

**POSITIONNEMENT ET POTENTIEL DE MARCHÉ  
COMMERCIAL POUR LE PROJET DE DÉVELOPPEMENT  
COMMERCIAL SUITE AU RÉAMÉNAGEMENT DE  
L'AUTOROUTE BONAVENTURE**

Mise à jour

Décembre 2008



Société du Havre de Montréal



Préparé pour : **Société du Havre  
de Montréal**

Notre dossier  
SHM – SHER80630708D01

## TABLE DES MATIÈRES

<b>1. Introduction</b>	1
<b>2. Mise à jour des données sur le projet</b>	2
<b>3. Zone d'étude</b>	3
<b>4. Grands projets dans la zone d'étude</b>	3
Projets réalisés récemment	3
Projets à l'étape de planification	4
<b>5. Révision des données sur la demande</b>	5
Population résidante	5
Travailleurs	7
Potentiel commercial de la zone d'étude, 2021-2026	7
<b>6. Offre commerciale</b>	8
<b>7. Conclusions : espace commercial justifié à l'intérieur de la zone d'intervention</b>	9
<b>Annexe</b>	Potentiel commercial – Tableaux détaillés

## 1. INTRODUCTION

Ce rapport fait la mise à jour d'une étude de positionnement et de potentiel réalisée par Géocom en mars 2007<sup>1</sup> pour la Société d'habitation et de développement de Montréal et la Société du Havre de Montréal. Cette étude visait à déterminer le potentiel commercial des terrains libérés par le réaménagement de l'autoroute Bonaventure entre les rues Notre-Dame et Brennan à Montréal.

À la lumière des analyses effectuées en 2007, il avait été établi que le potentiel de développement commercial associé à la transformation de l'autoroute Bonaventure en un boulevard urbain se situait entre 70 000 et 90 000 pieds carrés de superficie locative brute (6 500 à 8 400 mètres carrés). L'îlot 3-P22 dans le quadrilatère formé par Notre-Dame, St-Maurice, Duke et St-Henri avait été ciblé comme meilleur site potentiel pour l'espace à vocation commerciale. Géocom Recherche avait également recommandé de :

- Regrouper l'activité commerciale dans un seul et même secteur.
- Axer la programmation de l'espace autour de l'alimentation, la restauration et des autres biens et services d'utilité courante.
- Aménager des espaces commerciaux sur un seul niveau avec façades sur rue.
- Faciliter l'accès véhiculaire et prévoir des espaces de stationnement souterrain ; un accès au stationnement en bordure de rue était également recommandé.

Depuis la réalisation de cette étude, certains changements ont été apportés au projet, notamment dans les îlots centraux, au centre des voies de la future artère urbaine. Par ailleurs, un Programme particulier d'urbanisme a été déposé par la Ville de Montréal pour encadrer la planification et la réalisation du projet Griffintown, un projet multifonctionnel qui pourrait avoir des effets structurants sur la partie sud et ouest du centre-ville montréalais. D'autres projets ont aussi été annoncés dans ce secteur.

La révision des conclusions et des recommandations de l'étude de mars 2007 s'avérait donc nécessaire. En outre, depuis le dépôt de cette première étude, Statistique Canada a publié les données du recensement de 2006. La demande commerciale de la population résidente a donc été ajustée en conséquence.

---

<sup>1</sup> Géocom Recherche (mars 2007). *Étude de positionnement et de potentiel de marché pour le projet de développement commercial suite au réaménagement de l'autoroute Bonaventure*. Montréal. Étude préparée pour la Société de développement de Montréal. 49 pages.

## 2. MISE À JOUR DES DONNÉES SUR LE PROJET

Le projet de réaménagement de l'autoroute Bonaventure implique des interventions aux éléments de la composition urbaine à trois niveaux :

Îlots centraux : Une enfilade d'immeubles et d'espaces verts à l'architecture « signature », élégante et originale.

Faubourg des Récollets : Consolidation de la structure du quartier par un ensemble de parcours piétonniers et d'espaces publics en liaison avec les réseaux de transport collectif.

Viaduc du CN : Réutilisation de l'espace sous le viaduc ferroviaire à des fins commerciales ou publiques.

Le projet impliquera également le redéveloppement de l'Îlot de la Commune (Ateliers de la Voirie) délimité par de la Commune, Nazareth et l'emprise de l'autoroute Bonaventure à des fins résidentielles et, possiblement commerciales.

### Principaux éléments du projet de réaménagement de l'autoroute Bonaventure

	Unités résidentielles <sup>1</sup>	Espace commercial <sup>2</sup>	Espace à bureaux <sup>2</sup>
<b>Îlots centraux</b>	712	30 195	464 000
<b>Faubourg des Récollets</b>	1 807	20 345	1 030 000
<b>Viaduc du CN</b>	0	40 200	0
<b>Îlot de la Commune</b>	284	--	0
<b>TOTAL</b>	<b>2 803</b>	<b>90 740</b>	<b>1 494 000</b>

Source: Société du Havre de Montréal, décembre 2008

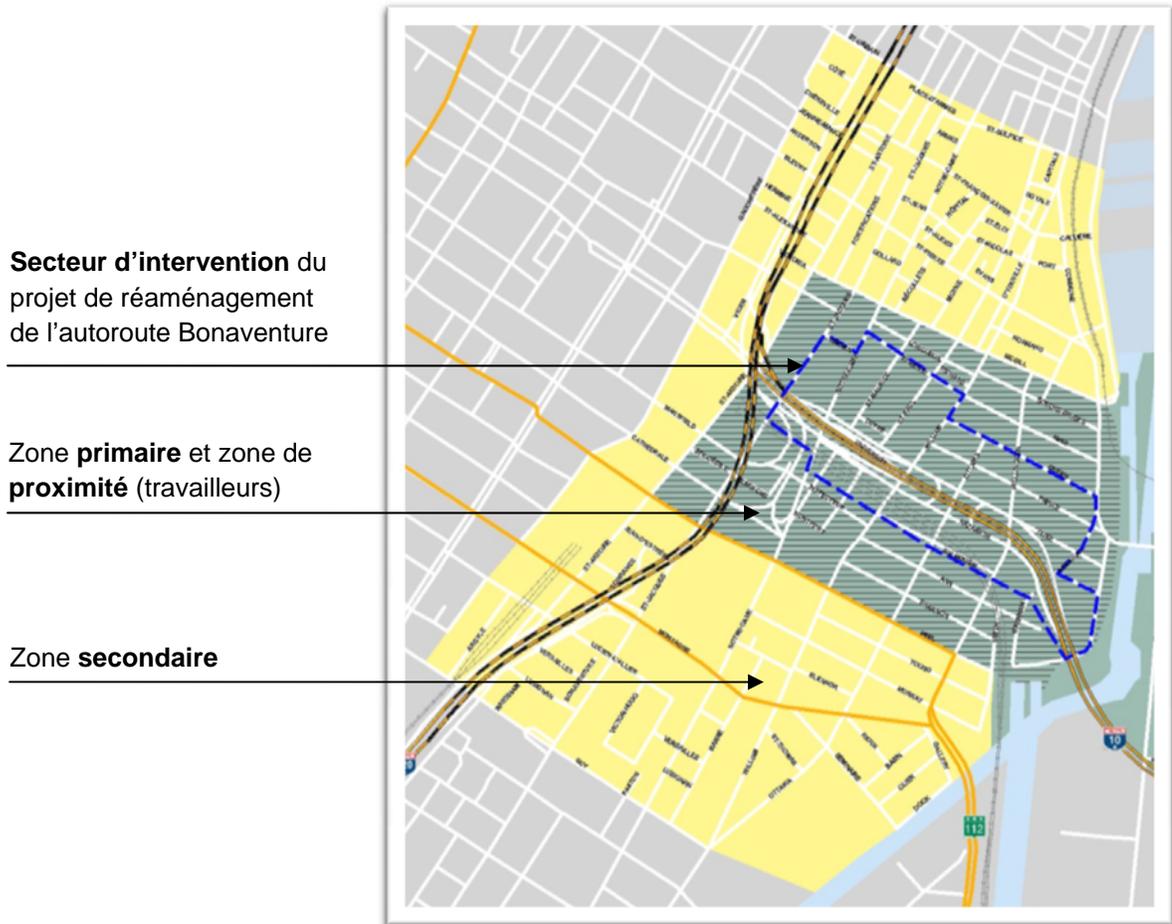
1) Excluant un l'hôtel (288 chambres)

2) Potentiel de développement immobilier selon les plans en date de l'été 2008, en pieds carrés

Les études et plans proposés à l'été 2008 considèrent un potentiel de développement de 90 740 pieds carrés pour le commerce de détail et près de 1,5 million de pieds carrés pour l'espace à bureaux. Un projet de plus de 1,1 million de pieds carrés d'espaces à bureaux pourrait s'ajouter à cette programmation (projet qui pourrait voir le jour dans l'îlot délimité par Université, St-Jacques, Gauvin et Notre-Dame).

Nous verrons, dans les quelques pages qui suivent, si le développement de 90 740 pieds carrés d'espace commercial est justifié en tenant compte des nouvelles données relatives au projet et au marché.

### 3. ZONE D'ÉTUDE



Secteur d'intervention du projet de réaménagement de l'autoroute Bonaventure

Zone **primaire** et zone de **proximité** (travailleurs)

Zone **secondaire**

### 4. PROJETS DE NATURE COMMERCIALE DANS LA ZONE D'ÉTUDE

#### Projets réalisés récemment

Aucun projet majeur n'a été réalisé dans la zone d'étude au cours de la dernière année. La seule réalisation digne de mention est la construction d'un supermarché Métro d'environ 30 000 pieds carrés à l'intersection Notre-Dame / de la Montagne au rez-de-chaussée des nouvelles résidences étudiantes l'École de Technologie Supérieure (ETS) (276 unités d'habitation).

## Projets à l'étape de planification

La société Devimco a présenté son « **Projet Griffintown** » à l'occasion de la consultation publique associée au Plan particulier d'urbanisme pour ce quartier (février 2008). Le projet s'étend sur un site délimité par Ottawa au nord, la voie ferrée et l'autoroute Bonaventure à l'est, le canal de Lachine au sud la rue du Séminaire à l'ouest. S'il est réalisé selon sa planification actuelle, le projet Griffintown formera un ensemble multifonctionnel dans lequel les composantes résidentielle et commerciale prédomineront. Un hôtel et quelques lieux de diffusion culturelle (salle de spectacles, cinéma) compléteront la programmation de l'espace locatif. Parmi les éléments déterminants de ce projet signalons notamment la construction de 983 784 pieds carrés (91 400 mètres carrés) de superficie locative brute pour le commerce de détail (données présentées par le promoteur dans le cadre de la consultation publique de février 2008). Le programme résidentiel annoncé prévoit la construction de 3 680 logements d'ici les 15 prochaines années.

Un second projet d'envergure est envisagé au **1500 Ottawa** (Bassins du Nouveau Havre<sup>2</sup>) par la Société Immobilière du Canada. Le site, délimité par Richmond à l'ouest, Ottawa au nord, du Séminaire à l'est et le Canal de Lachine au sud, était autrefois occupé par Postes Canada (centre de tri). Le projet est présentement à l'étape de consultation ; une activité « portes-ouvertes » a eu lieu en novembre 2008 au cours de laquelle le promoteur a présenté sa proposition de plan directeur. A ce stade-ci de la planification, le projet comprendrait trois composantes principales : résidentielle (2 000 unités), commerciale (300 000 pieds carrés de commerces, bureaux et fonctions récréo-touristiques) et publique (espaces verts, parcs récréatifs et mise en valeur des bassins). La première phase de la construction est prévue pour 2009.

Enfin, il convient de mettre en relief le projet de **tramway** annoncé dans le cadre du Plan de transport de la Ville de Montréal (juin 2008). La première de trois lignes envisagées formera une boucle via Ste-Catherine, Peel, de la Commune et Berri desservant le centre des affaires, le quartier Griffintown, le Havre de Montréal, le Vieux-Montréal, le nouveau CHUM, l'UQAM, le Quartier des spectacles et le Quartier international. Les études de faisabilité seront réalisées d'ici la fin 2009. Si le projet se concrétise, cette première ligne devrait être complétée en 2013. Quant aux deux autres lignes, elles relieront le centre-ville à la rue Jean-Talon. L'une en longeant l'avenue du Parc et l'autre en empruntant le chemin de la Côte-des-Neiges.

<sup>2</sup>

Le projet de redéveloppement Les Bassins du Nouveau Havre fait partie du réaménagement de 5 propriétés du Nouveau Havre de Montréal, un mandat que le gouvernement du Canada a confié à la SIC en avril 2007. Le site « Les Bassins du Nouveau Havre » est la première des cinq propriétés de la couronne à être aménagées. (deux terrains de la Société canadienne d'hypothèques et de logement dans la Cité du Havre, ainsi que divers terrains présentement gérés par l'Administration portuaire de Montréal, dont le Silo No 5).

## 5. RÉVISION DES DONNÉES SUR LA DEMANDE

### Population résidante

En 2006, lors du dernier recensement de Statistique Canada, on dénombrait 5 926 résidants dans la zone d'étude dont 1 479 (25 %) dans la zone primaire. Entre 2001 et 2006, la croissance démographique a été très forte (+55 %) dans la zone d'étude et, si l'on en juge par les très nombreux projets résidentiels mis en chantier au cours des dernières années, elle s'est maintenue jusqu'à aujourd'hui.

Évolution de la population dans la zone d'étude  
1996 – 2026

	Primaire	Secondaire	Total
1996 <sup>1</sup>	650	2 840	3 490
2001 <sup>1</sup>	840	2 975	3 815
2006 <sup>1</sup>	1 479	4 447	5 926
<b>2008 <sup>2</sup></b>	<b>1 900</b>	<b>6 300</b>	<b>8 200</b>
2026 <sup>2</sup>	7 300	17 100	24 400

1) Source: Statistique Canada

2) Altus Géocom. Année considérée des projets "à terme" dans le secteur.

On estime en effet qu'à l'heure actuelle (2008), la zone d'étude regroupe une population approchant les 8 200 personnes regroupées à l'intérieur de quelque 4 555 ménages. Cette estimation considère notamment la réalisation des projets suivants : résidences étudiantes de l'ETS, McGill Ouest, Lowneys 2, M9, Terrasses Windsor, Orléans, 334 Notre-Dame, Manoir Lusignan, Place d'Youville et Lofts sur Récollets.

Évolution des ménages dans la zone d'étude  
1991 – 2026

	Primaire	Secondaire	Total
1996 <sup>1</sup>	355	1 550	1 905
2001 <sup>1</sup>	610	1 975	2 585
2006 <sup>1</sup>	733	2 442	3 175
<b>2008 <sup>2</sup></b>	<b>1 055</b>	<b>3 500</b>	<b>4 555</b>
2026 <sup>2</sup>	4 040	9 520	13 560

1) Source: Statistique Canada

2) Altus Géocom. Année considérée des projets "à terme" dans le secteur.

À terme, c'est-à-dire vers 2026, alors que les grands projets auront été complétés (et posant l'hypothèse qu'ils se réaliseront et seront entièrement absorbés vers 2021-2026), la zone d'étude pourrait regrouper **24 400 résidants** : 7 300 personnes dans la zone primaire dont près de 5 000 à l'intérieur du secteur d'intervention du réaménagement de l'autoroute Bonaventure, et 17 100 personnes dans la zone secondaire à l'intérieur, notamment, des projets Griffintown (environ 6 600 résidants) et 1500 Ottawa (environ 3 600 résidants).

Les deux tableaux qui suivent présentent les principales variables du profil sociodémographique de la zone commerciale tel qu'observé lors du dernier recensement de 2006.

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

Étape de la vie	Tranche d'âge	Zone primaire		Zone secondaire		Total		Régions de référence	
		Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	RMR de Mtl	Québec
Enfance	0 à 14 ans	55	4%	335	8%	390	7%	16%	16%
Jeunesse	15 à 29 ans	360	24%	1 074	24%	1 434	24%	20%	19%
Nidification	30 à 44 ans	425	29%	1 293	29%	1 718	29%	23%	21%
Maturité	45 à 59 ans	389	26%	1 095	25%	1 484	25%	22%	23%
Retraite	60 à 74 ans	205	14%	492	11%	697	12%	12%	14%
Vieillesse	75 ans et plus	45	3%	158	4%	203	3%	7%	7%
<b>TOTAL</b>		<b>1 479</b>	<b>100%</b>	<b>4 447</b>	<b>100%</b>	<b>5 926</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Source: Statistique Canada, recensement de 2006

Sur le plan de l'âge, on constate une plus forte représentation des personnes aux étapes « jeunesse » et « nidification ». Cela témoigne notamment de la population étudiante associée à la présence de l'ÉTS dans le secteur. Les jeunes enfants et les personnes ayant atteint la vieillesse sont très peu nombreux soulignant la concentration de la population dans les tranches d'âge composant la population active.

Il convient également de souligner l'hétérogénéité de la population de la zone d'étude : à peine la moitié a le français comme langue maternelle ; dans la zone secondaire, les francophones sont d'ailleurs minoritaires au profit des personnes ayant une autre langue maternelle que le français ou l'anglais. Les immigrants sont très nombreux, comptant pour le tiers des effectifs totaux.

Autres variables sociodémographiques déterminantes, 2006

Variable	Zone primaire		Zone secondaire		Total		Régions de référence	
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	RMR de Mtl	Québec
<b>Taille moyenne des ménages</b>	1,7		1,7		1,7		2,3	2,3
<b>Langue maternelle</b>								
Français	961	65%	2 046	46%	3 007	51%	65%	79%
Anglais	355	24%	1 067	24%	1 422	24%	12%	8%
Autres	148	10%	1 290	29%	1 438	24%	21%	12%
Multiples	15	1%	44	1%	59	1%	2%	1%
<b>Total</b>	<b>1 479</b>	<b>100%</b>	<b>4 447</b>	<b>100%</b>	<b>5 926</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>Immigrants <sup>1</sup></b>	281	19%	1 645	37%	1 926	33%	22%	12%
<b>Indice du revenu <sup>2</sup></b>	189,2		177,8		180,4		106,9	100,0

Source: Statistique Canada, recensement de 2006

1) Personnes nées à l'extérieur du Canada (et en pourcentage de la population totale). Incluant les résidents non permanents.

2) Province de Québec = 100

La population de la zone commerciale se démarque également sur le plan économique : le revenu moyen des ménages y est supérieur de 80 % à la moyenne provinciale.

## Travailleurs

En 2007, la population des travailleurs de la zone de proximité (voir la carte de la page 3) avait été évaluée à 15 500 personnes. Cette donnée reposait notamment sur le REEM (Répertoire des entreprises et de l'emploi de Montréal, 2000) et un exercice de mise à jour par le consultant.

Le réaménagement de l'autoroute Bonaventure entrainera la construction de plusieurs immeubles à bureaux. Selon la planification actuelle, le potentiel de développement global du secteur d'intervention pour cet usage est évalué à 1 494 000 pieds carrés (voir le tableau de la page 2). Une telle superficie de bureaux peut accueillir une population de quelque 6 000 travailleurs.

S'il est réalisé, le projet Griffintown sera également localisé dans la zone de proximité. Il n'y aura pas de composante à bureaux en tant que telle mais les 983 800 pieds carrés d'espace commercial pourraient, à eux seuls, soutenir autour de 2 200 emplois.

Considérant les effets d'entraînement de ces deux grands projets sur la revitalisation du quartier, on serait en droit de s'attendre à la construction d'autres immeubles à bureaux, commerces et services ailleurs dans la zone de proximité : dans la Cité Multimédia, dans le secteur du campus de l'ÉTS, etc.

En conséquence, et en posant l'hypothèse que les deux grands projets se réaliseront entièrement et selon les éléments de planification considérés dans le cadre de cette étude, on évalue qu'à terme, c'est-à-dire vers 2021-2026, on pourrait dénombrer autour de 25 000 travailleurs dans la zone de proximité<sup>3</sup>.

## Potentiel commercial de la zone d'étude, 2021-2026

L'évaluation du potentiel des résidants repose sur les données de l'Enquête sur les dépenses des ménages de Statistique Canada (2006), indexées et pondérées par Altus Géocom pour tenir compte de la réalité sociodémographique de la zone d'étude. Le potentiel des travailleurs a été estimé à l'aide des résultats d'une enquête en face à face effectuée par Altus Géocom auprès d'un échantillon de 1 197 travailleurs du centre-ville de Montréal en 2006. Les résultats obtenus reflètent les dépenses effectuées par les travailleurs à proximité de leur lieu de travail.

Le tableau qui suit présente les résultats de nos calculs du potentiel commercial de la zone d'étude « à terme » c'est-à-dire vers 2021-2026, alors que le projet de réaménagement de l'autoroute Bonaventure sera complété et les unités d'habitation, entièrement absorbées. Ces calculs considèrent également la réalisation complète, et selon les éléments de planification connus au moment de la réalisation de cette étude, des deux autres grands projets de la zone d'étude : Griffintown et 1500 Ottawa.

---

<sup>3</sup> Excluant le projet d'immeuble à bureaux de 1,1 million de pieds carrés qui pourrait voir le jour dans l'îlot délimité par Université, St-Jacques, Gauvin et Notre-Dame (ce qui impliquerait 4 400 travailleurs additionnels).

Tenant compte de ces hypothèses, le **potentiel commercial théorique** de la zone d'étude devrait s'élever à **386,4 millions \$** vers 2021-2026. Signalons que ces données monétaires reflètent la valeur actuelle du dollar (2008).

**Sommaire du potentiel commercial  
dans la zone d'étude**

	Actuellement 2008	À terme 2021-2026
<b>Résidants</b>		
Zone primaire	21 919 000 \$	83 931 000 \$
Zone secondaire	81 997 000 \$	223 008 000 \$
<b>Total - résidants</b>	<b>103 916 000 \$</b>	<b>306 939 000 \$</b>
<b>Travailleurs</b>	<b>45 664 700 \$</b>	<b>79 500 000 \$</b>
<b>TOTAL</b>	<b>149 580 700 \$</b>	<b>386 439 000 \$</b>

Source: Altus Géocom. Voir les tableaux détaillés en annexe.

Les catégories les plus importantes en termes monétaires sont les suivantes (voir également les tableaux détaillés en annexe) :

Catégorie	Potentiel à terme (2012-2016)
Restaurants et bars :	75 052 000 \$
Alimentation	90 210 000 \$
Vêtements et chaussures :	52 568 000 \$
Santé et beauté :	27 250 000 \$
Meubles, électronique et électroménagers:	25 807 000 \$
Autres biens et services :	115 552 000 \$
<b>TOTAL</b>	<b>386 439 000 \$</b>

## 6. OFFRE COMMERCIALE

Au moment de la réalisation de la première étude, en mars 2007, 220 commerces avaient été dénombrés dans la zone commerciale dont 129 restaurants et/ou bars. Aucun projet commercial majeur n'a vu le jour depuis à l'intérieur des limites de cette zone si ce n'est du supermarché Métro (30 000 pieds carrés) à l'intersection Notre-Dame / de la Montagne, au rez-de-chaussée de la nouvelle résidence étudiante de l'ETS.

S'il se réalise comme prévu, le projet Griffintown, pourrait transformer la structure commerciale du secteur et modifier les comportements d'achat des résidants et des travailleurs du secteur :

- Avec 983 784 pieds carrés prévus pour le commerce de détail et la restauration, le projet Griffintown figurera au titre des grands centres commerciaux de la région montréalaise. À titre

indicatif, sa taille se comparera à celle du Marché Central (950 000 pieds carrés) et à celle de la Place Versailles (900 000 pieds carrés). Il devrait en conséquence avoir un pouvoir d'attraction non négligeable.

- La rue Ste-Catherine restera toutefois l'épine dorsale de la structure commerciale du centre-ville. On dénombre actuellement autour de 4 millions de pieds carrés de superficie locative brute sur la rue Ste-Catherine, entre Atwater et Amherst (incluant les galeries marchandes et le magasin La Baie).

## 7. CONCLUSIONS : ESPACE COMMERCIAL JUSTIFIÉ À L'INTÉRIEUR DU SECTEUR D'INTERVENTION

Le réaménagement de l'autoroute Bonaventure sera un projet structurant pour la revitalisation de cette partie du centre-ville. Mais sa contribution potentielle à la dynamique des activités commerciales du centre-ville doit être soupesée et relativisée dans la perspective de la réalisation du projet Griffintown qui, s'il est réalisé tel que prévu, aura un pouvoir d'attraction régional. Il devrait notamment être en mesure de combler la très grande partie des besoins des résidants de la zone d'étude. Les résidants, tout comme les travailleurs localisés aux abords du futur boulevard Bonaventure, se trouveront en effet à distance de marche des commerces et services de ce projet. Qui plus est, en éliminant la structure surélevée, le réaménagement de l'autoroute facilitera la mobilité des piétons entre la partie ouest du Vieux Montréal et le quartier Griffintown.

D'autre part, d'après les éléments de planification considérés dans cette étude, la masse critique de la composante commerciale du projet de réaménagement de l'autoroute Bonaventure (90 000 pieds carrés) sera insuffisante pour faire en sorte de créer une véritable destination commerciale. En corollaire, le site aura peu d'attrait pour les détaillants de biens de comparaison comme les vêtements, chaussures et accessoires vestimentaires qui, on le sait, priorisent les sites de type « centre commercial » à l'intérieur desquels ils peuvent profiter des avantages d'agglomération (échanges de clientèles et synergie) et de niveaux élevés d'achalandage, comme c'est le cas sur la rue Ste-Catherine et dans les galeries marchandes de l'hypercentre montréalais).

Dans les conclusions de la première étude, nous avons souligné que la composante commerciale du projet s'adresserait avant tout à la population résidente de la zone, particulièrement aux nouveaux résidants prévus avec la croissance résidentielle qu'entraînerait le projet ainsi qu'aux travailleurs de la zone immédiate. Cette affirmation est toujours valable, particulièrement dans le contexte de la réalisation possible des deux autres grands projets dans la zone d'étude qui fourniront une offre commerciale à leurs propres résidants (inclus dans notre évaluation du potentiel commercial 2012-2026)

On en conclut qu'en matière commerciale, **la vocation du site sera locale, limitée aux biens et services courants, aux biens semi durables et à la restauration<sup>4</sup>. Les clientèles-cibles seront**

4

En conséquence, les catégories suivantes ont été exclues de l'évaluation de la part du site (tableau de la page 10) : vêtements, chaussures, bijoux, agences de voyages, électronique, instruments de musique, jouets, maroquinerie, meubles et électroménagers, ordinateurs, photos et tissus.

les résidents et les travailleurs de la zone primaire (zone de proximité). Le tableau suivant présente les résultats de deux scénarios de pénétration de marché.

**Ventes potentielles de l'ensemble commercial envisagé dans la zone d'intervention du réaménagement de l'autoroute Bonaventure**

	Potentiel total 2021-2026	Scénario conservateur		Scénario optimiste	
		%	\$	%	\$
<b>Résidents et travailleurs de la zone primaire (zone de proximité)</b>					
<b>Biens et services courants</b>					
Alimentation et SAQ	31 361 000 \$	33%	10 349 100 \$	35%	10 976 400 \$
Santé et beauté	8 496 000 \$	43%	3 653 300 \$	45%	3 823 200 \$
Services personnels <sup>1</sup>	4 200 000 \$	43%	1 806 000 \$	45%	1 890 000 \$
<b>Biens semi-durables <sup>2</sup></b>	17 898 000 \$	8%	1 431 800 \$	10%	1 789 800 \$
<b>Restauration et bars</b>	42 541 000 \$	4%	1 701 600 \$	5%	2 127 100 \$
<b>Sous-total, zone primaire</b>	<b>104 496 000 \$</b>	<b>18%</b>	<b>18 941 800 \$</b>	<b>20%</b>	<b>20 606 500 \$</b>
<b>Résidents de la zone secondaire</b>					
<b>Biens et services courants</b>					
Alimentation et SAQ	65 450 000 \$	7%	4 581 500 \$	8%	5 236 000 \$
Santé et beauté	18 754 000 \$	4%	750 200 \$	5%	937 700 \$
Services personnels <sup>1</sup>	6 426 000 \$	4%	257 000 \$	5%	321 300 \$
<b>Biens semi-durables <sup>2</sup></b>	29 799 000 \$	1%	298 000 \$	1%	298 000 \$
<b>Restauration et bars</b>	32 511 000 \$	1%	325 100 \$	1%	325 100 \$
<b>Sous-total, zone secondaire</b>	<b>152 940 000 \$</b>	<b>4%</b>	<b>6 211 800 \$</b>	<b>5%</b>	<b>7 118 100 \$</b>
<b>Total, résidents et travailleurs de la zone d'étude</b>	<b>257 436 000 \$</b>	<b>10%</b>	<b>25 153 600 \$</b>	<b>11%</b>	<b>27 724 600 \$</b>
<b>Hors-zone @ 15% <sup>3</sup></b>			4 438 400 \$		4 892 400 \$
<b>TOTAL</b>			<b>29 592 000 \$</b>		<b>32 617 000 \$</b>

Source: Altus Géocom

1) Club video, coiffure et esthétique, cordonnerie et nettoyeur à sec.

2) Animalerie, articles de sport, articles pour la maison, cartes de souhaits, CD et DVD, fleuriste, librairie, optométriste, papeterie et quincaillerie

3) Ventes attribuables aux touristes et excursionnistes ainsi qu'aux Montréalais de l'extérieur de la zone d'étude

Nos calculs suggèrent qu'un éventuel ensemble commercial à l'intérieur de la zone d'intervention pourrait générer des ventes de l'ordre de 29,6 à 32,6 millions \$ annuellement. Ces volumes d'affaires reposent sur l'application de taux de pénétration se situant entre 30 % et 45 % pour les biens courants dans la zone primaire (appliqués au potentiel des résidents et travailleurs). Les taux de pénétration appliqués pour les biens semi durables et la restauration sont plus faibles (4 % à 10 %). En raison de l'intensité probable de la concurrence dans la zone secondaire (projet Griffintown, projet 1500 Ottawa, structure commerciale du Vieux-Montréal et proximité de l'axe de

la rue Ste-Catherine), les parts de marché du projet dans la zone secondaire sont nettement plus faibles.

Rappelons que ces résultats reposent sur l'hypothèse de la réalisation de tous les grands projets dans la zone d'étude, autant le réaménagement de l'autoroute Bonaventure, le projet Griffintown et le projet du 1500 Ottawa : nous avons considéré l'absorption totale des unités d'habitation prévues dans des trois projets et la réalisation des composantes commerciales et à bureaux (travailleurs) selon les éléments de planification de ces projets présentés en 2008.

Ces résultats reflètent la valeur actuelle du dollar. Tenant compte d'un rendement moyen de 350 \$ du pied carré, de tels niveaux de ventes pourraient justifier entre **85 000 et 95 000 pieds carrés de superficie locative brute**. On en conclut que la planification initiale de l'espace commercial du projet est toujours justifiée à la lumière des nouveaux paramètres du projet et du marché.

Ces résultats doivent être considérés **comme une indication théorique des superficies commerciales à prévoir dans la zone d'intervention du réaménagement de l'autoroute Bonaventure tenant compte bien sûr, des hypothèses retenues mais également de l'état actuel de la concurrence et des comportements d'achat**. On peut en effet arguer que d'ici 2021-2026, beaucoup de choses auront changé sur la scène montréalaise et québécoise du détail.

Altus Géocom est toujours d'avis que l'espace commercial du projet aurait tout avantage à être regroupé sur un seul et même îlot. Il est difficile, à ce stade-ci, de statuer lequel de l'îlot 3-P22, l'intersection Notre-Dame (recommandé dans la première étude), ou des îlots centraux du boulevard Bonaventure (3-C16 ou 3-C18) serait le plus stratégique.

Il nous apparaît cependant clair que les perspectives de développement commercial sur l'îlot de la Commune (3-C3 et 3-C4) nous apparaissent marginales, du moins dans les premières phases du projet de réaménagement de l'autoroute. L'immeuble prévu sur cet îlot (284 unités) logera entre 500 et 600 personnes ; c'est nettement insuffisant pour justifier l'exploitation d'un établissement commercial, outre un petit dépanneur qui pourrait desservir les résidents de l'immeuble et les travailleurs et résidents de la zone très immédiate. En outre, la situation de l'îlot à l'extrémité sud de la zone d'intervention du projet, dans une zone de transition entre la Cité du Multimédia et le projet Griffintown est peu favorable à l'implantation de commerces. C'est d'autant plus vrai qu'à cette hauteur, l'autoroute Bonaventure reprend son tracé en voies surélevées. Ces conclusions pourraient cependant être réévaluées si le projet du tramway se concrétisait, et si son tracé empruntait cette portion de la rue de la Commune : il est possible qu'alors, la valeur commerciale de l'îlot soit légèrement plus élevée, notamment pour les types de biens et services associés à la clientèle de passage (café, tabagie, restauration légère).

Une fois la planification et le design du projet établis, il sera possible d'effectuer le choix définitif du meilleur site en fonction des critères de taille, de visibilité et d'accessibilité mais d'emblée, les îlots les plus au nord, à proximité de la rue Notre-Dame, nous apparaissent les plus porteurs.



**Altus Géocom**

**Annexe**  
Potentiel commercial – tableaux  
détaillés

**Potentiel de marché annuel dans la zone d'étude  
2008**

Catégories	Primaire	Secondaire	Total résidents	Travailleurs de la zone de proximité <sup>1</sup>	Total
Agence de voyage	1 129 000 \$	2 905 000 \$	4 034 000 \$	2 785 800 \$	6 819 800 \$
Alimentation	7 163 000 \$	22 400 000 \$	29 563 000 \$	1 062 600 \$	30 625 600 \$
Animalerie	58 000 \$	140 000 \$	198 000 \$	57 400 \$	255 400 \$
Articles de sports	485 000 \$	2 118 000 \$	2 603 000 \$	818 500 \$	3 421 500 \$
Articles pour la maison	628 000 \$	3 150 000 \$	3 778 000 \$	1 536 500 \$	5 314 500 \$
Bijoux	248 000 \$	823 000 \$	1 071 000 \$	761 100 \$	1 832 100 \$
Cartes de souhaits	37 000 \$	158 000 \$	195 000 \$	143 600 \$	338 600 \$
Chaussures	369 000 \$	1 435 000 \$	1 804 000 \$	1 479 100 \$	3 283 100 \$
Club vidéo	185 000 \$	578 000 \$	763 000 \$	71 800 \$	834 800 \$
Coiffure & esthétique	375 000 \$	1 383 000 \$	1 758 000 \$	359 000 \$	2 117 000 \$
Cordonnerie	5 000 \$	35 000 \$	40 000 \$	28 700 \$	68 700 \$
Disquaire	248 000 \$	928 000 \$	1 176 000 \$	402 100 \$	1 578 100 \$
Électronique	760 000 \$	2 258 000 \$	3 018 000 \$	1 364 200 \$	4 382 200 \$
Fleuriste	47 000 \$	193 000 \$	240 000 \$	71 800 \$	311 800 \$
Instruments de musique	32 000 \$	158 000 \$	190 000 \$	28 700 \$	218 700 \$
Jouets	132 000 \$	543 000 \$	675 000 \$	473 900 \$	1 148 900 \$
Librairie	227 000 \$	893 000 \$	1 120 000 \$	402 100 \$	1 522 100 \$
Maroquinerie	74 000 \$	333 000 \$	407 000 \$	301 600 \$	708 600 \$
Meubles & électroménagers	823 000 \$	3 780 000 \$	4 603 000 \$	545 700 \$	5 148 700 \$
Nettoyeur	95 000 \$	368 000 \$	463 000 \$	502 600 \$	965 600 \$
Optométriste	137 000 \$	735 000 \$	872 000 \$	617 500 \$	1 489 500 \$
Ordinateurs	654 000 \$	4 428 000 \$	5 082 000 \$	2 426 800 \$	7 508 800 \$
Papeterie	69 000 \$	263 000 \$	332 000 \$	301 600 \$	633 600 \$
Photos	227 000 \$	1 015 000 \$	1 242 000 \$	430 800 \$	1 672 800 \$
Quincaillerie	538 000 \$	2 380 000 \$	2 918 000 \$	488 200 \$	3 406 200 \$
Restaurants & bars	2 785 000 \$	11 953 000 \$	14 738 000 \$	18 309 000 \$	33 047 000 \$
Santé & Beauté	1 735 000 \$	6 895 000 \$	8 630 000 \$	1 062 600 \$	9 692 600 \$
S.A.Q.	380 000 \$	1 663 000 \$	2 043 000 \$	359 000 \$	2 402 000 \$
Tissus	32 000 \$	175 000 \$	207 000 \$	100 500 \$	307 500 \$
Vêtements pour enfants	475 000 \$	1 330 000 \$	1 805 000 \$	1 579 600 \$	3 384 600 \$
Vêtements pour femmes	1 092 000 \$	4 288 000 \$	5 380 000 \$	4 236 200 \$	9 616 200 \$
Vêtements pour hommes	675 000 \$	2 293 000 \$	2 968 000 \$	2 556 100 \$	5 524 100 \$
<b>TOTAL</b>	<b>21 919 000 \$</b>	<b>81 997 000 \$</b>	<b>103 916 000 \$</b>	<b>45 664 700 \$</b>	<b>149 580 700 \$</b>
<b>SANS ALIMENTATION</b>	<b>14 756 000 \$</b>	<b>59 597 000 \$</b>	<b>74 353 000 \$</b>	<b>44 602 100 \$</b>	<b>118 955 100 \$</b>

Source: Statistique Canada et Altus Géocom

<sup>1</sup> Travailleurs dans la zone de proximité (zone primaire).

**Potentiel de marché annuel dans la zone de marché  
Situation à terme: 2021 - 2026**

Catégories	Primaire	Secondaire	Total résidents	Travailleurs de la zone de proximité <sup>1</sup>	Total
Agence de voyage	4 323 000 \$	7 902 000 \$	12 225 000 \$	4 850 000 \$	17 075 000 \$
Alimentation	27 432 000 \$	60 928 000 \$	88 360 000 \$	1 850 000 \$	90 210 000 \$
Animalerie	222 000 \$	381 000 \$	603 000 \$	100 000 \$	703 000 \$
Articles de sports	1 858 000 \$	5 760 000 \$	7 618 000 \$	1 425 000 \$	9 043 000 \$
Articles pour la maison	2 404 000 \$	8 568 000 \$	10 972 000 \$	2 675 000 \$	13 647 000 \$
Bijoux	949 000 \$	2 237 000 \$	3 186 000 \$	1 325 000 \$	4 511 000 \$
Cartes de souhaits	141 000 \$	428 000 \$	569 000 \$	250 000 \$	819 000 \$
Chaussures	1 414 000 \$	3 903 000 \$	5 317 000 \$	2 575 000 \$	7 892 000 \$
Club vidéo	707 000 \$	1 571 000 \$	2 278 000 \$	125 000 \$	2 403 000 \$
Coiffure & esthétique	1 434 000 \$	3 760 000 \$	5 194 000 \$	625 000 \$	5 819 000 \$
Cordonnerie	20 000 \$	95 000 \$	115 000 \$	50 000 \$	165 000 \$
Disquaire	949 000 \$	2 523 000 \$	3 472 000 \$	700 000 \$	4 172 000 \$
Électronique	2 909 000 \$	6 140 000 \$	9 049 000 \$	2 375 000 \$	11 424 000 \$
Fleuriste	182 000 \$	524 000 \$	706 000 \$	125 000 \$	831 000 \$
Instruments de musique	121 000 \$	428 000 \$	549 000 \$	50 000 \$	599 000 \$
Jouets	505 000 \$	1 476 000 \$	1 981 000 \$	825 000 \$	2 806 000 \$
Librairie	869 000 \$	2 428 000 \$	3 297 000 \$	700 000 \$	3 997 000 \$
Maroquinerie	283 000 \$	904 000 \$	1 187 000 \$	525 000 \$	1 712 000 \$
Meubles & électroménagers	3 151 000 \$	10 282 000 \$	13 433 000 \$	950 000 \$	14 383 000 \$
Nettoyeur	364 000 \$	1 000 000 \$	1 364 000 \$	875 000 \$	2 239 000 \$
Optométriste	525 000 \$	1 999 000 \$	2 524 000 \$	1 075 000 \$	3 599 000 \$
Ordinateurs	2 505 000 \$	12 043 000 \$	14 548 000 \$	4 225 000 \$	18 773 000 \$
Papeterie	263 000 \$	714 000 \$	977 000 \$	525 000 \$	1 502 000 \$
Photos	869 000 \$	2 761 000 \$	3 630 000 \$	750 000 \$	4 380 000 \$
Quincaillerie	2 060 000 \$	6 474 000 \$	8 534 000 \$	850 000 \$	9 384 000 \$
Restaurants & bars	10 666 000 \$	32 511 000 \$	43 177 000 \$	31 875 000 \$	75 052 000 \$
Santé & Beauté	6 646 000 \$	18 754 000 \$	25 400 000 \$	1 850 000 \$	27 250 000 \$
S.A.Q.	1 454 000 \$	4 522 000 \$	5 976 000 \$	625 000 \$	6 601 000 \$
Tissus	121 000 \$	476 000 \$	597 000 \$	175 000 \$	772 000 \$
Vêtements pour enfants	1 818 000 \$	3 618 000 \$	5 436 000 \$	2 750 000 \$	8 186 000 \$
Vêtements pour femmes	4 181 000 \$	11 662 000 \$	15 843 000 \$	7 375 000 \$	23 218 000 \$
Vêtements pour hommes	2 586 000 \$	6 236 000 \$	8 822 000 \$	4 450 000 \$	13 272 000 \$
<b>TOTAL</b>	<b>83 931 000 \$</b>	<b>223 008 000 \$</b>	<b>306 939 000 \$</b>	<b>79 500 000 \$</b>	<b>386 439 000 \$</b>
<b>SANS ALIMENTATION</b>	<b>56 499 000 \$</b>	<b>162 080 000 \$</b>	<b>218 579 000 \$</b>	<b>77 650 000 \$</b>	<b>296 229 000 \$</b>

Source: Statistique Canada et Altus Géocom

NOTE: En dollar 2008.

<sup>1</sup> Travailleurs dans la zone de proximité (zone primaire) posant l'hypothèse de la réalisation entière et complète du projet de réaménagement de l'autoroute Bonaventure ainsi que le projet Griffintown.