

# DIAGNOSTIC COMMERCIAL DE L'AGGLOMÉRATION DE LONGUEUIL

Analyse Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces (FFOM)

FORCE	FAIBLESSE
<ul style="list-style-type: none"><li>Présence de plusieurs artères et pôles commerciaux, incluant quatre pôles à vocation supra-régionale dont l'aire d'influence excède considérablement les limites du territoire de l'agglomération de Longueuil ;</li><li>Très peu de fuites commerciales hors du territoire de l'agglomération de Longueuil. Il est possible de trouver presque tous les types de commerces sur notre territoire ;</li><li>Dynamisme de certains propriétaires de centres et pôles commerciaux qui sont prêts à faire des investissements considérables pour consolider leur influence (ex. : les Promenades Saint-Bruno, le Dix-30, le mail Champlain, etc.) ou redévelopper leur site ;</li><li>Bonne croissance démographique dans l'ensemble de l'agglomération avec une population majoritairement propriétaire de son logement et disposant généralement de moyens financiers leur permettant de contribuer à la vitalité commerciale de l'agglomération :<ul style="list-style-type: none"><li>Accroissement des revenus commerciaux globaux découlant de la simple croissance démographique ;</li></ul></li><li>Bassin de main-d'œuvre et proximité de pôles d'emplois d'intérêt métropolitain ainsi que des créneaux d'emplois d'excellence et porteurs d'avenir (ex. : aéronautique) ;</li><li>Positionnement géographique et présence d'infrastructures de transport stratégiques (aéroport, réseau autoroutier, réseau ferroviaire, réseau de transport en commun, etc.) ;</li><li>Vitrine des autoroutes 30, 20 et 10 favorables pour les commerces possédant un rayonnement régional ou suprarégional ;</li><li>Plus de 2000 établissements commerciaux générant des activités économiques importantes et créant des dizaines de milliers d'emplois ;</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Offre commerciale dans l'agglomération de Longueuil généralement excédentaire à la demande (26,73 pi<sup>2</sup>/habitant, comparativement à 16,41 à Laval et 10,19 à Montréal selon les données compilées par Monday Report en 2011) ;</li><li>Disperseelement des commerces et discontinuité des activités commerciales le long de certaines artères traditionnelles (ex. : Chamby, Cousineau, Taschereau, ...) ;</li><li>Vacance commerciale significative dans certains pôles et tronçons commerciaux du territoire, particulièrement le long des artères où l'on retrouve des centres commerciaux de première génération ou des bâtiments plus anciens ;</li><li>Fuites commerciales entre les différents pôles de l'agglomération, notamment un exode de certains types d'établissements commerciaux comme les magasins de biens mode, les accessoires pour la maison et les restaurants avec service complet vers les grands pôles commerciaux (comme le DIX30 et les Promenades St-Bruno) de l'agglomération et ce, au détriment de secteurs commerciaux plus anciens ;</li><li>Situation de sous-offre des restaurants à service complet et une offre excédentaire de restaurants à service restreint dans certains coeurs urbains ;</li><li>Offre commerciale de proximité généralement limitée dans les nouveaux secteurs de développement (ex. : à l'est de l'autoroute 30 à Saint-Hubert ou au sud de la route 116 à Saint-Bruno) et présence de quelques déserts alimentaires sur le territoire ;</li><li>Plusieurs milieux de vie existants dépendent également de l'utilisation de l'automobile pour l'accès aux commerces et services de proximité ;</li><li>Offre de transport en commun souvent déficiente pour accéder à certains pôles ou artères commerciaux ;</li></ul>

# DIAGNOSTIC COMMERCIAL DE L'AGGLOMÉRATION DE LONGUEUIL

Analyse Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces (FFOM)

<ul style="list-style-type: none"><li>• Commerces offrant généralement une abondance de stationnements sans frais ;</li><li>• Offre diversifiée de locaux commerciaux favorisant notamment le démarrage de nouvelles entreprises ;</li><li>• Présence de quelques associations ou regroupements de commerçants dynamiques sur le territoire ;</li><li>• Attractivité et attachement des résidents à certaines artères commerciales traditionnelles ou noyaux villageois (centre-ville de Saint-Bruno, rue Saint-Charles à Longueuil, avenue Victoria à Saint-Lambert, etc.).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Infrastructures de mobilité active (marche, vélo, etc.) pour accéder et circuler à l'intérieur des pôles commerciaux souvent déficientes et parfois même dangereuses ;</li><li>• Certains pôles commerciaux sont difficiles d'accès pour les utilisateurs de cyclomoteurs (ces véhicules sont prisés par les jeunes susceptibles de travailler dans les commerces) ;</li><li>• Présence importante de centres commerciaux de 1<sup>re</sup> ou 2<sup>re</sup> génération comprenant d'importantes superficies dédiées aux aires de stationnement, des surfaces non perméables contribuant aux îlots de chaleur, peu d'aménagement paysager ou de plantations et qui sont souvent cités comme des contre-exemples en matière d'aménagement urbain ;</li><li>• Généralement peu de mixité d'usages sur un même site, avec des pôles dédiés presque exclusivement aux commerces et services ;</li><li>• Capacité limitée des infrastructures actuelles (égout et aqueduc) limitant le potentiel de redéveloppement ou d'intensification des activités dans certains secteurs ;</li><li>• Présence de plusieurs commerces sur des immeubles offrant peu de potentiel de consolidation des activités commerciales (vétusté des bâtiments, superficie de terrain limitée, anciennes maisons converties avec contraintes architecturales ou d'accessibilité universelle, etc.) ;</li><li>• Services de soutien ou d'accompagnement très limités pour les commerçants comparativement à ce qui est offert pour les entreprises industrielles ;</li><li>• Pouvoirs habilitants et capacités financières limités des villes pour soutenir les établissements commerciaux.</li></ul>
--	---

# DIAGNOSTIC COMMERCIAL DE L'AGGLOMERATION DE LONGUEUIL

Analyse Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces (FFOM)

## OPPORTUNITÉS

- Plafonnement du stock commercial global qui encourage le remplacement des grandes surfaces standardisées pour faire place à des moyennes et petites surfaces plus adaptées aux marchés locaux (centres multifonctionnels) ;
- Importants besoins en nouveaux logements, dans un contexte de rareté des terrains vacants propices au développement, offrant l'opportunité d'optimiser l'occupation ou redévelopper certaines artères ou pôles commerciaux moins performants en favorisant la mixité des fonctions et une intégration d'habitations denses ;
- Vacance commerciale, sur certaines artères en perte de vitesse, offrant la possibilité de s'attaquer à la continuité commerciale de type « mur à mur » qui n'est plus adaptée à la structure commerciale d'aujourd'hui, notamment sur Taschereau ;
  - Le ralentissement du déclin des artères commerciales en perte de vitesse passe par la consolidation de la fonction commerciale aux intersections (nœuds) tout en y favorisant les commerces de biens et services courants à réapprovisionnement élevé (ex. : alimentation, pharmacie, restaurant, ...) ;
  - L'amélioration de l'image de désuétude d'un boulevard passe par la requalification de l'usage des terrains en milieu de tronçon à des fins résidentielles de haute densité et/ou pour un usage commercial à fréquence de réapprovisionnement faible (ex. : biens durables et semi-durables) ;
- Développement de quartiers TOD, près des points d'accès des équipements structurants de transport collectif (ex. : gare de train, métro Longueuil, REM, etc.), permettant de mieux planifier l'arrimage du commerce de détail et la mobilité durable dans ces secteurs (notamment les commerces de proximité) ;

## MENACES

- Accroissement des ventes en ligne qui contribue à la diminution des besoins en espaces commerciaux et à la réduction de la taille moyenne des établissements ;
- Commerces de grande surface (Costco, Walmart et autres) qui continuent néanmoins d'accroître ou de consolider leurs parts de marché. Les petits détaillants doivent se démarquer de plus en plus pour être en mesure de les concurrencer ;
- Dans un contexte de plafonnement de la demande commerciale globale, certains propriétaires d'immeubles commerciaux, dans des secteurs moins performants, doivent composer avec une hausse du taux de vacance, une stagnation ou une réduction des revenus de loyers, ce qui peut avoir une incidence sur la capacité ou l'intérêt d'entretenir adéquatement leur immeuble ;
- L'influence des pôles commerciaux suprarégionaux (DIX30, Promenades Saint-Bruno et carrefour de la Rive-Sud) limite le rayonnement commercial régional des autres secteurs commerciaux de l'agglomération. Ces pôles accaparent une portion de plus en plus grande des parts de marché, mais généralement au détriment de la vitalité des artères commerciales traditionnelles comme Taschereau et Chambly ;
- Fragmentation des structures commerciales locales qui contribue à l'exode des consommateurs vers des regroupements commerciaux mieux structurés ;
- Certains secteurs vacants planifiés pour du développement commercial présentent des enjeux significatifs de préservation des milieux naturels ;
- Projets de redéveloppement généralement réalisés au gré des opportunités identifiées par les promoteurs et sans priorisation d'ensemble ;

# DIAGNOSTIC COMMERCIAL DE L'AGGLOMÉRATION DE LONGUEUIL

Analyse Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces (FFOM)

<ul style="list-style-type: none"><li>• Avènement de nouveaux centres de distribution/livraison découlant de l'augmentation des ventes et de la consommation de biens en ligne ;</li><li>• Nouveaux profils de la clientèle incitant le développement de lieux d'achats multifonctionnels et de destination distinctifs permettant à la fois de magasiner, se divertir et socialiser (concept « lifestyle ») ;</li><li>• Consommateurs davantage conscientisés aux bénéfices de l'achat local et aux enjeux d'approvisionnement de certains produits suite à la pandémie ;</li><li>• Proximité des États-Unis et faiblesse du dollar canadien favorables à l'élargissement de l'aire d'influence de certains pôles commerciaux à vocation supra-régionale ;</li><li>• Offre d'espaces commerciaux et de bureaux excédentaire qui pourrait être mise à profit pour pallier, en partie, à la faiblesse de l'offre conjuguée à la forte demande pour des espaces industriels ;</li><li>• Émergence de certains nouveaux types de commerces, incluant notamment des commerces récréatifs (centres d'escalade, jeux d'évasion, Oasis Surf, ISaute, centres récréatifs intérieurs, etc.) pouvant contribuer à dynamiser ou consolider les activités dans certains pôles commerciaux ;</li><li>• Offre d'espaces commerciaux et contexte économique favorables à une stagnation ou une diminution du prix des loyers commerciaux.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rareté de l'offre de grands terrains pour des projets visant des propriétaires-occupants, notamment pour des centres de rénovation, concessionnaires automobiles, etc. ;</li><li>• Impacts du télétravail sur la fréquentation de certains commerces (exemple : restaurants désertés le midi) ;</li><li>• Entraves et congestion découlant des importants chantiers sur le réseau routier supérieur ;</li><li>• Plusieurs facteurs macro-économiques :<ul style="list-style-type: none"><li>○ Endettement de certains commerces découlant des effets de la pandémie ;</li><li>○ Inflation, endettement des ménages et érosion du pouvoir d'achat des consommateurs ;</li><li>○ Disponibilité de la main d'œuvre.</li></ul></li></ul>
--	--

# DIAGNOSTIC COMMERCIAL DE L'AGGLOMÉRATION DE LONGUEUIL

Analyse Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces (FFOM)

*\* Cette analyse a été réalisée, en janvier 2023, par la Ville de Longueuil, en collaboration avec les autres Villes constituant l'agglomération de Longueuil et en s'appuyant sur divers diagnostics commerciaux réalisés par le Groupe Altus pour le compte des Villes de Brossard (2014), Longueuil (2015) et St-Bruno (2016).*