

STRATÉGIE DE REVITALISATION DES CŒURS DE QUARTIER

Document d'information pour l'Office de
participation publique de Longueuil (OPPL)

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	3
Mandat à l'Office	5
Survol du territoire	7
Le chemin de Chambly (Vieux-Longueuil)	7
Le cœur villageois du vieux Saint-Hubert (Saint-Hubert)	9
Le boulevard Churchill (Greenfield Park)	11
Le chemin du Coteau-Rouge, la rue Sainte-Hélène et le boulevard Curé-Poirier (Vieux-Longueuil)	13
Démarches antérieures	15
Plan d'urbanisme de Longueuil (2021-2035)	15
Plan particulier d'urbanisme du boulevard Churchill	16
Le secteur d'intervention du chemin de Chambly	18
Plan de relance du centre-ville de Longueuil	19
Autres plans et stratégies en cours ou à venir	21
Constats et perspectives	25
La dynamique commerciale à Longueuil	25
La structure commerciale de Longueuil	28
Enjeux et défis de la revitalisation commerciale	30
Les indicateurs de la vitalité commerciale	30
Les limites des compétences municipales	31
Interventions ou stratégies	34
Conclusion	38
Références	39

INTRODUCTION

La Ville de Longueuil compte une vingtaine d'artères commerciales sur son territoire. Certaines sont très dynamiques (ex. : rue Saint-Charles Ouest), tandis que d'autres sont en perte de vitesse (ex. : Montée Saint-Hubert). La dynamique commerciale dans l'agglomération de Longueuil et la présence de grands centres commerciaux à proximité (ex. : le quartier DIX30, les Promenades Saint-Bruno et le Carrefour de la Rive-Sud) ne sont pas étrangères à cette perte de vitesse.

Diverses études de développement commercial (Altus, 2015) ont démontré que l'offre commerciale est globalement excédentaire à la demande dans l'agglomération de Longueuil et que le dispersement des commerces, ainsi que la discontinuité des activités économiques, ne favorisent pas la vitalité des artères commerciales de Longueuil. Cette vitalité commerciale subit de nombreux impacts dus à une multitude de facteurs socio-économiques récents comme plus anciens : commerce électronique, commerces de grande surface, vieillissement de la population, endettement des ménages, inflation, disponibilité de la main-d'œuvre, etc.

Cette dévitalisation des artères commerciales entraîne une perte d'accès à des services et des commerces de proximité, ainsi que la disparition progressive de lieux publics de rencontres et d'échanges. Cependant, l'engouement pour les marchés saisonniers tenus ces dernières années dans chacun des arrondissements révèle comment la consommation de produits locaux dans un lieu vibrant et convivial a le pouvoir de réanimer le sentiment d'appartenance des communautés locales. Il suffit de s'y attarder un moment pour mieux planifier les interventions qui fonctionnent et celles qui doivent être révisées.

Pour y faire face, plusieurs acteurs sont appelés à jouer un rôle pour redynamiser les artères commerciales réparties sur notre territoire :

- la Ville peut jouer un rôle avec une réglementation qui favorise l'optimisation de la fonction commerciale sur son territoire, en aménageant ou réaménageant ses artères commerciales pour qu'elles soient conviviales et attractives, tous modes de transport confondus, en assurant un bel arrimage entre les domaines privés/publics, en mettant en place des stratégies d'attraction pour certains types de commerces absents sur le territoire, etc. ;
- les centres commerciaux, les associations de commerçants et les commerces individuels doivent jouer un rôle important dans la création d'une dynamique commerciale vibrante, par diverses mesures et stratégies favorisant leur attractivité et un meilleur arrimage avec les besoins des consommateurs, en créant des collaborations stratégiques avec des partenaires locaux et régionaux, etc. ;
- les propriétaires immobiliers peuvent favoriser la diversité commerciale qu'on recherche en offrant des locaux adaptés aux besoins des commerces et une abordabilité privilégiant

- l'introduction de commerces autonomes plutôt que les grandes chaînes qui peuvent se permettre des prix plus élevés ;
- enfin, les communautés locales peuvent faire une différence énorme lorsqu'elles encouragent l'achat local et participent à l'expérience commerciale sur leurs artères de proximité, tout en exprimant leurs besoins de vitalité qui leur permettent de profiter pleinement des axes commerciaux au cœur de leurs milieux de vie.

Dans ce contexte, la Ville de Longueuil souhaite se doter d'une Stratégie de revitalisation des cœurs de quartier permettant de prioriser ses interventions sur le territoire, tout en accompagnant les transformations à venir sur le domaine privé. Cette stratégie aura pour objectifs :

1. d'identifier et consolider l'identité locale et le sentiment d'appartenance aux cœurs de quartier longueuillois ;
2. d'adapter l'offre commerciale pour qu'elle soit en adéquation avec l'évolution de la demande ;
3. de favoriser la consolidation commerciale sur les tronçons de rue présentant le meilleur potentiel de viabilité économique ;
4. de soutenir les commerçants et les propriétaires fonciers dans un contexte économique difficile, marqué par l'inflation et la pénurie de main-d'œuvre ;
5. de favoriser une amélioration du cadre bâti dans les secteurs dévitalisés ;
6. de faciliter l'accessibilité des artères commerciales, dans une perspective de mobilité durable.

MANDAT À L'OFFICE

La Ville de Longueuil souhaite accorder un mandat de démarche participative à l'Office de participation publique de Longueuil (OPPL), visant à consulter résidents, commerçants, promoteurs et partenaires locaux (organismes communautaires, acteurs culturels, RTL, etc.), dans un souci d'inclusivité et de développement durable, sur les grands défis de la consolidation et la revitalisation des cœurs de quartier longueuillois.

Pour ce faire, nous souhaitons premièrement mieux connaître et mieux comprendre l'expérience commerciale du point de vue d'une diversité d'acteurs du milieu, en mettant l'accent sur l'identité locale et l'appartenance à un lieu. Par expérience commerciale, nous incluons l'ensemble des activités réalisées sur les axes commerciaux longueuillois (consommation de biens et services, déambulation sur l'artère, socialisation entre voisins et voisines, utilisation d'espaces publics et zones de rencontres prévues à cet effet, présence lors d'une programmation événementielle et autres activités culturelles extérieures, etc.).

Ainsi, les participants auront la possibilité d'exprimer leurs points de vue quant aux artères commerciales qu'ils fréquentent et qu'ils ne fréquentent pas, ainsi que les raisons qui justifient cette fréquentation ou non. Ces témoignages nous permettront de mieux évaluer les besoins et les attentes des participants quant aux grands défis de revitalisation des cœurs de quartier longueuillois identifiés dans les pages qui suivent. Ces témoignages permettront de mieux saisir comment est perçue l'offre commerciale existante et celle qui est déficiente sur l'artère. Ils permettront également d'identifier les attraits (forces) et les irritants (faiblesses) de ces artères commerciales.

En second lieu, par l'entremise de l'Office, nous voulons lancer une discussion et susciter une réflexion collective afin de recueillir diverses opinions sur les souhaits et les rêves (la vision) des participants quant au développement et à l'aménagement de ces cœurs de quartier. Après avoir partagé les expériences commerciales vécues dans ces secteurs, les participants à la démarche pourront partager leur vision pour ces artères en soulignant les aspects positifs et négatifs de leur état actuel et ce qu'elles pourraient devenir dans le futur. Ainsi, les participants pourront identifier les opportunités de développement pour l'artère, mais aussi les menaces qui pèsent sur la vitalité de ces artères, si différents enjeux ne sont pas adressés par les acteurs concernés.

En troisième lieu, l'objectif est d'identifier les principales mesures que la Ville devrait mettre en place pour répondre aux défis de la revitalisation des cœurs de quartier en gardant en tête la vision de développement souhaitée, soit celle d'assurer la vitalité commerciale de ces artères et la consolidation du sentiment d'appartenance aux cœurs de quartier longueuillois. Bien que la Ville ait une idée des mesures à mettre en œuvre (voir les prochaines sections de ce document), cette démarche participative se veut un espace de réflexion permettant d'entamer un travail de

priorisation sur les interventions et les stratégies potentielles à implanter, considérant les pouvoirs réglementaires à la disposition des municipalités et les coûts associés à ces mesures.

Tout au long de cette démarche, la Ville pourra alimenter sa propre réflexion à partir des expériences vécues par les participants, les discussions engagées entre les acteurs et les opinions exprimées lors de la démarche participative. À cet effet, l'information recueillie servira à répondre à une diversité de questions que se pose la Ville afin de mieux cadrer sa Stratégie de revitalisation des cœurs de quartier sur les besoins et les attentes des différents acteurs concernés, incluant notamment:

- quels sont les secteurs prioritaires de redéveloppement dans nos cœurs de quartier ;
- qu'est-ce qui définit une expérience commerciale de proximité ;
- qu'est-ce qui favorise l'attachement à un lieu (commercial) et encourage la formation d'une identité locale forte, ainsi qu'un sentiment d'appartenance ;
- dans quelle(s) mesure(s) la Ville doit-elle prévoir des interventions visant à soutenir les activités commerciales dans nos cœurs de quartier ;
- quel(s) outil(s) sont à la disposition de la Ville pour mettre en valeur les terrains et les locaux vacants ou sous-occupés sur ces artères commerciales ;
- quels sont les facteurs les plus importants pour déterminer le choix d'un site lors de l'implantation des établissements commerciaux sur nos artères ;
- comment peut-on influencer l'abordabilité des locaux commerciaux situés sur ces artères commerciales ;
- quelle stratégie réglementaire devrait être mise en œuvre par la Ville pour favoriser une belle dynamique commerciale sur nos artères commerciales ;
- comment favoriser l'attrait et la rétention des commerces de proximité sur nos artères commerciales, notamment ceux qui ne sont pas sous le giron des grandes chaînes ;
- comment encourager la consommation et l'achat local dans nos cœurs de quartier ;
- où et comment aménager des espaces publics et zones de rencontres au bénéfice de la population locale ;
- comment encourager les modes de transport durables (transport en commun, marche, vélo, etc.) pour la fréquentation des artères commerciales ?

En bref, cette démarche participative aurait trois objectifs distincts :

- 1) Partage des expériences commerciales locales (ce qui va bien et ce qui va moins bien) dans les cœurs de quartier longueuillois faisant l'objet de cette démarche ;
- 2) Réflexion collective sur les souhaits et les rêves (la vision) des participants quant au développement et à l'aménagement de ces axes commerciaux ;
- 3) Identification des stratégies d'interventions et les mesures à mettre en place pour répondre aux grands défis de la consolidation commerciale et assurer la vitalité des artères commerciales ciblées par la Ville.

SURVOL DU TERRITOIRE

Dans le cadre de cette Stratégie de revitalisation, la Ville a identifié quatre cœurs de quartier définis comme prioritaires lors d’une première phase de mise en œuvre de la stratégie globale. Ainsi, plutôt que de traiter l’ensemble des 25 artères au même moment, cette façon de procéder nous permet des interventions plus ciblées sur le territoire longueuillois, en identifiant des mesures ainsi que des actions spécifiques et adaptées à l’expérience commerciale vécue dans chaque secteur.

Pour identifier ces quatre cœurs de quartier, la Ville a établi une liste de critères permettant de cibler les secteurs prioritaires et d’en tracer la meilleure délimitation possible. Voici la liste des critères mise sur pied :

- équité territoriale dans la sélection des cœurs de quartier entre les arrondissements longueuillois ;
- ancrage historique et identitaire pour les territoires sélectionnés ;
- forte concentration commerciale sur le tronçon visé, incluant des sites voués à des opportunités de redéveloppement ;
- enjeu de dévitalisation significatif (état ou vétusté des bâtiments, taux de vacance notable, perspectives de consolidation commerciale mitigées, etc.) ;
- intégration des pôles institutionnels et communautaires d’importance pour le secteur, le cas échéant.

De façon plus précise, les paragraphes qui suivent présenteront la justification entourant le choix des quatre cœurs de quartier ciblés par la Ville de Longueuil. Il n’est toutefois pas exclu que cette liste des cœurs de quartier soit bonifiée, au cours des années subséquentes, pour planifier des interventions ciblées sur d’autres artères dans une éventuelle phase 2 de notre Stratégie.

Le chemin de Chambly (Vieux-Longueuil)

Première route du Canada, le chemin de Chambly a une histoire solidement ancrée et reliée au développement de la Rive-Sud depuis plus de 350 ans. C’est en 1665 que débute la construction de la route carrossable permettant de faire le lien entre les villes de Chambly et Longueuil. Avant, il fallait faire le voyage en canot en descendant la rivière Richelieu, ce qui prenait en moyenne de 3 à 4 jours. Après la construction du chemin, le trajet s’effectue en une journée à cheval ou en voiture.

Le chemin de Chambly, c’est aussi une des artères principales de l’ancienne ville de Jacques-Cartier (fusionnée avec Longueuil en 1969). On y retrouve plusieurs institutions de renom : le Centre Jacques-Cartier — l’un des premiers centres commerciaux sur la Rive-Sud de Montréal ouvert en 1957 —, le cégep Édouard-Montpetit — fondé en 1967 par le Gouvernement du Québec — et le bâtiment abritant le Maxi-centre Longueuil — construit dans les années 1990.

Figure 1 : Cœur de quartier du chemin de Chambly



Riche d'histoire, la section Vieux-Longueuil du chemin de Chambly accueille aussi une importante concentration commerciale puisqu'on y retrouve environ 300 commerces. Malgré tout, la vacance commerciale est importante dans le secteur, plusieurs bâtiments sont dans un certain état de vétusté et de nombreux projets de redéveloppement ont été réalisés au cours des dernières années. Puisque la structure commerciale de ce cœur de quartier (voir figure 1 à la page précédente) en est une d'importance pour les résidents et résidentes du Vieux-Longueuil, il nous apparaît essentiel d'inclure ce cœur de quartier dans la première phase de notre Stratégie de revitalisation.

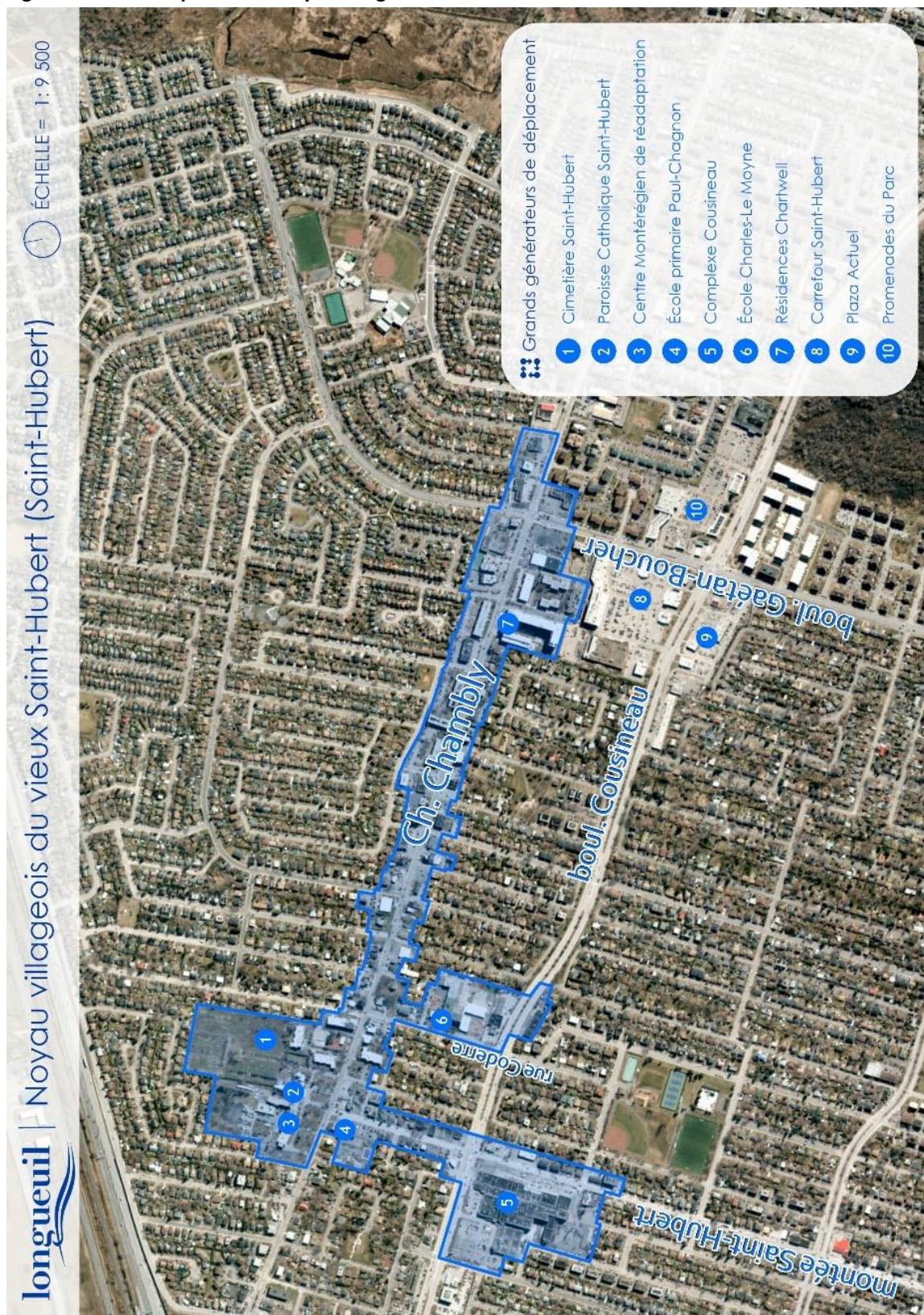
Le noyau villageois du vieux Saint-Hubert (Saint-Hubert)

Le noyau villageois du vieux Saint-Hubert est principalement constitué de la portion sud-est du chemin de Chambly, mais également une portion de la montée Saint-Hubert. On y retrouve plusieurs institutions d'envergure dont, en premier lieu, l'Église Saint-Hubert construite au cœur du village de Saint-Hubert en 1858. L'ancienne église érigée sur les lieux était jugée trop petite pour la population desservie et cette nouvelle église connaîtra un rôle fondamental dans l'érection de la paroisse de Saint-Hubert. C'est également à cette époque que la montée Saint-Hubert est aménagée, offrant ainsi un axe de circulation essentiel pour amener les paroissiens de la Grande Allée vers l'église Saint-Hubert. Enfin le cimetière Saint-Hubert viendra concrétiser son rôle autour de la nouvelle église Saint-Hubert en 1860.

Le noyau villageois est également constitué du Centre montréalais de réadaptation, ouvert en 1991, pour aider les personnes atteintes de déficience physique, auditive, motrice ou du langage. Le siège social a ouvert ses portes à cet emplacement en 2002. Deux écoles primaires se situent sur le territoire du noyau villageois : l'école Paul-Chagnon (chemin de Chambly) et l'école Charles-Le Moyne (rue Coderre). Enfin, le complexe Cousineau agit à titre de centre commercial majeur pour l'ancienne ville de Saint-Hubert depuis ses débuts, dans les années 1960, jusqu'à la conversion en un centre commercial intérieur en 1977 et les nombreuses transformations connues jusqu'à ce jour.

Ce deuxième cœur de quartier dans le vieux Saint-Hubert (voir figure 2 à la page suivante) est donc aussi riche d'histoire que la section Vieux-Longueuil précédente. On y retrouve une bonne concentration commerciale, avec environ 125 commerces de tout ordre. Depuis la fermeture d'une grande portion du complexe Cousineau, la vacance commerciale est significative dans le secteur. Plusieurs bâtiments commerciaux sont également vacants sur le chemin de Chambly et les propriétaires ont de la difficulté à recruter de nouveaux commerces. Il est donc plus qu'essentiel d'identifier une vision de développement pour cet axe dans cette première phase de notre Stratégie de revitalisation.

Figure 2 : Cœur de quartier du noyau villageois du vieux Saint-Hubert



Le boulevard Churchill (Greenfield Park)

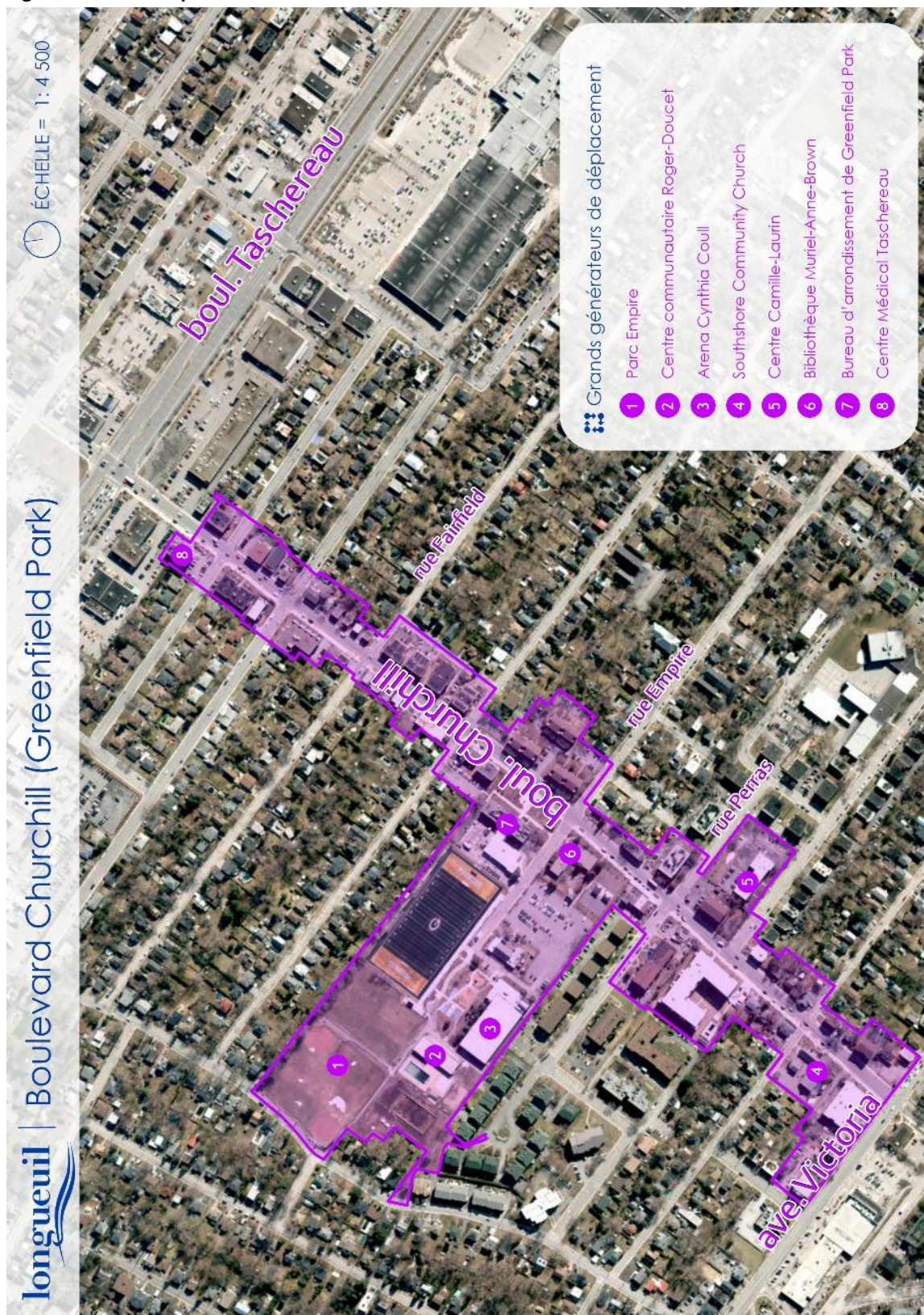
La Ville de Greenfield Park est constituée en 1911 à la suite de l'arrivée d'immigrants britanniques. Au départ, le développement de la Ville est considéré comme plutôt anarchique, mais le boulevard Churchill concentre une diversité de commerces au bénéfice des résidents riverains. C'est en 1954, lors de l'adoption du premier règlement de zonage de la Ville de Greenfield Park, qu'on officialise la vocation commerciale du boulevard Churchill.

Le boulevard Churchill est également un axe de circulation majeur pour la Rive-Sud, avec la ligne principale de tramway qui y circule dès 1912, permettant aux résidents de se rendre sur l'île de Montréal en quinze minutes. Lors de l'ouverture du pont Jacques-Cartier, en 1931, le tramway perdra de plus en plus de place dans l'offre de mobilité régionale, devant être remplacé par une flotte d'autobus jusqu'à sa disparition complète 25 ans plus tard. Le boulevard Churchill demeure un axe central de développement, puisqu'il est l'un des deux seuls axes nord-sud de l'arrondissement faisant le lien entre l'avenue Victoria et le boulevard Taschereau.

Aujourd'hui, le boulevard Churchill est le cœur du Vieux Greenfield Park, notamment en raison de la présence d'un pôle institutionnel d'importance pour le secteur, incluant le bureau d'arrondissement (ancien hôtel de ville), la bibliothèque Muriel-Anne-Brown, l'Aréna Cynthia-Coull, le centre communautaire Roger-Doucet et le parc Empire. Ce cœur de quartier (voir figure 3 à la page suivante) possède un grand potentiel pour l'aménagement d'un espace public dynamique, comme en fait foi le succès du marché public éphémère qui a lieu devant le parvis du bureau d'arrondissement depuis deux ans.

Ce troisième cœur de quartier est tout aussi important historiquement que les deux autres identifiés précédemment. Bien que le boulevard ait profité d'un réaménagement complet en 2010, il demeure un axe névralgique qui doit faire l'objet d'une attention particulière. Ce secteur est assujéti à une planification détaillée, à savoir le Plan particulier d'urbanisme (PPU) du boulevard Churchill qui est toujours en vigueur. De nos jours, l'offre commerciale du boulevard s'est sensiblement dissipée, avec une concentration commerciale d'environ 83 commerces. Le potentiel de développement y est limité, compte tenu de la quasi-absence de terrain vacant et peu d'opportunités de redéveloppement ont été recensées au cours des dernières années. Compte tenu de l'identité forte associée au secteur, la Ville juge qu'il est important de dresser un bilan des opportunités commerciales sur cet axe, en collaboration avec les résidents riverains et les acteurs locaux (commerçants, organismes, promoteurs, etc.).

Figure 3 : Cœur de quartier du boulevard Churchill



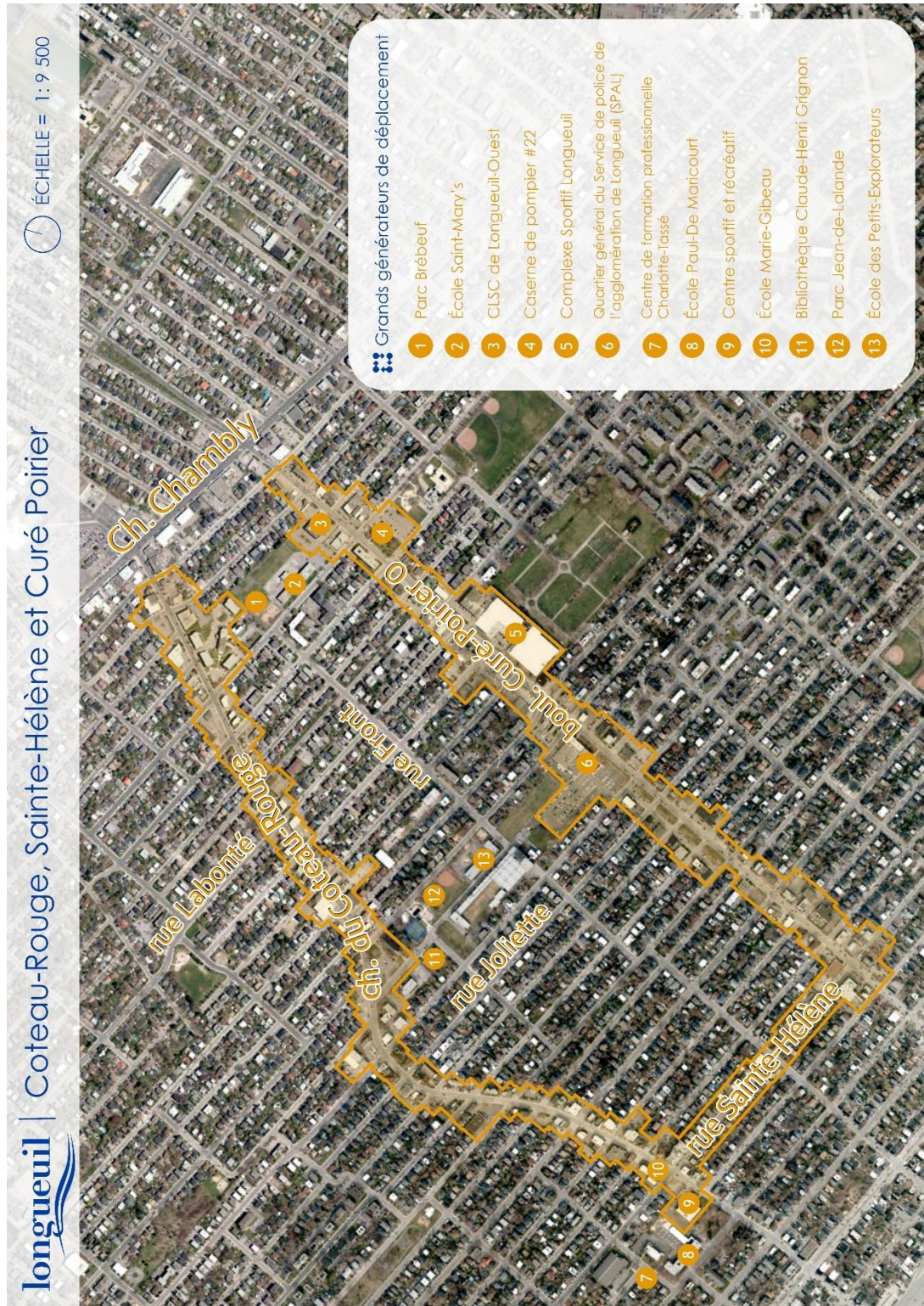
Le chemin du Coteau-Rouge, la rue Sainte-Hélène et le boulevard Curé-Poirier (Vieux-Longueuil)

Enfin, le dernier cœur de quartier est constitué d'une zone qui inclut une portion du chemin du Coteau-Rouge, de la rue Sainte-Hélène et du boulevard Curé-Poirier (voir figure 4 à la page suivante). Cette zone correspond au cœur historique de l'ancienne ville de Jacques-Cartier. Ces axes commerciaux étaient des artères ouvrières autrefois très animées, mais qui sont aujourd'hui marquées par une fragilité de l'activité commerciale.

On y retrouve des institutions municipales et communautaires d'importance, notamment : la bibliothèque Claude-Henri Grignon, le parc Jean-de-Lalande, le parc Brébeuf, le quartier général du Service de police de l'agglomération de Longueuil (SPAL), le Complexe Sportif Longueuil (site privé), le Centre sportif et récréatif (qui héberge le Club de Boxe Olympique de Longueuil), la Caserne de pompier #22 ainsi que le CLSC de Longueuil-Ouest. C'est sans compter la grande diversité de commerces présents sur ces artères qu'on estime à environ 240 établissements d'affaires.

De nombreuses opportunités de redéveloppement sont possibles, grâce à un taux de vacance important sur ces artères et à des terrains vacants pouvant accueillir de nouveaux projets inspirants pour la communauté environnante. Cette transformation est déjà en cours avec de nombreux projets résidentiels sur le chemin du Coteau-Rouge. Cependant, il est important de prendre un moment pour recueillir l'opinion des populations riveraines et identifier la vision de développement pour ces artères. Considérant que la transformation du secteur avance à vitesse grand V, il est essentiel d'inclure ce cœur de quartier dans la première phase de notre Stratégie de revitalisation.

Figure 4 : Cœur de quartier Coteau-Rouge, Sainte-Hélène et Curé-Poirier



DÉMARCHES ANTÉRIEURES

L'adoption d'une Stratégie de revitalisation des cœurs de quartier serait une première pour la Ville de Longueuil. Pour guider la ville dans l'élaboration d'une telle stratégie, nous pouvons compter sur une diversité de documents et outils de planification adoptés au cours des dernières années. Ci-dessous, voici une synthèse des principaux constats contenus dans ces documents.

Plan d'urbanisme de Longueuil (2021-2035)

En 2021, Longueuil adoptait son tout nouveau Plan d'urbanisme (PU). Fruit d'une grande démarche de planification urbaine, il permet d'orienter le développement de la ville en s'appuyant sur l'énoncé de la vision stratégique. Déjà, une suroffre commerciale était observée sur le territoire de Longueuil et accentuée par la présence de pôles commerciaux majeurs à proximité. L'objectif n'est donc pas de développer de nouveaux pôles commerciaux, mais bien de rationaliser les espaces disponibles par des projets d'optimisation à des fins multifonctionnelles pour attirer une nouvelle clientèle capable d'assurer une meilleure vitalité des artères commerciales.

Au Plan d'urbanisme, la Ville définit six orientations d'aménagement du territoire qui précisent le rôle qu'entend jouer Longueuil au cours des prochaines années. À la 2^e orientation « *une ville prospère axée sur la complémentarité et le dynamisme de ses lieux d'activités* », la Ville identifie une attente importante envers ses axes commerciaux, soit : optimiser l'activité commerciale en misant sur la vitalité et le rayonnement des secteurs dynamiques. À cela s'ajoutent deux objectifs de développement et 12 moyens de mise en œuvre dont le résumé vous est présenté dans ce qui suit :

2.2.1 — Consolider et dynamiser les lieux structurants d'activités commerciales en :

- a) ciblant les lieux d'activités commerciales dynamiques et en déclin ainsi que les interventions prioritaires à réaliser ;
- b) réévaluant le potentiel des lieux d'activités commerciales, leur capacité d'accueil et les activités à privilégier pour assurer une diversité, une complémentarité et une répartition équilibrée des commerces ;
- c) favorisant l'implantation de nouveaux commerces vers les concentrations existantes ;
- d) incitant le redéveloppement, la requalification et la conversion des terrains et des bâtiments vacants, dévitalisés, incompatibles ou sous-utilisés ;
- e) optimisant l'occupation du sol en priorité dans les secteurs situés près du transport collectif structurant ;
- f) encadrant les commerces présentant des enjeux de nuisances, de sécurité ou de salubrité (localisation, contingentement, etc.) ;
- g) localisant, le cas échéant, les regroupements commerciaux suprarégionaux dans le secteur du boul. des Promenades.

2.2.2 — Accroître l’attractivité et la compétitivité des artères commerciales en :

- a) revitalisant les portions les plus dynamiques et en requalifiant celles qui sont en perte de vitalité ;
- b) bonifiant la mixité des usages et en encadrant les constructions, l’affichage, l’aménagement paysager et le stationnement
- c) aménageant le domaine public de manière à accroître les interactions avec les activités commerciales (mobilier urbain, larges trottoirs, espace vert, etc.) ;
- d) envisageant la mise en place de programmes de revitalisation ciblant les artères commerciales ;
- e) collaborant avec les associations de commerçants.

Seules quelques artères commerciales de Longueuil sont visées par un Plan particulier d’urbanisme (PPU) qui permet d’apporter plus de précisions quant à la planification de certains secteurs de la municipalité. Cependant, plusieurs éléments inclus dans le Plan d’urbanisme laissent entrevoir la vision de la Ville pour la vaste majorité des artères commerciales de Longueuil. Ceux-ci seront détaillés plus loin.

Plan particulier d’urbanisme du boulevard Churchill

Le boulevard Churchill fait l’objet d’une planification particulière depuis près de 25 ans maintenant, après un premier PPU adopté en 2000 et le réaménagement complet de la rue en 2010. Ce nouveau PPU se veut une continuité des démarches précédentes où la Ville effectue une mise à jour de sa vision d’aménagement pour le secteur en proposant d’ici 2035 « *la création d’un milieu de vie articulé autour d’une artère commerciale traditionnelle de quartier intégrant un noyau communautaire attrayant* ». À cet effet, la Ville prévoit six orientations d’aménagement, neuf objectifs de développement et 26 actions de mise en œuvre :

Orientation #1 — Des pôles d’activités bien définis et consolidés

Objectif 1 : Consolider les pôles d’activités et favoriser le dynamisme du boulevard

- Consolider le pôle communautaire dans une perspective d’en faire un lieu identitaire pour le quartier et l’arrondissement
- Concentrer l’offre commerciale de proximité entre les rues Fairfield et Empire
- Optimiser l’activité résidentielle sur les autres tronçons du boulevard

Orientation #2 — Un noyau communautaire identitaire

Objectif 1 : Créer un noyau communautaire fort et attrayant

- assurer l’émergence d’un noyau communautaire intégrant et mettant en valeur l’ensemble de ses composantes;
- assurer la mise en valeur de la placette en y proposant des activités aptes à l’animer.

Objectif 2 : Faire du parc Empire un espace unificateur et identitaire

- réaménager le parc Empire en assurant la cohésion de ses sous-ensembles;
- aménager l’axe de la rue Empire dans un contexte piétonnier.

Orientation #3 — Un cœur commercial de proximité dynamique

Objectif 1 : Concevoir un noyau commercial de proximité intégré au noyau communautaire et au quartier qu'il dessert

- assurer la mise en place d'une promenade commerciale intégrée au noyau communautaire ;
- assurer la vitalité commerciale du boulevard en optimisant les secteurs où l'activité commerciale est dynamique (entre les rues Fairfield et Empire), en évitant la dispersion de l'activité commerciale sur les autres tronçons et en encourageant la transformation, vers l'activité résidentielle, des immeubles à vocation économique et communautaire implantés ailleurs sur le boulevard ;
- assurer une offre commerciale et de services diversifiée, spécifique et complémentaire à celle du boul. Taschereau et de l'avenue Victoria ;
- assurer la vitalité du domaine public en priorisant les activités commerciales animant les rez-de-chaussée (restaurants, terrasses, boutiques, etc.) et en y programmant des activités d'animation.

Objectif 2 : Prescrire un affichage sobre et à l'échelle du piéton

- assurer, par des dispositions normatives (zonage) et discrétionnaires (PIIA) la mise en place d'un affichage intégré à l'architecture des bâtiments et à l'échelle du piéton.

Orientation #4 — La bonification de l'offre résidentielle dans le respect du milieu

Objectif 1 : Consolider et bonifier la vocation résidentielle

- favoriser la rénovation des bâtiments ainsi que la requalification des bâtiments à vocation économique et institutionnelle moins dynamique ;
- assurer, par un cadre réglementaire adapté, la protection ou la mise en valeur des bâtiments présentant un potentiel patrimonial.

Orientation #5 — Un cadre bâti de qualité

Objectif 1 : Assurer l'intégration des projets de construction et d'amélioration

- assurer l'intégration des nouveaux projets à leur milieu récepteur ;
- assujettir l'ensemble des propriétés du boulevard à l'approbation d'un PIIA ;
- élaborer un guide de rénovation commerciale destiné aux propriétaires et commerçants ;
- évaluer la pertinence de mettre en place un programme d'aide à la rénovation et à la redynamisation des immeubles de l'ensemble du boulevard.

Orientation #6 — Un milieu de vie centré sur la mobilité durable

Objectif 1 : Assurer une mobilité durable

- assurer l'accessibilité universelle et la visitabilité des aménagements et du mobilier sur l'ensemble du domaine public, notamment aux intersections ;
- assurer un partage de l'emprise priorisant les déplacements actifs et collectifs ;
- aménager l'axe de la rue Empire, en priorisant la mobilité active, afin de relier le boulevard au chemin Saint-Charles ;

- assurer des aménagements conviviaux ;
- assurer l'intégration d'aires de stationnement pour vélos aux endroits stratégiques.

Objectif 2 : Prévoir des ratios de stationnement adaptés au contexte du boulevard

- promouvoir la mobilité durable ;
- prévoir des ratios de stationnement réduits pour les habitations multifamiliales et les usages institutionnels et récréatifs ;
- assurer une gestion optimale du stationnement sur rue.

Comme vous pouvez le constater, beaucoup d'efforts ont déjà été déployés pour planifier le redéveloppement du secteur Churchill. Il nous apparaît donc essentiel de poursuivre la mise en œuvre des mesures prévues à ce PPU, tout en étant à l'écoute des nouvelles perspectives de revitalisation qui pourraient ressortir de cette démarche de participation publique.

Le secteur d'intervention du chemin de Chambly

Bien qu'il n'existe aucune planification particulière dans notre Plan d'urbanisme pour le secteur du chemin de Chambly (section Vieux-Longueuil et Saint-Hubert), il existe tout de même une planification intégrée qui présente un concept d'aménagement et de grandes lignes directrices d'aménagement pour tout ce secteur.

Pour la portion Vieux-Longueuil, voici les principales lignes directrices :

- Assurer la vitalité économique du chemin de Chambly en :
 1. Privilégiant une vocation résidentielle pour les terrains situés à l'ouest de la rue Briggs ;
 2. Optimisant la trame commerciale traditionnelle entre les rues Briggs et King-George ;
 3. Préconisant une dominante commerciale ou mixte, avec rez-de-chaussée commercial, pour les immeubles situés à l'est de la rue King-George ;
 4. Optimisant, à des fins mixtes, les terrains occupés par les grands ensembles commerciaux, notamment en rationalisant les superficies commerciales et en intégrant des habitations ;
 5. Prévoyant l'aménagement de placettes et autres espaces de socialisation ;
 6. Orientant les façades, les vitrines et les accès principaux vers le domaine public, en particulier celui du chemin de Chambly.

Quant à elle, la portion Saint-Hubert du chemin de Chambly comporte une vision d'aménagement précise visant « la création d'un milieu de vie articulé autour d'une artère revitalisée et à l'échelle du piéton proposant une offre d'activités commerciales de proximité stratégiquement localisée ». Quelques lignes directrices sont identifiées pour y parvenir :

- Optimiser les noyaux commerciaux de proximité situés dans le tronçon Gaétan-Boucher/Monaco à des fins principalement commerciales en :
 1. Permettant une diversité d'usages commerciaux et de services de proximité ;

2. Encourageant les bâtiments mixtes et limitant les bâtiments purement résidentiels ;
 3. Aménageant une placette publique ;
 4. Privilégiant une implantation des bâtiments plus près de l'emprise publique ;
 5. Assurant une desserte adéquate en transport actif ;
 6. Assurant sa complémentarité et sa connectivité avec le Carrefour Saint-Hubert.
- Encourager le redéveloppement des autres sites commerciaux et des terrains vacants ou dévitalisés à des fins résidentielles, en assurant un dégagement adéquat entre les bâtiments et l'emprise ;
 - Assurer l'intégration des constructions à leur milieu d'insertion, notamment en ce qui a trait à l'alignement et à la volumétrie ;
 - Assurer la protection et la mise en valeur des bâtiments patrimoniaux et de la ressource archéologique locale ;
 - Verdir les domaines publics et privés, en priorisant la plantation d'arbres le long du chemin de Chambly.

Plusieurs de nos outils de planification datent d'un certain nombre d'années, puisque l'adoption du Plan d'urbanisme et du PPU pour le boulevard Churchill remonte à 2021. Ainsi, les résultats de la démarche de participation publique pourraient mener à des modifications de nos outils de planification, afin de tenir compte des nouvelles réalités présentes sur les artères commerciales de Longueuil. La Ville devra donc mener une réflexion approfondie à la suite de la démarche de l'OPPL.

Plan de relance du centre-ville de Longueuil

Le 14 décembre 2021, la Ville de Longueuil approuvait le tout premier Plan d'action pour la relance économique du centre-ville de Longueuil à la suite de l'octroi d'une subvention de deux millions de dollars d'un programme de financement mis sur pied par le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIE). Les objectifs de cette subvention étaient de soutenir les activités économiques, commerciales, touristiques et culturelles nécessaires au maintien de la vitalité du centre-ville durant la pandémie de COVID-19.

Ainsi, la Ville a mis sur pied quatre volets de financement et approuvé une douzaine de projets visant à contrer la désertion du centre-ville par les travailleurs, les consommateurs et les touristes, lutter contre la vacance commerciale et ses conséquences sur le parc immobilier, ainsi que la diminution de l'achalandage commercial dans un cadre permettant d'assurer la santé et la sécurité des consommateurs se déplaçant au centre-ville (cœur du métro et rue Saint-Charles Ouest).

Voici les grandes lignes de ce qui a été réalisé au cours de la période 2022-2024 :

- Volet concertation
 1. Étude d'opportunité pour la création d'une Société de développement commercial (SDC) sur la rue Saint-Charles Ouest

- Volet aide aux entreprises
 2. Mise en place d'une Société de développement commercial (SDC) sur la rue Saint-Charles Ouest
 3. Formation aux commerçants sur différentes thématiques de gestion : planification stratégique, marketing, soutien aux entrepreneurs, ressources humaines, marchandisage, service à la clientèle, etc.
 4. Campagne d'achat local avec l'octroi de bons d'achat vendus aux consommateurs pour être dépensés dans le centre-ville
 5. Programme d'animation publique et programmation événementielle
 6. Stratégie d'attraction et de rayonnement grâce à la mise sur pied de divers outils de communications assurant une visibilité et la promotion des activités au centre-ville
- Volet infrastructures et mobilier
 7. Équipements pour favoriser la convivialité, l'inclusivité et l'attractivité du centre-ville par l'aménagement d'un nouvel espace éphémère au parc Gilles-Latulippe
 8. Verdissement, embellissement et agriculture urbaine par l'aménagement d'un nouvel espace de détente et d'agriculture urbaine au métro Longueuil
 9. Lien innovant vers Saint-Charles par l'ajout d'une station BIXI électrique au métro Longueuil (ce projet est inclus dans une stratégie plus large d'élargissement de l'offre BIXI électrique à 20 stations)
- Volet aménagement
 10. Aménagement d'espaces de télétravail extérieurs avec Wifi
 11. Art urbain et installation d'œuvres d'art
 12. Brigade de propreté au centre-ville
 13. Mesures diverses de mitigation des chantiers

Un bilan formel devra être produit pour le compte du ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIE) à l'hiver 2025, mais déjà la Ville estime les retombées de ce Plan de relance positivement. Le financement additionnel a permis de mobiliser les commerçants sur un projet de mise en œuvre de la première SDC sur le territoire longueuillois, répondant ainsi aux préoccupations commerçantes. Les formations aux commerçants ont mobilisé une trentaine de commerces et près de 235 heures d'accompagnement personnalisé ont été offertes gratuitement. Les campagnes d'achat local ont généré des retombées économiques d'environ 266 000 \$ dans le secteur centre-ville. Une quarantaine d'activités d'animation publiques ont été organisées au cours des étés 2022 et 2023, pour le plaisir de près de 5000 visiteurs. Des équipements publics ont été acquis (mobilier, bacs d'agriculture urbaine, pots de fleurs, îlot récréatif, station BIXI électrique, etc.) ainsi que des œuvres d'art au bénéfice de l'ensemble des Longueuillois, tandis qu'une brigade de propreté sillonne les rues du centre-ville pour garder les espaces publics propres et agréables, donnant ainsi l'envie aux différentes populations ciblées de les fréquenter.

Au cours du déploiement de ce plan de relance, nous avons acquis une expertise unique et des outils concrets permettant de consolider la vitalité commerciale d'un des secteurs les plus structurants de Longueuil. Nos apprentissages pourront donc nous être utiles dans le cadre du déploiement d'une stratégie de revitalisation plus large localisée dans d'autres secteurs de la ville.

Autres plans et stratégies en cours ou à venir

Refonte des règlements d'urbanisme de Longueuil

Depuis près de 10 ans maintenant, la Ville a entamé un grand processus de modification de ses outils de planification et de ses règlements d'urbanisme. Avec l'adoption du Plan métropolitain d'aménagement et de développement (PMAD) en 2012, la révision du Schéma d'aménagement et de développement (SAD) en 2016 et l'adoption du nouveau Plan d'urbanisme (PU) de la ville de Longueuil en 2021, la Ville a des obligations légales de se conformer à ses outils de planification par la révision de sa réglementation d'urbanisme.

Par cette refonte réglementaire, la Ville de Longueuil vise à atteindre plusieurs objectifs, dont celui de la concordance, l'harmonisation de la réglementation entre ses arrondissements (Vieux-Longueuil, Greenfield Park et Saint-Hubert), l'uniformisation de sa forme rédactionnelle et l'intégration des dernières tendances en urbanisme et en aménagement du territoire. Le tout, en adéquation avec une vision concertée de son territoire. Cette révision vise à assurer une densification résidentielle à échelle humaine de ses secteurs de développement, la création de milieux de vie sains, complets et accessibles, d'assurer une saine gestion des eaux pluviales, la réduction des îlots de chaleur et d'espaces de stationnement de surface, la protection des espaces verts et des milieux naturels, etc.

Cette révision des règlements d'urbanisme aura des impacts sur notre Stratégie de revitalisation et il faudra en tenir compte. Il est également probable que la mise en œuvre de la Stratégie implique éventuellement des modifications additionnelles à nos règlements d'urbanisme.

Stratégie de développement économique

En 2019, la Ville adoptait sa Stratégie de développement économique 2019-2025, visant à prioriser ses actions de développement autour de trois pôles majeurs, soit le centre-ville, le pôle Roland-Therrien et la zone aéroportuaire. Ainsi, cette Stratégie vise à créer les conditions idéales de développement dans ces secteurs, en collaboration avec une multitude d'acteurs. À cet effet, la Ville établit trois orientations stratégiques et 11 actions de développement :

Orientation #1 — Stimuler les investissements privés

- redévelopper le centre-ville ;
- redévelopper le pôle Roland-Therrien ;
- maximiser le développement de la zone aéroportuaire ;
- prioriser le développement de terrains vacants déjà desservis ainsi que le redéveloppement de sites et de bâtiments insuffisamment exploités ;

- développer l'ensemble du territoire (à l'extérieur du centre-ville et du pôle Roland-Therrien).

Orientation #2 — Soutenir les entreprises

- offrir un guichet unique par l'entremise du Bureau de développement économique (BDE) ;
- accompagner les acteurs économiques dans la réalisation de leurs projets ;
- accroître la mobilité par l'optimisation des infrastructures de transport ;
- simplifier et adapter le cadre réglementaire et les processus aux impératifs d'un développement ordonné et structurant.

Orientation #3 — Accroître le rayonnement et la force d'attraction de Longueuil

- propulser l'image et la notoriété de la ville par un positionnement fort ;
- intensifier les efforts de prospection, de promotion, d'attraction et de rétention.

Cette Stratégie comprend des indicateurs de suivis, pour évaluer l'incidence de ses interventions sur les territoires ciblés. Elle compte aussi plusieurs fiches de développement spécifiques, rassemblant l'ensemble des caractéristiques des lots ayant un potentiel de développement ou de redéveloppement. Depuis ce temps, la Ville a révisé son approche de développement, en fonction des contraintes identifiées par les démarches et études spécifiques menées depuis l'adoption de ce document. Si cette Stratégie est conservée, une importante mise à jour est à prévoir.

Plan de relance économique de la Ville

Avant d'élaborer le plan de relance du centre-ville de Longueuil, financé par le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIE), la Ville de Longueuil a adopté, en 2020, son Plan de relance économique 2020-2025. En réponse au contexte pandémique, la Ville souhaitait mettre à profit tous ses leviers pour jouer un rôle clé dans la relance économique sur son territoire. À cet effet, elle a identifié quatre axes d'interventions, comportant 11 actions et 9 projets distincts :

Axe d'intervention #1 — Mettre en œuvre une gouvernance et un leadership efficaces

- assurer les représentations pour obtenir du gouvernement les pouvoirs nécessaires à la relance ;
- évaluer l'opportunité de modifier la gouvernance de réalisation des projets majeurs dans l'optique d'accélérer leur réalisation pour un impact économique significatif.

Axe d'interventions #2 — Offrir un soutien aux entreprises et aux industries

- soutenir DEL dans la mise en œuvre de son plan de relance ;
- développer une stratégie fiscale pour le secteur commercial et industriel ;
- accélérer la revitalisation et le redéveloppement urbain ;
- contribuer à faire valoir les intérêts des commerces et des entreprises et jouer un rôle d'accompagnement auprès de ceux-ci.

Axe d'interventions #3 — Développer des initiatives de développement durable

- déployer des initiatives en lien avec l'environnement, l'autonomie alimentaire et la ville intelligente ;
- établir une stratégie de soutien à l'économie sociale et à l'achat local.

Axe d'interventions #4 — Investir dans des projets d'infrastructures publiques

- utiliser les investissements publics en infrastructures comme levier de création de valeur ;
- soutenir les projets d'infrastructures stratégiques et structurants ;
- faciliter la mise en chantier des projets dont la planification est complétée.

La portée de ce Plan doit encore être évaluée par la Ville, mais il importe de tenir compte de son existence dans le cadre de cette démarche.

Stratégie d'habitation de Longueuil

Bien que la Ville souhaite mettre en place une Stratégie de revitalisation axée sur le volet commercial des artères, il est primordial de se pencher sur le volet habitation dans nos cœurs de quartier. En effet, l'habitation est la pierre angulaire du développement de la ville et l'intégration d'une plus grande mixité des fonctions sur nos artères commerciales permettra de créer un dynamisme renouvelé sur celles-ci. La vitalité de la fonction commerciale étant en perte de vitesse, les besoins en logements doivent être pris en compte dans nos démarches d'élaboration de la Stratégie de revitalisation des cœurs de quartier.

Ainsi, la Ville a adopté, en 2023, la nouvelle Stratégie d'habitation de Longueuil pour guider les actions municipales relativement à la création et le maintien de logements sur notre territoire, notamment les logements sociaux et abordables. En ce sens, la Ville identifie trois axes d'interventions et sept orientations de développement :

Axe 1 — Augmenter l'offre de logements

Orientation 1 : Réduire les freins et les obstacles à la construction résidentielle

Orientation 2 : Stimuler le développement immobilier

Orientation 3 : Définir et communiquer une vision claire et cohérente du développement

Axe 2 — Protéger l'abordabilité existante

Orientation 1 : Soutenir la mise hors marché des logements abordables existants

Orientation 2 : Prévenir la perte de l'usage locatif longue durée

Axe 3 — Assurer l'accès à un logement de qualité

Orientation 1 : Favoriser le maintien en bon état des logements locatifs

Orientation 2 : Soutenir les ménages en difficulté

Plan de mobilité active et Plan directeur des déplacements cyclables

Ces deux plans de la Ville ont pour objectif de favoriser et d'encourager les déplacements actifs sur le territoire longueillois, notamment à pied et à vélo. Ce type de déplacements offre de nombreux bienfaits, que ce soit en termes de santé publique, d'accessibilité aux grands générateurs de déplacements, d'économie de coûts et il contribue également au développement d'une économie plus durable. Pour ce faire, il est nécessaire de planifier des aménagements sécuritaires, confortables, axés sur les principes de l'intermodalité et leur inclusion dans un réseau connecté. Plusieurs propositions y sont inscrites et celles-ci devront être intégrées à notre Stratégie de revitalisation, de même que les démarches de planification en cours pour ce qui est à la gestion des stationnements sur rue.

Plan climat et plan de verdissement

Sans pouvoir dévoiler les détails, la Ville de Longueuil travaille activement à la rédaction d'un Plan Climat et d'un Plan de verdissement à l'échelle de son territoire. Le premier vise la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) et l'adaptation aux changements climatiques sur le territoire longueillois, tandis que le second traite davantage des besoins et les outils permettant un meilleur encadrement des mesures de verdissement sur le domaine public et privé. L'adoption de ces plans est planifiée d'ici la fin de l'année 2024. Les recommandations pourront, le cas échéant, être intégrées ou prises en compte dans notre Stratégie de revitalisation.

CONSTATS ET PERSPECTIVES

Maintenant que nous avons survolé brièvement les démarches antérieures de la Ville de Longueuil, il apparaît nécessaire de tracer les différents constats et perspectives de la dynamique commerciale longueuilloise. En 2015, pour mieux évaluer la vitalité commerciale sur son territoire, la Ville de Longueuil a demandé à Altus d'y réaliser une étude de diagnostic commercial. Bien que les données de cette étude commencent à dater, certains constats demeurent d'actualité aujourd'hui et c'est pour cette raison que nous vous en résumons les grandes lignes dans ce document d'informations.

Avant toute chose, Altus a voulu identifier les grandes tendances dans le commerce de détail à l'échelle nord-américaine, afin de mieux comprendre les défis que peuvent vivre ces établissements d'affaires et les risques associés à naviguer dans cet écosystème économique de plus en plus complexe et dépendant d'une multitude de facteurs. Voici donc un résumé de ces grandes tendances :

- développement du modèle commercial de grande surface comme véhicule de mise en marché et de gestion serrée des coûts ;
- accélération du phénomène de consolidation des grands détaillants à l'échelle nationale et internationale (combiné à un modèle de rationalisation et d'optimisation des réseaux) ;
- l'émergence des innovations technologiques, notamment l'optimisation des systèmes d'approvisionnement et la centralisation des achats ;
- le développement de l'Internet, les services de ventes en ligne et le développement d'un réseau de distribution par livraison directe (ou par un réseau de site de dépôts à différentes échelles géographiques) ;
- l'internationalisation des achats et la disparition graduelle des intermédiaires (importateurs, grossistes et distributeurs).

Ces tendances ont eu un impact considérable sur le développement du commerce de détail au cours des cinquante dernières années. Pour n'en nommer que quelques-uns : les besoins de surface grandissant des commerces, la délocalisation et la concentration commerciale dans des pôles le long des axes autoroutiers, la dévitalisation accélérée sur les artères traditionnelles, les habitudes de consommation qui ont changé avec le temps, etc. Tant bien que mal, les besoins en commerces et services de proximité, eux, sont toujours aussi importants pour la population résidente. Alors comment se répartit-elle sur notre territoire et répond-elle encore à l'ensemble des besoins exprimés ?

La dynamique commerciale à Longueuil

Même si la présente Stratégie de revitalisation des cœurs de quartier se concentre sur le territoire de la ville de Longueuil, il est important de prendre en compte le contexte régional de

l'agglomération pour mieux saisir les subtilités de l'offre et de la demande commerciales. À cet effet, l'agglomération de Longueuil se caractérise par quatre grands pôles commerciaux à vocation suprarégionale :

- Secteur des Promenades Saint-Bruno — Saint-Bruno et Saint-Hubert
- Boulevard Taschereau (Mail Champlain, Place Portobello, RioCan Greenfield Park, Galeries Taschereau et mégacentre Greenfield Park) — Brossard, Greenfield Park et Saint-Hubert
- Carrefour de la Rive Sud — Boucherville
- Quartier DIX30 — Brossard

Cette structure commerciale est complétée par un ensemble de centres commerciaux régionaux et communautaires, notamment la Place Longueuil, le Centre Jacques-Cartier, la Place Desormeaux et le Complexe Cousineau. Suivent ensuite les petits centres et les artères commerciales à vocation locale qui composent le paysage commercial de Longueuil (ex. : le centre Véronneau, le centre commercial de Lyon et la Plaza Actuel). Au total, 25 artères commerciales sont localisées sur notre territoire (voir la figure 5 à la page suivante).

À cette époque, Altus estimait la superficie commerciale dans l'agglomération de Longueuil à 10 667 700 pi², soit une proportion de 26,73 pi²/habitant. En comparaison, la proportion était de 16,41 pi²/hab. à Laval et 10,19 pi²/hab. à Montréal. Pour ce qui concerne spécifiquement la ville de Longueuil, la superficie commerciale est évaluée à 5 419 000 pi². Proportionnellement à la population totale à l'époque (231 409 personnes), cela donne un taux d'environ 23,42 pi²/habitant, soit très similaire aux données pour l'agglomération.

Même si ces données semblaient démontrer une situation d'offre excédentaire sur le territoire de l'Agglomération et de la Ville de Longueuil, il fallait prendre en compte la faible présence de pôles commerciaux d'importance sur le reste du territoire de la région métropolitaine de Montréal au sud du fleuve Saint-Laurent ; les trois plus gros étant les *SmartCentres* à Vaudreuil et Saint-Constant ainsi que le Carrefour Richelieu à Saint-Jean-sur-Richelieu. Ainsi, les habitants de la Rive-Sud parcouraient de plus grandes distances pour consommer des biens et services régionaux et l'offre commerciale de l'agglomération tendait à répondre à ce besoin.

Figure 5 : Localisation des artères commerciales sur le territoire de la ville de Longueuil



La structure commerciale de Longueuil

À l'échelle locale, toujours selon cette même étude de 2015, la structure commerciale de Longueuil comprenait 1655 locaux commerciaux (excluant les bureaux et services). Cette structure est divisée comme suit :

Type de commerce	Nb de commerces	% des établissements totaux	Superficie totale (pi ²)	% de la superficie totale
Restaurants	369	22,3 %	759 070	14,0 %
Biens courants (supermarché, dépanneur, pharmacie...)	368	22,2 %	1 464 510	27,0 %
Services personnels (coiffure, nettoyeur, agence de voyages...)	439	26,5 %	323 780	6,0 %
Biens durables et semi-durables (commerce de détail, magasins de meubles, vêtements, accessoire, électronique...)	479	28,9 %	2 871 550	53,0 %

Bien entendu, cette structure commerciale n'est pas identique d'un secteur à l'autre du territoire de Longueuil. Ainsi, voici un résumé des principales catégories de la structure commerciale observée sur les territoires faisant l'objet de la présente démarche :

- Dans le secteur du chemin de Chambly (Vieux-Longueuil), on retrouvait en 2015 un nombre important de superficies commerciales de biens courants (41,5 %), mais un nombre inférieur de biens durables et semi-durables (39,4 %) si l'on se compare à la moyenne longueuilloise ;
- Du côté Saint-Hubert cette fois, le secteur du chemin de Chambly était similaire à ce qui se retrouve ailleurs sur notre territoire ;
- Pour ce qui est du secteur Greenfield Park, on ne retrouve pas de constat spécifique concernant le boul. Churchill, mais, de façon plus large et en incluant le secteur du boul. Taschereau, on recense un nombre significativement supérieur de biens durables et semi-durables (60,3 %) en comparaison à la moyenne ;
- Enfin, et contrairement au secteur précédent, le secteur centre-ville (incluant le cœur de quartier Côteau-Rouge/Sainte-Hélène/Curé-Poirier) comptait un nombre nettement inférieur de commerces de biens durables et semi-durables (33,9 %), mais un nombre important de commerces de services personnels (10,4 %) et de commerces de la restauration (23,7 %) comparativement à la moyenne longueuilloise.

Pour y voir plus clair, Altus a développé un indice de saturation commerciale qui permet de mesurer le rapport entre l'offre et la demande théorique. À l'échelle de la ville de Longueuil, on évaluait que la structure commerciale de la ville était en légère suroffre (6 %), mais que cette situation pourrait se stabiliser d'ici 2026 si la projection de la croissance démographique suivait son cours. Encore une fois, la répartition de cette suroffre commerciale est distincte d'un secteur

à l'autre et nous vous les présentons à la page suivante (veuillez noter que les données suivantes n'incluent pas la catégorie des biens durables et semi-durables, car leur concentration en grappe rend cette analyse superficielle) :

- Pour le chemin Chambly (Vieux-Longueuil), on retrouvait en 2015 une sous-offre de pharmacies, produits de santé et commerces de soins personnels ainsi que des commerces de services personnels tandis que les dépanneurs et spécialistes alimentaires étaient en suroffre. Du côté des commerces de la restauration, on retrouvait une suroffre de restaurant à service restreint (tel que des restaurants de *fastfood*) et une sous-offre de restaurant à service complet (tel que des restaurants avec service aux tables) ;
- Pour ce qui est du chemin Chambly dans le vieux Saint-Hubert, il y avait une sous-offre de supermarchés et des commerces de soins personnels de type nettoyeurs, buanderie et cordonneries. À l'opposé, il y avait une suroffre de dépanneurs et spécialistes alimentaires ainsi que les commerces de services personnels de type coiffure et esthétique. Du côté des commerces de la restauration, on retrouvait une situation similaire au Vieux-Longueuil avec une suroffre de restaurant *fastfood* et une sous-offre de restaurants à service complet ;
- En ce qui concerne le secteur Greenfield Park, l'analyse réalisée identifiait une situation de suroffre sur à peu près tous les fronts, mais plus particulièrement les dépanneurs et spécialistes alimentaires, les commerces de services personnels de type coiffure et esthétique et les restaurants à service restreint. La seule catégorie commerciale qui était en sous-offre est le commerce de services personnels de type nettoyeurs, buanderies et cordonneries ;
- Enfin, le secteur du centre-ville comportait une sous-offre importante de supermarchés. En revanche, le secteur se retrouvait en situation de suroffre au niveau des dépanneurs et spécialistes alimentaires, les commerces de services personnels de type nettoyeurs, buanderies et cordonneries et les restaurants de type *fastfood*.

En conclusion, en 2015, la situation de l'offre et la demande commerciale était inégale d'un secteur à l'autre du territoire longueuillois. Ainsi, la démarche participative menant à une Stratégie de revitalisation des cœurs de quartier permettra de mettre en lumière les raisons expliquant ces disparités à partir de l'analyse des habitudes de consommation des participants et acteurs locaux. La Direction du développement de la Ville de Longueuil, quant à elle, pourra éventuellement octroyer un mandat pour explorer certaines des solutions envisagées pour revitaliser ces artères commerciales longueuilloises et réduire ces disparités.

ENJEUX ET DÉFIS DE LA REVITALISATION COMMERCIALE

Plusieurs facteurs influencent la vitalité d'une artère commerciale. Certains concernent des considérations physiques ou esthétiques, d'autres font appel à notre sentiment d'appartenance ou à l'identité locale d'un lieu et d'autres encore touchent plus spécifiquement à l'ambiance du secteur et à l'attraction qu'il exerce sur nos habitudes de consommations. Ainsi, il est essentiel d'avoir une stratégie intégrée de revitalisation commerciale pour bien prendre en compte l'ensemble de ces facteurs et l'impact qu'ils ont sur la vitalité des artères commerciales longueuilloise.

Les principaux indicateurs de la vitalité commerciale

Le taux de vacance est l'un de ces indicateurs qui mesurent la santé économique d'une artère commerciale. Plus le taux est élevé, plus l'expérience commerciale laisse à désirer et plus l'impact se fait ressentir chez les commerces voisins. Avec moins de diversité commerciale, les artères deviennent moins attirantes pour les consommateurs qui priorisent d'autres lieux pour effectuer leurs achats. Cette situation est encore plus vraie lorsqu'elle concerne les centres commerciaux qui ont été mis sur pied justement pour favoriser la concentration commerciale dans un même lieu. Finalement, la vacance commerciale a un impact relativement négatif sur la vitalité des artères et elle est souvent un indicateur qu'il y a un enjeu important pour l'implantation de commerces dans le secteur (coût, superficie, vétusté, attraction des lieux, etc.).

Le coefficient d'occupation du sol (COS) est un indicateur qui mesure l'optimisation de l'occupation des bâtiments sur un terrain donné. Il s'agit du quotient entre la superficie totale de plancher des bâtiments principaux et la superficie du terrain sur lequel ils se trouvent. Est-ce que le site ciblé est assez dense pour rentabiliser l'utilisation d'une portion bâtie ou, au contraire, y a-t-il une sous-utilisation de l'espace disponible, ce qui rend une impression de vide et de manque à combler ? Les espaces asphaltés, bétonnés, couloirs de circulation et stationnements sont utiles et parfois nécessaires pour favoriser l'accès à certaines artères commerciales et commerces, mais ils peuvent vite se retrouver en nombre trop important, ce qui devient une opportunité pour l'ajout de nouveaux espaces commerciaux ou un redéveloppement plus dense pouvant même intégrer de la mixité (commerces et logements).

L'état du bâtiment, la vétusté des installations, la qualité des aménagements sur le domaine privé et public sont des indicateurs de la vitalité ou l'état de délabrement dans lequel se retrouvent les artères commerciales. Il a été démontré que l'apparence et l'état d'un bâtiment sont des facteurs importants encourageant les consommateurs à entrer dans un commerce pour y effectuer des achats. De plus, la présence d'un accès universel facilite l'entrée au commerce pour toutes les catégories de consommateurs (personnes souffrant d'un handicap, famille avec poussette, etc.), ce qui devrait être la référence sur nos artères commerciales. Malheureusement, nous retrouvons encore fréquemment des bâtiments, sur les artères longueuilloises, n'intégrant pas de tels aménagements.

On peut en dire autant de la qualité des aménagements extérieurs sur le domaine privé (verdissement, allées de circulation, stationnements, éclairage, marches, terrasses, espaces de socialisation, etc.). De la même façon, la qualité des infrastructures publiques est essentielle à une expérience commerciale de qualité. La présence de trottoirs d'une largeur adéquate et en bon état, de routes sans nids de poule, de lampadaires pour éclairer le soir, de mobilier pour s'asseoir, d'arbres et espaces verts pour agrémenter les lieux sont tous des éléments que la Ville doit prendre en considération dans l'amélioration et le traitement soigné du domaine public.

Tout ce qui touche à l'accès aux artères commerciales et aux commerces qui s'y retrouvent — la présence de transport collectif, actif, des espaces de stationnement et des mesures d'accessibilité universelle — doit être pris en considération comme des indicateurs essentiels de la vitalité d'une artère commerciale. Ces éléments sont clés dans l'attractivité d'une artère, puisqu'ils touchent directement la capacité des consommateurs à se déplacer sur les lieux pour y effectuer des achats. Et puisque les modes de déplacements ont beaucoup évolué depuis la deuxième moitié du 20^e siècle, il est impératif de réfléchir aux divers moyens de transport et de leur efficacité à se rendre sur les artères commerciales longueilloises. D'autant plus lorsqu'on analyse les études économiques de vélo (véloéconomie) estimant l'impact des déplacements à vélo qui génèrent des retombées économiques d'environ 132 millions de dollars par année en Montérégie. Nonobstant ce phénomène en évolution constant, la culture de l'automobile est encore bien présente dans nos milieux, ce qui fait en sorte que des éléments tels que la fluidité de la circulation et la disponibilité de stationnement demeurent des préoccupations majeures pour une grande partie des consommateurs.

Enfin, le potentiel de redéveloppement est un indicateur permettant de mieux comprendre les possibilités offertes pour approuver divers projets immobiliers permettant de redynamiser une artère commerciale. Parfois, une vacance importante, une superficie commerciale inadéquate pour les besoins des commerces ou une sous-optimisation des terrains riverains aux grands axes de déplacement peuvent mener à une remise en question des usages autorisés sur les lieux. Est-ce que l'artère est en perte de vitesse et l'intégration d'une offre résidentielle permettrait de renverser la tendance tout en accueillant de nouveaux consommateurs au bénéfice du reste de l'artère ? Au contraire, y a-t-il des intersections stratégiques où la Ville pourrait consolider l'offre commerciale de proximité sur une artère afin de favoriser des habitudes de consommation et d'achat local ? Toutes ces questions demandent un effort de vision et de planification urbaine pour nous assurer que les cœurs de quartier ciblés retrouvent des artères commerciales vibrantes, attrayantes et répondant à leurs besoins locaux.

Les limites des compétences municipales

Après avoir identifié les principaux indicateurs de la vitalité des artères commerciales, il faut maintenant présenter les limites des compétences municipales octroyées par le Gouvernement du Québec et les diverses lois en vigueur encadrant le rôle et les responsabilités des villes en aménagement et en urbanisme. Les municipalités, incluant la Ville de Longueuil, ont la responsabilité de la planification durable du territoire. À cet effet, les municipalités traduisent

leur vision stratégique du développement et de l'aménagement du territoire dans un document de planification urbaine que l'on nomme le Plan d'urbanisme (voir la section précédente à cet effet).

Le Plan d'urbanisme dresse également les lignes directrices pour les règlements d'urbanisme qui, eux, servent à encadrer le développement qui a lieu sur le territoire longueuillois. Ces outils de la planification urbaine ont un impact à divers niveaux, notamment sur le développement économique local et régional. À ce sujet, les villes possèdent quelques pouvoirs en matière de développement économique, mais ces derniers sont fortement encadrés par diverses lois au Québec. Concrètement, la *Loi sur l'interdiction de subventions municipales* édicte qu'une municipalité ne peut, ni directement ni indirectement, venir en aide à un établissement privé, ce qui comprend l'octroi ou le prêt d'une somme d'argent et l'octroi d'une exemption de taxes à une entreprise privée. Outre des dispositions spécifiques, les villes ne peuvent pas utiliser les fonds publics pour venir en aide à une personne physique ou morale.

Voici donc une courte liste des dispositions spécifiques permettant aux municipalités d'accorder une aide financière à une entreprise privée de type commercial :

- toute aide qu'elle juge appropriée au niveau du développement économique local, dans la mesure prévue par le chapitre III (art. 90 LCM) :
 - Les domaines prévus par le chapitre III sont les suivants : un centre des congrès ou un centre de foires, un marché public, un embranchement ferroviaire ou un bureau d'information touristique;
- subvention à une société de développement commercial (art. 458.42 LCV) ;
- subvention aux fins de la démolition de bâtiments irrécupérables, impropres ou incompatibles avec leur environnement (art. 148.0.25 LAU) ;
- aide à une coopérative de solidarité (art. 91.1 LCM) ;
- aide pour relocaliser sur son territoire une entreprise commerciale ou industrielle qui y est déjà présente (art. 90 alinéa 3 LCM) ;
- aide à l'exploitant d'une entreprise privée pour un montant maximal de 250 000 \$ par exercice financier, soit le total annuel que la Ville peut octroyer à une ou plusieurs entreprises établies sur son territoire et répondant aux critères (art 92,1 alinéa 2 LCM) ;
- subvention à un OBNL dont le but est de fournir de l'aide technique à des entreprises situées sur son territoire (art. 11 LCM) ;
- programme d'aide financière dans le cadre d'un programme de revitalisation (art. 87 LAU).

Bien que les pouvoirs municipaux en matière d'aide financière soient limités, il est possible de mettre sur pied certains types de programme en ce sens. Voici quelques exemples de programmes qui ont été mis en place par d'autres municipalités québécoises :

- Programme de subvention visant la rénovation de façades donnant sur une artère commerciale (voir [Règlement R.V.Q. 2883](#) de la Ville de Québec) ;
- Programme de soutien à la vitalité commerciale du centre-ville (voir [divers règlements](#) de la Ville de Saint-Jean-sur-Richelieu) ;
- Programme de revitalisation pour la relance du centre-ville (voir [Règlement numéro 916-2022](#) de la Ville de Gatineau) ;
- Programme d'aide à la rénovation de locaux et de façades commerciales (voir [Règlement n° 1191](#) de la Ville de Sherbrooke).

Bien que les municipalités possèdent certains pouvoirs habilitants, les finances municipales sont plus que jamais mises à mal avec les enjeux de financement du transport collectif, nos responsabilités qui sont de plus en plus grandes, la vétusté des actifs immobiliers et des infrastructures qui nécessitent des investissements majeurs, l'adaptation aux changements climatiques, la préservation des milieux naturels, l'inflation, etc. Il est donc primordial pour la Ville, si elle met en place des programmes d'aide ou des stratégies impliquant des fonds municipaux, que le tout soit fait en s'appuyant sur des données probantes évaluant les retombées économiques de nos investissements. Ainsi, un travail de priorisation devra être réalisé, particulièrement en ce qui concerne les mesures financières que la Ville pourrait mettre sur pied, le cas échéant.

INTERVENTIONS OU STRATÉGIES

Maintenant que nous avons survolé le territoire de nos cœurs de quartier, présenté les constats et perspectives généraux et spécifiques de la dynamique commerciale longueuilloise et exploré les défis et enjeux de la revitalisation commerciale, il est temps de présenter la vision d'interventions de la Ville dans le cadre de cette Stratégie. Bien que plusieurs actions soient possibles pour relancer la vitalité des artères commerciales longueuilloises, il est essentiel de prioriser celles qui s'appliquent le mieux dans les cœurs de quartier ciblés par notre Stratégie.

Avant toute chose, il nous apparaît opportun de présenter les quatre grandes approches d'interventions qui guideront les interventions à réaliser dans nos cœurs de quartier. Il est à noter que même si ces approches sont distinctes, plusieurs approches peuvent être identifiées sur une seule et même artère, en fonction du degré d'interventions nécessaire et le degré de priorisation accordé à ce tronçon. Ces approches sont arrimées aux éléments de vision inscrit à notre Plan d'urbanisme, elles sont le fruit d'une réflexion du Bureau de développement économique (BDE) de la Ville de Longueuil et elles ont été validées avec les membres du Comité consultatif de développement économique (CCDE) mis sur pied par la Ville.

Voici donc la liste des quatre approches d'interventions :

- **Consolidation** : ces secteurs comportent des bâtiments généralement en bon état, des taux de vacances faibles, un bon potentiel commercial et un potentiel de redéveloppement (résidentiel ou mixte) faible ou nul à court et moyen terme. Pour ces secteurs, il est souhaitable de favoriser la consolidation des activités commerciales et peu d'interventions de la Ville sont requises.
- **Revitalisation/rénovation urbaine** : ces secteurs comportent des bâtiments généralement en moins bon état, un taux de vacances parfois important (10-20 %), une consolidation des activités commerciales plus difficile (mais envisageable) et un potentiel de redéveloppement à court terme faible ou nul. Pour ces secteurs, les interventions de la Ville visant à améliorer l'état des bâtiments et/ou du domaine public et une amélioration de la vitalité commerciale devraient être favorisées.
- **Transformation** : ces secteurs comportent des bâtiments généralement en moins bon état, un taux de vacance assez important (plus de 20 %), la consolidation commerciale est difficile, puisque la demande n'est pas au rendez-vous, et le redéveloppement est envisageable dans certains cas lorsque la capacité des infrastructures est suffisante. Pour ces secteurs, une combinaison d'interventions, incluant l'identification des tronçons plus propices au redéveloppement et ceux pour lesquels des interventions visant à améliorer l'état des bâtiments et/ou du domaine public et la vitalité commerciale devraient être favorisées.
- **Redéveloppement** : ces secteurs comportent des bâtiments en moins bon état nécessitant des travaux importants, le déclin de la fonction commerciale semble inévitable et la capacité des infrastructures est adéquate pour le redéveloppement.

Pour ces secteurs, les interventions devraient prioriser le redéveloppement, à des fins résidentielles ou mixtes, des immeubles commerciaux existants présentant le plus faible potentiel de consolidation des activités commerciales.

En tenant compte des quatre grandes approches d'intervention, le CCDE recommandait récemment au Conseil municipal de considérer divers moyens de mise en œuvre ou stratégies pour favoriser la revitalisation des artères commerciales. Le tableau qui suit identifie différents exemples d'interventions ou de stratégies qui pourraient être mises en œuvre sur nos artères commerciales et dans nos cœurs de quartiers longueuillois. Ces exemples sont loin d'être exhaustifs et auraient avantage à faire l'objet d'un échange avec les participants à cette démarche participative afin d'en identifier de nouvelles et surtout prioriser celles qui sont les plus prometteuses.

Catégorie	Interventions ou stratégies
Développement	- Identifier les sites prioritaires de redéveloppement, à des fins résidentielles ou mixtes, en fonction de la capacité résiduelle des infrastructures et de la vision du Plan d'urbanisme ; ▪ Pour les secteurs prioritaires de redéveloppement, mettre en place un cadre réglementaire et des procédures administratives simplifiées afin d'encourager le redéveloppement ; ▪ Pour les autres secteurs non prioritaires de redéveloppement et ceux situés à des intersections favorisant la consolidation commerciale, mettre en place un cadre réglementaire afin d'interdire la conversion d'immeubles commerciaux à des fins résidentielles ou mixtes.
Attraction	- Solliciter et mettre en relation les propriétaires d'immeubles à redévelopper avec des investisseurs potentiels ; - Identifier les secteurs prioritaires pour l'établissement de nouveaux commerces de proximité (en tenant compte des pôles existants, des déserts alimentaires et des besoins de la population) ; - Explorer des projets d'usage transitoire contribuant à réduire l'impact des locaux vacants (ex. : ateliers d'artistes, usages communautaires...).

Outils, soutien et financement	- Évaluer la possibilité de mettre en place des aides financières pour stimuler le redéveloppement ; - Évaluer la possibilité de mettre sur pied des mesures dissuasives (ex. : taxation) pour lutter contre la présence des locaux vacants sur les artères commerciales ; - Explorer l'idée de mettre sur pied des programmes de subvention pour la restauration des façades et de l'affichage publique des commerces (ex. : enseigne ou auvent lettrés) ; - Évaluer la possibilité d'offrir des formations de groupes ciblées pour les commerçants (marketing, fidélisation de la clientèle, techniques de vente, vente en ligne...) ; - Évaluer la possibilité de développement d'une image de marque sur les artères commerciales à consolider ; - Évaluer l'opportunité de mettre en place des campagnes favorisant l'achat local sur nos artères commerciales ; - Explorer la mise sur pied d'un programme d'accompagnement des commerçants lors des travaux municipaux prévus sur les artères commerciales à revitaliser ; - Évaluer l'opportunité d'offrir des incitatifs pour favoriser le verdissement des terrains privés et des stationnements hors rue ainsi que des subventions pour encourager la plantation d'arbres ; - Évaluer l'opportunité d'offrir des incitatifs afin d'améliorer l'accessibilité universelle des commerces.
Communications	- Mettre sur pied une liste de diffusion par courrier électronique pour informer les commerçants (ou leurs associations) sur les démarches de la Ville en cours et à venir ; - Intégrer des mesures de mitigation et une communication proactive auprès des commerçants lors des chantiers municipaux ; - Concevoir un guide d'accompagnement afin de mieux communiquer aux établissements d'affaires comment naviguer la réglementation municipale à cet effet.
Animation	- Explorer l'idée de mettre sur pied un programme d'animation sur les artères commerciales à consolider ; - Soutenir l'organisation d'événements ponctuels (ex. : Ribfest Longueuil) ; - Évaluer d'autres projets de piétonnisation saisonnière ou ponctuelle.

Projets infrastructures	- Arrimer nos objectifs de revitalisation des artères commerciales avec la planification des projets de réfection des infrastructures prévues au PTI et évaluer l'opportunité de devancer certains travaux sur des artères prioritaires ; - Lors de travaux de réfection du domaine public, prioriser les aménagements favorisant l'accessibilité universelle et l'intégration d'aménagements publics conviviaux (mobilier urbain, espaces de socialisation et/ou places publiques, œuvre d'art ou art public, verdissement, plantation d'arbres, agriculture urbaine...) ; - Lors de travaux de réfection du domaine public, prioriser les aménagements favorisant la mobilité active (pistes cyclables sécuritaires et intégrées au réseau, larges trottoirs, sécurité aux intersections...) ; - Analyser l'offre de stationnement disponible et évaluer les opportunités de mutualiser les cases de stationnement dans les secteurs à revitaliser.
Mobilité	- Arrimer nos efforts de planification des déplacements, notamment actifs, avec les principes de la multimodalité et l'intermodalité ; - Évaluer avec le RTL la possibilité de bonifier l'offre de services de transport collectif sur les artères commerciales en tenant compte des besoins des consommateurs et des employés ; - Évaluer l'opportunité de mettre en place une campagne de communication conjointe Ville/RTL pour favoriser l'achat local et le transport collectif ; - Évaluer l'opportunité d'étendre l'offre de BIXI sur certaines artères commerciales ; - Évaluer l'opportunité d'étendre l'offre d'autopartage (ex. : Communauto) sur certaines artères commerciales.

Ces interventions, et d'autres qui pourraient être identifiées lors de la démarche participative de l'Office, devront être priorisées et adaptées aux enjeux spécifiques de nos cœurs de quartier, afin de mettre en œuvre la meilleure stratégie au meilleur emplacement. Les opinions partagées à ce moment permettront ainsi d'alimenter nos réflexions collectives pour produire un contenu juste et en adéquation avec l'identité locale et les besoins de chacun de nos cœurs de quartier.

CONCLUSION

Les informations contenues dans ce document constituent un bref portrait du diagnostic et des éléments préliminaires sur lesquels l'élaboration de la Stratégie de revitalisation des cœurs de quartier devrait s'appuyer. La Ville souhaite donc élargir ses connaissances à partir de la fine compréhension terrain et les expériences vécues par la population et autres acteurs locaux (commerçants, promoteurs immobiliers, etc.), notamment sur des aspects plus qualitatifs comme l'identité locale, le sentiment d'appartenance, l'expérience commerciale, les besoins et les attentes des parties prenantes, etc. La démarche participative ainsi prévue avec l'Office de participation publique de Longueuil (OPPL) permettra de répondre aux objectifs du mandat, tout en alimentant la Ville de différents points de vue à intégrer à notre future Stratégie de revitalisation.

RÉFÉRENCES

ALTUS (2015). *Diagnostic commercial*, rapport préliminaire pour la Ville de Longueuil.

CHAMBRE DE COMMERCE DU MONTRÉAL MÉTROPOLITAIN (2020). *Plan d'action pour renforcer le secteur du commerce de détail*, [En ligne]. (<https://www.ccm.ca/fr/publications/plan-d-action-pour-renforcer-le-commerce-de-detail/>). Page consultée le 10 octobre 2024.

CŒURS DE VILLES ET VILLAGES (2021). *Centres-villes, artères commerciales et entreprises de proximité : État de la situation*, [En ligne]. (https://chantier.qc.ca/wp-content/uploads/2019/05/E%CC%81tat-de-la-situation_Centre-villes-arte%CC%80res-commerciales-et-entreprises-de-proximite%CC%81_25012021.pdf). Page consultée le 10 octobre 2024.

DÉTAIL QUÉBEC (2020). *Portrait du commerce de détail au Québec*, [En ligne]. (https://detailquebec.com/wp-content/uploads/2020/12/Portrait_commerce_detail_Quebec_Sommaire.pdf). Page consultée le 10 octobre 2024.

GÉOCOM (2006). *Tendances commerciales, les interventions pour s'adapter*, [En ligne]. (https://ville.montreal.qc.ca/pls/portal/docs/page/librairie_fr/documents/tendances_commerciales.pdf). Page consultée le 10 octobre 2024.

LA FONDATION RUES PRINCIPALES (2007). *Le développement durable et l'urbanisme commercial*, [En ligne]. (<https://numerique.banq.qc.ca/patrimoine/details/52327/1906645>). Page consultée le 10 octobre 2024.

LA FONDATION RUES PRINCIPALES (2004). *Étude sur la composition commerciale des artères traditionnelles*, [En ligne]. (https://www.economie.gouv.qc.ca/fileadmin/content/documents_soutien/secteur_activites/commerce/depliant_etude_composition_rue_commerciale.pdf). Page consultée le 10 octobre 2024.

NOREAU, J. (2022). *Le commerce de détail au Québec : zone de turbulence*, Desjardins, [En ligne]. (<https://www.desjardins.com/content/dam/pdf/fr/particuliers/epargne-placements/etudes-economiques/quebec-commerce-detail-aout-2022.pdf>). Page consultée le 10 octobre 2024.

VILLE DE GATINEAU (2024). *Programme de revitalisation pour la relance du centre-ville*, [En ligne]. (https://www.gatineau.ca/portail/default.aspx?p=guichet_municipal/subventions_commandites/programme_revitalisation_relance_centre_ville). Page consultée le 13 septembre 2024.

VILLE DE LONGUEUIL (2024). *Des histoires et des archives*, [En ligne]. (<https://archives.longueuil.quebec/#event-e40>). Page consultée le 9 septembre 2024.

VILLE DE LONGUEUIL (2024). *Révision de la réglementation d'urbanisme*, [En ligne]. (<https://www.longueuil.quebec/fr/revision-reglementation-urbanisme>). Page consultée le 8 octobre 2024.

VILLE DE LONGUEUIL (2023). *Stratégie d'habitation de Longueuil*, [En ligne]. (https://cms.longueuil.quebec/sites/default/files/medias/2023-12/Strat%C3%A9gie%20habitation%202023_VF_11dec2023.pdf). Page consultée le 12 août 2024.

VILLE DE LONGUEUIL (2023). *Plan d'action amendé pour la relance du centre-ville de Longueuil*, [En ligne]. (https://cms.longueuil.quebec/sites/default/files/medias/documents/2023-07/Plan%20d%26%23039%3Baction-Relance%20centre-ville_2023_VF.pdf). Page consultée le 4 septembre 2024.

VILLE DE LONGUEUIL (2021). *Relevés terrains sur les artères commerciales de Longueuil*, relevés réalisés lors de l'été 2021 à Longueuil.

VILLE DE LONGUEUIL (2021). *Plan d'urbanisme de Longueuil 2021-2035*, [En ligne]. (<https://longueuil.quebec/fr/services%2Fplan-urbanisme>). Page consultée le 21 août 2024.

VILLE DE LONGUEUIL (2020). *Survol du plan de relance économique 2020-2025 de la Ville de Longueuil*, [En ligne]. (<https://cms.longueuil.quebec/sites/default/files/medias/documents/2021-02/Plan%20relance%20economique%202020.pdf>). Page consultée le 8 octobre 2024.

VILLE DE LONGUEUIL (2019). *Longueuil incontournable : Stratégie de développement économique de la Ville de Longueuil 2019-2025*, [En ligne]. (https://investir.longueuil.quebec/sites/default/files/2020-02/Strat%C3%A9gie%20d%C3%A9veloppement%20%C3%A9conomique_VF.pdf). Page consultée le 8 octobre 2024.

VILLE DE LONGUEUIL (2018). *Plan directeur des déplacements cyclables*, [En ligne]. (<https://investir.longueuil.quebec/sites/default/files/contenu/fichiers/plan%20directeur%20d%C3%A9placements%20cyclables.pdf>). Page consultée le 11 octobre 2024.

VILLE DE LONGUEUIL (2013). *Plan de mobilité active 2035*, [En ligne]. (<https://cms.longueuil.quebec/sites/default/files/medias/2021-09/Plan%20de%20mobilit%C3%A9%20active.pdf>). Page consultée le 11 octobre 2024.

VILLE DE QUÉBEC (2024). *Subvention visant la rénovation de façades donnant sur une artère commerciale*, [En ligne]. (https://www.ville.quebec.qc.ca/apropos/programmes-subventions/habitation/facade_artere.aspx). Page consultée le 13 septembre 2024.

VILLE DE SAINT-JEAN-SUR-RICHELIEU (2024). *Programmes de soutien à la vitalité commerciale du centre-ville*, [En ligne.] (<https://sjsr.ca/permis-urbanisme/aide-financiere/vitalite-commerciale-vsi/>). Page consultée le 13 septembre 2024.

VILLE DE SHERBROOKE (2024). *Programmes d'aide à la rénovation*, [En ligne]. (<https://www.sherbrooke.ca/fr/services-a-la-population/subventions-et-aide-financiere/programmes-d-aide-a-la-renovation>). Page consultée le 13 septembre 2024.

VIVRE EN VILLE (2021). *Transformer les boulevards et les routes à vocation commerciale*, [En ligne]. (https://vivreenville.org/media/1148475/venv_2021_transformerlesboulevardsetlesroutesavocationcommerciale_reduit.pdf?carrefour). Page consultée le 10 octobre 2024.