les biens courants (38%) et les services (47%). Dans ce dernier cas, cette forte proportion est essentiellement attribuable aux saunas, spas, centres de massage et centres de conditionnement physique. Enfin, d'un point de vue spatial, on note une grande variabilité dans l'offre nocturne selon le segment de rue. Mentionnons seulement deux segments de la rue Ste-Catherine (Berri à St-André et Champlain à Cartier), un segment de la rue Amherst (Ste-Catherine et Robin) ainsi que la Place Dupuis sont moins animés la nuit que les autres segments.

**Importance l'offre de type nocturne
selon la catégorie commerciale - 2011¹**

Catégorie	Nombre de commerces	%	Pieds carrés	%
Biens courants	10	38%	35 400	38%
Biens durables et semi durables	2	5%	2 400	2%
Restauration	68	72%	175 600	82%
Services	9	31%	32 900	47%
Total	89	47%	246 300	50%

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

¹ En excluant les locaux vacants.

**Importance de l'offre de type nocturne
selon le segment de rue - 2011**

Segment de rue	Nombre de commerces	%	Pieds carrés	%
Berri à St-André	11	58%	25 700	32%
St-André à Amherst	12	50%	35 600	52%
Amherst à Montcalm	7	54%	21 400	59%
Montcalm à de la Visitation	11	55%	16 300	52%
De la Visitation à Plessis	16	52%	52 900	74%
Plessis à Champlain	12	86%	40 900	91%
Champlain à Cartier	8	40%	17 100	27%
René-Lévesque à Ste-Catherine	4	36%	9 300	44%
Ste-Catherine à Robin	6	15%	7 600	14%
Place Dupuis	2	7%	19 500	20%
Total	89	40%	246 300	43%

Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

2.2 Évolution de l'offre commerciale sur le territoire de la SDC du Village depuis 2004

La deuxième partie de l'analyse de l'offre commerciale a pour but de décrire l'évolution de celle-ci sur le territoire de la SDC du Village depuis sa création en 2004. Afin de ne pas alourdir inutilement l'analyse, nous avons identifié trois années réparties tout au long de cette période soit 2004, 2008 et 2011. Elles nous permettront de témoigner des changements qu'a vécus la SDC du Village. Pour ce faire, nous avons utilisé différentes sources de données selon l'année :

- 2011 : Inventaire réalisé par le Groupe Altus à l'automne 2011 (voir section 2.1).
- 2008 : Compte de cotisation annuel à la SDC⁶. Données fournies par l'arrondissement Ville-Marie.
- 2004 : Compte de cotisation annuel à la SDC. Données fournies par l'arrondissement Ville-Marie.

Afin de permettre la comparaison, toutes les données ont été standardisées en utilisant les mêmes critères que pour l'inventaire 2011 présenté à la section précédente. Nous avons aussi pris soin de classer un même commerce de la même façon peu importe l'année. De plus, puisqu'aucune information sur la superficie n'a été fournie et qu'il s'agit de données historiques que nous ne pouvons valider par une visite sur le terrain, notre analyse ne portera que sur le nombre de commerces et leur typologie commerciale.

⁶ Le fichier fourni comprend de l'information sur la raison sociale, le nom de l'occupant et l'adresse.

2.2.1 Évolution du nombre total de commerces

Au cours des sept dernières années, le nombre de locaux commerciaux sur le territoire de la SDC du Village a légèrement diminué (-6%) passant de 247 en 2004 à 233 en 2011. Une forte proportion de cette diminution est attribuable à la Place Dupuis qui a perdu 13 locaux. La rue Ste-Catherine a pour sa part vu son nombre de locaux légèrement diminuer de six locaux (-4%) tandis que le nombre de locaux sur la rue Amherst a légèrement augmenté (+5 locaux ou +10%).

Évolution du nombre de locaux commerciaux selon le segment de rue

Rue	Segment	Nombre d'établissements					
		2004		2008		2011	
		Nombre	Répartition	Nombre	Répartition	Nombre	Répartition
Ste-Catherine	Berri à St-André	16	6%	17	7%	19	8%
	St-André à Amherst	28	11%	30	12%	24	10%
	Amherst à Montcalm	17	7%	17	7%	13	6%
	Montcalm à de la Visitation	21	9%	26	11%	21	9%
	De la Visitation à Plessis	34	14%	35	14%	34	15%
	Plessis à Champlain	18	7%	21	9%	15	6%
	Champlain à Cartier	21	9%	22	9%	23	10%
	Sous-total Ste-Catherine	155	63%	168	69%	149	64%
Amherst	René-Lévesque à Ste-Catherine	12	5%	11	5%	13	6%
	Ste-Catherine à Robin	39	16%	29	12%	43	18%
	Sous-total Amherst	51	21%	40	16%	56	24%
Place Dupuis	Place Dupuis	41	17%	36	15%	28	12%
Total		247	100%	244	100%	233	100%

Sources: 2011: Inventaire réalisé par le Groupe Altus / 2008 et 2004: Cotisations à la SDC

2.2.2 Évolution selon la typologie commerciale

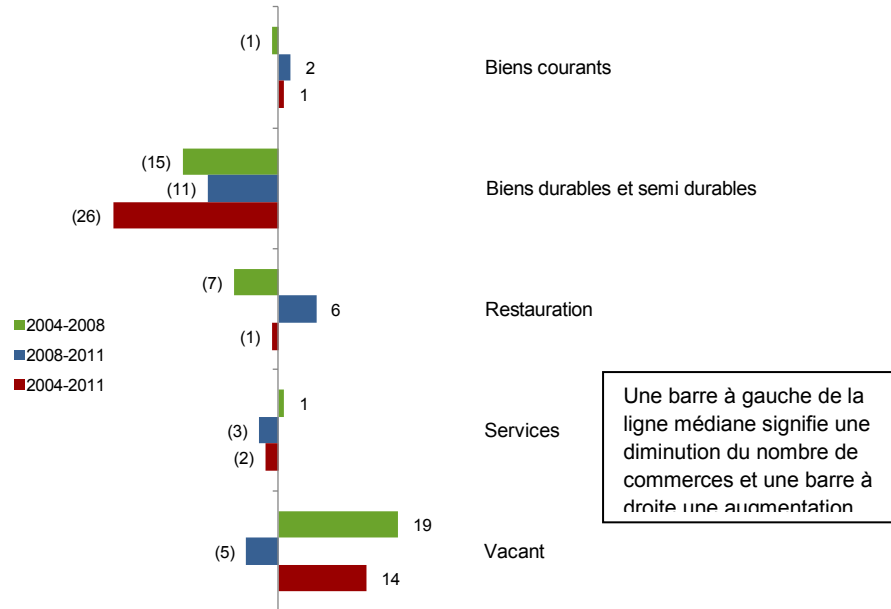
On observe d'importantes variations dans la répartition de l'offre commerciale sur les artères de la SDC du Village depuis 2004 et ce, tant en nombre absolu qu'en pourcentage. Ces variations concernent principalement deux catégories de commerces : les biens durables et semi durables, qui ont connus une baisse marquée (69 à 43 commerces), et les locaux vacants, qui ont vu leur importance augmenter (15 à 29). L'importance et le nombre des commerces des autres catégories ont connus peu ou pas de variation.

Évolution du nombre de locaux commerciaux selon la typologie commerciale

Typologie	2004		2008		2011	
	Nombre de commerces	%	Nombre de commerces	%	Nombre de commerces	%
Biens courants	25	10%	24	10%	26	11%
Biens durables et semi durables	69	28%	54	22%	43	18%
Restauration	101	41%	94	39%	100	43%
Services	37	15%	38	16%	35	15%
Sous-total locaux occupés	232	94%	210	86%	204	88%
Vacant	15	6%	34	14%	29	12%
Total	247	100%	244	100%	233	100%

Sources: 2011: Inventaire réalisé par le Groupe Altus / 2008 et 2004: Cotisations à la SDC

Évolution 2004-2011 de la typologie commerciale Variation du nombre de commerces



Les paragraphes qui suivent présentent les changements qui se sont opérés durant cette période pour chacune des grandes catégories commerciales :

- Biens courants** : l'importance des commerces en biens courants s'est maintenue durant la période d'analyse aux environs de 25 commerces ou 10% de l'offre commerciale totale. Ce constat, basé uniquement sur le nombre de commerces, reflète plus ou moins bien la réalité. En effet, l'implantation d'un supermarché IGA à la Place Dupuis en 2009 a augmenté de façon importante la superficie occupée par cette catégorie de biens malgré la fermeture de l'épicerie spécialisée Poivre&Sel également de la Place Dupuis.

Au total depuis 2004, la rue Ste-Catherine a gagné trois commerces de biens courants, la rue Amherst un alors que la Place Dupuis a vu disparaître trois commerces. Mentionnons aussi que des quatre magasins d'alimentation spécialisée présents en 2004, un seul existe toujours en 2011 et que la catégorie des magasins d'autres produits de santé et de soins personnels s'est enrichie de trois magasins dont le plus important ajout est le magasin Rachele-Béry de la Place Dupuis.

Répartition des commerces selon la typologie commerciale - Biens courants

Typologie	2004		2008		2011	
	Nbr	%	Nbr	%	Nbr	%
Biens courants	25	100%	24	100%	26	100%
Magasins d'alimentation et de boissons	17	68%	16	67%	15	58%
Dépanneurs	9	36%	8	33%	7	27%
Magasins d'autres alimentations spécialisées	4	16%	4	17%	5	19%
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	2	8%	2	8%	2	8%
Supermarchés et autres épicerie (sauf les dépanneurs)	2	8%	2	8%	1	4%
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	8	32%	8	33%	11	42%
Magasins d'autres produits de santé et de soins personnels	1	4%	2	8%	4	15%
Magasins de cosmétiques, de produits de beauté et de parfums	1	4%	1	4%	1	4%
Magasins de produits optiques	3	12%	2	8%	2	8%
Pharmacies	3	12%	3	13%	4	15%

Sources: 2011: Inventaire réalisé par le Groupe Altus / 2008 et 2004: Cotisations à la SDC

Répartition des commerces de biens courants selon la rue

Typologie	2004			2008			2011			Bilan 2004-2011		
	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis
Biens courants	16	2	7	17	3	4	19	3	4	3	1	(3)
Magasins d'alimentation et de boissons	12	1	4	13	1	2	13	1	1	1	0	(3)
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	4	1	3	4	2	2	6	2	3	2	1	0

Sources: 2011: Inventaire réalisé par le Groupe Altus / 2008 et 2004: Cotisations à la SDC

- **Biens durables et semi durables** : le nombre d'établissements de biens durables et semi durables a accusé une diminution importante sur le territoire de la SDC du Village au cours des sept dernières années. En effet, depuis 2004, cette catégorie est passée de 69 établissements à seulement 43, soit une baisse de 22 commerces. Cette grande catégorie ne représente plus que 18% des établissements alors qu'elle représentait 28% de l'ensemble des établissements en 2004.

Tous les grands segments de rue ont connu une diminution de l'offre dans cette catégorie depuis 2011, 17 commerces de biens durables et semi durables ont fermé leurs portes sur la rue Ste-Catherine, six sur la rue Amherst et trois à la Place Dupuis,

Ces diminutions proviennent essentiellement de deux catégories : les détaillants divers (-14 commerces) et les magasins de biens mode (-11 commerces) :

- Détaillants divers : les pertes s'expliquent en grande partie par la fermeture de plusieurs librairies et marchands de journaux dont la librairie Renaud-Bray (-5 commerces) et de magasins de sport dont le Sports Experts de la Place Dupuis (-4 commerces) sans oublier les marchands d'œuvres d'art (-3 commerces, tous sur la rue Amherst).
- Magasins de biens mode : ici, les pertes se concentrent surtout dans les magasins de vêtements (-9 commerces). Il y a eu toutefois des gains dans cette catégorie chez les magasins d'accessoires vestimentaires (+2 commerces).

Il convient de souligner aussi la disparition de la seule quincaillerie de l'artère durant la période allant de 2008 à 2011.

Répartition des commerces selon la typologie commerciale - Biens durables et semi durables

Typologie	2004		2008		2011	
	Nbr	%	Nbr	%	Nbr	%
Biens durables et semi durables	69	100%	54	100%	43	100%
Détaillants divers	30	43%	19	35%	16	37%
Animaleries et magasins de fournitures pour animaux	2	3%	1	2%	1	2%
Fleuristes	0	0%	0	0%	1	2%
Librairies et marchands de journaux	7	10%	6	11%	2	5%
Magasins d'articles de couture et de travaux d'aiguille et de tissus à la pièce	0	0%	0	0%	1	2%
Magasins d'articles de sport	4	6%	3	6%	0	0%
Magasins de bandes préenregistrées, de disques compacts et de disques	2	3%	2	4%	1	2%
Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs	3	4%	1	2%	1	2%
Magasins de fournitures de bureau et de papeterie	0	0%	1	2%	1	2%
Magasins de marchandise d'occasion	3	4%	1	2%	4	9%
Magasins d'instruments et de fournitures de musique	1	1%	1	2%	1	2%
Marchands d'oeuvres d'art	4	6%	0	0%	1	2%
Tous les autres magasins de détail divers	4	6%	3	6%	2	5%
Magasins de marchandises diverses	3	4%	2	4%	2	5%
Magasins de tout autres fournitures de tout genre	3	4%	2	4%	2	5%
Mag. de mat. de construction et de prod. ext. pour la maison	1	1%	1	2%	0	0%
Quincailleries	1	1%	1	2%	0	0%
Magasins de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	8	12%	9	17%	9	21%
Magasins d'appareils et de fournitures photographiques	0	0%	1	2%	0	0%
Magasins d'autres accessoires de maison	2	3%	0	0%	0	0%
Magasins d'app. ménagers, de téléviseurs et d'autres app. électroniques	5	7%	5	9%	6	14%
Magasins de meubles	0	0%	2	4%	2	5%
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	1	1%	1	2%	1	2%
Magasins de vêtements et d'accessoires	27	39%	23	43%	16	37%
Bijouteries	2	3%	1	2%	0	0%
Magasins d'accessoires vestimentaires	0	0%	3	6%	2	5%
Magasins d'autres vêtements	2	3%	0	0%	1	2%
Magasins de bagages et de maroquinerie	0	0%	0	0%	1	2%
Magasins de chaussures	4	6%	4	7%	2	5%
Magasins de vêtements pour femmes	8	12%	7	13%	4	9%
Magasins de vêtements pour hommes	8	12%	7	13%	6	14%
Magasins de vêtements pour la famille	3	4%	1	2%	0	0%

Sources: 2011: Inventaire réalisé par le Groupe Altus / 2008 et 2004: Cotisations à la SDC

Répartition des commerces de biens durables et semi durables selon la rue

Typologie	2004			2008			2011			Bilan 2004-2011		
	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis
Biens durables et semi durables	39	19	11	30	11	13	22	13	8	(17)	(6)	(3)
Détaillants divers	15	12	3	12	3	4	6	7	3	(9)	(5)	0
Magasins de marchandises diverses	3	0	0	2	0	0	2	0	0	(1)	0	0
Mag. de mat. de construction et de prod. ext. pour la maison	1	0	0	1	0	0	0	0	0	(1)	0	0
Magasins de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	3	3	2	3	4	2	4	4	1	1	1	(1)
Magasins de vêtements et d'accessoires	17	4	6	12	4	7	10	2	4	(7)	(2)	(2)

Sources: 2011: Inventaire réalisé par le Groupe Altus / 2008 et 2004: Cotisations à la SDC

- **Restauration** : globalement, le nombre de restaurants et bars sur le territoire analysé a peu fluctué entre 2004 et 2011 et s'est maintenu autour d'une centaine d'établissements. On observe aussi peu de changement dans le nombre d'établissements selon la sous-catégorie.

La rue Amherst sort grande gagnante dans cette catégorie de commerces puisque le nombre d'établissements de restauration s'est accru de sept depuis 2004. Pendant cette même période, la rue Ste-Catherine connaissant une diminution de trois établissements (entièrement dans la catégorie débits de boissons) et la Place Dupuis, cinq.

Toutefois, cette apparente stabilité cache une réalité toute autre lorsqu'on fait l'analyse commerce par commerce. En effet, 53% des restaurants et bars présents en 2004 n'existent plus en 2011. Ceci confirme donc les résultats présentés précédemment à la section 2.1.5 concernant l'ancienneté de la présence sur le territoire de la SDC du Village. Il est à noter que ce fort roulement est légèrement plus faible parmi les bars (46%) que parmi les restaurants à service restreint (52%) et ceux à service complet (60%).

Répartition des commerces selon la typologie commerciale - restauration

Typologie	2004		2008		2011	
	Nbr	%	Nbr	%	Nbr	%
Restauration	101	100%	94	100%	100	100%
Débits de boissons (alcoolisées)	26	26%	22	23%	22	22%
Établissements de restauration à service restreint	33	33%	31	33%	33	33%
Restaurant à service complet	42	42%	41	44%	45	45%

Sources: 2011: Inventaire réalisé par le Groupe Altus / 2008 et 2004: Cotisations à la SDC

Répartition des commerces de restauration selon la rue

Typologie	2004			2008			2011			Bilan 2004-2011		
	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis
Restauration	73	12	16	67	13	14	70	19	11	(3)	7	(5)
Débits de boissons (alcoolisées)	21	3	2	17	4	1	18	3	1	(3)	0	(1)
Établissements de restauration à service restreint	18	3	12	18	2	11	18	6	9	0	3	(3)
Restaurant à service complet	34	6	2	32	7	2	34	10	1	0	4	(1)

Sources: 2011: Inventaire réalisé par le Groupe Altus / 2008 et 2004: Cotisations à la SDC

- **Services** : en termes de nombre de commerces, on observe le statu quo pour ce qui est des services. Mentionnons seulement que les agences de voyages, les nettoyeurs et les clubs vidéo ont vu leur importance diminuée.

Répartition des commerces de service selon la rue

Typologie	2004			2008			2011			Bilan 2004-2011		
	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis	Rue Ste-Cath.	Rue Amherst	Place Dupuis
Services	21	12	4	26	9	3	20	12	3	(1)	0	(1)
Finance et assurances	5	0	1	4	0	1	5	0	1	0	0	0
Services	16	12	3	22	9	2	15	12	2	(1)	0	(1)

Sources: 2011: Inventaire réalisé par le Groupe Altus / 2008 et 2004: Cotisations à la SDC

Répartition des commerces selon la typologie commerciale - services

Typologie	2004		2008		2011	
	Nbr	%	Nbr	%	Nbr	%
Services	37	100%	38	100%	35	100%
Finance et assurances	6	16%	5	13%	6	17%
Activités bancaires	3	8%	3	8%	3	9%
Coopératives de crédit et caisses populaires locales	1	3%	1	3%	1	3%
Négociation de contrats de marchandises (Bureau de change)	2	5%	1	3%	2	6%
Services	31	84%	33	87%	29	83%
Agences de voyage	2	5%	4	11%	1	3%
Autres services de soins personnels	9	24%	7	18%	8	23%
Blanchisseries et nettoyeurs à sec libre-service	0	0%	0	0%	1	3%
Centres de location d'articles divers	0	0%	1	3%	1	3%
Centres de services aux entreprises	1	3%	1	3%	1	3%
Centres de sports récréatifs et de conditionnement physique	2	5%	2	5%	2	6%
Cinémas	1	3%	1	3%	1	3%
Location de bandes et de disques vidéo	2	5%	3	8%	1	3%
Services de coiffure et d'esthétique	10	27%	10	26%	10	29%
Services de nettoyage à sec et de blanchissage (sauf le libre-service)	3	8%	3	8%	1	3%
Services postaux	1	3%	1	3%	1	3%
Soins pour animaux de maison (sauf vétérinaires)	0	0%	0	0%	1	3%

Sources: 2011: Inventaire réalisé par le Groupe Altus / 2008 et 2004: Cotisations à la SDC

Le tableau de la page suivante présente la distribution de l'inventaire pour les trois années selon les principales catégories d'établissements et les trois grands tronçons de l'avenue (rue Ste-Catherine, rue Amherst et Place Dupuis). Toutes les catégories sont représentées, même minimalement.

Répartition des commerces selon la typologie commerciale

Typologie	2004					2008					2011					Bilan 2004-2011			
	Rue Ste-Catherine	Rue Amherst	Place Dupuis	Total	%	Rue Ste-Catherine	Rue Amherst	Place Dupuis	Total	%	Rue Ste-Catherine	Rue Amherst	Place Dupuis	Total	%	Rue Ste-Catherine	Rue Amherst	Place Dupuis	Total
Biens courants	16	2	7	25	10%	17	3	4	24	10%	19	3	4	26	11%	3	1	(3)	1
Magasins d'alimentation et de boissons	12	1	4	17	7%	13	1	2	16	7%	13	1	1	15	6%	1	0	(3)	(2)
Dépanneurs	6	1	2	9	4%	6	1	1	8	3%	6	1	0	7	3%	0	0	(2)	(2)
Magasins d'autres alimentations spécialisées	3	0	1	4	2%	4	0	0	4	2%	5	0	0	5	2%	2	0	(1)	1
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	2	0	0	2	1%	2	0	0	2	1%	2	0	0	2	1%	0	0	0	0
Supermarchés et autres épicerie (sauf les dépanneurs)	1	0	1	2	1%	1	0	1	2	1%	0	0	1	1	0%	(1)	0	0	(1)
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	4	1	3	8	3%	4	2	2	8	3%	6	2	3	11	5%	2	1	0	3
Magasins d'autres produits de santé et de soins personnels	0	0	1	1	0%	0	1	1	2	1%	2	0	2	4	2%	2	0	1	3
Magasins de cosmétiques, de produits de beauté et de parfums	1	0	0	1	0%	1	0	0	1	0%	1	0	0	1	0%	0	0	0	0
Magasins de produits optiques	2	0	1	3	1%	2	0	0	2	1%	2	0	0	2	1%	0	0	(1)	(1)
Pharmacies	1	1	1	3	1%	1	1	1	3	1%	1	2	1	4	2%	0	1	0	1
Biens durables et semi durables	39	19	11	69	28%	30	11	13	54	22%	22	13	8	43	18%	(17)	(6)	(3)	(26)
Détaillants divers	15	12	3	30	12%	12	3	4	19	8%	6	7	3	16	7%	(9)	(5)	0	(14)
Animaleries et magasins de fournitures pour animaux	1	1	0	2	1%	1	0	0	1	0%	0	1	0	1	0%	(1)	0	0	(1)
Fleuristes	0	0	0	0	0%	0	0	0	0	0%	0	1	0	1	0%	0	1	0	1
Librairies et marchands de journaux	7	0	0	7	3%	6	0	0	6	2%	2	0	0	2	1%	(5)	0	0	(5)
Magasins d'articles de couture et de travaux d'aiguille et de tissus à la pièce	0	0	0	0	0%	0	0	0	0	0%	1	0	0	1	0%	1	0	0	1
Magasins d'articles de sport	1	2	1	4	2%	3	0	0	3	1%	0	0	0	0	0%	(1)	(2)	(1)	(4)
Magasins de bandes préenregistrées, de disques compacts et de disques	2	0	0	2	1%	1	1	0	2	1%	1	0	0	1	0%	(1)	0	0	(1)
Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs	2	1	0	3	1%	1	0	0	1	0%	1	0	0	1	0%	(1)	(1)	0	(2)
Magasins de fournitures de bureau et de papeterie	0	0	0	0	0%	0	0	1	1	0%	0	0	1	1	0%	0	0	1	1
Magasins de marchandise d'occasion	0	3	0	3	1%	0	1	0	1	0%	1	3	0	4	2%	1	0	0	1
Magasins d'instruments et de fournitures de musique	0	1	0	1	0%	0	1	0	1	0%	0	1	0	1	0%	0	0	0	0
Marchands d'oeuvres d'art	0	4	0	4	2%	0	0	0	0	0%	0	1	0	1	0%	0	(3)	0	(3)
Tous les autres magasins de détail divers	2	0	2	4	2%	0	0	3	3	1%	0	0	2	2	1%	(2)	0	0	(2)
Magasins de marchandises diverses	3	0	0	3	1%	2	0	0	2	1%	2	0	0	2	1%	(1)	0	0	(1)
Magasins de tout autres fournitures de tout genre	3	0	0	3	1%	2	0	0	2	1%	2	0	0	2	1%	(1)	0	0	(1)
Mag. de mat. de construction et de prod. ext. pour la maison	1	0	0	1	0%	1	0	0	1	0%	0	0	0	0	0%	(1)	0	0	(1)
Quincailleries	1	0	0	1	0%	1	0	0	1	0%	0	0	0	0	0%	(1)	0	0	(1)
Magasins de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	3	3	2	8	3%	3	4	2	9	4%	4	4	1	9	4%	1	1	(1)	1
Magasins d'appareils et de fournitures photographiques	0	0	0	0	0%	0	0	1	1	0%	0	0	0	0	0%	0	0	0	0
Magasins d'autres accessoires de maison	2	0	0	2	1%	0	0	0	0	0%	0	0	0	0	0%	(2)	0	0	(2)
Magasins d'app. ménagers, de téléviseurs et d'autres app. électroniques	1	2	2	5	2%	2	2	1	5	2%	3	2	1	6	3%	2	0	(1)	1
Magasins de meubles	0	0	0	0	0%	0	2	0	2	1%	1	1	0	2	1%	1	1	0	2
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	0	1	0	1	0%	1	0	0	1	0%	0	1	0	1	0%	0	0	0	0
Magasins de vêtements et d'accessoires	17	4	6	27	11%	12	4	7	23	9%	10	2	4	16	7%	(7)	(2)	(2)	(11)
Bijouteries	0	1	1	2	1%	0	1	0	1	0%	0	0	0	0	0%	0	(1)	(1)	(2)
Magasins d'accessoires vestimentaires	0	0	0	0	0%	1	1	1	3	1%	2	0	0	2	1%	2	0	0	2
Magasins d'autres vêtements	0	2	0	2	1%	0	0	0	0	0%	0	0	1	1	0%	0	(2)	1	(1)
Magasins de bagages et de maroquinerie	0	0	0	0	0%	0	0	0	0	0%	1	0	0	1	0%	1	0	0	1
Magasins de chaussures	4	0	0	4	2%	3	0	1	4	2%	2	0	0	2	1%	(2)	0	0	(2)
Magasins de vêtements pour femmes	3	0	5	8	3%	2	1	4	7	3%	1	1	2	4	2%	(2)	1	(3)	(4)
Magasins de vêtements pour hommes	7	1	0	8	3%	6	1	0	7	3%	4	1	1	6	3%	(3)	0	1	(2)
Magasins de vêtements pour la famille	3	0	0	3	1%	0	0	1	1	0%	0	0	0	0	0%	(3)	0	0	(3)
Restauration	73	12	16	101	41%	67	13	14	94	39%	70	19	11	100	43%	(3)	7	(5)	(1)
Débits de boissons (alcoolisées)	21	3	2	26	11%	17	4	1	22	9%	18	3	1	22	9%	(3)	0	(1)	(4)
Établissements de restauration à service restreint	18	3	12	33	13%	18	2	11	31	13%	18	6	9	33	14%	0	3	(3)	0
Restaurant à service complet	34	6	2	42	17%	32	7	2	41	17%	34	10	1	45	19%	0	4	(1)	3
Services	21	12	4	37	15%	26	9	3	38	16%	20	12	3	35	15%	(1)	0	(1)	(2)
Finance et assurances	5	0	1	6	2%	4	0	1	5	2%	5	0	1	6	3%	0	0	0	0
Activités bancaires	2	0	1	3	1%	2	0	1	3	1%	2	0	1	3	1%	0	0	0	0
Coopératives de crédit et caisses populaires locales	1	0	0	1	0%	1	0	0	1	0%	1	0	0	1	0%	0	0	0	0
Négociation de contrats de marchandises (Bureau de change)	2	0	0	2	1%	1	0	0	1	0%	2	0	0	2	1%	0	0	0	0
Services	16	12	3	31	13%	22	9	2	33	14%	15	12	2	29	12%	(1)	0	(1)	(2)
Agences de voyage	1	1	0	2	1%	3	1	0	4	2%	0	1	0	1	0%	(1)	0	0	(1)
Autres services de soins personnels	6	2	1	9	4%	6	1	0	7	3%	6	2	0	8	3%	0	0	(1)	(1)
Blanchisseries et nettoyeurs à sec libre-service	0	0	0	0	0%	0	0	0	0	0%	0	1	0	1	0%	0	1	0	1
Centres de location d'articles divers	0	0	0	0	0%	0	1	0	1	0%	0	1	0	1	0%	0	1	0	1
Centres de services aux entreprises	0	1	0	1	0%	0	1	0	1	0%	0	1	0	1	0%	0	0	0	0
Centres de sports récréatifs et de conditionnement physique	1	0	1	2	1%	1	0	1	2	1%	1	0	1	2	1%	0	0	0	0
Cinémas	1	0	0	1	0%	1	0	0	1	0%	1	0	0	1	0%	0	0	0	0
Location de bandes et de disques vidéo	2	0	0	2	1%	3	0	0	3	1%	1	0	0	1	0%	(1)	0	0	(1)
Services de coiffure et d'esthétique	4	5	1	10	4%	7	2	1	10	4%	5	4	1	10	4%	1	(1)	0	0
Services de nettoyage à sec et de blanchissage (sauf le libre-service)	0	3	0	3	1%	0	3	0	3	1%	0	1	0	1	0%	0	(2)	0	(2)
Services postaux	1	0	0	1	0%	1	0	0	1	0%	1	0	0	1	0%	0	0	0	0
Soins pour animaux de maison (sauf vétérinaires)	0	0	0	0	0%	0	0	0	0	0%	0	1	0	1	0%	0	1	0	1
Sous-total locaux occupés	149	45	38	232	94%	140	36	34	210	86%	131	47	26	204	88%	(18)	2	(12)	(28)
Vacant	6	6	3	15	6%	27	4	3	34	14%	18	9	2	29	12%	12	3	(1)	14
Total	155	51	41	247	100%	167	40	37	244	100%	149	56	28	233	100%	(6)	5	(13)	(14)

Sources: 2011: Inventaire réalisé par le Groupe Altus / 2008 et 2004: Cotisations à la SDC

3 PROFIL DE LA CLIENTÈLE

Afin de dresser sommairement le profil de la clientèle fréquentant les commerces de la SDC du Village et de connaître la provenance de celle-ci, une enquête de provenance de clientèle a été réalisée. Pour ce faire, des interviewers du Groupe Altus ont intercepté des passants sur les trottoirs de la SDC du Village entre 12h et 20h durant la semaine du 26 septembre et du 3 octobre 2011⁷. Pour être éligible au sondage, le répondant devait avoir visité l'un des commerces de la SDC du Village lors de sa visite actuelle sur l'artère ou avoir l'intention de le faire et être âgé de 15 ans et plus. Le questionnaire, d'une durée approximative de 2 minutes, a été administré en français (96%) ou en anglais (4%) à la préférence du répondant.

Les thèmes abordés dans le questionnaire sont les suivants :

- Statut (résidant, travailleur, étudiant, touriste et autre résidant de la région de Montréal)
- Type de commerce(s) visité(s)
- Âge et sexe
- Code postal et lieu d'interception

Dans le but d'assurer la meilleure représentativité de l'échantillon, des objectifs par segment de rue (9) et par jour ont été respectés. Ces objectifs ont été établis en tenant compte du nombre et du type de commerces que l'on retrouve sur chacun des segments et en s'appuyant sur des comptages réalisés sur d'autres artères ou dans des centres commerciaux.

Un total de 793 questionnaires a été complété de cette façon. À ceux-ci, nous avons ajouté 246 questionnaires d'un sondage réalisé en mars 2011 dans le mail intérieur de la Place Dupuis et ce, après avoir eu l'approbation des administrateurs du centre (Busac). Ceci a été possible parce que d'une part, la méthodologie d'interception de ce sondage était très semblable à celle utilisée sur les trottoirs et, d'autre part, parce que les questions posées se retrouvaient dans les deux questionnaires, identiques. Cet ajout nous permet donc d'obtenir une base de données de 1 039 répondants représentative de l'ensemble de la clientèle de la SDC du Village. La marge d'erreur associée à un échantillon de cette taille est de 3,1%, 19 fois sur 20. Enfin, mentionnons que les données ont été pondérées selon la période de la semaine de la semaine (lundi-mardi-mercredi 38% / jeudi-vendredi 38% / samedi-dimanche 24%).

Il convient de noter que les résultats présentés dans cette section sont représentatifs de l'automne/printemps seulement ; il est certain que des variations, possiblement importantes, seraient observées pour d'autres saisons. **De plus, les résultats n'incluent pas la clientèle fréquentant les commerces après 20h ce qui exclue d'emblée les clients fréquentant les commerces avec une offre exclusivement nocturne (clubs de nuit par exemple).**

On retrouve à l'annexe 4 le questionnaire utilisé.

⁷ Plus précisément, le jeudi 29 septembre, le vendredi 29 septembre, le samedi 28 septembre et le mardi 4 octobre 2011.

Avant de présenter les résultats, voici quelques définitions :

Statuts

- Résidant du quartier : personne résidant dans le quartier mais n'y travaillant ou n'y étudiant pas la journée de l'interception.
- Travailleur du quartier : personne travaillant dans le quartier la journée de l'interception.
- Étudiant du quartier : personne étudiant dans le quartier la journée de l'interception.
- Touriste (avec nuitée à Montréal) et excursionniste (sans nuitée à Montréal) : personne résidant à l'extérieur de la grande région de Montréal.
- Résidant de la région de Montréal : personne résidant dans la grande région de Montréal mais ailleurs que dans le quartier et n'y travaillant ou n'y étudiant pas la journée de l'interception.

Période de la journée

- Midi : de 12h à 14h.
- Après-midi : de 14h à 17h.
- Soir : de 17h à 20h.

La délimitation géographique du quartier va comme suit : fleuve St-Laurent au sud, rue St-Denis à l'ouest, rue Sherbrooke au nord et rue de Lorimier à l'est. La carte géographique présentée à la section 5 montre ce territoire.

3.1 Statut

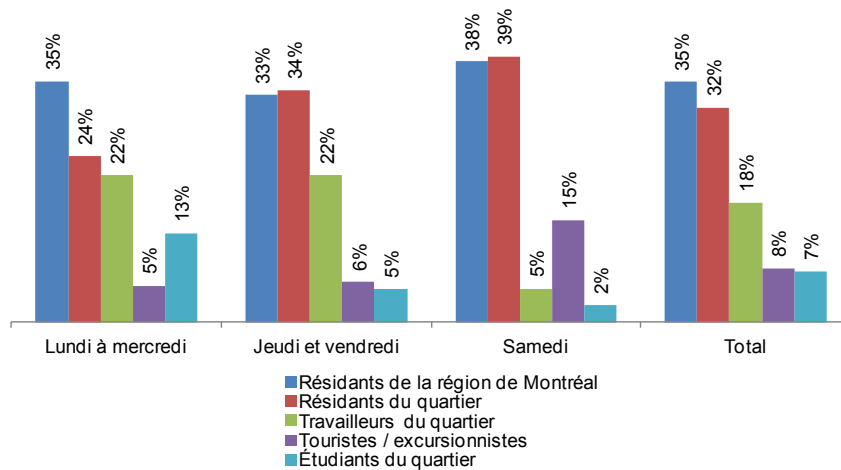
Sur l'ensemble de la semaine, les résidents de la région de Montréal composent la plus forte proportion (35%) de la clientèle de la SDC du Village. Suivent les résidents du quartier (32%) et les travailleurs (18%). Les touristes et les étudiants complètent le portrait avec respectivement 8% et 7%. Ces proportions fluctuent toutefois selon la période de la semaine et de la journée :

- Résidents du quartier : leur importance reste relativement stable tout au long de la semaine autour de 35%. Durant la journée cependant, leur importance augmente tout au long de la journée, passant de 27% le midi à 47% le soir.
- Travailleurs du quartier : de façon évidente, ils représentent une proportion de la clientèle plus élevée en semaine (22%) que le week-end (5%). Leur importance est maximal le midi (30%) et relativement faible l'après-midi (12%) et le soir (8%).
- Étudiants du quartier : on observe que leur importance diminue au fil de la semaine, passant de 13% au début de la semaine, à 5% à la fin de la semaine et à 2% le week-end. Leur importance au cours de la journée varie peu.

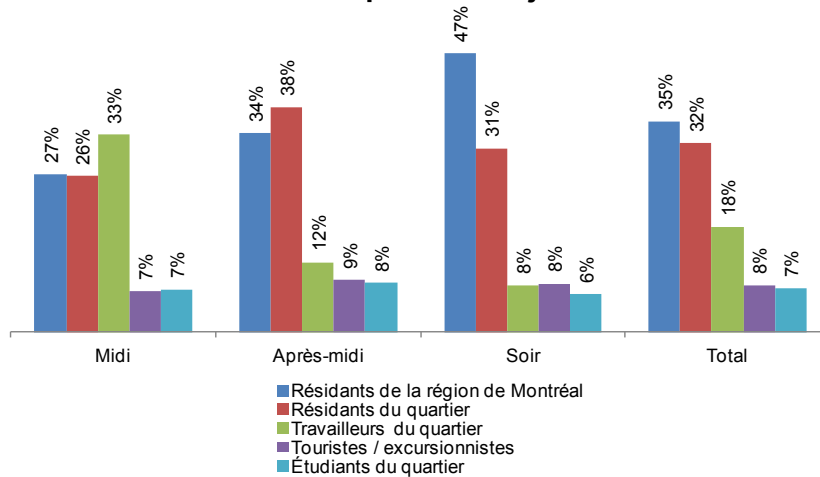
- Touristes et excursionnistes : situation exactement inverse à celle des étudiants : plus la semaine avance, plus la proportion de touristes et d’excursionnistes augmente (autour de 5% en semaine et de 15% le week-end). Leur importance au cours de la journée bouge peu.
- Résidants de la région de Montréal : ce statut gagne en importance au courant de la semaine passant de 24% au début de la semaine, à 34% à la fin de la semaine et à 39% le week-end. Le midi, ils représentent 26% de la clientèle, l’après-midi 38% et le soir 31%.

L’annexe 5 présente en détail les résultats du croisement entre les statuts et diverses caractéristiques.

Importance des différents statuts selon la période de la semaine



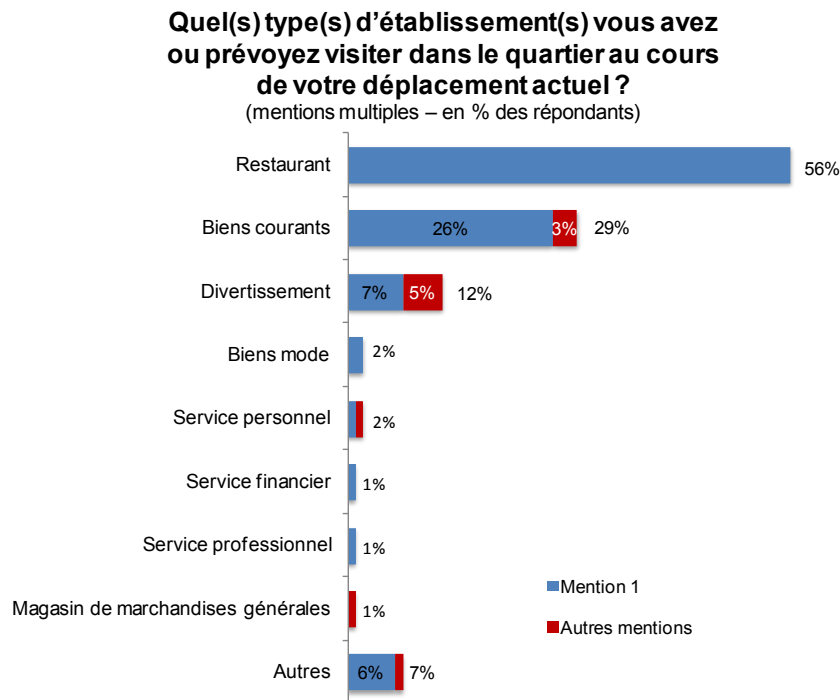
Importance des différents statuts selon la période du jour



3.2 Commerces fréquentés

Les restaurants sont de loin les commerces les plus fréquentés sur le territoire de la SDC du Village. En effet, 56% des personnes interrogées ont ou prévoient visiter un restaurant lors de leur actuelle visite sur l'artère. Les magasins de biens courants arrivent en deuxième position avec 29% suivis par la catégorie divertissement (bar, cabaret, club de nuit, etc.) avec 12%. Les autres types de commerces n'ont été mentionnés que par 2% ou moins des répondants.

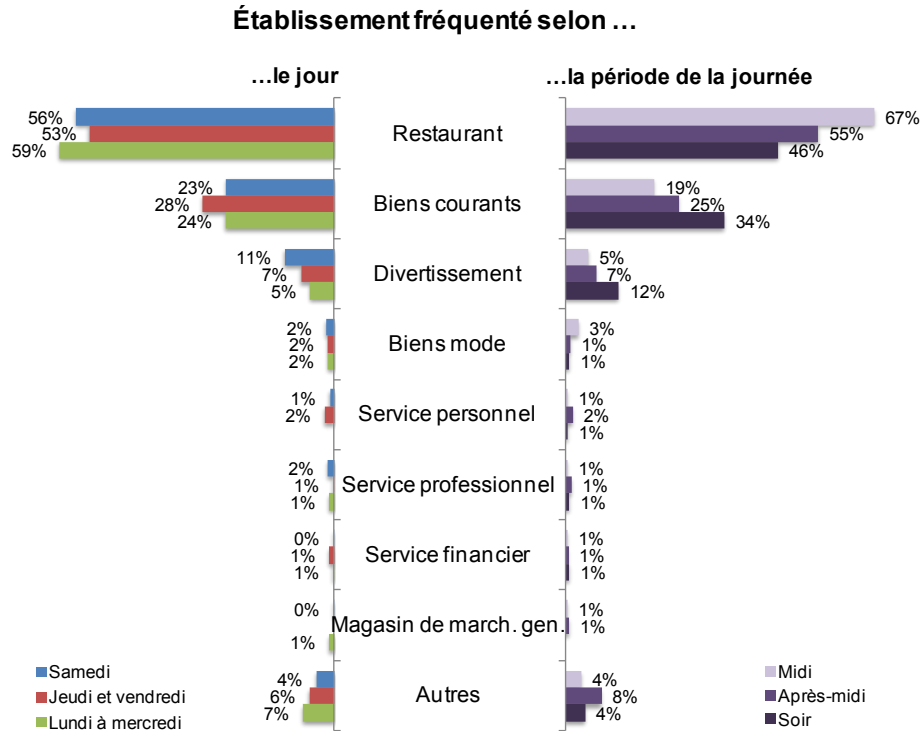
Le faible taux de mentions multiples (seulement 11% des répondants ont visité plus d'un commerce lors de la visite) suggère que chacun des commerces de la SDC agit comme une destination en soi et qu'il existe peu de transfert ou de synergie entre les commerces. De façon générale, on vient donc sur l'artère pour visiter un seul commerce et l'on repart ailleurs par la suite.



Le croisement avec la période de la journée révèle peu de variation dans les commerces visités à l'exception des commerces de divertissement dont la fréquentation augmente tout au long de la semaine (5% en début de semaine à 11% le week-end). À l'inverse, le croisement avec la période de la semaine dévoile des tendances pour les trois plus importantes catégories commerciales :

- Restaurants : leur importance décroît durant la journée. Le midi, les restaurants attirent la grande majorité (67%) de la clientèle alors que le soir, ils ne représentent plus que 46%.
- Biens courants : leur importance croît avec la journée. Ainsi, le midi, seulement 19% de la clientèle est sur l'artère pour ceux-ci alors que le soir, cette proportion augmente à 34%.

- Divertissement : leur importance croît avec la journée. De 5% le midi, la proportion de répondants ayant ou prévoyant visité un commerce de divertissement augmente à 12% en soirée.



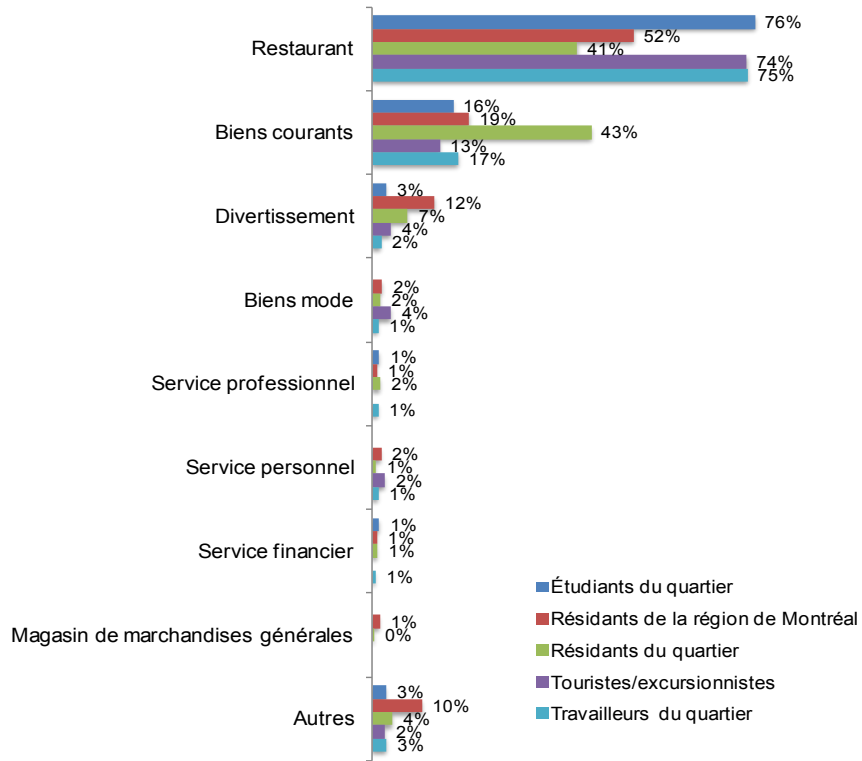
Le croisement de l'établissement visité avec le statut révèle pour sa part quelques différences :

- Résidents du quartier : ils fréquentent principalement les restaurants (41%) et les commerces de biens courants (43%).
- Travailleurs/étudiants du quartier et les touristes/excursionnistes : ils viennent sur l'artère très majoritairement pour visiter un restaurant (environ 75%) mais également pour les biens courants (environ 15%).
- Résidents de la région de Montréal : ils visitent principalement les restaurants mais aussi, dans une moindre mesure, les magasins de biens courants (19%) et les divertissements (12%).

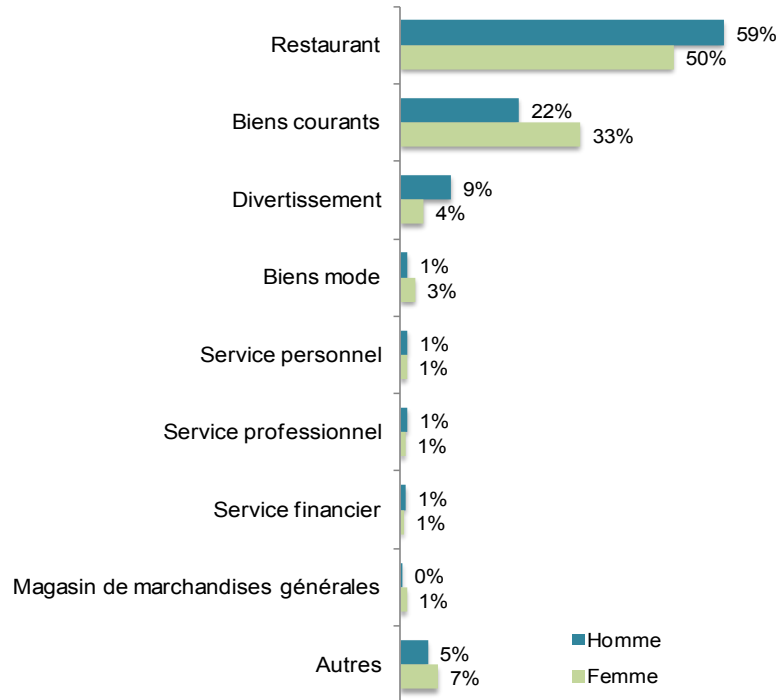
Enfin, le commerce visité en fonction du sexe ne révèle que quelques petites différences de consommation à savoir que les femmes fréquentent davantage les magasins de biens courants que les hommes et que ces derniers fréquentent davantage les restaurants et les établissements de divertissement que les femmes.

L'annexe 5 présente en détail les résultats du croisement entre le commerce visité et diverses caractéristiques.

Établissement fréquenté selon le statut



Principal établissement fréquenté selon le sexe



3.3 Âge, sexe et langue

La majorité (63%) des répondants interceptés étaient des hommes et la presque totalité (96%) ont réalisé l'entrevue en français.

En ce qui a trait à l'âge, on ne remarque aucune concentration d'importance, le profil de la clientèle étant très bien distribué dans tous les groupes d'âge.

Le croisement avec la période de la journée et de la semaine n'a révélé aucune différences d'importance.

Sexe, âge et langue d'entrevue

Caractéristiques	%
Sexe	
Homme	63%
Femme	37%
Âge	
15-24 ans	12%
25-34 ans	17%
35-44 ans	16%
45-54 ans	22%
55-64 ans	19%
65 ans et plus	13%
Langue d'entrevue	
Français	96%
Anglais	4%

4 DÉLIMITATION DE LA ZONE COMMERCIALE

La zone d'influence⁸ d'une rue marchande correspond au territoire à l'intérieur duquel elle recrute la majorité de sa clientèle. En général, on distingue deux composantes spatiales : la zone primaire, d'où provient environ 50% à 70% de la clientèle et la zone secondaire, qui en fournit entre 5% et 25%. Le reste des clients est recruté à l'extérieur de la zone commerciale. Les ventes générées par la clientèle de l'extérieur sont dispersées dans l'espace géographique de telle manière que l'on n'observe pas de relation claire et suffisamment forte entre les ventes dans un secteur géographique et les ventes de l'artère. La pénétration de marché devient trop faible pour être significative. Dans ce cas, cette portion des ventes est considérée de nature « hors zone ».

En règle générale, le pouvoir d'attraction d'une artère commerciale est gouverné par les éléments suivants :

- Ampleur, localisation et caractéristiques de l'offre (variété, exclusivité, notoriété des établissements, superficie locative brute globale, etc.).
- Conditions d'accessibilité (stationnement, accessibilité par transport en commun, etc.).
- Présence de barrières naturelles ou artificielles susceptibles d'influencer les déplacements ou les comportements d'achat.
- Configuration du réseau routier et durée des déplacements.
- Influence des autres artères ou ensembles commerciaux concurrentiels.
- Etc.

L'enquête de provenance est l'une des meilleures façons d'établir avec précision la zone d'influence d'un ensemble commercial. Ce type d'enquête consiste à recueillir le code postal des clients, directement sur le terrain, en fonction d'un plan d'échantillonnage qui tient compte notamment de la distribution de l'achalandage. Cette liste de codes postaux peut ensuite être traitée avec un système d'information géographique et révéler la distribution spatiale de la clientèle et des taux de pénétration (nombre de clients/population).

Afin de délimiter la zone commerciale de la SDC du Village, nous avons considéré les résultats de l'enquête réalisée sur l'artère par le Groupe Altus à l'automne 2011 et dont la méthodologie et les résultats sont présentés dans la section précédente (3). Il convient de mentionner que le taux de refus sur la question du code postal a été anormalement élevé lors de cette enquête (26%) ce qui, conséquemment, a réduit de façon significative le nombre de codes postaux utilisables.

⁸ Les termes zone d'influence, zone commerciale et zone de marché sont synonymes.

Traditionnellement, dans la délimitation géographique d'une zone pour un ensemble commercial, on retient la résidence permanente du client comme lieu d'origine géographique. Pour ceux localisés au centre-ville de Montréal, la résidence permanente, dans bien des cas, n'est pas un indicateur adéquat pour identifier l'origine géographique d'un client par rapport à sa pratique de fréquentation d'un ensemble commercial.

Par exemple, prenons le cas d'un travailleur de bureau de Place Dupuis qui demeure à ville d'Anjou et qui fréquente en moyenne 2,5 fois par semaine les commerces et les restaurants de ce dernier. Est-ce que c'est son lieu de résidence ou le fait qu'il travaille au centre-ville qui a l'impact le plus élevé sur sa fréquentation de ces commerces ? On peut raisonnablement émettre l'hypothèse que c'est la proximité de son lieu de travail avec ces derniers qui explique que cette personne se rend aussi fréquemment à ces commerces.

Le centre-ville de Montréal, comme secteur géographique restreint, est le lieu au Québec où l'on retrouve la plus forte population en transit au cours d'une journée. Ce facteur, de par sa taille, a un impact majeur sur l'activité commerciale du centre-ville. Des centaines de milliers de personnes se déplacent donc chaque jour au centre-ville de Montréal pour divers motifs et en profitent pour fréquenter les commerces, les activités culturelles et les galeries marchandes du centre-ville. La méthode basée sur les statuts fournit donc une explication logique en identifiant, par exemple, que cette personne travaille ou étudie à proximité de la SDC du Village. Pour les raisons mentionnées ci-haut, nous privilégions la zone commerciale basée sur les statuts des clients.

Mentionnons enfin qu'il s'est avéré impossible de définir une zone commerciale pour chacun des tronçons de la SDC du Village car les sous-échantillons étaient trop petits pour être fiables statistiquement.

4.1 Résultats

La zone d'influence de la SDC du Village couvre presque entièrement la partie est de l'arrondissement Ville-Marie. Elle englobe, en tout ou en partie, les quartiers suivants : Le Village, le Faubourg Québec, le Plateau Mont-Royal et Ste-Marie.

Comme le montre la carte de la page suivante et le tableau ci-contre, la **zone primaire** couvre entièrement les quartiers Le Village et Faubourg Québec. Selon la méthodologie des statuts, ce territoire générerait 61% de la clientèle des commerces de la SDC. Plus de la moitié de ce pourcentage est formée de résidents alors que les travailleurs représentent 17% et les étudiants et les touristes seulement 7% et 4% respectivement.

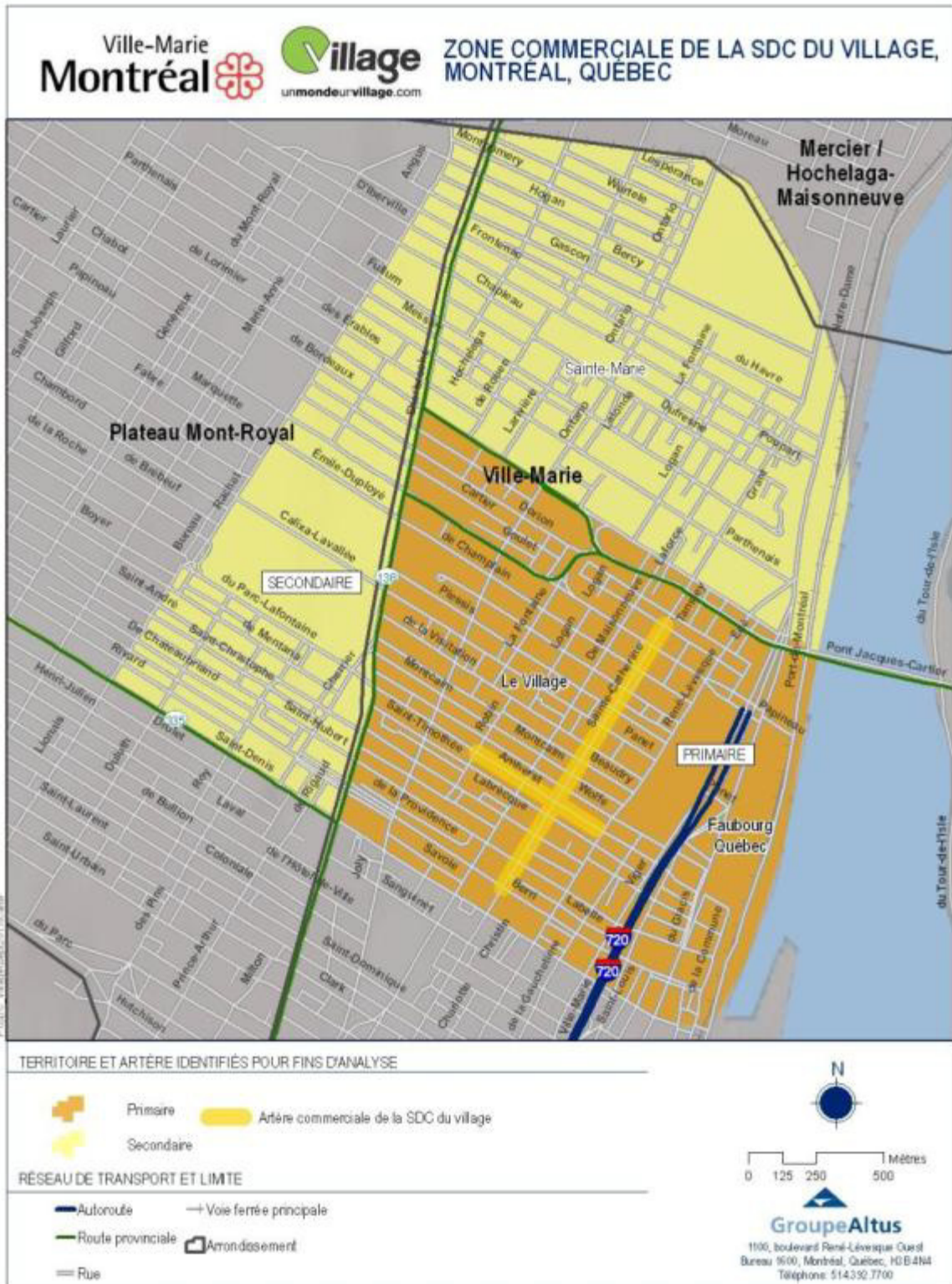
Provenance de la clientèle selon le statut SDC du Village

Zone commerciale / Statut	Répartition
Zone primaire	61%
Résidents	32%
Travailleurs	17%
Étudiants	7%
Touristes ¹	4%
Zone secondaire²	4%
Sous-total	65%
Hors zone	35%
Sous-total	100%

Source: Sondage en face à face (5 répondants n'ont pu être

¹ Selon une répartition de 75% de touristes et de 75% avec nuité dans la zone de proximité (Source: Sondage Place

² Reste du territoire du code postal H2K et H2L.



La **zone secondaire** pour sa part s'étend vers le nord jusqu'à la rue Rachel et vers l'est jusqu'aux chemins de fer et englobe ainsi l'extrême sud-est du Plateau Mont-Royal et le quartier Ste-Marie. Seulement 4% de la clientèle de la SDC provient de ce territoire.

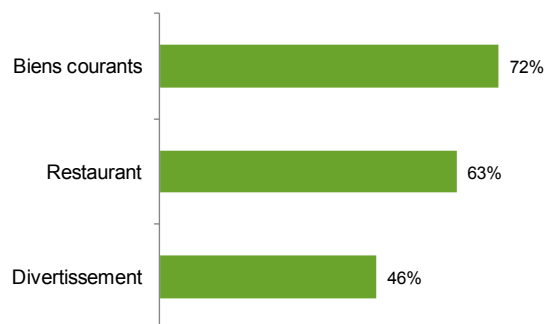
Le reste de la clientèle (35%) habite à l'extérieur de la zone commerciale. La zone commerciale s'étend peu vers l'ouest et ceci s'explique par la présence de plusieurs artères concurrentes dans cette direction (rue St-Denis, boulevard St-Laurent, rue Ste-Catherine et les galeries marchandes du centre-ville) et par la présence d'une population très multiethnique (asiatique entre autres) avec des comportements d'achat spécifiques.

À titre indicatif, la population et le nombre de ménages résidants sur le territoire de la zone commerciale s'établit comme suit pour l'année 2011 :

- Zone primaire : 23 500 personnes et 12 500 ménages.
- Zone secondaire : 30 100 personnes et 17 200 ménages.

Il convient aussi de noter que les résultats présentés dans cette section sont représentatifs de l'automne/printemps seulement ; il est certain que des variations, possiblement importantes, seraient observées pour d'autres saisons. Aussi, ces résultats reflètent la provenance de clientèle pour l'ensemble des commerces. On observe des variations importantes selon le type de commerce visité par le répondant. Cependant, parce que l'échantillon n'est pas suffisant pour certains types de commerces, nous ne présentons, dans le graphique qui suit, l'importance de la clientèle provenant de la zone primaire que pour trois catégories de commerces. Ces résultats corroborent la règle générale voulant que plus un commerce vend un bien ou un service spécialisé, plus sa clientèle proviendra d'un large territoire.

Clientèle en zone primaire selon la catégorie commerciale



5 ANALYSE DE LA DEMANDE

Cette section présente différentes données sur la population qui habite la zone primaire de la SDC du Village à savoir l'évolution de la population et des ménages ainsi que les caractéristiques sociodémographiques de celle-ci. Pour les besoins de l'étude et pour bien traduire la réalité du territoire, cette zone a été scindée en deux entités :

- Secteur Village : territoire délimité par la rue St-Denis à l'ouest, la rue Sherbrooke au nord, l'avenue de Lorimier à l'est et l'avenue Viger au sud.
- Secteur Faubourg Québec : territoire délimité par la rue St-Denis à l'ouest, l'avenue Viger au nord, l'avenue Papineau à l'est et la rue de la Commune au sud.

Des données sur le nombre de travailleurs seront également présentées. Toutefois, pour ceux-ci, nous utiliserons une zone restreinte délimitée par la rue Viger au sud, la rue St-Denis à l'ouest, la rue Robin au Nord et l'avenue de Lorimier à l'est. La carte géographique de la page suivante présente la délimitation de tous ces secteurs.

5.1 Évolution de la population et des ménages dans la zone d'étude

En 2006, lors du dernier recensement de Statistique Canada, on dénombrait 21 665 personnes dans la zone d'étude : la vaste majorité (20 120 personnes, 93%) dans le secteur Village et la différence (1 545 personnes, 7%) dans le secteur Faubourg Québec.

Évolution de la population de la zone d'étude
1996 - 2016

Année	Zone d'étude			Arrondissement Ville-Marie	Ville de Montréal ³	RMR de Montréal
	Secteur Village	Secteur Faubourg Quebec	Total			
1996 ¹	19 270	555	19 825	71 790	1 548 925	3 349 760
2001 ¹	20 235	710	20 945	74 830	1 583 095	3 451 010
2006 ¹	20 120	1 545	21 665	78 875	1 620 690	3 635 571
2011 ²	21 200	2 300	23 500	---	---	---
2016 ²	22 800	3 300	26 100	---	---	---
Variations						
1996 / 2001	5%	28%	6%	4%	2%	3%
2001 / 2006	-1%	118%	3%	5%	2%	5%
2006 / 2011	5%	49%	8%	---	---	---
2011 / 2016	8%	43%	11%	---	---	---

¹ Source: Statistique Canada

² Source: Estimation du Groupe Altus

³ Les limites de la Ville de Montréal de 2006 ont été utilisées pour les années 1996 et 2001.



Durant les 10 années qui ont précédé ce recensement, la population du secteur Village a crû faiblement, tandis que le secteur Faubourg était en plein essor.

- Dans le secteur Village, la dernière période quinquennale (2001 – 2006) a été marquée par une légère décroissance (-1 %); ce fléchissement avait fait suite à une période de croissance modeste, mais néanmoins significative entre 1996 et 2001 (+5 %).
- Dans le secteur Faubourg, la population au début de la période d'étude (1996) était relativement peu nombreuse (555 personnes). Entre 1996 et 2006, la population a augmenté d'environ 1 000 personnes, ce qui correspond à une hausse de 178% sur la période.

Entre 1996 et 2006, l'évolution de la population sur l'ensemble de la zone d'étude a plus ou moins suivi la même tendance que ce qui a été observé dans l'arrondissement Ville-Marie et dans la région métropolitaine de recensement de Montréal (RMR). Elle a toutefois crû plus rapidement que celle de la ville de Montréal.

Tenant compte de ces tendances et du nombre d'unités d'habitation construites entre 2006 et 2011⁹, on estime qu'à l'heure actuelle (2011), la population de la zone d'étude se situerait autour de 23 500 personnes : 21 200 dans le secteur Village et 2 300 dans le secteur Faubourg Québec.

Reconnaissant que le tissu résidentiel est presque entièrement complété dans le territoire, on estime que les taux de croissance de la population de la zone d'étude devraient demeurer relativement faibles d'ici à 2016. Toutefois certains projets d'envergure en cours et projetés pourraient insuffler un dynamisme nouveau à la zone d'étude sur le plan résidentiel. Ces projets sont les suivants :

- Les condos de l'Olympia, situé au-dessus de la salle de spectacle du même nom à l'angle sud-ouest des rues Amherst et Ste-Catherine. Il s'agit de la conversion d'une tour à bureaux comptant cinq étages en 68 unités d'habitation. Le projet devrait être livré au cours des prochains mois.
- Le Sofia, à l'angle du boulevard René-Lévesque et de la rue Amherst. 41 condos présentement en construction.
- Le projet Solano, situé à l'angle des rues Notre-Dame et St-Hubert dans le Faubourg Québec, comprendra 750 unités d'habitation au total, dont près de la moitié sont déjà occupés. La fin des travaux est prévue au-delà de 2013.
- Le projet du redéveloppement du site de la gare-hôtel Viger, localisée à l'angle des rues St-Antoine et Berri, pourrait comprendre des unités d'habitation. La concrétisation de ce projet demeure toutefois incertaine.
- Le nouveau CHUM et le quartier de la Santé qui le jouxtera stimuleront le développement dans le secteur. La fin des travaux est prévue pour 2016.

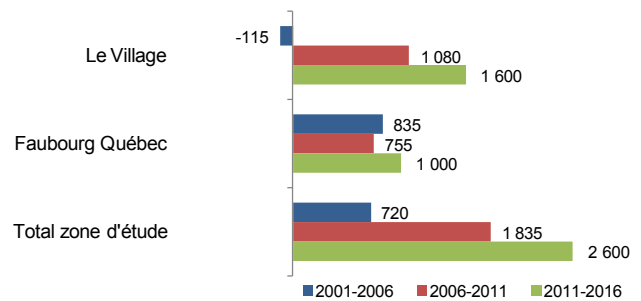
⁹ Source : Demandes de permis de construction résidentielle, Arrondissement Ville-Marie.

- Le projet de condominiums Le Métropol, localisé sur le site de l'ancienne salle de spectacle Le Medley, à l'angle des rues St-Denis et René-Lévesque, comprendra 191 unités d'habitation à la fin des travaux prévus fin 2013.
- Le projet de développement immobilier sur le site de Radio-Canada pourrait contenir à terme entre 1 500 et 2 000 logements. L'horizon de ce projet est toutefois au-delà de 2016. La concrétisation de ce projet amènerait une augmentation significative du potentiel de marché dans la zone d'étude et les commerces de la SDC pourraient très certainement en profiter. Toutefois, selon les informations obtenues, le projet comprendra une portion commerciale non-négligeable ce qui concurrencera les commerces déjà présents dans le quartier environnant.

Nous prévoyons donc que la population devrait poursuivre sa croissance au cours des prochaines années. Le graphique ci-contre résume l'évolution de la population entre 2001 et 2016 pour chacune des entités de la zone d'étude.

Le tableau suivant présente quant à lui l'évolution du nombre de ménages entre 1996 et 2016 dans la zone d'étude. Soulignons qu'une diminution du nombre de ménages ne signifie pas nécessairement que des logements ont été détruits ou reconvertis pour un autre usage ; cela peut également signifier que le taux d'inoccupation des logements s'est accru.

Croissance de la population entre 2001 et 2011



Évolution des ménages de la zone d'étude 1996 - 2016

Année	Zone d'étude			Arrondissement Ville-Marie	Ville de Montréal	RMR de Montréal
	Secteur Village	Secteur Faubourg Québec	Total			
1996 ¹	10 360	360	10 720	38 795	469 155	1 349 605
2001 ¹	11 355	405	11 760	41 845	489 565	1 426 565
2006 ¹	11 285	715	12 000	42 365	743 205	1 525 630
2011 ²	11 435	1 065	12 500	---	---	---
2016 ²	11 885	1 565	13 450	---	---	---
Variations						
1996 / 2001	10%	13%	10%	8%	4%	6%
2001 / 2006	-1%	77%	2%	1%	52%	7%
2006 / 2011	1%	49%	4%	---	---	---
2011 / 2016	4%	47%	8%	---	---	---

¹ Source: Statistique Canada

² Source: Estimation du Groupe Altus

5.2 Estimation du nombre de travailleur dans la zone d'étude

Dans l'objectif d'estimer le nombre de travailleurs dans la zone d'étude (zone spécifique aux travailleurs, voir la carte géographique au début de cette section), l'arrondissement Ville-Marie nous a fourni une extraction du fichier LIC (liste des industries et des commerces) pour la partie est de l'arrondissement. À l'aide de nos systèmes d'information géographique, nous avons par la suite épuré cette liste pour qu'elle corresponde exactement au territoire analysé. Afin de dresser l'évolution du nombre de travailleur, nous avons également utilisé le fichier du REEM (recensement des entreprises et de l'emploi à Montréal) de l'année 2000.

En 2010, le secteur d'analyse comptait 879 entreprises qui employaient 21 889 travailleurs. Ceci représente une légère diminution (-10%) par rapport à 2000 alors que 24 335 personnes occupaient un emploi dans le secteur. Cela signifie donc que la population de travailleurs est aussi importante en nombre que celles des résidents. En termes de potentiel toutefois, ils représentent un bassin de clientèle beaucoup moins important puisqu'ils effectuent seulement une petite partie de leurs dépenses à proximité de leur lieu de travail (environ le tiers de leurs dépenses totales, dont 40% en restauration seulement).

Nombre d'emploi dans la zone d'étude

Caractéristiques	2000	2010	2000-2010
Nombre d'emplois	24 335	21 889	-10%

Source: LIC pour l'année 2010 et REEM pour l'année 2000

L'analyse des employeurs et des emplois par grande catégorie SCIAN montre une concentration importante de l'emploi dans quatre secteurs d'activité :

- Industrie de l'information et industrie culturelle (40% des emplois) : présence sur le territoire de la Société Radio-Canada, de TVA, de CTV, d'Astral médias et de quelques chaînes télévisuelles spécialisées (RDS, Météomédia, etc.).
- Hébergement et services de restauration (13% des emplois) : grand nombre de petites entreprises.
- Soins de santé et assistance sociale (7% des emplois) : les principaux employeurs dans cette catégorie sont le Centre Hospitalier Jacques-Viger, le Centre Jeunesse de Montréal, Direction de la Protection de la Jeunesse et le C.L.S.C. Faubourgs.
- Administrations publiques (7% des emplois) : les principaux employeurs dans cette catégorie sont l'Office Municipal d'Habitation de Montréal, le Ministère de la sécurité publique du Québec et la Ville de Montréal.

Répartition des employeurs et de emplois selon la catégorie SCIAN

Catégorie SCIAN	Nombre d'employeurs	%	Nombre d'employés	%
22 Services publics	1	0%	627	3%
23 Construction	7	1%	120	1%
31 Fabrication	4	0%	89	0%
32 Fabrication	1	0%	1	0%
33 Fabrication	4	0%	30	0%
41 Commerce de gros	14	2%	113	1%
44 Commerce de détail	91	10%	724	3%
45 Commerce de détail	50	6%	411	2%
48 Transport et entreposage	4	0%	49	0%
49 Transport et entreposage	2	0%	28	0%
51 Industrie de l'information et industrie culturelle	69	8%	8 847	40%
52 Finance et assurances	15	2%	480	2%
53 Services immobiliers et services de location et de location à bail	24	3%	177	1%
54 Services professionnels, scientifiques et techniques	52	6%	1 132	5%
55 Gestion de sociétés et d'entreprises	2	0%	174	1%
56 Serv. adm., serv. de soutien, serv. de gestion des déchets et serv. d'assainissement	32	4%	739	3%
61 Services d'enseignement	16	2%	1 170	5%
62 Soins de santé et assistance sociale	46	5%	1 474	7%
71 Arts, spectacles et loisirs	19	2%	163	1%
72 Hébergement et services de restauration	224	25%	2 803	13%
81 Autres services, sauf les administrations publiques	154	18%	903	4%
91 Administrations publiques	17	2%	1 554	7%
ND	31	4%	81	0%
TOTAL	879	100%	21 889	100%

Source: LIC pour l'année 2010.

Sur le plan géographique, on remarque que les emplois sont en général bien dispersés sur la zone d'étude mais on note néanmoins quatre concentrations plus importantes. Celles-ci sont présentées dans les tableaux qui suivent.

Répartition des emplois par secteur géographique

Secteur	Nombre d'employés	%
Radio-Canada	3 114	14%
Pôle télé-radio (Papnieau/René-Lévesque)	2 432	11%
Place Dupuis	2 314	11%
Pôle UQAM ¹	1 023	5%
1001 de Maisonneuve	735	3%
Ailleurs	12 271	56%
TOTAL	21 889	100%

Source: LIC pour l'année 2010.

¹ À l'est de St-Denis seulement. Total du campus St-Denis de l'UQAM: 2 397.

Répartition des emplois par tronçon de rue

Secteur	Nombre d'employés	%
Entre St-Denis et St-André	7 630	35%
Entre St-André et Amherst	2 115	10%
Entre Amherst et Montcalm	726	3%
Entre Montcalm et de la Visitation	755	3%
Entre de la Visitation et Plessis	3 762	17%
Entre Plessis et Champlain	3 382	15%
Entre Champlain et de Lorimier	3 519	16%
TOTAL	21 889	100%

Source: LIC pour l'année 2010.

¹ À l'est de St-Denis seulement. Total du campus St-Denis de l'UQAM: 2 397.

Liste des employeurs dans la zone d'étude - 100 employés et plus

Nom	Catégorie	Nombre d'employés
Société Radio-Canada	Télédiffusion	3 000
Groupe T.V.A. inc.	Télédiffusion	1 500
TVA INTERNATIONAL inc.	Télédiffusion	1 000
Uqam (Pavillon A-Hubert Aquin)	Universités	692
Centre Hospitalier Jacques-Viger	Établissements communautaires de soins pour personnes âgées	630
Hydro-Québec	Distribution d'électricité	627
Office Municipal d'Habitation de Montréal	Autres services des administrations publiques locales, municipales et régionales	600
Bibliothèque et Archives nationale du Québec (La Grande Bibliothèque)	Bibliothèques	495
Gouvernement du Québec (Ministère de la sécurité publique)	Autres services des administrations publiques provinciales et territoriales	342
J.P.L. Production inc.	Production de films et de vidéos	336
Banque Laurentienne du Canada	Activités bancaires aux particuliers et aux entreprises	300
Réseau des Sports (RDS) inc. (Le)	Télédiffusion	300
Astral Radio inc.	Télécommunications sans fil (sauf par satellite)	300
Centre Jeunesse de Montréal, Direction de la Protection de la Jeunesse	Autres services individuels et familiaux	300
Zone 3	Production de films et de vidéos	300
Aide Juridique (Division Criminelle)	Études d'avocats	265
Uqam (Pavillon W-Thérèse-Casgrain)	Universités	262
Astral Média Radio	Conception de systèmes informatiques et services connexes	260
V.I.T. Voyages Intair Transit inc.	Voyagistes	250
Ville de Montréal	Autres services des administrations publiques locales, municipales et régionales	250
C.L.S.C. Faubourgs	Centres communautaires de soins de santé	200
Avant-Garde Sécurité inc.	Services de garde et de patrouille	184
Hôtel des Gouverneurs (Place Dupuis)	Hôtels	180
Régie des Rentes du Québec (Région de Montréal)	Autres services des administrations publiques provinciales et territoriales	160
Vidéotron Télécom Itée	Télécommunications par fil	150
Complexe Sky	Débits de boissons (alcoolisées)	140
CTV Montréal	Télédiffusion	135
CTV télévision inc.	Télédiffusion	135
Société d'Énergie de la Baie-James	Services de génie	130
Météomedia inc.	Télédiffusion	120
Métro Daniel Bruyère inc.	Supermarchés et autres épiceries, sauf les dépanneurs	115
Look Communications inc.	Fournisseurs de services Internet	110
Global Television Network Québec Limited Partnership	Télédiffusion	104
Librairie Archambault	Librairies et marchands de journaux	100

Source: LIC pour l'année 2010.

5.3 Caractéristiques sociodémographiques de la population de la zone d'étude

Les variables sociodémographiques les plus pertinentes dans le cadre de cette étude ont été compilées à l'échelle de la zone d'étude pour les années 2001 et 2006 et ont été comparées au profil de la population de l'arrondissement de Ville-Marie, de la ville de Montréal et de l'ensemble de la région métropolitaine de recensement (RMR) de Montréal. Les données sont présentées dans les quelques paragraphes qui suivent.

Avant de présenter notre analyse, il convient cependant de mentionner que les écarts que l'on observe entre 2001 et 2006 pour la plupart des variables pour le Faubourg Québec s'expliquent en grande partie par la construction de logements sociaux dans ce secteur au cours de la dernière décennie. Ces derniers ont attiré des résidants avec un profil très différent de ceux qui s'y trouvaient déjà auparavant. Aussi, il convient de noter que la construction du Solano dans le Faubourg Québec provoquera assurément des changements lors du prochain recensement (2011).

Distribution selon l'âge

La distribution de la population selon l'âge et les étapes correspondantes du cycle de vie révèle que le profil du secteur Village s'apparente davantage à celui de l'arrondissement Ville-Marie qu'à celui de la ville ou de la RMR de Montréal. Ainsi, la population de ce secteur présente une surreprésentation des jeunes et des gens à l'étape de la nidification au détriment des étapes de l'enfance et des cycles plus âgés. Le secteur Faubourg présente quant à lui une cohorte à l'étape de la jeunesse beaucoup plus faible, tandis que le cycle de la maturité y est surreprésenté.

Distribution de la population de la zone d'étude
selon les tranches d'âge, 2006

Cycle de vie	Secteur Village		Secteur Faubourg Québec		Total		Arrondissement Ville-Marie		Ville de Montréal		RMR de Montréal	
	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001
Enfance (0-14 ans)	7%	1 pts	13%	6 pts	7%	1 pts	7%	0 pts	15%	0 pts	17%	0 pts
Jeunesse (15-29 ans)	31%	1 pts	17%	5 pts	29%	0 pts	30%	-1 pts	21%	-3 pts	20%	0 pts
Nidification (30-44 ans)	27%	-2 pts	29%	-1 pts	28%	0 pts	24%	0 pts	24%	0 pts	23%	-2 pts
Maturité (45-59 ans)	21%	2 pts	28%	-5 pts	22%	2 pts	20%	1 pts	21%	3 pts	22%	1 pts
Retraite (60-74 ans)	9%	0 pts	11%	-3 pts	9%	-1 pts	12%	0 pts	12%	0 pts	12%	1 pts
Vieillesse (75 ans +)	5%	-2 pts	2%	-2 pts	5%	-2 pts	7%	0 pts	7%	0 pts	6%	0 pts

Source: Statistique Canada, recensements de 2001 et 2006.

La structure de la population selon les étapes du cycle de vie permet de faire le lien entre la réalité sociodémographique d'une population et ses implications en termes de demande commerciale. Les deux groupes des extrémités, soit ceux de l'enfance et de la vieillesse, forment la population en situation de dépendance. Les enfants n'ont aucun revenu propre et influencent très peu les décisions d'achat. Les personnes à l'étape de la vieillesse voient leur revenu s'amenuiser et leurs besoins se réduire. Leur pouvoir dans les décisions d'achat les concernant peut aussi diminuer progressivement selon leur état de santé.

Les groupes à l'étape de la jeunesse et de la retraite forment les cohortes en situation de liberté : avant de fonder une famille, durant ses études et au début de la retraite alors que les obligations familiales sont réduites. Ce sont les étapes des dépenses pour soi : divertissement, voyages, culture, restauration, vêtements, bien-être, beauté et mode, etc. La situation financière des personnes à l'âge de la retraite peut toutefois être plus avantageuse que celle des jeunes.

Les groupes médians, soit ceux de la nidification et de la maturité, forment les tranches de la population les plus actives et impliquées : obligations familiales, responsabilités professionnelles, pouvoir décisionnel, etc. Ils sont déterminants dans le potentiel d'achat et l'évolution de la demande, particulièrement ceux âgés entre 30 et 44 ans, à l'étape de nidification qui implique généralement les gros achats comme la maison, la voiture, l'ameublement, les vêtements et les articles pour les enfants, etc.

Il est intéressant de constater que dans le secteur Village les jeunes sont surreprésentés, alors que les gens au cycle de la maturité le sont dans le secteur Faubourg. La population à l'étape de la nidification constitue près de 3 personnes sur 10 dans les deux secteurs.

Par rapport à 2001, on observe peu de changement dans le secteur du Village. Il en va tout autrement dans le Faubourg Québec. En effet, entre 2001 et 2006, la population de ce secteur s'est rajeunie puisque les cycles de l'enfance et de la jeunesse ont connu une progression de 11 points de pourcentage passant de 19% de la population en 2001 à 30% de la population en 2006. Cette progression s'est matérialisée au détriment des cohortes plus âgées (maturité et plus) qui ont vu leur importance diminuée (51% en 2001 et 41% en 2006). Mentionnons que malgré ces fortes variations, aucun groupe n'a connu une diminution réelle d'effectifs puisque le secteur a vu sa population plus que doubler durant la période analysée. Tous ces changements ont toutefois eu peu d'impact sur les statistiques de l'ensemble de la zone d'étude, le Faubourg étant 13 fois plus petit que le Village.

Langue maternelle

Les francophones comptent pour 75% des effectifs totaux de la zone d'étude, soit un peu plus que ce que ce groupe représente dans l'ensemble régional (65%). Cette légère prépondérance se fait surtout au détriment des anglophones qui sont relativement sous-représentés, particulièrement dans le secteur Village. Le secteur Faubourg présente un profil similaire, mais avec légèrement plus d'anglophones par rapport au Village. Entre 2001 et 2006, la proportion d'allophones a augmenté de 5% dans la zone d'étude, alors que les francophones ont reculé de 5%. Cette tendance a aussi été observée dans l'arrondissement, la ville et, dans une moindre mesure, la région métropolitaine.

**Distribution de la population de la zone d'étude
selon la langue maternelle, 2006 et évolution depuis 2001**

Langue maternelle	Secteur Village		Secteur Faubourg		Total		Arrondissement Ville-Marie		Ville de Montréal		RMR de Montréal	
	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001
Français	75%	-5 pts	65%	-3 pts	75%	-5 pts	51%	-5 pts	52%	-6 pts	65%	-2 pts
Anglais	6%	-1 pts	13%	-1 pts	6%	-1 pts	17%	1 pts	13%	3 pts	12%	0 pts
Autres	16%	5 pts	18%	4 pts	16%	5 pts	29%	4 pts	32%	3 pts	21%	2 pts
Réponses multiples	3%	1 pts	4%	0 pts	3%	1 pts	3%	0 pts	3%	0 pts	2%	0 pts

Source: Statistique Canada, recensements de 2001 et 2006.

Taille et structure des ménages

Les personnes vivant seules prédominent très clairement dans la zone d'étude, particulièrement dans le secteur Village où plus d'un ménage sur deux est dans cette situation.

En contrepartie, les grands ménages sont peu représentés. C'est, il est facile de le reconnaître, une caractéristique courante des zones urbaines centrales où les ménages avec enfants sont plus rares. Cette structure s'apparente à celle observée dans l'arrondissement Ville-Marie. Les données du tableau suivant en témoignent également.

**Distribution de la population de la zone d'étude
selon la taille des ménages, 2006**

Taille des ménages	Secteur Village		Secteur Faubourg		Total		Arrondissement Ville-Marie		Ville de Montréal		RMR de Montréal	
	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001
Une personne	56%	1 pts	43%	-13 pts	55%	0 pts	54%	-1 pts	40%	-2 pts	32%	1 pts
Deux personnes	30%	-2 pts	37%	6 pts	31%	-1 pts	30%	-1 pts	31%	0 pts	32%	0 pts
Trois personnes	8%	0 pts	10%	1 pts	8%	0 pts	9%	1 pts	14%	1 pts	16%	0 pts
Quatre personnes ou plus	6%	1 pts	10%	7 pts	6%	1 pts	7%	1 pts	15%	1 pts	20%	-1 pts

Source: Statistique Canada, recensements de 2001 et 2006.

Durant la période quinquennale étudiée, la répartition des ménages selon la taille a peu ou pas fluctué dans le secteur Village. À l'opposé, la taille des ménages du secteur Faubourg a connu des changements; la proportion de ménages d'une seule personne a chuté de façon importante en 2006 (-13 points de pourcentage), au profit des ménages de deux personnes et de quatre personnes ou plus. L'augmentation de la population dans les cycles de vie enfance et jeunesse n'est pas étrangère à cette situation.

**Composition des ménages et présence d'enfant(s)
dans la zone d'étude, 2006**

Composition des ménages	Secteur Village		Secteur Faubourg		Total		Arrondissement Ville-Marie		Ville de Montréal		RMR de Montréal	
	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001
Familles												
Avec enfant(s)	12%	0 pts	27%	13 pts	13%	1 pts	16%	1 pts	34%	2 pts	41%	-1 pts
Sans enfant	16%	1 pts	24%	1 pts	17%	1 pts	18%	0 pts	21%	1 pts	24%	1 pts
Total	28%	1 pts	51%	14 pts	30%	2 pts	34%	1 pts	55%	3 pts	65%	-1 pts
Ménages non familiaux	72%	-1 pts	49%	-14 pts	70%	-2 pts	66%	-1 pts	45%	-3 pts	35%	0 pts

Source: Statistique Canada, recensements de 2001 et 2006.

Seulement le huitième des ménages du secteur Village est formé de familles avec enfant(s), comparé à 41% dans l'ensemble de la RMR. La vaste majorité (70%) des ménages sont donc non familiaux. Le secteur Faubourg présente une plus grande proportion de ménages familiaux et de familles avec enfant(s), ce qui est cohérent avec la proportion moins élevée de ménages d'une seule personne qui s'y trouve.

Mode d'occupation des logements

Les quatre cinquièmes du tissu résidentiel de la zone d'étude sont formés d'immeubles à appartements de moins de cinq étages. Il n'est donc pas étonnant de constater que les quatre cinquièmes des ménages sont locataires. Toutefois, les ménages du secteur Faubourg sont davantage propriétaires de leur logement (51%) que ne le sont ceux du secteur Village (17%). Fait à noter, la proportion d'immeubles à appartements de moins de cinq étages a progressé de 18 points de pourcentage dans le secteur Faubourg entre 2001 et 2006, au détriment de ceux de 5 étages et plus. Sur la même période, les propriétaires y ont augmenté de 14 points dans le secteur.

À la lumière des données du recensement de Statistique Canada, le prix moyen d'un loyer dans le secteur Village est inférieur de 5% à la moyenne des loyers de la région métropolitaine, alors que celui du secteur Faubourg lui est comparable. Les loyers mensuels ont augmenté en moyenne de 85\$ dans la zone d'étude entre 2001 et 2006, soit 16% au total ou 3,2% par année.

Enfin, on remarque que les logements du Village sont généralement âgés (57% bâtis avant 1970) alors qu'ils sont de construction récente dans le Faubourg (58% bâtis entre 1996 et 2006).

Scolarité

À l'égard de la scolarité, on observe une légère différence entre la population des secteurs Village et Faubourg. Les adultes du secteur Faubourg sont en effet plus scolarisés que ceux du secteur Village, la proportion de la population avec une formation universitaire étant de 36% et 49% respectivement.

D'un point de vue comparatif, le profil du secteur Faubourg se rapproche davantage de celui de l'arrondissement Ville-Marie, alors que celui du secteur Village s'apparente plus à celui de la ville de Montréal. Quant à la comparaison entre 2001 et 2006, toutes les composantes à l'étude, tant les secteurs que les régions de références, ont vu leur proportion de scolarité de niveau collégial diminuer au profit des niveaux primaire et secondaire.

Parce que Statistique Canada a modifié le questionnaire de recensement entre 2001 et 2006¹⁰, il nous est impossible de comparer directement les données entre les deux années sauf en ce qui concerne le niveau universitaire. Nous présentons tout de même les données mais de façon séparée. Malgré cela, il est possible de tirer certaines conclusions à savoir que la proportion de personnes détenant une formation universitaire a connu une légère hausse passant de 33% à 37% durant cette période de temps.

¹⁰ En 2001, la question de la scolarité était demandée aux personnes âgées de 20 ans et plus alors qu'en 2006, cela a changé pour 15 ans et plus. Aussi, les catégories ont été modifiées de telle façon qu'il est impossible de les reconstruire de la même façon.

Type et tenure des logements dans la zone d'étude, 2006

Logements	Secteur Village		Secteur Faubourg		Total		Arrondissement Ville-Marie		Ville de Montréal		RMR de Montréal	
	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001
Type de logement												
Appartement, moins de 5 étages	80%	-1 pts	86%	18 pts	80%	0 pts	51%	0 pts	59%	-13 pts	42%	-5 pts
Appartement, 5 étages ou plus	17%	1 pts	13%	-17 pts	17%	1 pts	43%	0 pts	12%	-1 pts	8%	-1 pts
Duplex	2%	2 pts	1%	1 pts	2%	2 pts	2%	1 pts	15%	12 pts	9%	6 pts
Autres	1%	-2 pts	0%	-2 pts	1%	-3 pts	4%	-1 pts	14%	2 pts	41%	0 pts
Tenure												
Possédé	17%	0 pts	51%	14 pts	21%	3 pts	22%	3 pts	34%	5 pts	53%	3 pts
Loué	83%	0 pts	49%	-14 pts	79%	-3 pts	78%	-3 pts	66%	-5 pts	47%	-3 pts
Loyer moyen	623 \$	85 \$	656 \$	72 \$	624 \$	85 \$	735 \$	120 \$	647 \$	100 \$	657 \$	89 \$
Année de construction du logements												
Avant 1946	34%	-5 pts	16%	-15 pts	33%	-6 pts	30%	-2 pts	20%	-6 pts	13%	-1 pts
1946 - 1960	11%	-1 pts	1%	-10 pts	10%	-2 pts	13%	-2 pts	26%	-4 pts	19%	-2 pts
1961 - 1970	12%	-2 pts	3%	-1 pts	12%	-2 pts	16%	-4 pts	20%	1 pts	18%	-2 pts
1971 - 1980	13%	-1 pts	8%	2 pts	13%	1 pts	15%	0 pts	13%	3 pts	17%	-1 pts
1981 - 1985	5%	-7 pts	5%	-20 pts	5%	-8 pts	5%	-7 pts	6%	-5 pts	8%	-9 pts
1986 - 1990	5%	0 pts	4%	-3 pts	5%	0 pts	6%	3 pts	6%	4 pts	9%	3 pts
1991 - 1995	4%	0 pts	3%	-13 pts	4%	-1 pts	3%	0 pts	3%	1 pts	6%	2 pts
1996 - 2000	2%	2 pts	12%	12 pts	3%	3 pts	2%	2 pts	2%	2 pts	4%	4 pts
2001 - 2006	2%	---	46%	---	5%	---	6%	---	4%	---	7%	---

Source: Statistique Canada, recensements de 2001 et 2006.

Distribution de la population de la zone d'étude selon la scolarité

2001 (population de 20 ans et plus)

Niveau de scolarité	Secteur Village	Secteur Faubourg	Total	Arrondissement Ville-Marie	Ville de Montréal	RMR de Montréal
Primaire	12%	4%	12%	10%	16%	13%
Secondaire	27%	24%	27%	24%	33%	40%
Collégiale (Cégep)	28%	21%	28%	22%	21%	23%
Universitaire	33%	51%	33%	44%	30%	24%

Source: Statistique Canada, recensement de 2001.

2006 (population de 15 ans et plus)

Niveau de scolarité	Secteur Village	Secteur Faubourg	Total	Arrondissement Ville-Marie	Ville de Montréal	RMR de Montréal
Primaire	18%	11%	18%	14%	23%	22%
Secondaire	29%	29%	29%	26%	32%	35%
Collégiale (Cégep)	17%	11%	17%	15%	15%	16%
Universitaire	36%	49%	37%	45%	30%	27%

Source: Statistique Canada, recensement de 2006.

Revenu des ménages

Il existe de profondes différences entre les revenus des ménages des secteurs Village et Faubourg. La majorité (63%) des ménages du secteur Village se trouvent dans les couches inférieures du revenu (moins de 40 000 \$), alors que plus du tiers (35%) des ménages du secteur Faubourg se situent dans les couches supérieures (plus de 80 000 \$). Dans l'ensemble, le revenu moyen du secteur Village est inférieur de 39% à celui de la RMR de Montréal, tandis que celui du secteur Faubourg lui est supérieur de 14%.

Distribution de la population de la zone d'étude
selon le revenu moyen des ménages, 2005

Revenu des ménages	Secteur Village		Secteur Faubourg		Total		Arrondissement Ville-Marie		Ville de Montréal		RMR de Montréal	
	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001
Moins de 20 000 \$	37%	-1 pts	20%	3 pts	36%	-3 pts	36%	-2 pts	25%	-7 pts	18%	-3 pts
20 000 \$ à 39 999 \$	26%	-4 pts	18%	2 pts	26%	-4 pts	25%	-1 pts	27%	-1 pts	24%	-1 pts
40 000 \$ à 59 999 \$	17%	0 pts	21%	2 pts	17%	1 pts	14%	-1 pts	19%	1 pts	19%	-1 pts
60 000 \$ à 79 999 \$	11%	3 pts	6%	-5 pts	10%	3 pts	9%	2 pts	11%	1 pts	14%	0 pts
80 000 \$ à 99 999 \$	5%	1 pts	13%	3 pts	5%	1 pts	5%	0 pts	7%	2 pts	9%	0 pts
100 000 \$ et plus	4%	1 pts	22%	-5 pts	6%	2 pts	11%	2 pts	11%	4 pts	16%	5 pts
Revenu moyen	38 163 \$	4 814 \$	71 783 \$	-7 368 \$	40 385 \$	5 386 \$	56 592 \$	10 421 \$	51 811 \$	9 763 \$	63 038 \$	9 313 \$

Source: Statistique Canada, recensements de 2001 et 2006.

Sur une période de cinq ans, on observe une légère augmentation (+13%) du revenu moyen par ménage dans le Village tandis que la situation inverse est observée dans le secteur Faubourg Québec (-10%). Malgré cela, l'écart entre les deux secteurs demeure grand.

Tel que vu auparavant, la forte présence de ménages d'une seule personne dans le secteur Village pourrait expliquer en partie cette apparente situation de pauvreté. Cependant, comme le montre le tableau qui suit, le **revenu individuel** des résidents de ce secteur est encore largement sous la moyenne régionale. En fait, le revenu moyen du secteur Village est inférieur de 27% à celui de la RMR de Montréal, tandis que celui du secteur Faubourg lui est supérieur de 28%.

Distribution de la population de 15 ans et plus de la zone d'étude
selon le revenu individuel moyen, 2005

Revenu individuel	Secteur Village		Secteur Faubourg Québec		Total		Arrondissement Ville-Marie		Ville de Montréal		RMR de Montréal	
	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001
Moins de 10 000 \$	28%	-2 pts	26%	12 pts	28%	-2 pts	28%	-1 pts	23%	-4 pts	20%	-4 pts
10 000 \$ à 19 999 \$	26%	-3 pts	13%	-1 pts	26%	-3 pts	23%	-3 pts	24%	-2 pts	21%	-1 pts
20 000 \$ à 39 999 \$	27%	0 pts	22%	1 pts	26%	-1 pts	24%	-1 pts	29%	0 pts	29%	0 pts
40 000 \$ à 59 999 \$	11%	2 pts	13%	-4 pts	11%	3 pts	11%	1 pts	14%	3 pts	15%	0 pts
60 000 \$ et plus	7%	2 pts	26%	-8 pts	9%	3 pts	14%	4 pts	10%	3 pts	13%	3 pts
Revenu moyen	24 949 \$	2 061 \$	43 801 \$	-7 829 \$	26 309 \$	2 363 \$	36 935 \$	4 063 \$	30 117 \$	3 573 \$	34 196 \$	3 352 \$

Source: Statistique Canada, recensements de 2001 et 2006.

Immigration et lieu de naissance

Le profil d'immigration de la zone d'étude entre les non-immigrants (nés au Canada) et les immigrants (nés à l'extérieur du Canada) est comparable à celui de la RMR de Montréal, c'est-à-dire qu'environ les trois quarts des résidents ne sont pas immigrants. Les différences à cet égard entre les secteurs Village et Faubourg sont somme toute mineures.

**Distribution de la population de la zone d'étude
Selon l'immigration et lieu de naissance, 2006**

Immigration	Secteur Village		Secteur Faubourg		Total		Arrondissement Ville-Marie		Ville de Montréal		RMR de Montréal	
	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001
Non-immigrants	78%	-5 pts	74%	-4 pts	77%	-5 pts	63%	-5 pts	67%	-3 pts	78%	-3 pts
Naissance au Québec	70%	-7 pts	67%	-5 pts	70%	-7 pts	55%	-5 pts	63%	-4 pts	74%	-3 pts
Naissance en dehors du Québec	8%	3 pts	7%	0 pts	7%	1 pts	8%	1 pts	4%	1 pts	4%	1 pts
Immigrants	19%	4 pts	26%	7 pts	20%	4 pts	31%	4 pts	31%	3 pts	21%	3 pts
Résidents non-permanents	3%	1 pts	0%	-3 pts	3%	1 pts	6%	1 pts	2%	0 pts	1%	0 pts

Source: Statistique Canada, recensements de 2001 et 2006.

On constate que la proportion de la population qui est immigrante est en augmentation marquée par rapport à 2001, surtout dans le Faubourg, et que celle-ci a pour conséquence de faire diminuer l'importance de la population née au Québec. Pour leurs parts, les non-immigrants nés hors Québec (nés dans le reste du Canada) et les résidents non-permanents ont vu leur importance demeurer stable entre 2001 et 2006.

Le tableau suivant illustre que les périodes d'immigration suivent la tendance observée dans l'arrondissement Ville-Marie, à savoir que, en date du recensement de 2006, environ 60% des immigrants étaient arrivés au pays depuis 1990 soit depuis moins de 15 ans. La décennie 2001-2010 s'annonçait déjà très animée en ce sens, avec déjà 36% des immigrants dans la zone d'étude entre 2001 et 2006.

**Distribution de la population immigrante de la zone d'étude
Selon la période d'arrivée au Canada, 2006**

Période d'immigration	Secteur Village		Secteur Faubourg		Total		Arrondissement Ville-Marie		Ville de Montréal		RMR de Montréal	
	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001	2006	Δ 2001
Avant 1961	2%	-2 pts	7%	-1 pts	2%	-2 pts	6%	-2 pts	9%	-1 pts	10%	-3 pts
1961 à 1970	3%	-1 pts	8%	0 pts	4%	0 pts	6%	-2 pts	10%	-2 pts	11%	-3 pts
1971 à 1980	13%	-3 pts	7%	-20 pts	13%	-4 pts	10%	-4 pts	12%	-3 pts	14%	-3 pts
1981 à 1990	21%	-3 pts	17%	2 pts	20%	-3 pts	16%	-5 pts	16%	-5 pts	17%	-4 pts
1991 à 2000	24%	-28 pts	36%	-6 pts	25%	-27 pts	30%	-19 pts	27%	-15 pts	26%	-9 pts
2001 à 2006	37%	---	25%	---	36%	---	32%	---	26%	---	22%	---

Source: Statistique Canada, recensements de 2001 et 2006.

Le tableau suivant présente le lieu de naissance de la population immigrante. Dans l'ensemble, on note que la provenance des immigrants est très cosmopolite. Mentionnons seulement que l'on retrouve une communauté importante issue de l'Europe de l'Ouest (21%) dans le secteur Village tandis que les communautés asiatiques et de l'Europe de l'Est forment une proportion relativement importante de la population immigrante du Faubourg. Par ailleurs, la surreprésentation des Asiatiques dans l'arrondissement Ville-Marie provient du fait qu'on y retrouve le quartier chinois.

**Distribution de la population immigrante de la zone d'étude
Selon le lieu de naissance, 2006**

Lieu de naissance	Secteur Village	Secteur Faubourg	Total	Arrondissement Ville-Marie	Ville de Montréal	RMR de Montréal
Europe	30%	38%	31%	24%	32%	34%
Europe de l'Ouest	21%	13%	20%	10%	7%	8%
Europe de l'Est	3%	17%	5%	8%	8%	9%
Europe du Sud	4%	0%	4%	4%	16%	15%
Europe du Nord	2%	8%	2%	2%	1%	2%
Afrique	16%	15%	17%	12%	15%	14%
Afrique de l'Ouest	2%	4%	3%	1%	1%	1%
Afrique de l'Est	2%	0%	2%	1%	1%	1%
Afrique du Nord	7%	7%	7%	8%	11%	11%
Afrique Central	5%	4%	5%	2%	2%	1%
Asie et Moyen Orient	28%	31%	28%	45%	30%	29%
Centre-Ouest de l'Asie et Moyen-Orient	6%	8%	7%	17%	9%	10%
Asie de l'Est	5%	11%	5%	15%	6%	6%
Asie du Sud-Est	8%	12%	8%	6%	8%	7%
Asie du Sud	9%	0%	8%	7%	7%	6%
Amérique	23%	14%	22%	15%	22%	20%
Etats-Unis	3%	0%	3%	3%	2%	2%
Amérique Centrale	6%	3%	5%	3%	4%	3%
Caraïbes et Bermudes	8%	7%	8%	4%	11%	10%
Amérique du Sud	6%	4%	6%	5%	5%	5%
Autres	3%	2%	2%	4%	1%	3%

Source: Statistique Canada, recensements de 2001 et 2006.

Note : Les totaux peuvent différer de la somme des données en raison des arrondis.

6 POSITIONNEMENT, ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET INTERVENTIONS PRIORITAIRES

Cette dernière section présente nos conclusions. Elle donne non seulement notre lecture du positionnement actuel de la SDC du Village mais propose également un positionnement souhaitable, susceptible de contribuer à son développement à moyen et long termes. Des orientations stratégiques et des interventions prioritaires concrètes sont associées à ce positionnement et font l'objet de la toute dernière partie de la section.

Il convient de mentionner qu'en l'absence de plusieurs données d'importance (par exemple un sondage auprès des résidants, des commerçants, des travailleurs ou l'estimation du potentiel de marché), nous n'avons pu approfondir nos conclusions et recommandations autant que cela aurait été souhaitable. Certaines conclusions et recommandations n'ont donc pu être faites, d'autres s'appuient uniquement sur nos perceptions et notre expertise alors que d'autres sont d'ordre général.

Mais avant de présenter ces conclusions et recommandations, il convient d'effectuer un rappel des faits saillants de nos analyses.

6.1 Éléments discriminants de l'étude

ANALYSE DE L'OFFRE

Une offre d'envergure

La SDC du Village regroupe actuellement 233 locaux commerciaux totalisant 586 100 pieds carrés ce qui la place parmi les 10 plus importantes artères commerciales à Montréal. En excluant les locaux vacants, ces niveaux diminuent toutefois à 204 locaux et 512 900 pieds carrés. La grande majorité de la superficie commerciale se retrouve sur la rue Ste-Catherine (69%) alors que la Place Dupuis (17%) et la rue Amherst (14%) se séparent le reste à parts presque égales. La presque totalité (93%) des locaux commerciaux sont situés au rez-de-chaussée.

Par rapport à 2004, le nombre de locaux occupés par des commerces sur le territoire de la SDC du Village a diminué de 28 (-12%). La baisse la plus marquée est observée à la Place Dupuis où 12 établissements commerciaux ont disparus durant cette période (-32%). Cette situation est principalement due au fait que des locaux commerciaux ont été condamnés (dans la foire alimentaire par exemple) ou ont été fusionnés pour la création du supermarché IGA. Le nombre de locaux sur la rue Ste-Catherine a également diminué entre 2004 et 2011 (-18 établissements) mais dans une proportion moindre (-12%). Pendant la même période, l'offre sur la rue Amherst connaissait une croissance (+2 locaux ou +10%).

La restauration domine l'offre

En 2011, les restaurants et débits de boissons représentent près de la moitié (43%) des commerces et 38% de la superficie de l'artère. Plus de la moitié (52%) de l'offre en restauration se retrouve dans les restaurants à service complet, 30% dans les débits de boissons et 18% dans les restaurants à service restreint. Dans l'ensemble, les restaurants et les bars sont bien répartis sur tout le territoire de la SDC mais on remarque une concentration légèrement plus importante (36%) de ceux-ci entre les rues de la Visitation et Champlain sur la rue Ste-Catherine.

Au cours des sept dernières années, le nombre d'établissements de débit de boissons a légèrement diminué (-4 commerces) au profit des restaurants à service complet (+3 établissements). Pour sa part, le nombre de restaurants à service restreint est demeuré stable.

Entre 2004 et 2011, la Place Dupuis a perdu cinq commerces reliés à la restauration (1 bar, 3 restaurants à service restreint et 1 restaurant à service complet) et la rue Ste-Catherine trois (3 bars) alors que la rue Amherst a vu l'ajout de 3 établissements de restauration (3 restaurants à service restreint et 4 restaurants à service complet). Soulignons également qu'il existe un fort roulement parmi les commerces de cette catégorie. En effet, 53% des restaurants et bars présents en 2004 n'existent plus en 2011.

Depuis 2004, on constate donc que l'offre en restauration sur les rues Ste-Catherine et Amherst est demeurée stable en termes de nombre de commerces mais que celle-ci s'est fortement renouvelée en gagnant légèrement en diversité et en qualité.

Érosion importante de l'offre en biens durables et semi durables

La catégorie des biens durables et semi durables compte pour 18% des commerces et 21% de la superficie de la SDC du Village. Une forte proportion (61%) de cette surface est allouée aux détaillants divers, principalement les magasins Archambault et Bureau en Gros (43% à eux deux), et 20% aux magasins de biens mode. De façon générale, l'offre dans cette grande catégorie de biens est plutôt limitée et est fortement concentrée (85%) dans la partie ouest de la SDC soit sur Ste-Catherine entre Berri et Amherst, à la Place Dupuis et sur la rue Amherst au nord de Ste-Catherine.

Entre 2004 et 2011, le nombre de commerces dans cette catégorie a connu une chute importante passant de 69 commerces à 43 (-22 commerces ou -32%) et tous les secteurs géographiques ont été touchés. Cette diminution provient essentiellement de deux catégories : les détaillants divers (-14 commerces) et les magasins de biens mode (-11 commerces) :

- Détaillants divers : les pertes s'expliquent en grande partie par la fermeture de plusieurs librairies et marchands de journaux (-5 commerces dont la librairie Renaud-Bray) et de magasins de sport (-4 commerces dont le Sports Experts de la Place Dupuis) sans oublier les marchands d'œuvres d'art (-3 commerces, tous sur la rue Amherst).

- Magasins de biens mode : ici, les pertes se concentrent surtout dans les magasins de vêtements (-9 commerces). Il y a eu toutefois des gains dans cette catégorie chez les magasins d'accessoires vestimentaires (+2 commerces).

Il convient de souligner aussi la disparition de la seule quincaillerie de l'artère durant la période allant de 2008 à 2011.

L'offre en biens courants demeure stable mais est davantage concentrée

On dénombre 26 commerces de biens courants sur le territoire de la SDC, représentant 11% de l'ensemble des locaux commerciaux. Ensemble, ils cumulent 92 700 pieds carrés soit 16% de la superficie totale de l'artère. Plus de la moitié de cette superficie, soit 59%, est attribuable aux magasins d'alimentation et de boissons et 41% aux pharmacies et magasins de produits de soins personnels.

Trois magasins s'accaparent près des deux tiers de l'offre en biens courants soit IGA, Pharmaprix et Jean Coutu (60 500 pieds carrés); l'offre de biens courants en-dehors de ces trois magasins est donc bien mince. Puisque ces trois importants commerces sont tous situés à proximité l'un de l'autre, il n'est pas surprenant de constater que près des trois quarts (72%) de la superficie en biens courants se retrouve à la Place Dupuis et sur la rue Ste-Catherine entre St-André et Amherst.

L'importance des commerces en biens courants s'est maintenue durant la période d'analyse aux environs de 25 commerces ou 10% de l'offre commerciale totale. Ce constat, basé uniquement sur le nombre de commerces, reflète plus ou moins bien la réalité. En effet, l'implantation d'un supermarché IGA à la Place Dupuis en 2009 a augmenté de façon importante la superficie occupée par cette catégorie de biens malgré la fermeture de l'épicerie spécialisée Poivre&Sel également à la Place Dupuis.

Mentionnons aussi que des quatre magasins d'alimentation spécialisée présents en 2004, un seul existe toujours en 2011 et que la catégorie des magasins d'autres produits de santé et de soins personnels s'est enrichie de trois magasins (dont le magasin Rachelle-Béry de la Place Dupuis).

Statu quo pour les services

15% des locaux de la SDC du Village sont occupés par des services et ils représentent 13% de la superficie totale. Les établissements de services sont très diversifiés. Soulignons seulement que 25% de la superficie est attribuable aux banques et coopératives financières, que les saunas, les spas et établissements offrant des massages prennent également une place importante dans l'offre commerciale (environ 30% de la superficie – cas unique à Montréal) et que deux centres de conditionnement physique occupent 12% de la superficie de cette catégorie. Les services se retrouvent un peu partout sur le territoire.

Au cours des sept dernières années, le nombre d'établissement de service s'est maintenu autour de 35 commerces. Durant cette période, on observe peu de changement dans l'offre à l'exception des agences de voyages, des nettoyeurs et des clubs vidéo qui ont vu leur importance diminuée, victimes de changements technologiques (agences de voyages et clubs vidéo) ou d'habitudes de consommation (nettoyeurs).

Taux d'inoccupation relativement élevé

Un des indicateurs important pour mesurer la vitalité d'une artère commerciale est, bien entendu, le taux d'inoccupation. La présence de locaux vacants révèle que les conditions du marché (demande, concurrence) ou d'exploitation de l'établissement (loyer et autres coûts) sont inadéquates pour garantir la viabilité des entreprises.

Plus un même local reste inoccupé longtemps, pire est le diagnostic. Dans de nombreux cas, l'inoccupation qui débute dans un seul local, s'étend aux locaux voisins. C'est un phénomène courant : les magasins fermés ou vacants entraînent non seulement une rupture dans le tissu commercial mais aussi une baisse de l'achalandage. Cela se répercute sur les établissements voisins et alimente la spirale de l'inoccupation.

D'après l'inventaire utilisé dans le cadre de ce mandat, le taux global d'inoccupation de la SDC du Village en 2011 est relativement élevé (12%) mais varie de façon importante sur le territoire puisque celui-ci oscille entre 3% et 38% selon le segment de rue.

- Les segments de rue les plus occupés se retrouvent principalement dans la partie ouest de la SDC (Place Dupuis, Ste-Catherine entre Berri et St-André) et au centre près de la station de métro Beaudry (rue Ste-Catherine entre de la Visitation et Plessis).
- Ceux avec un taux de vacances plus élevé mais non problématique (entre 5% et 20%) se retrouvent un peu partout sur le territoire de la SDC (rue Ste-Catherine entre St-André et Montcalm, entre Plessis et Champlain ainsi que sur Amherst au nord de Ste-Catherine).
- Les segments de rue où l'on observe l'inoccupation la plus élevée (au-dessus de 20%) sont rue Ste-Catherine entre Montcalm et de la Visitation (29%) et entre Champlain et Cartier (38%) ainsi que sur la rue Amherst entre René-Lévesque et Ste-Catherine (21%). Il convient de mentionner que le taux de vacance élevé du segment de la rue Ste-Catherine situé entre Champlain et Cartier s'explique en grande partie par la présence d'un local d'une superficie de 15 000 pieds carrés. Sans ce dernier, le taux de vacance de ce segment diminue à 20% ce qui demeure néanmoins élevé. Ce segment souffre également de la présence d'un édifice abandonné suite à un incendie il y a cinq ans.

Depuis 2004, le taux d'inoccupation a plus que doublé puisqu'il s'établissait à 6% à cette époque (pourcentage basé sur le nombre de commerces et non la superficie occupée). Cependant, il s'établissait à 14% en 2008 soit deux points de pourcentage au-dessus du niveau actuel. De façon générale, on assume qu'une artère commerciale dynamique et « en santé » possède un taux d'inoccupation sous la barre des 10%.

Une offre qui se distingue des autres artères

Comparativement aux autres artères commerciales comparable à Montréal, l'offre actuelle sur le territoire de la SDC du Village se répartit de façon différente. En effet, on remarque que la restauration y est largement surreprésentée tandis que la situation inverse est observée pour les biens durables et semi durables. Les autres catégories commerciales, tant qu'à elles, y sont présentes dans les mêmes proportions qu'ailleurs. Cependant, lorsque nous enlevons de l'analyse certains commerces de services particuliers à la SDC du Village (saunas et massages), on remarque que les services sont légèrement sous représentés sur l'artère comparativement aux artères comparables.

Comparaison de la répartition des superficies commerciales selon la typologie

Typologie	SDC du Village ¹		Artères comparables ²
	Total	Sans saunas et massages	
Biens courants	16%	16%	14%
Biens durables et semi durables	21%	21%	46%
Restauration	38%	39%	18%
Services	13%	10%	13%
Vacant	12%	13%	9%
Total	100%	100%	100%

¹ Source: Inventaire réalisé par le Groupe Altus, automne 2011

² Source: Inventaire de l'offre commerciale sur les artères à Montréal, 2001 (Géocom Recherche) - 9 artères (du Parc, Mont-Royal, St-Laurent, Masson, Ontario, Côte-des-Neiges, Beaubien, Crescent, Jean-Talon, St-Hubert)

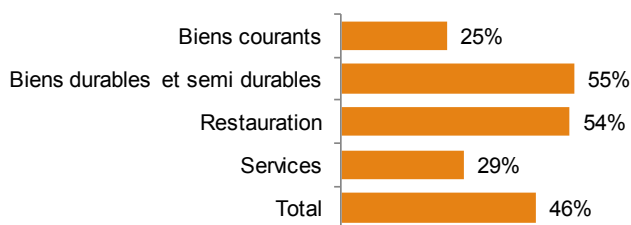
À titre indicatif, la restauration occupe près de 60% des locaux commerciaux dans le quartier gai de Paris (Marais et Ste-Marie) ; cette statistique se compare à 43% pour la SDC du Village.

Un roulement élevé des commerces

En effet, 46% des commerces présents sur le territoire de la SDC du Village en 2011 y sont depuis cinq ans ou moins. Cette proportion se compare à 29% sur les autres artères à Montréal¹¹. En moyenne, les commerces inventoriés sur l'artère existent depuis 11 ans, en excluant du calcul deux commerces vieux de plus de 100 ans (14 ans sur les autres artères).

¹¹ Source : Sondage effectué par le Groupe Altus auprès de 1 066 commerçants de 16 SDC de Montréal à l'automne 2011.

Proportion des commerces ayant 5 ans ou moins selon la catégorie de commerces (excluant les locaux vacants)



On observe un taux de « roulement » plus élevé parmi les commerces de restauration et de biens durables et semi durables alors qu'il est moins important chez les commerces de biens courants et les services.

ANALYSE DE LA DEMANDE (secteurs Village et Faubourg Québec)

Un bassin de population petit mais en légère croissance

En 2011, on estime la population de la zone d'étude à 23 500 personnes: la vaste majorité (21 200 personnes, 90%) dans le secteur Village et la différence (2 300 personnes, 10%) dans le secteur Faubourg Québec. Il est prévu que la population de la zone d'étude croîtra légèrement au cours des cinq prochaines années et atteindra 26 100 personnes (+2 600 personnes). 60% de cette croissance se concrétisera sur le territoire du Village et 40% dans le Faubourg Québec.

Un bassin de travailleurs important

Les travailleurs représentent un bassin de clientèle presque aussi important que les résidents. En effet, près de 22 000 personnes travaillent à proximité de la SDC du Village. Il est possible que le nombre de travailleurs augmente légèrement au cours des prochaines années avec l'arrivée de nouveaux locataires dans la Place Dupuis (Warner Brothers entre autres) et la construction du Quartier de la santé dont le campus de santé publique au coin de Berri et de Maisonneuve. Ceci sera bénéfique aux commerces de la SDC (principalement les restaurants), surtout ceux localisés dans la partie ouest.

Une population d'adultes matures

Les résidents du Village se retrouvent généralement dans les groupes d'âge médian (20-59 ans) et on constate l'absence presque complète des 0-15 ans dans le quartier ainsi qu'une sous représentation des 60 ans et plus. La population du Faubourg Québec est quant à elle beaucoup plus équilibrée dans sa distribution par groupe d'âge avec une légère surreprésentation parmi les 30-59 ans.

Entre 2001 et 2006, la structure de la population selon l'âge s'est peu modifiée au Village. Par contre, elle s'est transformée de façon importante dans le Faubourg suite à la construction d'un nombre important de logements sociaux. Ainsi, les moins de 20 ans ont vu leur importance augmenter de neuf points de pourcentage et ce, au détriment de tous les autres groupes d'âge.

Une population majoritairement francophone mais de plus en plus multiethnique

En 2006, les trois quart de la population du Village et 65% de celle du Faubourg Québec était de langue maternelle française. Il s'agit d'une baisse de cinq points de pourcentage par rapport à cinq ans plus tôt. Cette diminution s'est réalisée à l'avantage des langues non officielles. Cette réalité reflète le fait que la population immigrante et née hors Québec a augmenté significativement durant la période 2001-2006 (+5 points de pourcentage).

Des ménages de petite taille

La majorité (55%) des ménages de la zone d'étude en 2006 est formée d'une seule personne et 31% de deux personnes. Cela signifie donc que seulement 14% des ménages comptent plus de deux personnes. Comparativement à 2001, on observe peu de changement dans la structure des ménages du Village. Toutefois, les ménages du Faubourg ont vu leur composition changer de façon importante, la proportion de ménage d'une personne diminuant de 13 points de pourcentage. Encore une fois, on voit l'impact de l'ajout de logements sociaux, dont une certaine proportion peut accueillir une famille.

Des ménages locataires

Malgré la construction de plusieurs projets immobiliers offrant des condos et la conversion de quelques édifices locatifs en condos, la proportion de propriétaire dans le secteur du Village en 2006 demeure faible (17%) et inchangé par rapport à 2001. La situation est tout autre du côté du Faubourg Québec où environ la moitié des ménages sont propriétaires, en hausse de 14 points de pourcentage en comparaison avec 2001.

Une population plus scolarisée que la moyenne

Un peu plus du tiers (36%) de la population du Village détient une scolarité de niveau universitaire soit trois points de pourcentage de plus qu'en 2001. Cette proportion s'élève à 49% parmi la population du Faubourg, en légère baisse par rapport à 2001 (-2 points de pourcentage).

Le Village et le Faubourg : deux réalités en ce qui a trait aux revenus

En 2006, la majorité (63%) des ménages du secteur Village se trouvaient dans les couches inférieures du revenu (moins de 40 000 \$), alors que plus du tiers (35%) des ménages du secteur Faubourg se situaient dans les couches supérieures (plus de 80 000 \$). Dans l'ensemble, le revenu moyen du secteur Village est inférieur de 39% à celui de la RMR de Montréal, tandis que celui du secteur Faubourg lui est supérieur de 14%.

Sur une période de cinq ans, on observe une légère augmentation (+13%) du revenu moyen par ménage dans le Village tandis que la situation inverse est observée dans le secteur Faubourg Québec (-10%). Malgré cela, l'écart entre les deux secteurs demeure grand.

Tel que vu auparavant, la forte présence de ménages d'une seule personne dans le secteur Village pourrait expliquer en partie cette apparente situation de pauvreté. Cependant, le revenu individuel des résidants de ce secteur est encore largement sous la moyenne régionale. En fait, le revenu moyen du secteur Village est inférieur de 27% à celui de la RMR de Montréal, tandis que celui du secteur Faubourg lui est supérieur de 28%.

AUTRES ÉLÉMENTS

Zone commerciale

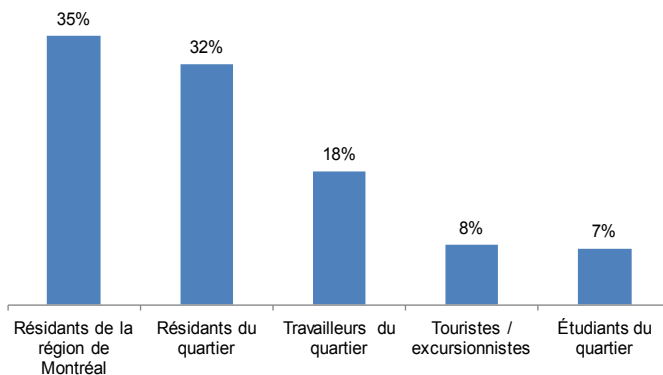
L'étendue de la zone commerciale de la SDC du Village témoigne à la fois de son enracinement au cœur de son quartier et de son caractère régional. En effet, en utilisant la méthodologie des statuts, celle-ci ne couvre qu'un territoire de 5,8 kilomètres carrés dont 2,4 kilomètres carrés en zone primaire. La zone primaire couvre le Village et le Faubourg Québec tandis que la zone secondaire s'étend un peu plus au nord (sud-est du Plateau Mont-Royal) et à l'est (Ste-Marie). Cette zone recueille 65% de la clientèle. Le reste de la clientèle (35%) se répartit dans l'espace de telle façon qu'il est impossible de trouver des concentrations qui permettrait de rattacher un territoire à la zone commerciale de la SDC.

Il convient de souligner que l'importance de la clientèle de la zone primaire fluctue de façon importante selon la catégorie de commerces allant de 72% pour les biens courants à 46% pour les commerces de divertissement (bar, cabaret, club de nuit, etc.).

Profil de la clientèle (entre 12h et 20h)

La clientèle de jour et de soirée de la SDC du Village est majoritairement formée d'hommes (63%), est très majoritairement francophone (96% ont répondu au sondage en français) et se retrouve parmi tous les groupes d'âge.

Importance des différents statuts



La situation inverse est observée pour les touristes (5% en semaine et 15% le week-end).

Les résidants de la région de Montréal (hors du Village et du Faubourg Québec) représentent la plus forte proportion de la clientèle (35%). Suivent ensuite les résidants du quartier (32%), les travailleurs (18%), les touristes et excursionnistes (8%) et les étudiants (7%). Il convient de mentionner que l'importance des travailleurs et des étudiants est plus importante en semaine (22% et 9% respectivement) que le week-end (5% et 2%) tandis que la

On observe peu de complémentarité entre les commerces de l'artère puisque près de neuf clients sur 10 n'a visité qu'un seul commerce lors de sa visite. Les restaurants sont de loin les commerces qui génèrent le plus d'achalandage (56%) suivis des magasins de biens courants (29%) et ceux de divertissement (12%). Toutes les autres catégories de commerces génèrent moins de 2% de l'achalandage chacune.

6.2 Analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces

Le tableau suivant présente une synthèse du contexte dans lequel doit évoluer l'activité commerciale sur le territoire de la SDC du Village. Ces éléments proviennent des résultats de la présente étude mais également de ceux du Télématon¹² ainsi que de notre connaissance du marché du détail en général (offre et demande) et du contexte économique.

Analyse forces-faiblesses-opportunités-menaces (FFOM) de la SDC du Village

Forces

- Grand nombre et grande variété de restaurants.
- Présence ou proximité de trois stations de métro.
- Piétonisation durant la saison estivale (pour certains types de commerces).
- Présence de deux salles de spectacles.
- Association avec la communauté LGBT.
- Vie communautaire et culturelle importante.
- Vie nocturne développée.
- Plusieurs événements durant l'été.
- Parc Émilie-Gamelin.

Faiblesses

- Pouvoir d'attraction limité.
 - Proximité de plusieurs destinations commerciales concurrentes à proximité (centre-ville, St-Denis, Ontario, St-Laurent).
 - Plusieurs barrières physiques importantes à proximité (pont Jacques-Cartier, autoroute 720 et fleuve St-Laurent).
- Population du marché primaire avec des revenus limités.
- Faible sentiment de sécurité sur la rue (itinérance).
- Piétonisation durant la saison estivale (pour certains types de commerces).
- Peu de complémentarité entre les commerces.
- Association avec la communauté LGBT.
- Laideur ou mauvais entretien de certaines façades.
- Frictions entre les résidents et les commerces nocturnes.
- Peu ou pas de commerces de biens durables et semi durables.
- Locaux généralement de petite taille (empêche certains types de commerces à s'y établir).
- Nombre de places de stationnement limité et tarifé (comme sur les autres artères cependant).

Opportunités

- Nouveaux développements résidentiels attirent des résidents plus aisés.
- Projet de 2 000 logements sur le site de Radio-Canada (moyen terme).
- Construction du Quartier de la Santé.
- Croissance du tourisme gai et lesbien et est une des priorités de Tourisme Montréal.
- Revitalisation du quartier Ste-Marie.
- Présence d'un grand nombre de travailleurs à proximité.
- Proximité de l'UQAM.
- Proximité de plusieurs institutions et d'entreprises culturelles et de télécommunication.
- Population multiethnique de plus en plus importante.
- Rénovations de plusieurs édifices en cours.
- Terrains/bâtiments vacants aux intersections Ste-Catherine/Papineau et Ste-Catherine/Amherst.

Menaces

- Augmentation des coûts d'habitation et des loyers commerciaux.
- Rareté des terrains à développer dans le quartier.
- Risque de devenir uniquement une artère de divertissement et de restauration.
- Développement du Mile-End en tant que destination lesbienne (et dans une moindre mesure gai).
- Forte concurrence internationale pour le tourisme gai.
- Construction d'espaces commerciaux sur le site de Radio-Canada (moyen terme).
- Développement du Quartier des spectacles.

¹² Entrevues télévisuels réalisées auprès des usagers de la SDC du Village durant l'été 2011.

6.3 Positionnement de la SDC du Village

6.3.1 Positionnement actuel

La SDC du Village se positionne aujourd'hui comme une artère commerciale avec une double vocation :

- Une artère **festive** car, d'une part, elle est associée à la communauté LGBT et, d'autre part, parce que l'artère est reconnue comme une destination « festive » avec ses nombreux restaurants, bars, cabaret et clubs de nuit ainsi que ces événements (incluant la piétonisation). Ce positionnement lui permet d'attirer une clientèle qui déborde largement les limites du quartier environnant (en incluant une certaine proportion de touriste, surtout durant la saison estivale).
- Une artère **de proximité**, car les magasins de biens courants sont aussi de grands générateurs d'achalandage. L'offre en lien avec ce positionnement permet de desservir les besoins de base des résidants et des travailleurs du quartier.

6.3.2 Positionnement optimal

Bien que son rôle dans la desserte de biens et services courants soit nécessaire (et utile), c'est le développement de sa vocation comme artère de destination qui peut le plus contribuer au renforcement durable de la trame commerciale de la SDC du Village.

Cela implique forcément l'amélioration de l'offre : plus de produits/services distinctifs qui font référence, plus de produits « tendances » qui reflètent les valeurs et les goûts d'une clientèle d'adultes mature (30-50 ans), sans enfant, scolarisée et urbaine. L'implantation de commerces offrant des produits ou services qu'on ne retrouve nulle part ailleurs à Montréal, originaux, authentiques et innovateurs drainera une clientèle régionale tout au long de l'année en plus de satisfaire la clientèle touristique qui recherche de plus en plus ce type de commerces. La présence de ces commerces finira par rejaillir sur l'ensemble de l'artère. Toutefois, il sera important de maintenir un positionnement moyen-de-gamme.

On pourrait donc dire que le positionnement souhaitable de la SDC du Village serait d'être d'abord et avant tout **une destination commerciale festive et distinctive** tout en offrant les biens et services de base à la population des quartiers limitrophes.

6.4 Recommandations : orientations stratégiques et interventions prioritaires

Les quelques paragraphes qui suivent dressent la liste des orientations et des interventions que nous jugeons pertinentes afin de positionner la SDC du Village comme une destination commerciale festive et distinctive.

Une partie de ces recommandations impliquent des efforts de recrutement et de gestion de l'espace locatif. Or cet aspect de la revitalisation commerciale pose toujours problème pour des organismes comme les SDC : le patrimoine immobilier n'appartient pas à l'organisme ni même, dans bien des cas, aux commerçants membres. Les actions concrètes qu'il est possible de mettre en œuvre sont donc assez limitées.

Les efforts de recrutement seraient plus difficile mais néanmoins possibles. Un agent recruteur¹³ pourrait être engagé (et possiblement partagé avec d'autres SDC pour amortir les coûts) pour documenter l'offre de locaux de l'artère (noms et coordonnées des propriétaires, dates d'échéance des baux, niveaux de loyer, localisation et caractéristiques des emplacements vacants, etc.). Cette personne deviendrait ensuite un intermédiaire entre les propriétaires immobiliers de la SDC et les détaillants et contribuer à orienter le développement dans l'optique de la stratégie adoptée.

Il convient également de mentionner que nos recommandations ne porteront essentiellement que sur les aspects abordés dans le présent mandat puisque le celui concernant la réalisation d'un sondage auprès des résidents et des travailleurs du quartier n'a pas été attribué. Toutefois, nous utiliserons les résultats du Télématon en guise de remplacement partiel.

1. Renforcer légèrement l'offre de spécialités alimentaires.

- Considérant la présence du supermarché IGA à la Place Dupuis, de la proximité du marché St-Jacques, du supermarché Métro sur Ste-Catherine à l'est de la SDC et du marché Richelieu sur la rue Ontario, de la relative pauvreté du quartier et de la petitesse du bassin de clientèle, nous croyons que les opportunités dans ce domaine sont plutôt limitées. Néanmoins, une petite augmentation de l'offre (2-3 commerces) est envisageable surtout avec la venue d'un nombre relativement important de nouveaux résidents (projets résidentiels de condos dans le quartier) avec des revenus plus élevés.
 - Compléter l'offre avec une meilleure représentation de spécialistes comme des fromageries, charcuteries, boucheries et poissonneries, peut être en cumulant plusieurs spécialités dans un même local.
 - Idéalement, regrouper dans un même secteur l'offre alimentaire afin de faciliter la synergie entre les commerces.

¹³ Seule la forme masculine est utilisée pour alléger le texte.

2. Maintenir l'importance et la diversité actuelle de l'offre en restauration.

- La restauration est un des points forts de l'artère. L'offre en restauration s'est beaucoup renouvelée récemment et sa qualité s'est accrue et diversifiée en même temps.
- Il faudrait cependant éviter que les restaurants et bars composent plus de 50% de l'offre de la SDC. Un moratoire sur l'ajout de restaurants pourrait être envisagé.

3. Améliorer l'offre pour certains biens et services.

- Nous ne croyons pas que la SDC du Village puisse espérer devenir une destination de magasinage de premier ordre. La proximité de plusieurs destinations commerciales d'envergure et le petit bassin de population du marché primaire et sa relative pauvreté font obstacle à la SDC à ce niveau. Il existe néanmoins quelques opportunités malgré le fait que certains de ces commerces ont disparu de la SDC au cours des dernières années ; il faut toutefois que ces derniers soient localisés à un endroit approprié et aient une offre qui se démarque ou correspond bien aux particularités du marché (un commerce par catégorie) :
 - Quincaillerie, articles et vêtements de sports.
 - Bijouterie, vêtements et accessoires, fleuriste, peinture/déco.
 - Services : agence de voyages, cordonnier et nettoyeur.
- Encourager les nouveaux concepts, surtout ceux qui cumulent sous un même toit plusieurs catégories de biens et service et qui se démarquent de ce qui se fait ailleurs.

4. Maintenir la piétonisation.

- Dans l'ensemble, l'artère a bénéficié de cette transformation estivale. Il faudrait cependant s'assurer qu'elle ne profite pas qu'aux restaurants.
- Afin d'en augmenter l'attrait et lui donner davantage d'unité, il faudrait imposer un « code » à tous les commerçants voulant empiéter sur la rue. Ce « code » pourrait par exemple réglementer la taille, la hauteur, les matériaux, les couleurs, etc. de ce qui se retrouve sur l'espace publique de la rue.
- Trouver une façon de limiter l'impact de la piétonisation sur les autres types de commerces en leur permettant eux aussi d'utiliser de l'espace sur la rue.

5. Assurer une meilleure continuité spatiale de l'activité commerciale.

- Prioriser le redéveloppement des tronçons entre Amherst et Montcalm et à l'est de Papineau qui agissent comme des barrières psychologiques.
- Inviter TVA à « ouvrir » davantage sur la rue son édifice situé à l'intersection Ste-Catherine/Alexandre-de-Sève.
- Inviter la Place Dupuis à réaménager sa façade rue Ste-Catherine afin de « l'ouvrir » davantage sur la rue.

6. Établir des lignes directrices d'aménagement (façades, enseignes, mobilier urbain, affichage) qui véhiculent l'image d'une destination commerciale festive et distinctive.

- Identifier clairement le territoire de la SDC du Village par un affichage, un aménagement, et du mobilier distinctifs.
- Adopter un plan d'implantation et d'intégration architecturale (PIIA) afin de protéger et d'encourager la qualité et la cohérence architecturale.
- Encourager la rénovation des façades et faciliter la participation aux programmes de subventions à la rénovation.

7. S'associer davantage à l'industrie des télécommunications.

- La présence sur et à proximité de la SDC d'un grand nombre d'entreprises et d'institutions liés à cet industrie représente une opportunité à saisir.
 - Attirer ou organiser des événements ou festivals en lien avec celle-ci.

8. Créer un lieu central favorisant l'identification de l'artère/du quartier et la rencontre.

- Ce lieu pourrait prendre la forme d'une maison de la culture, un musée, une salle d'exposition, etc.
- Il pourrait inclure un espace extérieur ouvert sur la rue.
- Les terrains situés dans le quadrant sud-est de l'intersection Ste-Catherine/Amherst seraient propices à ce point de rencontre.

D'autres éléments méritent également d'être considérés : améliorer la sécurité sur l'artère, organiser un événement d'envergure en hiver (au jour de l'an par exemple), mettre en place un programme de fidélisation (surtout auprès des travailleurs) ou encore mettre en place un système d'encouragement à l'achat dans d'autres commerces de l'artère (par exemple : à l'achat d'un montant de X\$ dans un commerce donné, le client obtient un rabais de X\$ dans un autre).



Annexe 1

Formulaire de saisi pour l'inventaire
de l'offre commerciale

FORMULAIRE DE SAISI - INVENTAIRE COMMERCIAL - SDC DU VILLAGE

Nom/bannière de l'entreprise _____ _____ _____	Adresse _____ _____ _____
Type d'occupation _____ <input type="checkbox"/> Occupé <input type="checkbox"/> Vacant	Statut _____ <input type="checkbox"/> Propriétaire <input type="checkbox"/> Locataire
Local _____ <input type="checkbox"/> Rez-de-chaussée <input type="checkbox"/> Étage <input type="checkbox"/> Centre commercial	Heures d'ouverture _____ Lun : ____ h à ____ h Ven : ____ h à ____ h Mar : ____ h à ____ h Sam : ____ h à ____ h Mer : ____ h à ____ h Dim : ____ h à ____ h Jeu : ____ h à ____ h
Catégorie de commerce _____ Code : _____ Précision (Si besoin) : _____ _____	Année d'ouverture _____ Local - Superficie & façade Local : pi.ca. Façade : pi.
	Qualité de l'offre _____ <input type="checkbox"/> Bas <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Haut Commentaire (Si besoin) : _____

Nom/bannière de l'entreprise _____ _____ _____	Adresse _____ _____ _____
Type d'occupation _____ <input type="checkbox"/> Occupé <input type="checkbox"/> Vacant	Statut _____ <input type="checkbox"/> Propriétaire <input type="checkbox"/> Locataire
Local _____ <input type="checkbox"/> Rez-de-chaussée <input type="checkbox"/> Étage <input type="checkbox"/> Centre commercial	Heures d'ouverture _____ Lun : ____ h à ____ h Ven : ____ h à ____ h Mar : ____ h à ____ h Sam : ____ h à ____ h Mer : ____ h à ____ h Dim : ____ h à ____ h Jeu : ____ h à ____ h
Catégorie de commerce _____ Code : _____ Précision (Si besoin) : _____ _____	Année d'ouverture _____ Local - Superficie & façade Local : pi.ca. Façade : pi.
	Qualité de l'offre _____ <input type="checkbox"/> Bas <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Haut Commentaire (Si besoin) : _____

Nom/bannière de l'entreprise _____ _____ _____	Adresse _____ _____ _____
Type d'occupation _____ <input type="checkbox"/> Occupé <input type="checkbox"/> Vacant	Statut _____ <input type="checkbox"/> Propriétaire <input type="checkbox"/> Locataire
Local _____ <input type="checkbox"/> Rez-de-chaussée <input type="checkbox"/> Étage <input type="checkbox"/> Centre commercial	Heures d'ouverture _____ Lun : ____ h à ____ h Ven : ____ h à ____ h Mar : ____ h à ____ h Sam : ____ h à ____ h Mer : ____ h à ____ h Dim : ____ h à ____ h Jeu : ____ h à ____ h
Catégorie de commerce _____ Code : _____ Précision (Si besoin) : _____ _____	Année d'ouverture _____ Local - Superficie & façade Local : pi.ca. Façade : pi.
	Qualité de l'offre _____ <input type="checkbox"/> Bas <input type="checkbox"/> Moyen <input type="checkbox"/> Haut Commentaire (Si besoin) : _____



Annexe 2
Inventaire détaillé de l'offre
commerciale - 2011

Liste des commerces inventoriés - SDC du Village

Tri: ordre croissant de section et de no civique

ID	Enseigne	No civique	Rue	Suite	Section	Étage	Catégorie de commerce (niveau1)	Catégorie de commerce (niveau2)	Catégorie de commerce (niveau3)	Statut	Chaîne	Type d'offre	Année d'ouverture	Superficie (pi.ca.)
178	Vacant	1200	Amherst		Amherst - René-Lévesque à Ste-Catherine	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	2 300
162	Costumier La Comédie	1217	Amherst	A	Amherst - René-Lévesque à Ste-Catherine	RDC	Services	Services	Centres de location d'articles divers	ND	Non	ND	ND	1 900
163	Société musicale André-Turp -Café d'art vocal	1223	Amherst		Amherst - René-Lévesque à Ste-Catherine	RDC	Restauration	Restauration	Établissements de restauration à service restreint	Locataire	Non	ND	2003	1 800
166	Poudons Café	1227	Amherst	A	Amherst - René-Lévesque à Ste-Catherine	RDC	Restauration	Restauration	Établissements de restauration à service restreint	Locataire	Non	Diurne seulement	2011	1 300
167	Ella Grill	1237	Amherst		Amherst - René-Lévesque à Ste-Catherine	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Non	Diurne et nocturne	2004	2 000
168	Galerie Dentaire	1239	Amherst		Amherst - René-Lévesque à Ste-Catherine	RDC	Services	Services	Autres services de soins personnels	Locataire	Non	Diurne seulement	ND	1 700
170	Copies Pro	1257	Amherst		Amherst - René-Lévesque à Ste-Catherine	RDC	Services	Services	Centres de services aux entreprises	Locataire	Non	Diurne seulement	2004	800
172	Nowhere Galerie D'Art	1269	Amherst		Amherst - René-Lévesque à Ste-Catherine	RDC	Biens durables et semi durables	Détaillants divers	Marchands d'oeuvres d'art	Locataire	Non	Diurne seulement	ND	1 500
173	Yuki Restaurant	1271	Amherst		Amherst - René-Lévesque à Ste-Catherine	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Non	Diurne et nocturne	2006	1 300
174	Creation Vent Design	1285	Amherst		Amherst - René-Lévesque à Ste-Catherine	RDC	Biens durables et semi durables	Détaillants divers	Fleuristes	Locataire	Non	Diurne seulement	2010	1 400
175	Bar Normandie	1295	Amherst		Amherst - René-Lévesque à Ste-Catherine	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Propriétaire	Non	Diurne et nocturne	1981	2 000
181	Parking Night Club	1296	Amherst		Amherst - René-Lévesque à Ste-Catherine	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	ND	Non	Nocturne seulement	2000	4 000
180	Vacant	1296	Amherst		Amherst - René-Lévesque à Ste-Catherine	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	3 000
9	Coiffure La Cité	1001	de Maisonneuve		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Services	Services	Services de coiffure et d'esthétique	Locataire	Non	Diurne seulement	ND	800
12	Pharmacie Martin Duquette	1001	de Maisonneuve	1130	Amherst - Ste-Catherine à Robin	Étage	Biens courants	Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	Pharmacies	Locataire	Non	Diurne seulement	1996	500
39	Au Coin	1101	de Maisonneuve		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Non	ND	2010	1 500
1010	Vacant	1101	de Maisonneuve		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	1 900
5	Antiquités et Trouvailles d'Ailleurs	1105	de Maisonneuve		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Biens durables et semi durables	Détaillants divers	Magasins de marchandise d'occasion	Locataire	Non	Diurne seulement	2008	1 600
6	Animal Expert	1113	de Maisonneuve		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Biens durables et semi durables	Détaillants divers	Animaleries et magasins de fournitures pour animaux	Locataire	Oui	Diurne seulement	1995	4 200
49	Tinto	1417	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Non	Diurne seulement	2010	1 200
29	Vacant	1429	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	1 200
28	Miyako	1439	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Non	Diurne et nocturne	1989	1 100
16	Bistro Florin	1440	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Non	Diurne seulement	2011	1 800
50	L'Oeufrier	1441	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Oui	Diurne seulement	2011	1 400
20	Vacant	1447	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	1 400
17	Nettoyeur Jacques Roy	1448	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Services	Services	Serv. de nett. à sec et de blanchissage (sauf libre-service)	Propriétaire	Non	Diurne seulement	1982	1 600
7	Atelier de couture affilié à DINHBA Design	1453	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	Étage	Biens durables et semi durables	Magasins de vêtements et d'accessoires	Magasins de vêtements pour hommes	ND	Non	Diurne seulement	2007	1 400
21	Vacant	1455	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	800
18	Pho-21	1460	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	ND	Non	Diurne et nocturne	ND	1 700
89	La couscousière Ali-Baba	1460	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Non	Diurne et nocturne	1997	1 500
27	Physotech	1475	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Services	Services	Autres services de soins personnels	Locataire	Non	Diurne seulement	1983	1 800
26	Chipotle et Jalapeno	1481	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Non	Diurne et nocturne	2006	1 200
25	Telus	1485	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Biens durables et semi durables	Mag. de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	Mag. de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	Locataire	Oui	Diurne seulement	1998	1 000
36	Lanza Coiffure	1493	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Services	Services	Services de coiffure et d'esthétique	Locataire	Non	Diurne seulement	2004	700
35	Buanderie du Village	1499	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Services	Services	Blanchisseries et nettoyeurs à sec libre-service	Locataire	Non	Diurne seulement	1995	1 500
8	Café Causerie	1550	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Non	Diurne seulement	1999	900
38	Euro Polonia	1565	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Non	Diurne seulement	2007	1 400
32	Lafamme Electrique	1596	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Biens durables et semi durables	Mag. de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	Mag. de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	Locataire	Non	Diurne seulement	1949	2 000
37	DIGITALYA	1596	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Biens durables et semi durables	Mag. de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	Magasins d'ordinateurs et de logiciels	Locataire	Non	Diurne seulement	2004	1 400
48	Pharmacie Jean-François Boyer	1623	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Biens courants	Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	Pharmacies	Propriétaire	Non	Diurne seulement	2002	1 400
34	Moss Esthétique	1632	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Services	Services	Services de coiffure et d'esthétique	Locataire	Non	Diurne et nocturne	2011	700
31	Coiffure Lorane	1632	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Services	Services	Services de coiffure et d'esthétique	Locataire	Non	Diurne seulement	2008	500
33	Doggy Style	1638	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Services	Services	Soins pour animaux de maison (sauf vétérinaires)	Locataire	Non	ND	2008	500
1013	Gotta Lounge Bar	1641	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Restauration	Restauration	Débits de boissons (alcoolisées)	ND	Non	Diurne et nocturne	ND	1 400
40	Allez Hop Voyages	1655	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Services	Services	Agences de voyage	Locataire	Non	Diurne seulement	2003	1 200
42	Vacant	1657	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	1 300
41	Pho Viet	1663	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Non	Diurne seulement	1986	1 400
1012	Vacant	1667	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	1 600
45	Vacant	1669	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	1 200
43	Pouf-pouf	1675	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Biens durables et semi durables	Mag. de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	Magasins de meubles	Locataire	Non	ND	2006	1 300
44	Marché Patry	1685	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Biens courants	Magasins d'alimentation et de boissons	Dépanneurs	Propriétaire	Non	Diurne seulement	1955	1 500
24	Seconde Chance	1691	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Biens durables et semi durables	Détaillants divers	Magasins de marchandise d'occasion	Locataire	Non	Diurne seulement	2001	1 000
23	RE Design	1699	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Biens durables et semi durables	Détaillants divers	Magasins de marchandise d'occasion	Propriétaire	Non	Diurne seulement	2011	1 000
22	De Farine et D'eau	1701	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Propriétaire	Non	Diurne seulement	2011	1 400
3	DINHBA Design	1709	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC	Biens durables et semi durables	Magasins de vêtements et d'accessoires	Magasins de vêtements pour femmes	Locataire	Non	Diurne seulement	2007	1 200
30	Atelier -Boutique du Musicien	1423-25-27	Amherst		Amherst - Ste-Catherine à Robin	RDC/Étage	Biens durables et semi durables	Détaillants divers	Magasins d'instruments et de fournitures de musique	Propriétaire	Non	Diurne seulement	1990	1 500
241	IGA		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Biens courants	Magasins d'alimentation et de boissons	Supermarchés et autres épiceries (sauf les dépanneurs)	Locataire	Oui	Diurne seulement	2009	35 000
242	Jean Coutu		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC/Étage	Biens courants	Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	Pharmacies	Locataire	Oui	Diurne et nocturne	ND	15 000
253	Bureau en Gros		Place Dupuis		Place Dupuis	Étage	Biens durables et semi durables	Détaillants divers	Magasins de fournitures de bureau et de papeterie	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	12 000
251	Pub de la Place		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Non	Diurne seulement	ND	7 400
257	Énergie Cardio		Place Dupuis		Place Dupuis	Étage	Services	Services	Centres de sports récréatifs et de conditionnement physique	Locataire	Oui	Diurne et nocturne	ND	4 500
249	Tutti Fruiti		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	4 000
243	Rachelle Béry Boutique Santé		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Biens courants	Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	Magasins d'autres produits de santé et de soins personnels	Locataire	Oui	Diurne seulement	2008	3 000
259	Le Château		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Biens durables et semi durables	Magasins de vêtements et d'accessoires	Magasins de vêtements pour femmes	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	2 600
261	Banque Nationale		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Services	Finance et assurances	Activités bancaires	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	2 400
247	Continental		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Services	Services	Services de coiffure et d'esthétique	Locataire	Oui	Diurne seulement	2006	1 500
254	Café Dépôt		Place Dupuis		Place Dupuis	Étage	Restauration	Restauration	Établissements de restauration à service restreint	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	1 400
248	Vacant		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	1 300
258	Vacant		Place Dupuis		Place Dupuis	Étage	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	1 200
240	Polo Rico		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Biens durables et semi durables	Magasins de vêtements et d'accessoires	Magasins de vêtements pour femmes	Locataire	Non	Diurne seulement	ND	1 000
246	Cultures		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	800
244	Le Naturiste		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Biens courants	Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	Magasins d'autres produits de santé et de soins personnels	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	800
245	Passion Lingerie		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Biens durables et semi durables	Magasins de vêtements et d'accessoires	Magasins d'autres vêtements	Locataire	Non	Diurne seulement	ND	800
252	Classe		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Biens durables et semi durables	Magasins de vêtements et d'accessoires	Magasins de vêtements pour hommes	Locataire	Non	Diurne seulement	1994	700
239	Bell Boutique		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Biens durables et semi durables	Mag. de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	Mag. de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	500
234	A&W		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	400
237	Libec		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Non	Diurne seulement	ND	400
235	Subway		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	400
255	Tabagie de chez Nous		Place Dupuis		Place Dupuis	Étage	Biens durables et semi durables	Détaillants divers	Tous les autres magasins de détail divers	Locataire	Non	Diurne seulement	2011	400
232	Café Dépôt		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	300
238	DunkinDonuts		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	300
233	Thai Deight		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Oui	Diurne seulement	2011	300
236	Tiki Ming		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	300
250	Tabagie Chez Nous		Place Dupuis		Place Dupuis	RDC	Biens durables et semi durables	Détaillants divers	Tous les autres magasins de détail divers	Locataire	Non	Diurne seulement	1997	200
176	Goodman Carlyle	1100	St-Catherine		St-Catherine - Amherst à Montcalm	RDC	Biens durables et semi durables	Détaillants divers	Mag. d'articles de couture et de tissus à la pièce	ND	Oui	Diurne seulement	ND	1 200
58	Piazzetta	1101	St-Catherine		St-Catherine - Amherst à Montcalm	RDC	Restauration	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Locataire	Oui	Diurne et nocturne	1996	2 700

Liste des commerces inventoriés - SDC du Village

Tri: ordre croissant de section et de no civique

ID	Enseigne	No civique	Rue	Suite	Section	Étage	Catégorie de commerce (niveau1)	Catégorie de commerce (niveau2)	Catégorie de commerce (niveau3)	Statut	Chaîne	Type d'offre	Année d'ouverture	Superficie (pi.ca.)
161	Oasis (Sauna)	1390	Ste-Catherine		St-Catherine - De la Visitation à Plessis	RDC/étage	Services	Services	Autres services de soins personnels	Locataire	Non	Diurne et nocturne	1984	10 000
1002	Vacant	1200	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	4 600
69	Féliche Armada	1201	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Biens durables et semi durables	Magasins de vêtements et d'accessoires	Magasins d'accessoires vestimentaires	ND	Non	Diurne et nocturne	2011	900
70	Albatroz	1205	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Biens durables et semi durables	Détailants divers	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs	Locataire	Non	Diurne seulement	2011	1 200
55	Mille et un couscous	1208	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Restaurant à service complet	Locataire	Non	Diurne et nocturne	2011	1 400
77	Mini marché G.G.	1209	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Biens courants	Magasins d'alimentation et de boissons	Dépanneurs	Locataire	Non	Diurne et nocturne	2000	1 000
85	Montréal et High Times Tatoo art	1210	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Services	Services	Autres services de soins personnels	Locataire	Non	ND	2005	1 200
78	Vacant	1215	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	1 900
84	Club Date	1218	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Débits de boissons (alcoolisées)	Locataire	Non	Diurne et nocturne	1986	3 000
79	Autour d'un Pain	1219	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Biens courants	Magasins d'alimentation et de boissons	Magasins d'autres alimentations spécialisées	Locataire	Non	Diurne seulement	2006	1 500
54	Salon de Barbier Mario Lanza	1222	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Services	Services	Services de coiffure et d'esthétique	ND	Non	Diurne seulement	ND	500
80	Couche Tard	1223	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Biens courants	Magasins d'alimentation et de boissons	Dépanneurs	Locataire	Oui	Diurne et nocturne	2001	1 500
53	SAZA Palace	1224	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Restaurant à service complet	ND	Non	Diurne seulement	1995	500
52	SAQ	1250	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Biens courants	Magasins d'alimentation et de boissons	Magasins de bière, de vin et de spiritueux	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	3 000
67	Tim Hortons	1252	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Établissements de restauration à service restreint	Locataire	Oui	Diurne et nocturne	2000	1 500
66	Folie en Vrac	1254	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Biens courants	Magasins d'alimentation et de boissons	Magasins d'autres alimentations spécialisées	Locataire	Oui	Diurne et nocturne	ND	1 100
81	Java U Café	1259	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Établissements de restauration à service restreint	ND	Oui	Diurne et nocturne	2011	1 900
82	Studio Michel-Ange	1263	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Services	Services	Services de coiffure et d'esthétique	Locataire	ND	Diurne seulement	1967	1 300
71	Restaurant Bistro 1272	1272	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Restaurant à service complet	Locataire	Non	Diurne et nocturne	ND	2 200
75	Vacant	1276	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	700
74	Piri Piri	1278	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Établissements de restauration à service restreint	Locataire	Non	Diurne et nocturne	2011	500
4	Dépanneur du Village	1271-1273	Ste-Catherine		St-Catherine - Montcalm à de la Visitation	RDC	Biens courants	Magasins d'alimentation et de boissons	Dépanneurs	Locataire	Non	Diurne et nocturne	1989	1 300
106	Le Planète	1451	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Restaurant à service complet	Propriétaire	Non	Diurne et nocturne	1994	800
107	Toro Roso	1453	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Restaurant à service complet	Propriétaire	Non	Diurne et nocturne	2011	800
123	Dépanneur	1464	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC	Biens courants	Magasins d'alimentation et de boissons	Dépanneurs	Propriétaire	Non	Diurne et nocturne	1960	2 000
108	Sauna centre-ville	1465	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC/étage	Services	Services	Autres services de soins personnels	Locataire	Non	Diurne et nocturne	1990	4 100
125	Vacant	1470	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	3 200
109	Sushi Shop	1471	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Établissements de restauration à service restreint	Locataire	Oui	Diurne seulement	2010	600
124	Complexe Sky	1474	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC/étage	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Débits de boissons (alcoolisées)	Propriétaire	Non	Diurne et nocturne	2003	7 500
110	La Strega	1477	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Restaurant à service complet	Locataire	Non	Diurne et nocturne	2002	1 500
126	Sky Pub	1478	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Débits de boissons (alcoolisées)	ND	Non	Diurne et nocturne	ND	1 500
111	Insta chèques	1481	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC	Services	Finance et assurances	Négociation de contrats de marchandises (Bureau de change)	Locataire	Oui	ND	1985	700
112	Resto tout feu tout flamme	1487	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Restaurant à service complet	Locataire	Non	Diurne et nocturne	2010	1 000
113	1000 Grammes	1495	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Établissements de restauration à service restreint	Locataire	Non	Diurne et nocturne	2011	1 600
127	Café Européen	1560	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC/étage	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Restaurant à service complet	Propriétaire	Non	Diurne et nocturne	2011	7 400
1003	Restaurant Club Sandwich	1570	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Restaurant à service complet	ND	Non	Diurne et nocturne	ND	8 500
128	Billard Pub Tools	1590	Ste-Catherine		St-Catherine - Plessis à Champlain	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Débits de boissons (alcoolisées)	ND	Non	Diurne et nocturne	ND	4 200
195	Pharmaprix	901	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Biens courants	Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	Pharmacies	ND	Oui	Diurne et nocturne	1986	10 500
216	St-André Resto Pub	902	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC/Sous-sol	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Restaurant à service complet	Locataire	Non	Diurne et nocturne	2011	3 000
217	Vacant	905	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	600
218	Vacant	910	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	1 100
194	Dollarama	911	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	Sous-sol	Biens durables et semi durables	Magasins de marchandises diverses	Magasins de tout autres fournitures de tout genre	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	6 500
219	La Source	916	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Biens durables et semi durables	Mag. de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	Mag. de meubles, d'acc. de maison et d'app. électroniques	Locataire	Oui	Diurne seulement	2009	1 100
220	St-Laurent Académie de coiffure	916	Ste-Catherine	A	St-Catherine - St-André à Amherst	RDC/étage	Services	Services	Services de coiffure et d'esthétique	Propriétaire	Oui	Diurne seulement	1999	1 100
193	Circus After Hours	917	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	Étage	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Débits de boissons (alcoolisées)	Locataire	Non	Nocturne seulement	2004	3 000
221	Tabagie Plus	922	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Biens courants	Magasins d'alimentation et de boissons	Dépanneurs	Locataire	Non	Diurne et nocturne	ND	500
222	Librairie Québécoise Toutou	924	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Biens durables et semi durables	Détailants divers	Magasins de marchandise d'occasion	Locataire	Non	Diurne seulement	1969	3 700
223	Grillades DaSilva	926	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Établissements de restauration à service restreint	Locataire	Non	Diurne et nocturne	2011	1 800
192	Vacant	929	Ste-Catherine	A	St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	3 700
191	Yellow	929	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Biens durables et semi durables	Magasins de vêtements et d'accessoires	Magasins de chaussures	Locataire	Oui	Diurne seulement	ND	1 800
224	Wega	930	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Services	Services	Location de bandes et de disques vidéo	Propriétaire	Non	Diurne et nocturne	1990	2 800
190	Bedo	933	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Biens durables et semi durables	Magasins de vêtements et d'accessoires	Magasins de vêtements pour femmes	Locataire	Oui	Diurne seulement	1981	3 600
188	Peep Show	1001	Ste-Catherine	A	St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Services	Services	Cinémas	ND	Non	Diurne et nocturne	ND	1 300
189	Pizza Pizza	1001	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Établissements de restauration à service restreint	Locataire	Oui	Diurne et nocturne	2008	800
187	Pure Night Club	1003	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	Étage	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Débits de boissons (alcoolisées)	ND	Non	Nocturne seulement	ND	1 300
230	Louis René Lamarche	1014	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Biens courants	Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	Magasins de produits optiques	Locataire	Non	Diurne seulement	1982	2 000
185	Cora	1017	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Restaurant à service complet	Locataire	Oui	Diurne seulement	1999	3 000
231	La Belle Province	1018	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Établissements de restauration à service restreint	ND	Oui	Diurne et nocturne	ND	2 200
184	St-Hubert	1019	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Restauration	Services de restauration et débits de boissons	Restaurant à service complet	Locataire	Oui	Diurne et nocturne	1995	3 800
196	Nautilus	1431	St-André		St-Catherine - St-André à Amherst	Étage	Services	Services	Centres de sports récréatifs et de conditionnement physique	Locataire	Oui	Diurne et nocturne	2003	4 600
228	Vacant	1006-1008	Ste-Catherine		St-Catherine - St-André à Amherst	RDC	Vacant	Vacant	Vacant	NA	NA	NA	NA	4 700



Annexe 3

Dossier cartographique de l'offre
commerciale de la SDC - 2011

PLACE DUPUIS Plan du rez-de-chaussée (niveau Ste-Catherine)



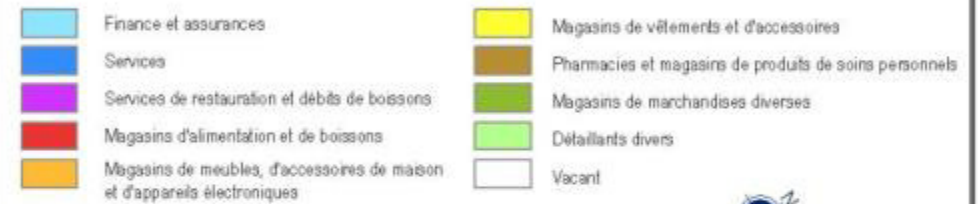
Ville-Marie
Montréal

village
unmondeunvillage.com

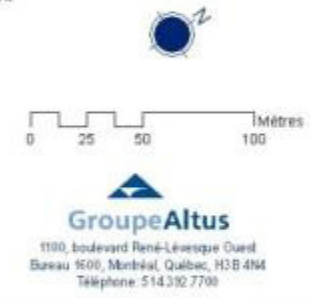
SDC DU VILLAGE NIVEAU REZ-DE-CHAUSSÉE

Typologie commerciale

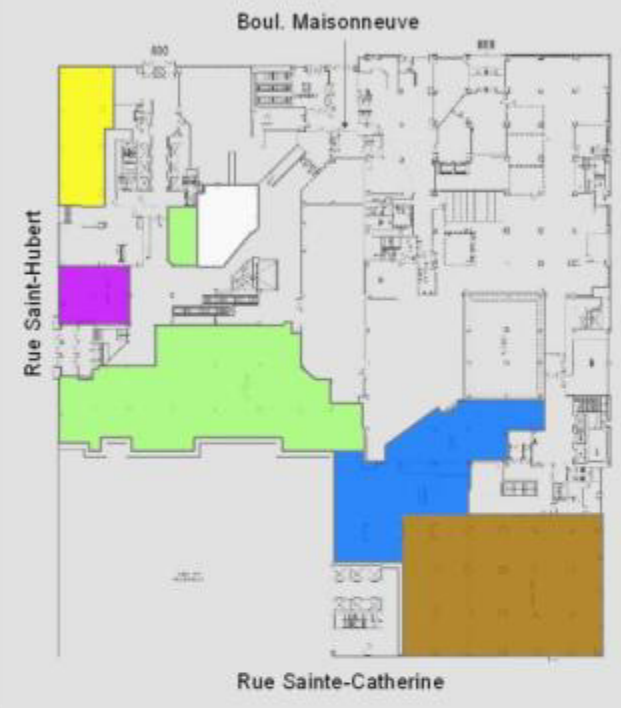
Catégorie de commerce



Réseau / Transport collectif



PLACE DUPUIS
Plan du premier étage
(niveau Maisonneuve)



SDC DU VILLAGE
NIVEAU PREMIER ÉTAGE

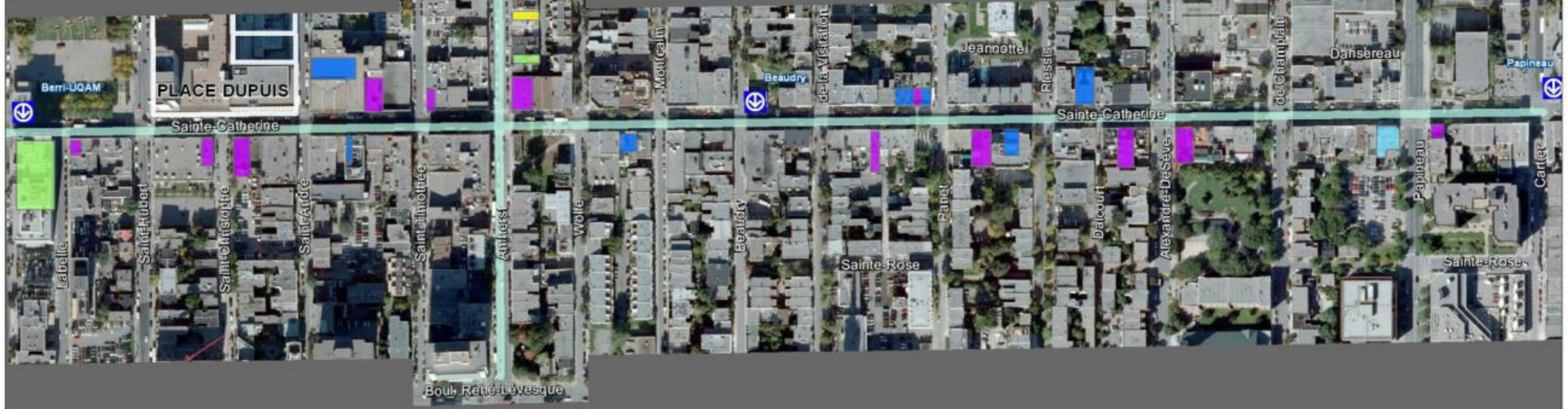
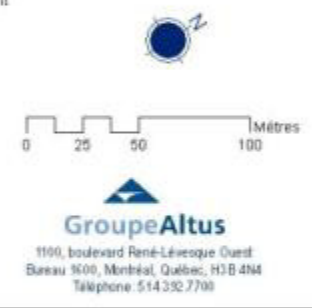
Typologie commerciale

Catégorie de commerce

- | | |
|---|--|
| Finance et assurances | Magasins de vêtements et d'accessoires |
| Services | Pharmacies et magasins de produits de soins personnels |
| Services de restauration et débits de boissons | Magasins de marchandises diverses |
| Magasins d'alimentation et de boissons | Détaillants divers |
| Magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques | Vacant |











Réseau / Transport collectif

- Arrière du Village
- Station de métro



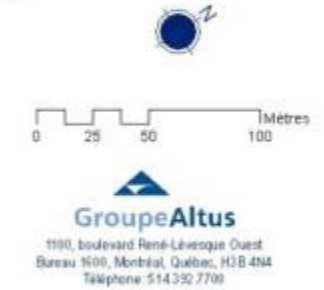
Typologie commerciale

Catégorie de commerce

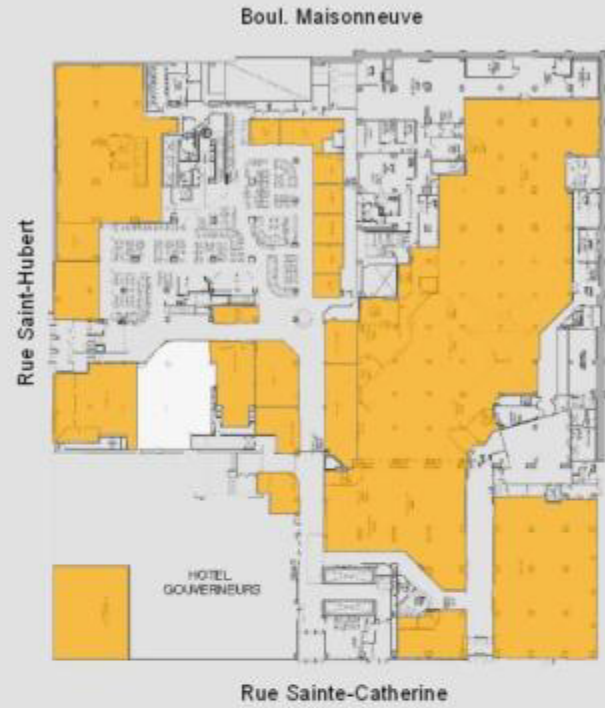
	Finance et assurances		Magasins de vêtements et d'accessoires
	Services		Pharmacies et magasins de produits de soins personnels
	Services de restauration et débits de boissons		Magasins de marchandises diverses
	Magasins d'alimentation et de boissons		Détailants divers
	Magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques		Vacant

Réseau / Transport collectif

-  Artère du Village
-  Station de métro



PLACE DUPUIS
Plan du rez-de-chaussée
(niveau Ste-Catherine)

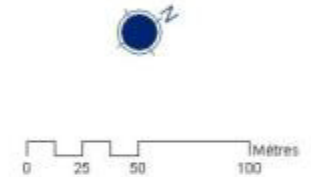


Statut d'occupant - propriétaire/locataire

- Statut d'occupant
- Propriétaire
 - Locataire
 - NA / ND

Réseau / Transport collectif

- Arrière du Village
- Station de métro



GroupeAltus
1100, boulevard René-Lévesque Ouest
Bureau 1600, Montréal, Québec, H3B 4N4
Téléphone: 514 310 7700



PLACE DUPUIS
Plan du premier étage
(niveau Maisonneuve)

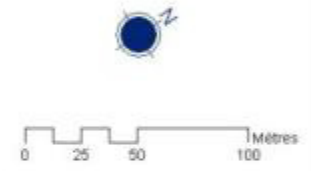


Statut d'occupant - propriétaire/locataire

- Statut d'occupant
- Propriétaire
 - Locataire
 - NA / ND

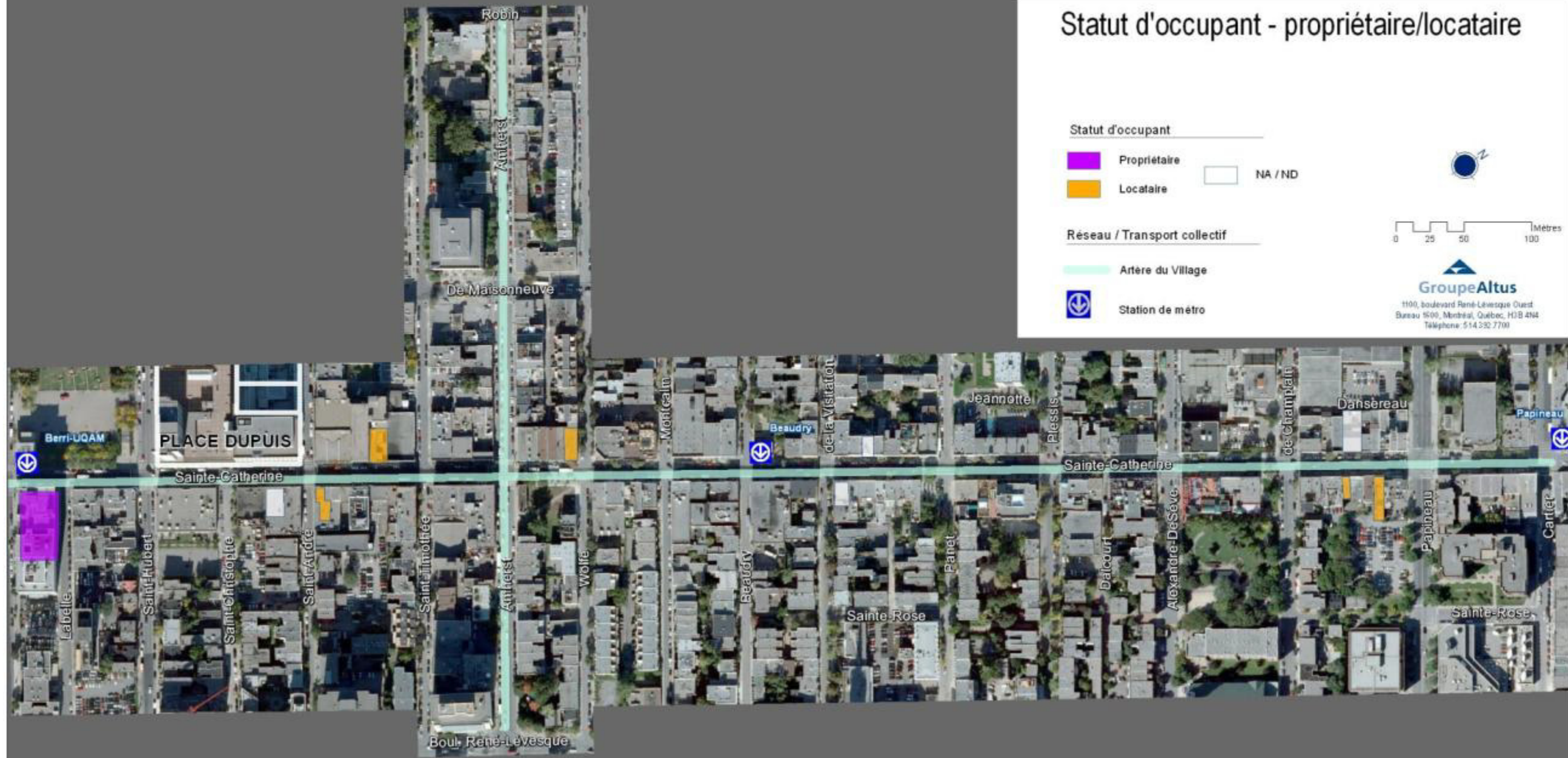
Réseau / Transport collectif

- Artère du Village
- Station de métro



GroupeAltus
1100, boulevard René-Lévesque Ouest
Bureau 500, Montréal, Québec, H3B 4N4
Téléphone : 514 332 7700





PLACE DUPUIS
Plan du rez-de-chaussée
(niveau Ste-Catherine)



Ville-Marie
Montréal

village
unmondeunvillage.com

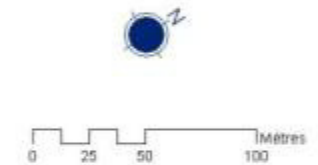
SDC DU VILLAGE
NIVEAU REZ-DE-CHAUSSÉE

Appartenance à une chaîne de commerce

Chaîne
■ Oui
■ Non
 NA / ND

Réseau / Transport collectif

— Arrière du Village
Ⓜ Station de métro



GroupeAltus
1100, boulevard René-Lévesque Ouest
Bureau 1600, Montréal, Québec, H3B 4N4
Téléphone: 514 310 7700



PLACE DUPUIS
Plan du premier étage
(niveau Maisonneuve)



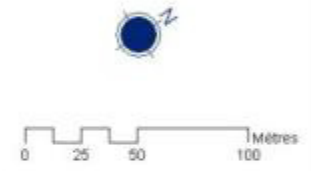
Appartenance à une chaîne de commerce

Chaîne

- Oui
- Non
- NA / ND

Réseau / Transport collectif

- Artère du Village
- ↓ Station de métro



GroupeAltus
1100, boulevard René-Lévesque Ouest
Bureau 500, Montréal, Québec, H3B 4N4
Téléphone : 514 332 7700





PLACE DUPUIS
Plan du rez-de-chaussée
(niveau Ste-Catherine)

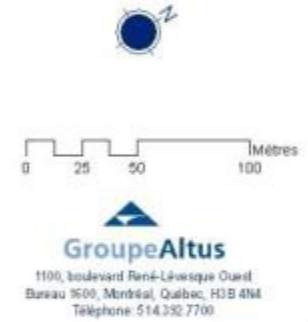
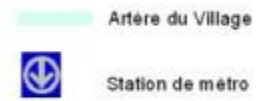


SDC DU VILLAGE
NIVEAU REZ-DE-CHAUSSÉE

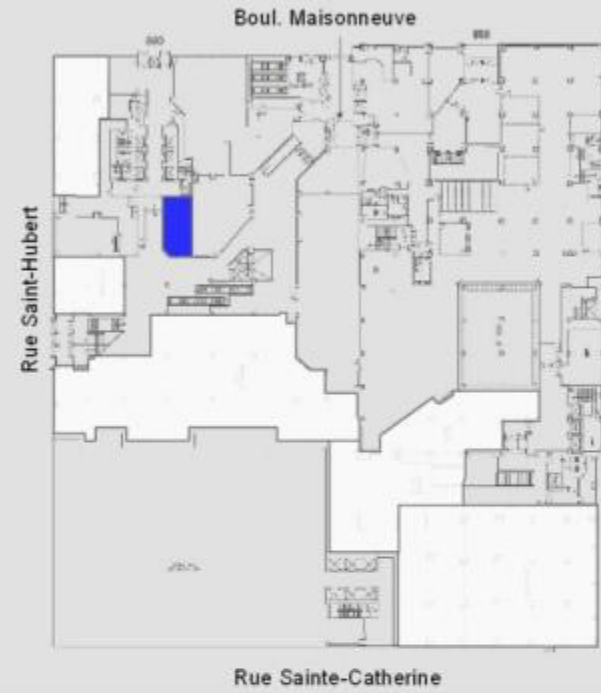
Année d'ouverture (par période)



Réseau / Transport collectif



PLACE DUPUIS
Plan du premier étage
(niveau Maisonneuve)



Ville-Marie
Montréal



SDC DU VILLAGE
NIVEAU PREMIER ÉTAGE



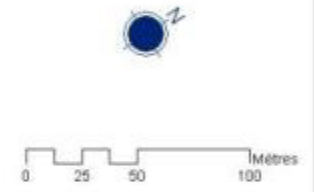
Année d'ouverture (par période)

Année d'ouverture

Avant 1970	2001-2005
1970-1985	2006-2010
1986-1995	2011...
1996-2000	NA / ND

Réseau / Transport collectif

- Artère du Village
- Station de métro



GroupeAltus
1100, boulevard René-Lévesque Ouest
Bureau 500, Montréal, Québec, H3B 4N4
Téléphone: 514 332 7700



PLACE DUPUIS
Plan du rez-de-chaussée
(niveau Ste-Catherine)

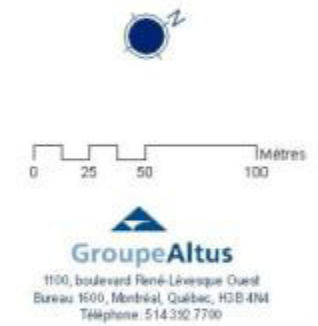


Ville-Marie
Montréal



SDC DU VILLAGE
NIVEAU REZ-DE-CHAUSSÉE

Offre de type nocturne- ouvert après 21h



PLACE DUPUIS
Plan du premier étage
(niveau Maisonneuve)



Ville-Marie
Montréal



SDC DU VILLAGE
NIVEAU PREMIER ÉTAGE

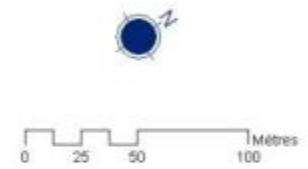
Offre de type nocturne- ouvert après 21h

Offre nocturne

- Oui
- Non
- NA / ND

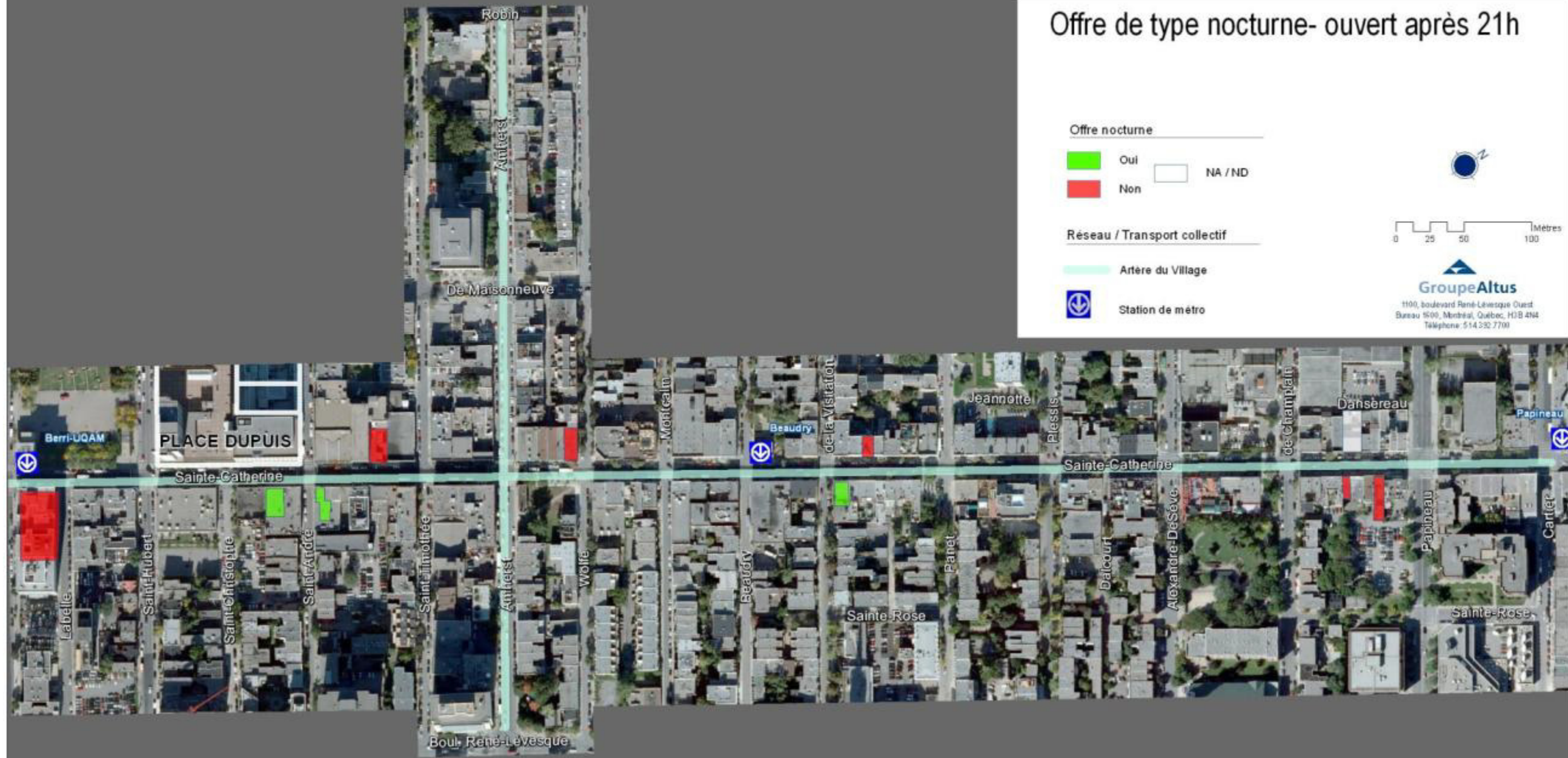
Réseau / Transport collectif

- Artère du Village
- Station de métro



GroupeAltus
1100, boulevard René-Lévesque Ouest
Bureau 500, Montréal, Québec, H3B 4N4
Téléphone : 514 332 7700





Offre de type nocturne- ouvert après 21h

Offre nocturne

- Oui
- Non
- NA / ND

Réseau / Transport collectif

- Artere du Village
- Station de metro

0 25 50 100 Mètres

GroupeAltus
1100, boulevard René-Lévesque Ouest
Bureau 500, Montréal, Québec, H3B 4N4
Téléphone: 514 332 7700



Annexe 4
Questionnaire de provenance de
clientèle

L'administration de la Société de Développement Commercial du Village effectue un court sondage auprès de la clientèle du secteur. Voulez-vous répondre à quelques questions s'il vous plait, le sondage dure environ 2 minutes ? [SI DEMANDÉ, LA SDC DU VILLAGE EST LE REGROUPEMENT DES COMMERCES DU VILLAGE]

- Oui [CONTINUER]
 Non [REMERCIER ET TERMINER]

F1. Êtes-vous âgé(e) de 15 ans et plus ? [NE DEMANDER QUE SI VOUS N'ÊTES PAS CERTAIN(E)]

- Oui [CONTINUER]
 Non [REMERCIER ET TERMINER L'ENTREVUE]

F2. Avez-vous ou prévoyez-vous visiter un établissement de la rue Ste-Catherine (entre Berri et Cartier, incluant la Place Dupuis) ou de la rue Amherst (entre René-Lévesque et Robin) au cours de votre déplacement actuel ? [MONTRER CARTE SI DIFFICULTÉ À SE SITUER]

- Oui [CONTINUER]
 Non [REMERCIER ET TERMINER L'ENTREVUE]

Q1. Quel(s) type(s) d'établissement(s) vous avez ou prévoyez visiter dans le quartier au cours de votre déplacement actuel ? [PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES – NE PAS LIRE – SI VOUS NE CONNAISSEZ PAS LE COMMERCE DEMANDEZ UNE DESCRIPTION POUR POUVOIR LE CLASSER]

- Restaurant
 Divertissement
 Biens courants (épicerie, pharmacie, dépanneur)
 Service personnel (salon de coiffure / esthétique, nettoyeur, spa / massage, etc.)
 Service professionnel (dentiste, clinique médicale, notaire, etc.)
 Autres : _____

Q2. Lequel des énoncés suivants définit le mieux votre présence actuellement dans le quartier ? Vous êtes ici parce que... [LIRE – UNE SEULE RÉPONSE]

- Vous résidez dans le quartier (zone délimitée par la rue St-Denis à l'ouest, la rue Sherbrooke au nord, l'Avenue de Lorimier à l'est et l'Avenue de la Commune au sud).
 Vous travaillez dans le quartier.
Intersection du lieu de travail : _____
 Vous étudiez dans le quartier.
Établissement d'étude : UQAM Collège secrétariat moderne (CSM) Autre : _____
 Vous êtes de passage dans la région de Montréal (touriste).
 Aucune des précédentes.

En terminant, j'aimerais vous poser quelques questions de classification.

SD1. En quelle année êtes-vous né(e) ?

19_____

[SI REFUS]

Auquel des groupes d'âges suivants appartenez-vous ? Est-ce... [LIRE]

- 15 à 24 ans
 25 à 34 ans
 35 à 44 ans
 45 à 54 ans
 55 à 64 ans
 65 ans et plus
 Refus

SD2. Quel est votre code postal résidentiel à 6 caractères ?

_____-_____-_____-_____-_____-_____

- N'habite pas au Canada
 Refus / Ne sait pas [DEMANDER 3 PREMIERS CARACTÈRES]

REMERCIER ET TERMINER

ADM1. Tronçon

Ste-Catherine

- Berri à St-André
 St-André à Amherst
 Amherst à Montcalm
 Montcalm à de la Visitation
 de la Visitation à Plessis
 Plessis à Champlain
 Champlain à Cartier

Amherst

- René-Lévesque à Ste-Catherine
 Ste-Catherine à Robin

ADM1. Date

- Lundi Mardi Mercredi Jeudi Vendredi Samedi Dimanche

ADM2. Heure (format 24h) : _____

ADM4. Sexe : Homme Femme



Annexe 5

Tableaux détaillés du croisement entre
les statuts et des commerces fréquentés
avec diverses caractéristiques

**Statut du répondant selon diverses caractéristiques
(% Lignes)**

Caractéristiques	Établissement fréquenté (1 ^{ère} mention)				
	Résidents de la région de Montréal N = 364	Résidents du quartier N = 345	Travailleurs du quartier N = 175	Touristes / excursionnistes N = 86	Étudiants du quartier N = 63
Sexe					
Homme	39%	31%	16%	9%	5%
Femme	29%	32%	21%	7%	11%
Âge					
15-24 ans	26%	18%	12%	17%	27%
25-34 ans	27%	34%	23%	5%	11%
35-44 ans	45%	26%	16%	8%	4%
45-54 ans	40%	27%	21%	9%	3%
55-64 ans	32%	37%	22%	6%	3%
65 ans et plus	41%	52%	4%	4%	0%
Jour					
Lundi à mercredi	35%	24%	22%	5%	13%
Jeudi et vendredi	33%	34%	22%	6%	5%
Samedi	38%	39%	5%	15%	2%
Période de la journée					
Midi	27%	26%	33%	7%	7%
Après-midi	34%	38%	12%	9%	8%
Soir	47%	31%	8%	8%	6%
Total					
Total	35%	32%	18%	8%	7%

**Statut du répondant selon diverses caractéristiques
(% Colonnes)**

Caractéristiques	Établissement fréquenté (1 ^{ère} mention)					
	Résidents de la région de Montréal N = 364	Résidents du quartier N = 345	Travailleurs du quartier N = 175	Touristes / excursionnistes N = 86	Étudiants du quartier N = 63	Total N = 1 039
Sexe						
Homme	70%	62%	57%	68%	44%	63%
Femme	30%	38%	43%	32%	56%	37%
Âge						
15-24 ans	9%	7%	9%	28%	47%	13%
25-34 ans	14%	19%	23%	11%	28%	18%
35-44 ans	20%	13%	15%	17%	9%	16%
45-54 ans	24%	18%	26%	24%	8%	21%
55-64 ans	18%	22%	24%	13%	8%	19%
65 ans et plus	15%	21%	3%	6%	0%	13%
Jour						
Lundi à mercredi	38%	29%	47%	26%	67%	38%
Jeudi et vendredi	36%	41%	47%	28%	25%	38%
Samedi	26%	30%	7%	46%	8%	24%
Période de la journée						
Midi	24%	26%	61%	28%	32%	32%
Après-midi	37%	46%	26%	43%	43%	39%
Soir	38%	28%	13%	29%	25%	29%

**Principal type d'établissement fréquenté selon diverses caractéristiques
(% Lignes)**

Caractéristiques	Type d'établissement fréquenté (1 ^{ère} mention)								
	Restaurant N = 572	Biens courants N = 272	Diversissement N = 82	Biens mode N = 18	Service personnel N = 15	Service financier N = 9	Service professionnel N = 11	Magasin de marchandises générales N = 4	Autres N = 56
Sexe									
Homme	59%	22%	9%	1%	1%	1%	1%	0%	5%
Femme	50%	33%	4%	3%	1%	1%	1%	1%	7%
Âge									
15-24 ans	70%	14%	7%	1%	0%	2%	1%	0%	6%
25-34 ans	59%	25%	4%	1%	1%	1%	1%	2%	6%
35-44 ans	46%	38%	7%	2%	1%	1%	2%	1%	3%
45-54 ans	57%	23%	9%	1%	1%	0%	0%	1%	7%
55-64 ans	50%	27%	9%	3%	2%	1%	2%	0%	7%
65 ans et plus	55%	23%	8%	4%	1%	2%	1%	0%	4%
Statut									
Étudiants du quartier	76%	16%	3%	0%	0%	1%	1%	0%	3%
Résidants de la région de Mtl	52%	19%	12%	2%	2%	1%	1%	1%	10%
Résidants du quartier	41%	43%	7%	2%	1%	1%	2%	0%	4%
Touristes/excursionnistes	74%	13%	4%	4%	2%	0%	0%	0%	2%
Travailleurs du quartier	75%	17%	2%	1%	1%	1%	1%	0%	3%
Jour									
Lundi à mercredi	59%	24%	5%	2%	0%	1%	1%	1%	7%
Jeudi et vendredi	53%	28%	7%	2%	2%	1%	1%	0%	6%
Samedi	56%	23%	11%	2%	1%	0%	2%	0%	4%
Période de la journée									
Midi	67%	19%	5%	3%	1%	1%	1%	1%	4%
Après-midi	55%	25%	7%	1%	2%	1%	1%	1%	8%
Soir	46%	34%	12%	1%	1%	1%	1%	0%	4%
Total									
Total	56%	26%	7%	2%	1%	1%	1%	1%	6%

**Principal type d'établissement fréquenté selon diverses caractéristiques
(% Colonnes)**

Caractéristiques	Type d'établissement fréquenté (1 ^{ère} mention)				
	Restaurant N = 572	Biens courants N = 272	Diversissement N = 82	Autres N = 113	Total N = 1 039
Sexe					
Homme	67%	53%	79%	57%	63%
Femme	33%	47%	21%	43%	37%
Âge					
15-24 ans	16%	7%	12%	11%	13%
25-34 ans	19%	18%	10%	18%	18%
35-44 ans	13%	24%	16%	12%	16%
45-54 ans	22%	19%	25%	21%	21%
55-64 ans	17%	20%	23%	24%	19%
65 ans et plus	13%	12%	14%	14%	13%
Statut					
Étudiants du quartier	10%	4%	3%	4%	7%
Résidants de la région de Mtl	33%	26%	59%	54%	35%
Résidants du quartier	23%	54%	30%	26%	32%
Touristes/excursionnistes	11%	4%	4%	6%	8%
Travailleurs du quartier	23%	12%	4%	11%	18%
Jour					
Lundi à mercredi	40%	35%	27%	40%	38%
Jeudi et vendredi	36%	43%	38%	40%	38%
Samedi	24%	22%	35%	21%	24%
Période de la journée					
Midi	38%	24%	22%	27%	32%
Après-midi	38%	38%	35%	51%	39%
Soir	23%	38%	44%	22%	29%