

Association des sociétés
de développement
commercial de Montréal

Mémoire présenté à la Commission sur le développement économique et urbain et l'habitation dans le cadre de la consultation publique sur les locaux vacants sur les artères commerciales.

À propos de l'ASDCM

Formée en juin 2007, l'Association des sociétés de développement commercial de Montréal (ASDCM) regroupe aujourd'hui 20 sociétés de développement commercial (SDC) regroupant plus près de 12 500 commerces et places d'affaires. Il s'agit du plus important regroupement d'entrepreneurs de l'agglomération montréalaise.

Les SDC de Montréal déploient des stratégies adaptées à la spécificité de chaque quartier, contribuant ainsi à enrichir la qualité de vie du milieu, à promouvoir l'identification des citoyens à leur quartier et à soutenir le développement économique, culturel, communautaire et social sur le territoire qu'elles occupent.

La mission de l'ASDCM est de soutenir le développement des SDC et de représenter les enjeux qui les concernent, contribuant à l'amélioration de leur performance ainsi qu'à celle de leurs membres.

Les membres de l'ASDCM

Avenue du Mont-Royal
Boulevard Monk
Boulevard Saint-Laurent
Côtes-des-Neiges
Destination Centre-Ville
District Central
Fleury Ouest
Hochelaga
Jean-Talon
Laurier Ouest
Les Quartiers du Canal
Petite-Italie Marché Jean-Talon
Plaza Saint-Hubert
Promenade Fleury
Promenade Masson
Promenade Wellington
Quartier D (Décarie)
Quartier latin
Rue Saint-Denis
Village

Tables des matières

Sommaire 5

Contexte 6

Les principaux enjeux 7

- Les données 7
- Contrôle de la superficie commerciale 9
- Redevance règlementaire 11
- Minimiser l'impact des locaux vacants 12
- Un patrimoine urbain à la hauteur de nos ambitions 12
- Protéger le marché contre la spéculation immobilière 15
- Programme d'appui à l'acquisition commerciale 15
- Alléger la règlementation 16
- Encadrement des baux commerciaux 17
- Une vision concertée sur l'importance des artères commerciales à Montréal 18
- Vers l'atteinte d'un équilibre entre la fiscalité résidentielle et commerciale 19
- La vitalité des artères commerciales, un enjeu national 20

Sommaire des recommandations 20

Conclusion 22

Annexe 23

- Annexe 1 _ Déclaration de la mairesse Valérie Plante 23

Sommaire

Bien plus qu'un simple lieu de consommation, les rues principales et les commerces qui y ont pignon sur rue sont des lieux de rassemblement et de socialisation – ce sont les poumons économique, culturel et social des villes. Ce constat est d'autant plus vrai à Montréal où chaque rue principale constitue le cœur et l'identité des multiples quartiers qui s'assemblent en une mosaïque de cultures qui forme la métropole du Québec.

Or, la vitalité de nos rues principales est menacée. En effet, depuis plus d'une décennie, nous constatons que, malgré une croissance économique record[1], plusieurs artères commerciales de la métropole affichent un taux d'inoccupation inquiétant[2].

« Le commerce sur rue est une partie essentielle de notre trame urbaine. Cette trame ne serait jamais complète sans des artères vibrantes, qui sont des lieux de rencontres et de socialisation autant que des espaces répondant à des besoins pratiques. »

- Guy Cormier, chef de la direction du Mouvement Desjardins et président du comité consultatif sur le Plan commerce de la Ville de Montréal

UN PHÉNOMÈNE NATIONAL ET MONDIAL

Ce phénomène n'est pas propre à Montréal : la dévitalisation commerciale semble affecter plusieurs villes du Québec, dont Trois-Rivières[3] et Sherbrooke[4]. Le phénomène affecte aussi plusieurs villes d'occident, plus particulièrement aux États-Unis[5], en Grande-Bretagne[6] et en France[78] . Aucun cas n'est plus frappant que la Fifth Avenue à New York, l'artère commerciale la plus prestigieuse au monde, qui affiche aujourd'hui un taux d'inoccupation de près de 25 %[9].
Devant ce constat alarmant, nous nous réjouissons que la Ville de Montréal entame une consultation publique en matière de vacance commerciale. L'ASDCM apprécie cette démarche notamment parce que ses recherches démontrent que toute mesure efficace ayant permis de s'attaquer concrètement à la vacance commerciale a été précédée d'une forme de consultation publique.

Dans le cadre du présent mémoire, l'ASDCM fera état de ses constats et de ses recommandations visant l'adoption des mesures qu'elle considère les plus efficaces pour aborder l'enjeu des locaux vacants.

[1] La Presse. *Montréal en tête de la croissance économique au pays*, 2018
[2] Journal de Montréal, Dominique Chambron-Goulet, 2019
[3] TVA Nouvelles. *Trois-Rivières se donne des moyens pour attirer des commerçants*, 2018
[4] TVA Nouvelles. *De nombreux locaux vacants au centre-ville de Sherbrooke*, 2019
[5] Bloomberg. *America's Retail Apocalypse Is Really Just Beginning*, 2017
[6] The Independent. *We are witnessing the death of the High Street*, 2019
[7] Olivier Razemon. *Comment la France a tué ses villes*
[8] La Presse. *Commerce de détail : trois pays, une crise*, 2019
[9] The Wall Street Journal. *Fifth Avenue Losing Luster as Vacancies Climb, Rents Fall*, 2019

Contexte

Constatant les difficultés que vivent plusieurs artères commerciales à Montréal, la nouvelle administration arrivée au pouvoir en 2017 a mis sur pied un comité d'experts afin de formuler des recommandations en prévision de l'élaboration d'un plan d'action en commerce visant à soutenir la vitalité commerciale de la métropole. Présidé par le chef de la direction du Mouvement Desjardins, monsieur Guy Cormier, le comité consultatif a émis 23 recommandations[10], dont certaines visant à lutter contre la vacance commerciale.

Suite au dépôt du rapport Cormier, l'administration Plante a adopté un plan d'action en commerce et déploie des actions pour aider les commerçants montréalais. Pensons entre autres à l'application d'une diminution du taux de taxation sur la première tranche de 500 000 $ de valeur des bâtiments non-résidentiels. Cette action, qui a été bonifiée à 625 000 $ pour l'année 2020, a permis de limiter la croissance du fardeau fiscal pour environ 90 % des commerces montréalais. Un programme de compensation pour les commerces affectés par les effets d'un chantier majeur de construction a aussi été mis en place, une première au Canada. Avec la multiplication des actions entamées par l'administration, il est clair que la santé des artères commerciales fait maintenant partie des priorités de Montréal.

Malgré cela, le phénomène de la vacance commerciale prend de l'ampleur. Il nous apparaît évident que cette situation est le fruit d'une multitude de facteurs qui sévissent aux niveaux municipal, national et international. Pensons notamment aux produits et services achetés en ligne sur des sites hors Québec dont la valeur est estimée à plus de 4,9 G$ en 2015 comparativement à seulement 1,7 G$ pour les transactions effectuées sur les sites québécois[11]. Notons aussi la présence encore faible des détaillants québécois sur des plateformes de vente en ligne. En effet, même si environ 90 % d'entre eux ont un site Web, seulement 14 % l'utilisent pour vendre des produits ou des services en ligne[12]. Outre ces facteurs, nous pouvons aussi rappeler les embûches administratives auxquelles les commerçants font face lorsqu'il est temps pour eux d'ouvrir un commerce, d'effectuer des rénovations ou d'obtenir un permis[13].

Les enjeux sont nombreux et les solutions sont difficilement applicables à grande échelle et dans de courts délais. Dans ce mémoire, nous formulons des recommandations pragmatiques qui permettront à l'ensemble des acteurs concernés de s'attaquer efficacement au fléau de l'inoccupation commerciale à Montréal.

[10] Comité consultatif sur le Plan commerce. *Renouer avec le commerce sur rue : un chantier prioritaire*, 2018

[11] Institut du Québec. *Rétablir l'équité fiscal : Enjeux du commerce électronique et de la fiscalité au Québec*, 2017

[12] Institut du Québec. *Le commerce en ligne au Québec : Passer du retard à la croissance*, 2015

[13] La Presse. *La lenteur dans la délivrance des permis montréalais dénoncée*, 2017

Les principaux enjeux

Les pistes de solutions face à la problématique des locaux vacants sont nombreuses. Puisque le sujet étudié par la commission est complexe et multifactoriel, il sera essentiel d'axer la réflexion de façon stratégique en analysant la situation sous plusieurs angles. Il est important de garder en tête que seule l'application d'un bouquet d'actions permettra d'obtenir un impact concret contre la vacance commerciale. Il est donc recommandé qu'un comité de suivi composé de divers acteurs dont des élus, des représentants des SDC, du secteur de l'immobilier et de la communauté, soit mis sur pied pour s'attaquer au problème de la vacance commerciale à Montréal. Un plan d'action devra être défini par ce comité et des gestes devront être posés rapidement afin d'éviter une situation de crise comme celles que nous observons ailleurs.

Recommandation 1 :
Créer un comité de suivi et un plan d'action pour lutter contre la vacance commerciale.

LES DONNÉES

« In God we trust. Everyone else, bring data. »

- Michael Bloomberg, ex-maire de New York

S'il existe un consensus autour du constat que la multiplication des locaux commerciaux est préoccupante, l'absence de données publiques fiables est fort inquiétante. En effet, contrairement à l'immobilier industriel et les bureaux[14], il existe très peu de données sur le commerce sur rue. Le débat entourant la vitalité des artères commerciale est donc principalement basé sur les perceptions plutôt que sur les faits.

Bien que certains acteurs possèdent des informations au sujet des taux d'inoccupation, de l'offre commerciale et du coût moyen des loyers, ces données sont réparties chez ces divers acteurs selon une méthodologie variable et parfois peu rigoureuse en plus d'être rarement disponibles publiquement. À titre d'exemple, la plupart des SDC effectuent périodiquement une analyse de leur taux d'inoccupation et certaines suivent le taux de roulement des entreprises et la valeur locative selon le type de commerce. Toutefois, celles-ci couvrent 5 000 commerces au rez-de-chaussée alors que l'Île de Montréal en compte plus de 17 000[15]. La Ville de Montréal, quant à elle, possède un portrait du commerce pour l'ensemble de l'agglomération, mais celui-ci ne représente qu'un portrait figé dans le temps en plus d'être extrêmement onéreux à produire puisqu'il requiert un recensement physique des lieux. Les données sont donc présentement diffuses et incomplètes.

Pour ces raisons, l'ASDCM propose de mettre en place une base de données complète et uniformisée sur l'armature commerciale de la métropole. Afin de mettre sur pied un plan d'action efficace pour contrer la vacance commerciale, l'ASDCM propose d'abord de brosser un portrait complet de la situation et d'en suivre l'évolution afin de bien comprendre la problématique et évaluer l'impact des actions de la Ville et de ses partenaires sur l'ensemble de l'armature commerciale de Montréal. Cette base de données devra inclure les éléments suivants : taux d'inoccupation, taux de rotation des commerces, type de commerces, données d'achalandage, taux locatifs, taxes de vente générées par territoire, données sociodémographiques, provenance de la clientèle et mode de transport utilisé.

Parmi les partenaires essentiels à la réalisation d'une telle base de données, notons l'ASDCM et ses membres, la Ville de Montréal et ses arrondissements, le réseau PME MTL, Stationnement de Montréal, la STM, Revenu Québec et le ministère de l'Économie et de l'Innovation.

[14] Ville de Montréal. Montréal économique en bref.

[15] Ville de Montréal. *Portrait commercial 2016*

Recommandation 2 :
Développer une base de données et d'indicateurs uniformes qui permettra de brosser un portrait complet de la vitalité commerciale de Montréal, de suivre son évolution et d'orienter les actions à implanter.

Ce tableau de bord aura pour objectifs de mesurer et d'observer l'état de la situation au fil des années, de soutenir des territoires en difficulté ainsi que de prévenir les problèmes potentiels dans d'autres secteurs. Le bilan sera partagé par tous les acteurs et partenaires du projet.

Pour réaliser un tel portrait, l'ASDCM souhaite s'inspirer d'outils existants et efficaces pour suivre l'évolution de la situation. À titre d'exemple, l'application Live XYZ, déjà bien implantée à New York, qui suit la variation de la vacance et de l'offre commerciale, en plus d'offrir une multitude d'autres informations pertinentes pour tous les acteurs du développement économique de la région.

Dans le même ordre d'idées, il est essentiel de répertorier les nombreux locaux vacants à Montréal. La création d'un registre des locaux vacants par la Ville de Montréal est nécessaire afin de pouvoir mesurer concrètement l'évolution de la situation. Ce registre permettra de mesurer la durée de la vacance et d'intervenir directement dans le cas de bâtiments qui seraient laissés vacants sur de longues périodes de temps. En ce sens, notons que les SDC peuvent contribuer à assurer la tenue d'un futur registre sur leur territoire. La proximité de ces organisations avec l'environnement commercial leur permet de vérifier l'état du registre et de proposer des corrections au besoin. À l'instar du registre de la Ville de New York[16], celui-ci devra faire état des coordonnées complètes du propriétaire du bâtiment, de la date de sa mise en vacance ainsi que la raison de celle-ci. Une mise à jour régulière ou idéalement en temps réel du registre sera nécessaire et une vérification sur le terrain devra être effectuée pour éviter toute fausse déclaration.

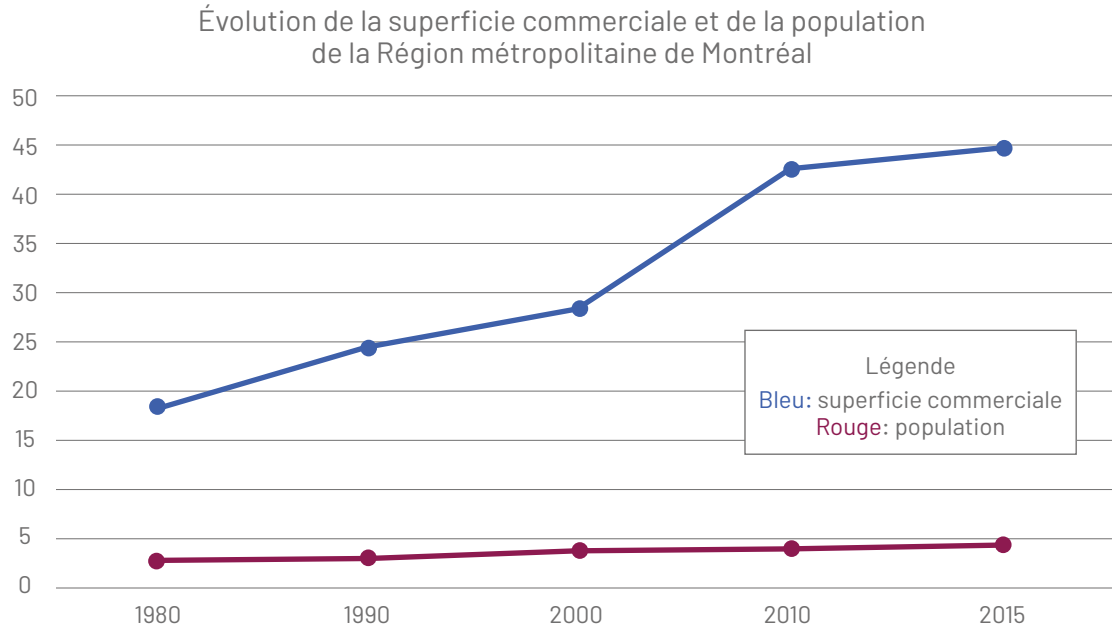
Recommandation 3 :
Que la Ville de Montréal crée, en collaboration avec le comité de suivi sur la vacance (recommandation 1), un registre des locaux commerciaux vacants qui comprend l'information sur le local, notamment le type de commerce qui y opérait, la superficie du local, le loyer mensuel, le type de travaux d'amélioration locative effectués dans la dernière année et la raison de la vacance.

[16] The New York City Council. *Requiring owners to submit registration statements regarding ground floor and second floor commercial premises.*

CONTRÔLE DE LA SUPERFICIE COMMERCIALE

Une question revient souvent lorsqu'il est question de développement commercial à Montréal. Y a-t-il trop de pieds carrés sur le marché commercial ?

Entre 1980 et 2015, la superficie commerciale de la région métropolitaine de recensement (RMR) est passée de 18 300 000 pieds carrés à 44 600 000[17], soit une hausse de 144%. Pour la même période, la population n'a cru que de 43% et son pouvoir d'achat est demeuré presque inchangé[18].



Source : Ville de Montréal et IDU

La croissance de la superficie commerciale est telle que Montréal possède aujourd'hui un ratio de pieds carrés commerciaux par habitant démesurément élevé. En effet, pour chaque montréalais, il existe en moyenne 35 pieds carrés de commerces[19]. À titre comparatif, le ratio pieds carrés per capita n'est que de 7 pieds carrés en France et 3 pieds carrés en Allemagne[20].

Les habitudes des consommateurs ont changé et la superficie commerciale per capita est vouée à être revue à la baisse[21]. Pourtant, il est encore possible, voire encouragé, de construire de nouvelles zones commerciales comme des mégas centres d'achat sans égard à l'impact sur l'ensemble de l'armature commerciale de la métropole. Ici même à Montréal, nous devrions limiter l'étalement du commerce sur les rues secondaires et concentrer l'émission de permis d'occupation des nouveaux commerces sur les artères commerciales principales. Il est fréquent de voir l'apparition de nouveaux restaurants sur des rues en plein secteur résidentiel, ce qui nuit aux résidents à proximité, alors que les rues principales ont une grande offre de local à louer. L'ASDCM croit qu'il est grand temps de restaurer un équilibre entre l'offre et la demande en superficie commerciale à Montréal et de concentrer l'activité commerciale sur les plus importantes artères de quartiers.

> "A new equilibrium with fewer square feet of retail space per capita is likely being established as the amount of space devoted to malls, shopping centers, and retail districts declines, with unneeded retail space being repurposed or replaced."
>
> – PricewaterhouseCoopers

[17] Groupe Altus

[18] Salaires et productivité du travail au Canada depuis le début du 20e siècle

[19] Ville de Montréal, Portrait commercial

[20] Retail Update ICSC, Cushman & Wakefield

[21] PwC. Trends in real estate, 2019

L'ASDCM recommande à la Ville de Montréal de tenir à jour des données sur la superficie commerciale et de bureau à Montréal, d'identifier les pôles commerciaux à consolider et d'appliquer, au besoin, une limitation de la croissance de la superficie commerciale dès 2021. Notons d'ailleurs que d'autres villes appliquent déjà une politique de contrôle de la superficie commerciale. En Allemagne, par exemple, la loi fédérale stipule que, pour les produits de consommation courante, les projets d'implantation ne sont recevables que s'ils se situent dans une zone commerciale centrale et qu'ils ne nuisent ni au bon fonctionnement des zones commerciales centrales situées sur le territoire d'une municipalité ou de municipalités voisines ni au commerce de proximité de leur zone de chalandise[22].

Durant nos recherches, nous avons eu l'occasion de croiser les réalisations en planification urbaine de la ville de Lethbridge en Alberta. La Ville s'est doté d'une vision de développement sur 50 ans. Imaginez une vision et un plan d'action qui survivent aux élections aux quatre ans, à la politique et au changement d'élus. Avoir une vision sur 50 ans et des outils clairs, transparents et efficaces permettent un engagement de toutes les parties prenantes pour développer une ville qui répond aux besoins de tous. Leur site web[23] contient une multitude d'outils servant entre autres à bien accueillir les entrepreneurs qui souhaitent y démarrer une entreprise.

En plus d'un portrait sur la santé des artères commerciales représentées par les SDC de Montréal, il est nécessaire d'avoir un portrait de l'offre totale de la superficie commerciale de Montréal, des artères commerciales principales aux petites rues commerçantes de quartier.

Recommandation 4 :
Tenir un registre de la superficie commerciale de Montréal, de son offre et de sa concentration.

La consolidation de l'offre existante doit être prioritaire, surtout dans un contexte où les citoyens se mobilisent pour un développement durable de notre métropole. En rationalisant la croissance de nouvelles zones commerciales, nous favorisons la croissance et la résilience des entreprises existantes. La mise en application d'une telle recommandation ne freinerait pas la possibilité d'ouvertures de nouveaux commerces. Comme nous le démontre le modèle allemand, une saine gestion de la superficie commerciale évite la cannibalisation et favorise le développement commercial. Tel que mentionné plus haut, l'analyse annuelle de la situation permettrait d'intervenir avant la saturation de certains territoires ou lorsque certains d'entre eux auraient besoin d'encadrement. Cette analyse pourrait conduire à des mesures réfléchies de transformation de pieds carrés commerciaux en pieds carrés résidentiels, ce qui pourrait bonifier la densité urbaine, réduire les impacts de l'offre commerciale surabondante et augmenter l'offre en logement. Tout cela nécessite cependant une bonne compréhension de la situation dans sa globalité.

[22] Courrier des maires. Quand l'Allemagne défend ses centres-villes contre l'Union européenne.

[23] https://www.lethbridge.ca/Doing-Business/Planning-Development/Pages/default.aspx

REDEVANCE RÈGLEMENTAIRE

Suite à la création du registre, nous pourrions compter sur l'appui du comité de suivi (recommandation 1) pour analyser l'évolution du registre, apporter des modifications au besoin et pour étudier la question de redevance règlementaire pour les locaux laissés vacants sur une longue période. Les critères d'imposition et de perception d'une redevance règlementaire doivent être pertinents et doivent découler d'une réflexion qui tiendra compte d'un portrait réel de la situation, ce que nous ne possédons pas pour l'instant à Montréal. Cette analyse sera essentielle pour comprendre les raisons actuelles de la vacance commerciale et permettra aussi d'entamer une réelle collaboration auprès des propriétaires afin de saisir les enjeux et trouver des moyens ensemble pour soutenir leurs efforts de recrutement commercial.

Sur les territoires desservis par une SDC, la multiplication des locaux vacants crée un autre effet pervers, celui d'augmenter le fardeau financier chez les autres commerçants. En effet, conformément à la Loi sur les cités et villes qui régit les SDC[24], le financement des SDC est assuré, pour l'essentiel, par la cotisation obligatoire que la municipalité perçoit auprès de la totalité des contribuables tenant un établissement dans le district selon le budget adopté par les membres.

Or, quand un local est laissé vacant, le propriétaire n'est pas tenu de compenser le manque à gagner de la SDC. Les autres commerçants doivent alors pallier la perte des cotisations afin de maintenir les investissements nécessaires au bon développement du territoire. Ironiquement, plus le taux d'inoccupation est élevé, plus les commerçants doivent investir pour maintenir le développement commercial du district tandis que les propriétaires des locaux vacants bénéficient des efforts de promotion et de mise en valeur du territoire sans y contribuer financièrement.

Afin de pallier cette iniquité, l'ASDCM recommande à la Ville de Montréal d'adopter une mesure qui incitera les propriétaires à assumer les coûts de la cotisation SDC en l'absence d'un commerce dans son local commercial. Les SDC pourront ainsi poursuivre leur investissement dans le développement commercial sans générer de coûts supplémentaires aux commerçants présents sur leur territoire.

Finalement, il est essentiel de rappeler que des valeurs d'ouverture et de flexibilité devront être fortement perçues dans les divers services des arrondissements et de la Ville de Montréal pour arriver à faire changer le paysage urbain de Montréal. En effet, devant une multitude de locaux à louer, certains propriétaires, futurs entrepreneurs ou groupes communautaires voudront effectuer des changements au zonage ou aux usages actuellement en vigueur sur certaines rues commerciales. Les artères commerciales sont dynamiques, en mouvance et en transformation continue. C'est pourquoi nous devons tout faire pour adapter nos règlements et faire preuve de souplesse lorsqu'il est temps d'essayer de nouveaux projets pour revitaliser la rue. À titre d'exemple, si nous imposons éventuellement une redevance sur les locaux vacants, il faut prévoir qu'un propriétaire qui se voit dans l'incapacité de louer son local puisse vouloir modifier l'usage commercial en résidentiel ou encore vouloir diviser son local ou l'agrandir pour mieux répondre aux besoins des futurs entreprises qui s'y installeront. Un tel changement de valeur pour certains arrondissements demandera la création d'une vision forte et concertée sur un développement ouvert au changement pour la métropole et ses quartiers.

Recommandation 5 :
Suite à la création du registre sur les locaux et à l'analyse de ses données, que le comité de suivi sur l'enjeu de la vacance commerciale analyse la possibilité d'établir une redevance règlementaire pour les locaux laissés vacants sur une longue période.

Recommandation 6 :
Adopter une modification du mode de perception des cotisations SDC en transférant la cotisation aux propriétaires de locaux commerciaux vacants afin de maintenir une équité envers l'ensemble des commerçants actifs et assurer un investissement continu dans le développement commercial.

[24] Gouvernement du Québec.

MINIMISER L'IMPACT DES LOCAUX VACANTS

La présence de locaux commerciaux vacants peut avoir des effets dévastateurs sur les commerces environnants. En effet, même lorsque le taux d'inoccupation est bas, l'apparence des vitrines placardées et vétustes cause un grave préjudice à l'ensemble de la zone commerciale puisqu'elle crée une apparence de dévitalisation qui nuit à l'expérience client.

S'il est virtuellement impossible d'assurer un taux d'inoccupation nul, l'impact de ceux-ci doit être minimisé autant que possible de façon à ne pas nuire à la performance de l'artère commerciale. Pour ce faire, il est nécessaire d'assurer le bon état général et l'entretien des locaux vacants, une responsabilité qui relève exclusivement des propriétaires immobiliers. Nous constatons malheureusement que plusieurs locaux vacants semblent être laissés à l'abandon au point de devenir la cible de vandales. Il n'est pas rare de voir des locaux vacants délabrés, recouverts de graffitis et même tomber en ruine au point de forcer la fermeture des trottoirs pour des raisons de sécurité. L'ASDCM est d'avis que cette situation est inacceptable et qu'aucune municipalité ne devrait tolérer une telle négligence.

En ce sens, nous recommandons qu'une réglementation claire sur l'entretien et l'affichage des bâtiments et locaux vacants soit mise en place afin d'en minimiser l'impact. Cette réglementation devrait être inspirée de celles d'autres villes comparables à Montréal telle la Ville de Chicago qui possède des règles strictes en la matière[25]. Une telle réglementation doit inclure des clauses particulières pour la propreté du bâtiment, l'enlèvement des graffitis et autres formes de vandalisme, l'éclairage, le déneigement, l'affichage des coordonnés du propriétaire ainsi que des pénalités dissuasives pour les propriétaires fautifs.

Recommandation 7 :
Adopter une réglementation qui encadre l'entretien des locaux vacants afin de minimiser leur impact sur les commerces environnants.

UN PATRIMOINE URBAIN À LA HAUTEUR DE NOS AMBITIONS

Afin d'attirer et de retenir des entreprises de qualité, il importe de leur offrir une infrastructure immobilière à la hauteur de nos ambitions. Pour attirer et retenir une clientèle fidèle, il faut lui offrir une expérience d'achat à la hauteur de ses attentes. Pour ce faire, il sera nécessaire de compter sur l'appui des propriétaires immobiliers et des acteurs locaux en développement économique et commercial.

Le rôle des propriétaires est non-négligeable quant à la recherche de nouveaux locataires pour combler les espaces à louer. L'état général et l'entretien du bâtiment relèvent exclusivement de la responsabilité du propriétaire. Malheureusement, la vétusté du parc immobilier commercial freine le développement des artères montréalaises. Nous constatons l'état délabré de certains bâtiments localisés en plein cœur de quartiers historiques et touristiques. Ces immeubles sont parfois situés sur des artères commerciales et affectent considérablement l'expérience client et la vitalité d'un territoire. Pour réellement rehausser l'expérience sur les artères commerciales et y attirer des commerces d'intérêt, la création d'une réglementation sur l'entretien des immeubles situés sur les artères commerciales nous apparaît essentielle.

Recommandation 8 :
Que la Ville et les arrondissements se dotent d'un plan d'action pour encadrer l'entretien des immeubles occupés et inoccupés situés sur les artères commerciales.

[25] Chicago. Vacant buildings – Owner required to act – Enforcement authority.

Qu'il soit vacant ou non, chaque bâtiment doit être entretenu de façon à répondre à des critères de sécurité et d'esthétisme qui favorisent une expérience de qualité sur l'artère où il est situé. La qualité des matériaux, l'élégance des façades des commerces et la mise aux normes des bâtiments sont essentiels. Ainsi, nous recommandons à la Ville de Montréal d'assurer la pérennité et de bonifier le programme PRAM-Commerce dans le but d'encourager la rénovation des façades et la modernisation des locaux commerciaux. Vu la réussite de ce programme, il est essentiel de permettre à plus de territoires d'en profiter, et dans certains cas d'en profiter plus longuement.

À ce jour, les résultats atteints pour les programmes d'accès à la rénovation sont les suivants selon des données obtenues du Service du développement économique le 25 novembre 2019 :

PR@M-Commerce

- 12 secteurs désignés
- 462 projets admissibles pour des investissements potentiels de près de 94,3 M$
- 93 projets réalisés pour des investissements de près de 14,1 M$
-

PR@M-Artère en chantier

- 7 secteurs désignés
- 368 projets admissibles pour des investissements potentiels de plus de 86,7 M$
- 89 projets réalisés pour des investissements de près de 25,2 M$

Ces données démontrent que ces programmes contribuent fortement à la mise en valeur du cadre bâti et à la dynamisation des artères commerciales sélectionnées.

Recommandation 9 :
Bonifier le programme PRAM-Commerce et en assurer la pérennité dans le but d'encourager la rénovation des façades et la modernisation des locaux commerciaux.

Le propriétaire doit être conscient du rôle essentiel qu'il joue en devenant acquéreur d'un bâtiment, et il doit s'engager à participer activement à la vitalité du quartier dans lequel il achète son ou ses immeubles. Il doit s'impliquer et s'intéresser aux efforts déployés par les acteurs du milieu pour faire de chaque quartier un endroit attrayant et répondant aux besoins des citoyens ou, du moins, ne pas y nuire. L'ASDCM tient d'ailleurs à souligner que plusieurs propriétaires immobiliers appliquent déjà ces principes de façon exemplaire. L'adoption d'un règlement encadrant l'entretien des immeubles commerciaux ne doit pas être perçue comme une mesure punitive, mais bien comme une mesure permettant de rehausser la barre pour tous afin que l'ensemble des propriétaires immobiliers appliquent les meilleures pratiques déjà existantes.

L'ambiance qui règne sur une artère a un grand rôle à jouer sur son attractivité, tant du point de vue des citoyens que de celui des futurs locataires. Si la Ville, les arrondissements et les SDC s'appliquent à rendre les artères commerciales propres, sécuritaires et animées, il est grand temps que l'ensemble du parc immobilier contribue à maximiser le potentiel de location pour leur espace vacant.

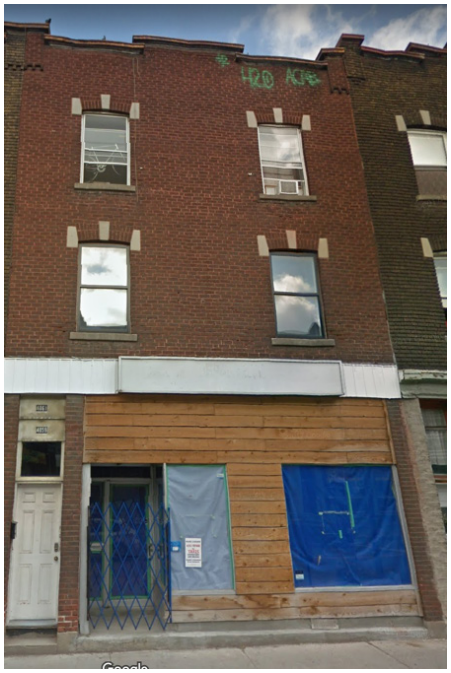
Local commercial avant PRAM Commerce



Local commercial après PRAM Commerce



Bâtiment avant PRAM Commerce



Bâtiment après PRAM Commerce



PROTÉGER LE MARCHÉ CONTRE LA SPÉCULATION IMMOBILIÈRE

Tout récemment, soit à la fin de l'année 2019, la Ville de Montréal ainsi que d'autres partenaires tels le Gouvernement du Québec, PME MTL Centre-Ville et la Caisse d'économie solidaire réalisaient grâce au TIESS (Territoires innovants en économie sociale et solidaire) une synthèse de connaissances sur le sujet des fiducies d'utilité sociale (FUS)[26]. Fort intéressant, ce document explique en quoi le modèle de fiducie d'utilité sociale peut offrir une protection contre la spéculation immobilière en plus de respecter des valeurs et des principes axés sur le bien commun. Selon la synthèse, les FUS ouvrent la porte à la «création de solutions immobilières innovantes». En effet, la création d'une fiducie d'utilité sociale par des acteurs du développement commercial pourrait générer la création d'un parc immobilier donnant accès à des loyers commerciaux abordables pour les entrepreneurs montréalais ou encore pour des entreprises à l'essai ou éphémères de type pop-up. En regroupant quelques partenaires financiers prêts à acquérir une ou plusieurs propriétés en fiducie, un fiduciaire nommé ou constitué en OSBL par exemple pourrait assurer à son tour la gestion du bâtiment, en assurant sa vocation première, soit de louer les locaux disponibles à prix abordables. L'ASDCM étudie actuellement ce modèle et travaille sur un scénario de création de FUS pour les artères commerciales de Montréal. Déjà, plusieurs partenaires qui ont à cœur le développement économique et l'entrepreneuriat local se montrent intéressés par le projet.

Si une telle initiative venait à voir le jour prochainement, nous demandons à la Ville de Montréal de s'y intéresser, d'étudier attentivement ce nouveau modèle et d'appuyer les partenaires qui contribueront à sa mise en place.

Recommandation 10 :
Que la Ville de Montréal supporte les initiatives de création de fiducie d'utilité sociale afin de protéger les immeubles commerciaux de la spéculation immobilière et d'assurer l'abordabilité des espaces commerciaux pour les entrepreneurs.

PROGRAMME D'APPUI À L'ACQUISITION COMMERCIALE

La Ville de Montréal a mis en place un programme intéressant qui bénéficie aux acheteurs d'une première propriété résidentielle, celui d'un appui à l'acquisition résidentielle[27]. Cette initiative nous porte à réfléchir à la mise en place d'un programme similaire servant spécifiquement aux entreprises intéressées à acquérir leur bâtiment commercial. Le fait d'être à la merci d'un bail commercial entraîne plusieurs problématiques pour les commerçants locataires. L'absence d'encadrement des baux commerciaux a jeté plusieurs commerçants locataires à la rue durant les dernières années à Montréal[28]. Pour contrer ce phénomène qui détruit tranquillement le commerce de proximité de certains quartier, il serait intéressant d'offrir aux commerçants l'option de devenir propriétaire de leur bâtiment. Toutefois, l'achat d'immeuble commercial demande des sommes importantes que tous les commerçants ne possèdent pas. Pour aider les commerçants à devenir propriétaire de leur immeuble, un programme d'appui à l'acquisition commerciale pourrait être envisagé et testé par la Ville de Montréal dès 2020.

Recommandation 11 :
Que la Ville de Montréal crée un programme d'accès à l'acquisition d'immobilier commercial pour les entreprises et propriétaires indépendants.

[26] TIESS, Synthèse de connaissances, Les fiducies d'utilité sociale, Décembre 2019

[27] Habiter Montréal - Programme d'appui à l'acquisition résidentielle

[28] Radio-Canada, Spéculation et cupidité ont raison des commerçants du Mile End, 12 juillet 2019

ALLÉGER LA RÈGLEMENTATION

Alors que les changements d'habitudes des consommateurs forcent les commerces à revoir leur modèle d'affaires, force est de constater que, règle générale, la règlementation tarde à s'adapter. Entreprendre l'ouverture d'un nouveau commerce ou adapter celui-ci aux nouvelles réalités du marché demande aux entrepreneurs de franchir plusieurs étapes si complexes qu'elles transforment la démarche en un véritable parcours du combattant.

Bien avant que l'entrepreneur ne puisse recevoir son premier client, la recherche d'un local commercial est une tâche ardue : aucun site internet ne repère l'ensemble des locaux commerciaux disponibles à Montréal, et les sites existants n'affichent qu'une infime minorité des locaux disponibles. De plus, lorsqu'on trouve un local commercial intéressant, le futur locataire est souvent confronté à un manque d'information au sujet de la propriété convoitée. Le coût du loyer n'y est pas affiché, pas plus que celui des taxes, des frais et autres dépenses. Une réalité qui poussera le futur locataire à effectuer plusieurs recherches auprès des propriétaires, en utilisant divers outils de recherche d'instances différentes, ce qui lui prendra plusieurs semaines, voire plusieurs mois.

Par la suite, il devra s'assurer de la conformité du type de commerce au règlement de zonage, de respecter la réglementation d'affichage et celle sur le bruit pour ensuite tenter d'obtenir tous les permis nécessaires à la réalisation de son projet. À lui seul, le processus d'obtention de permis peut prendre plusieurs mois, voire plus d'un an[29], période pendant laquelle l'entreprise ne peut effectuer aucune vente alors qu'elle doit défrayer son loyer et les taxes municipales.

Il existe aussi une multitude d'incohérences entre la règlementation et la réalité du commerce contemporain. Par exemple, un établissement à débit de boisson peut voir son permis d'alcool retiré suite à l'arrivée d'un nouveau projet résidentiel adjacent qui juge l'établissement « nuisible », même si ce dernier est en opération à la même adresse depuis des décennies. Autre exemple, un restaurant qui souhaite diversifier son offre en ajoutant un volet « épicerie » ne peut agrandir son local, ni même déménager dans un autre local sur la même artère, si l'artère est frappée d'un contingentement à moins d'obtenir une dérogation suite à un processus onéreux qui peut durer plusieurs mois sans aucune garantie que sa demande soit acceptée. Enfin, alors que les commerces de type pop-up prennent de l'ampleur, un commerce éphémère qui souhaite s'établir dans un local vacant peut difficilement obtenir un certificat d'occupation à moins d'effectuer des travaux dans le local visé afin de se conformer aux règlements municipaux. D'autres exemples existent, dont celui du renouvellement des terrasses et des permis qui gagnerait à être offert en ligne et passablement allégé.

Dans le rapport Cormier, le comité consultatif avait déjà soulevé l'importance de simplifier la réglementation et faciliter le cheminement des demandes. Il était plus spécifiquement proposé d'harmoniser et de moderniser la réglementation et d'adopter des pratiques de saine gestion basées sur le balisage de plusieurs processus d'affaires et services en lien avec les besoins des commerçants.[30]

Recommandation 12 :
Effectuer dès 2020 une étude sur l'analyse des étapes administratives destinées aux commerçants et proposer une approche modernisée de services.

Il est important de noter que chaque commerçant qui doit obtenir un quelconque permis pour son commerce, que ce soit pour le démarrer ou le rénover, perd la totalité de son chiffre d'affaires à chaque heure où son commerce est fermé. Cette réalité est suffisante pour décourager un entrepreneur à démarrer son projet, ou pour un commerce bien établi de rafraîchir son établissement et mieux répondre aux exigences grandissantes des consommateurs. Ainsi, en nous inspirant d'une pratique déjà présente à Montréal dans l'arrondissement Rosemont–La Petite-Patrie, nous recommandons la création d'un comptoir de services dédié aux entreprises dans tous les points de services et les bureaux administratifs des arrondissements de Montréal. Cette recommandation serait une première étape pour simplifier et faciliter directement la vie des commerçants montréalais.

Recommandation 13 :
Créer un comptoir de service dédié aux entreprises dans tous les points de services et les bureaux administratifs des arrondissements de Montréal.

[29] La Presse. *La lenteur de délivrance des permis dénoncé à Montréal.*

[30] Comité consultatif sur le « Plan commerce ». Renouer avec le commerce sur rue : un chantier prioritaire, 2018

Il nous apparaît important de souligner que la lourdeur administrative et la complexité des étapes permettant de démarrer un commerce pénalisent d'abord et avant tout les plus petites entreprises et les nouveaux arrivants. En effet, la plupart des étapes énumérées ci-haut sont franchies aisément par les entreprises pouvant défrayer les honoraires de consultants ou avocats habitués à naviguer dans la complexité du système.

N'oublions pas non plus l'importance d'accélérer le processus d'indemnisation des commerçants qui participent aux différents programmes tels le PRAM Commerce, le PRAM Artère en transformation ou encore l'aide financière aux commerces affectés par des travaux majeurs. Actuellement, les commerçants qui demandent un remboursement dans le cadre de travaux majeurs peuvent attendre entre 18 à 24 mois suivant la fin d'une période de chantier pour obtenir le versement demandé[31]. Ce délai est souvent trop long pour répondre à la situation difficile à laquelle ils faisaient face durant le chantier. Dans le cas des programmes PRAM, les commerçants ont souvent contracté un prêt pour effectuer des rénovations majeures. Le délai de réception du remboursement des coûts des travaux par la Ville occasionne des coûts d'intérêts importants pour le commerçant. Ces montants d'intérêts s'accumulent et ne seront pas remboursés par la Ville dans le cadre des programmes mentionnés ci-haut. Si la Ville de Montréal réussissait à diminuer les délais d'émissions des chèques de remboursement ou d'indemnités aux commerçants, il s'agirait d'une aide concrète aux commerçants, ce qui réduirait les risques de fermetures éventuelles de commerces.

ENCADREMENT DES BAUX COMMERCIAUX

Le choix d'un local commercial est une étape cruciale dans le développement d'une entreprise. Or le bail commercial est possiblement l'élément le plus important d'un commerce ayant pignon sur rue. En effet, le succès d'un commerce peut dépendre entièrement de son emplacement, de l'état de son local et de l'immeuble qu'il occupe et, surtout, du coût de son loyer.

Contrairement au bail de logement qui est encadré par des règles strictes établies dans le Code civil du Québec, le bail commercial est caractérisé par l'idée de consensualisme, donc de la libre négociation entre les parties que représentent les propriétaires immobiliers et les commerçants locataires. Alors que l'État trouvait important d'encadrer rigoureusement le bail de logement en raison de l'inégalité des rapports de force entre le bailleur et le locataire, les règles qu'il a édictées pour les autres types de baux ne s'appliqueront que si le contrat est muet ou qu'il n'y déroge pas. Ainsi, une fois les éléments essentiels du contrat de bail rencontrés, il appartient aux parties de décider entre elles qui supportera le poids des charges et des réparations. Or, le danger découle de cette liberté contractuelle, car il en résulte des excès : les charges sont de plus en plus fréquemment imposées en totalité au locataire.

Par conséquent, avant de signer un bail commercial, le commerçant locataire doit prendre soin de bien lire chaque clause qu'il contient et chaque article auquel il réfère. Malheureusement, certains ont tendance à signer et accepter un contrat sans même savoir à quoi ils renoncent. Or, cela peut entraîner de bien mauvaises surprises, car l'objectif du bailleur est de transférer le plus possible les risques au locataire. Ainsi, un commerçant locataire peut se retrouver à payer pour les réparations reliées à la structure de l'immeuble où il loue son local. Même les travaux de rénovations d'un logement résidentiel situé dans le même immeuble peuvent faire augmenter les coûts du loyer si le bail indique que les taxes foncières sont aux frais du locataire comme c'est habituellement le cas.

Il n'est pas rare qu'un commerçant locataire, même s'il est sans reproche et n'a jamais été en défaut de paiement, se voit refuser le renouvellement de son bail par un propriétaire qui préfère laisser son local commercial vacant pendant des années pour quelque motif que ce soit[32]. D'autres peuvent voir leur loyer tripler sans raison valable, ce qui peut les forcer à fermer leurs portes en laissant ainsi le local vacant[33]. L'ASDCM tient à souligner que ces pratiques ne sont pas celles de la majorité des propriétaires immobiliers. Toutefois, les impacts de ces situations déplorables se font sentir sur l'ensemble de l'armature commerciale de la métropole et causent un préjudice grave aux commerces limitrophes en plus de représenter un réel drame pour les commerçants concernés et leurs travailleurs.

[31] Destination Centre-Ville - Subvention aux commerçants en chantier, Étude réalisée par le Groupe Altus, Octobre 2019.

[32] Eater. *Over Two Years After Closing, Hôtel Herman's Space Is Still Totally Vacant*

[33] Montreal Gazette. *Chez De Gaulle serves last croissant today, latest victim of Mile End rent hikes.*

Cette situation n'est toutefois pas unique à Montréal ni au Québec. En effet, l'État de New York aux États-Unis songe à se doter d'un encadrement des baux commerciaux afin de lutter contre la spéculation immobilière[34]. La France, quant à elle, s'est dotée d'une loi nationale, la Loi Pinel, qui encadre tous les baux commerciaux du pays, notamment la durée minimale du bail, la répartition des travaux et des charges entre le locataire et le propriétaire, le renouvellement de bail et même la hausse maximale du loyer.

Le constat est clair : l'absence d'encadrement des baux commerciaux a pour effet d'octroyer un pouvoir disproportionné aux propriétaires immobiliers, qui disposent d'un véritable droit de vie ou de mort sur un commerce locataire. Surtout si celui-ci est une très petite entreprise ne pouvant se payer les services d'un avocat, dont les honoraires peuvent être substantiels selon le dossier. Il nous apparaît donc essentiel que l'État québécois légifère en faveur des commerçants locataires et encadre les baux commerciaux.

Recommandation 14 :
Que l'ASDCM, en collaboration avec la Ville de Montréal et d'autres partenaires, prépare et demande l'adoption d'un encadrement des baux commerciaux afin d'assurer la vitalité des artères commerciales et la survie des commerces indépendants du Québec.

UNE VISION CONCERTÉE SUR L'IMPORTANCE DES ARTÈRES COMMERCIALES À MONTRÉAL

De façon générale et d'un point de vue visionnaire, nous recommandons à ce que le développement et la vitalité des artères commerciales devienne une priorité pour tous les services de la Ville de Montréal et ses arrondissements. Il est urgent de redonner aux artères commerciales la vocation qui leur revient ; être le cœur et le point de rassemblement des citoyens dans leur quartier. Il faut concentrer l'activité commerciale, culturelle et sociale sur la rue principale, et avant tout, il faut mettre toutes les conditions en place pour offrir un environnement sécuritaire et exemplairement propre sur les artères commerciales.

Pour y arriver, il faudra mettre en œuvre toutes les recommandations du volet 5 du rapport du comité consultatif sur le plan commerce, qui ont été ici ajustées pour mieux répondre aux réalités actuelles :

Volet 5 - Rehausser l'expérience des consommateurs et des citoyens

- Adopter et véhiculer auprès de tous les services de la municipalité et des arrondissements, une déclaration qui souligne la valeur ajoutée du commerce à la qualité de vie de quartiers
- Mettre à niveau la Ville en matière de soutien au commerce (mécanisme de consultation permanente avec les commerçants, réduire le fardeau bureaucratique)
- Intégrer dans sa culture organisationnelle des éléments à l'égard de l'aménagement des artères commerciales (investir dans la beauté architecturale, mettre l'accent sur l'innovation par le design urbain)
- Optimiser pour ses artères une mobilité urbaine multimodale (transport collectif et actif, dernier kilomètre)
- Adopter dès 2020 une stratégie hivernale qui miserait sur l'événementiel et les aménagements permanents
- Être à l'écoute dès maintenant des initiatives des commerçants (ou de leurs regroupements) pour améliorer la mixité commerciale et toutes autres initiatives visant à augmenter l'achalandage sur les artères commerciales

[34] New York State Sanate. *Senate Bill S5326*

L'expérience que nous vivons en visitant une artère commerciale doit être à la hauteur des citoyens et visiteurs. Même si nous mettons toutes les recommandations en action pour diminuer le taux de locaux vacants sur nos rues montréalaises, il est important de rappeler que rien ne changera si les consommateurs ne font pas le choix de se procurer leurs biens et services sur les artères de leur quartier. Pour qu'un commerce soit en santé, les gens doivent s'y rendre, y entrer et y consommer. Nous devons faire le choix collectif de concentrer les efforts, l'énergie et les ressources nécessaires pour faire des artères commerciales des lieux de rencontre uniques, beaux, vibrants et dynamiques.

Le verdissement et l'embellissement des artères commerciales contribuent énormément à la création d'un environnement chaleureux et accueillant. L'ajout d'arbres, de feuilles et de fleurs permet de réduire les îlots de chaleur, ajoute à la beauté du décor et permet de réduire l'impact de la circulation automobile.

Recommandation 15 :
Que la vitalité des artères commerciales devienne une priorité pour tous les services de la Ville de Montréal et de ses arrondissements et que ceux-ci bonifient les programmes visant à dynamiser les artères commerciales.

Cette recommandation est particulièrement importante puisqu'elle est centrale à la santé des artères commerciales de Montréal. Tant que l'artère commerciale ne sera pas considérée comme essentielle et prioritaire aux yeux des instances politiques et décisionnelles, la situation évoluera sans contrôle et sans vision. Pour redonner à la rue principale toutes ses lettres de noblesses, il faudra appliquer rapidement cette recommandation et mobiliser tous les services dans tous les arrondissements à l'importance de soigner nos artères de quartier.

Des travaux bien planifiés, bien communiqués et effectués de façon prioritaire et en harmonie avec les réalités des commerçants devront faire partie intégrante de la philosophie de la Ville et de ses arrondissements. Une sorte d'alerte doit être déployée lorsqu'il est question d'intervenir sur les artères commerciales ! Une alerte qui rappelle l'importance du lieu sur lequel l'intervention doit être effectuée et un aide-mémoire sur les précautions à prendre lorsqu'une action doit être menée sur un territoire aussi complexe.

Les facteurs qui influencent l'état de santé d'une artère commerciale sont si nombreux ! Pensons aussi à la mobilité qui doit être accentuée pour permettre aux citoyens de se rendre rapidement et efficacement vers les lieux de consommation de biens et de services. La mise en place d'un système amélioré de transport en commun vers les artères commerciales permettrait aussi de réduire l'utilisation de la voiture et de permettre aux citoyens de consommer localement et à proximité de leur lieu de résidence.

VERS L'ATTEINTE D'UN ÉQUILIBRE ENTRE LA FISCALITÉ RÉSIDENTIELLE ET COMMERCIALE

La fiscalité municipale fait bien évidemment partie des enjeux qui ont contribué au fil des ans à l'effritement du commerce à Montréal. À titre informatif, le ratio d'impôt foncier était de 3,93 dans le secteur commercial comparativement au secteur résidentiel en 2019 à Montréal[35]. Pour réduire cet écart important entre la taxation du secteur résidentiel et non-résidentiel, nous proposons à la Ville de Montréal de poursuivre ses efforts pour rééquilibrer cet écart. La mesure de réduction du taux de taxation sur la première tranche de 500 000$ de valeur foncière des bâtiments non-résidentiels instaurée au budget 2019 de la Ville de Montréal est une mesure qui doit être poursuivie et bonifiée: nous saluons la bonification de cette mesure annoncée au budget 2020. Maintenant, il faut nous assurer que cette mesure soit maintenue pour atteindre un ratio d'imposition se rapprochant de la moyenne canadienne de 2,84 dans les prochaines années.

Recommandation 16 :
Poursuivre la mesure de réduction du fardeau fiscal des commerçants pour atteindre un équilibre fiscal entre le secteur commercial et le secteur résidentiel.

[35] Groupe Altus, Analyse comparative des taux d'impôt foncier au canada, 2019

LA VITALITÉ DES ARTÈRES COMMERCIALES, UN ENJEU NATIONAL

D'emblée, il nous apparaît important de souligner que la Ville de Montréal ne pourra à elle seule régler l'ensemble des problèmes liés à l'enjeu des locaux vacants. Nous interpellons directement le gouvernement du Québec, ainsi que d'autres acteurs clés tels l'Union des municipalités du Québec et la Fédération québécoise des municipalités dans cette lutte à la multiplication des locaux commerciaux vacants. À l'instar d'autres États aux prises avec une dévitalisation commerciale en milieu urbain et rural, le gouvernement québécois devrait s'inspirer des meilleures pratiques et se doter d'une politique nationale visant à soutenir la vitalité commerciale des villes et villages du Québec

Recommandation 17 :
Que la Ville de Montréal effectue, en collaboration avec des partenaires tels que, l'UMQ, la FQM, la FCEI ainsi que l'ASDCM, des représentations auprès du gouvernement du Québec afin que celui-ci adopte une politique nationale visant à soutenir la vitalité commerciale des cœurs de collectivité du Québec.

Sommaire des recommandations

Recommandation 1 :
Créer un comité de suivi et un plan d'action pour lutter contre la vacance commerciale.

Recommandation 2 :
Développer une base de données et d'indicateurs uniformes qui permettra de brosser un portrait complet de la vitalité commerciale de Montréal, de suivre son évolution et d'orienter les actions à implanter.

Recommandation 3 :
Que la Ville de Montréal crée, en collaboration avec le comité de suivi sur la vacance (recommandation 1), un registre des locaux commerciaux vacants qui comprend l'information sur le local, notamment le type de commerce qui y opérait, la superficie du local, le loyer mensuel, le type de travaux d'amélioration locative effectués dans la dernière année et la raison de la vacance.

Recommandation 4 :
Tenir un registre de la superficie commerciale de Montréal, de son offre et de sa concentration.

Recommandation 5 :
Suite à la création du registre sur les locaux et à l'analyse de ses données, que le comité de suivi sur l'enjeu de la vacance commerciale analyse la possibilité d'établir une redevance règlementaire pour les locaux laissés vacants sur une longue période.

Recommandation 6 :
Adopter une modification du mode de perception des cotisations SDC en transférant la cotisation aux propriétaires de locaux commerciaux vacants afin de maintenir une équité envers l'ensemble des commerçants actifs et assurer un investissement continu dans le développement commercial.

Recommandation 7 :
Adopter une réglementation qui encadre l'entretien des locaux vacants afin de minimiser leur impact sur les commerces environnants.

Recommandation 8 :
Que la Ville et les arrondissements se dotent d'un plan d'action pour encadrer l'entretien des immeubles occupés et inoccupés situés sur les artères commerciales.

Recommandation 9 :
Bonifier le programme PRAM-Commerce et en assurer la pérennité dans le but d'encourager la rénovation des façades et la modernisation des locaux commerciaux.

Recommandation 10 :
Que la Ville de Montréal supporte les initiatives de création de fiducie d'utilité sociale afin de protéger les immeubles commerciaux de la spéculation immobilière et d'assurer l'abordabilité des espaces commerciaux pour les entrepreneurs.

Recommandation 11 :
Que la Ville de Montréal crée un programme d'accès à l'acquisition d'immobilier commercial pour les entreprises et propriétaires indépendants.

Recommandation 12 :
Effectuer dès 2020 une étude sur l'analyse des étapes administratives destinées aux commerçants et proposer une approche modernisée de services.

Recommandation 13 :
Créer un comptoir de service dédié aux entreprises dans tous les points de services et les bureaux administratifs des arrondissements de Montréal.

Recommandation 14 :
Que l'ASDCM, en collaboration avec la Ville de Montréal, prépare et demande l'adoption d'un encadrement des baux commerciaux afin d'assurer la vitalité des artères commerciales et la survie des commerces indépendants du Québec.

Recommandation 15 :
Que la vitalité des artères commerciales devienne une priorité pour tous les services de la Ville de Montréal et de ses arrondissements et que ceux-ci bonifient les programmes visant à dynamiser les artères commerciales.

Recommandation 16 :
Poursuivre la mesure de réduction du fardeau fiscal des commerçants pour atteindre un équilibre entre le secteur commercial et le secteur résidentiel.

Recommandation 17 :
Que la Ville de Montréal effectue, en collaboration avec des partenaires tels que, l'UMQ, la FQM, la FCEI ainsi que l'ASDCM, des représentations auprès du gouvernement du Québec afin que celui-ci adopte une politique nationale visant à soutenir la vitalité commerciale des cœurs de collectivité du Québec.

Conclusion

La problématique des locaux vacants est très complexe et nous savons qu'à elle seule, la Ville de Montréal ne peut, en quelques recommandations, régler la question. Nous apprécions que, devant les grands enjeux liés à la transformation du commerce dans la dernière décennie, la Ville se tourne vers les citoyens et les acteurs de la communauté pour trouver des réponses et des solutions. Toutefois, rappelons que le pouvoir que la Ville de Montréal possède pour faire changer la situation et pour déployer des solutions est immense. L'attention et la reconnaissance qui seront portées aux artères commerciales, le soin qui sera attribué à l'entretien des rues principales, la bonification des ressources mises à la disposition des acteurs qui contribuent à la revitalisation de nos quartiers et tout le soutien direct qui sera offert directement aux commerçants aideront à remonter la pente et à refaire du commerce de proximité un choix simple, accessible, agréable, abordable et durable pour les citoyens.

Nos attentes sont très élevées face aux efforts qui devront être mis en place pour relancer les rues principales de nos quartiers montréalais. L'ASDCM et les SDC offrent leur soutien et leur collaboration à la Ville de Montréal pour aider à la dynamisation de la vie de quartier et à redonner leurs lettres de noblesses aux commerces de proximité.

Annexe

ANNEXE 1 _ DÉCLARATION DE LA MAIRESSE VALÉRIE PLANTE

Déclaration

Séance du conseil municipal du 19 novembre 2018

Déclaration pour souligner la valeur ajoutée du commerce à la qualité de vie des quartiers

Attendu que Montréal bénéficie d'un réseau d'artères commerciales animées qui agrémentent la dynamique de vie des quartiers et qui donnent accès à une offre de produits et services essentiels à la population;

Attendu que les artères commerciales jouent un rôle essentiel dans le développement de l'économie et de l'identité locale.

Attendu que Montréal est une ville de quartier, ce qui contribue à sa réputation à l'étranger et à sa force attractive;

Attendu que les artères commerciales sont des lieux de convergence, de divertissement et d'expression culturelle pour les citoyens comme pour les visiteurs;

Attendu que la riche diversité ethnique et culturelle de Montréal se traduit par la diversité commerciale ainsi que par son offre gastronomique reconnue à l'international ;

Attendu que la Ville de Montréal a adopté une Stratégie de développement économique, assortie de huit plans d'action – dont un dédié au commerce –, qui visent, notamment, à mieux soutenir les commerçants ;

Attendu que la Ville de Montréal a mis sur pied un comité d'experts afin de formuler des recommandations en prévision de l'élaboration du Plan d'action en matière de commerce;

Attendu que le rapport du comité Comité consultatif sur le Plan Commerce recommande à la Ville de Montréal d'adopter une déclaration qui souligne la valeur ajoutée du commerce à la qualité de vie des quartiers;

Il est proposé par Valérie Plante, mairesse de Montréal, appuyé par Robert Beaudry, conseiller de Ville du district Saint-Jacques et membre du comité exécutif, responsable du développement économique et commercial, ainsi que des relations gouvernementales

Et résolu :

Que la Ville se démarque en tant que ville mobilisée politiquement et administrativement dans son soutien au commerce sur rue et souligne la valeur ajoutée du commerce à la qualité de vie des quartiers et le besoin pour la Ville de mieux accompagner cette activité au moment où émergent de nouveaux modèles d'affaires.



Association des sociétés
de développement
commercial de Montréal

Association des SDC de Montréal
101- 1012, avenue du Mont-Royal Est, Montréal, Québec, H2J 1X6