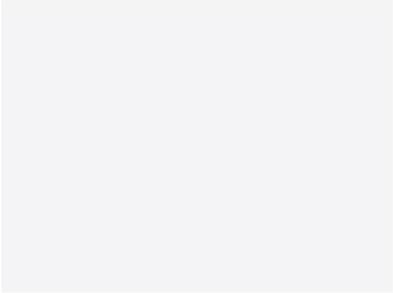


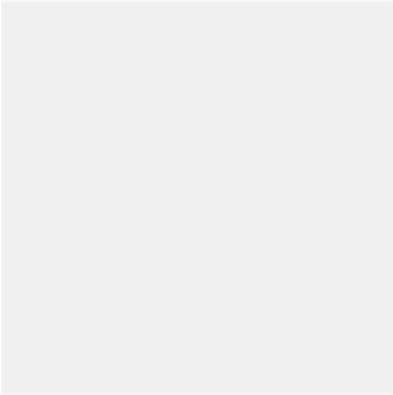
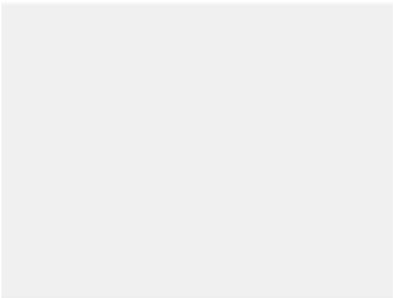
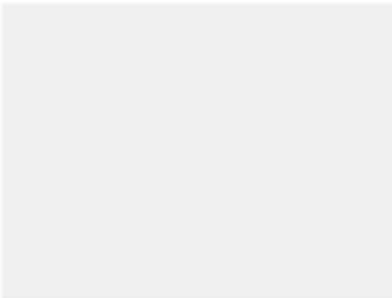
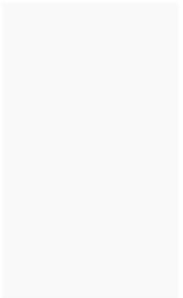
# Projet de piétonisation de la rue Saint-Paul Été 2010

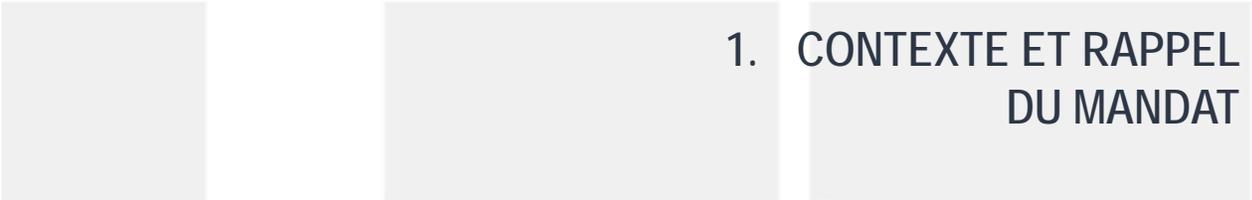
**Rapport final**  
**18 octobre 2010**



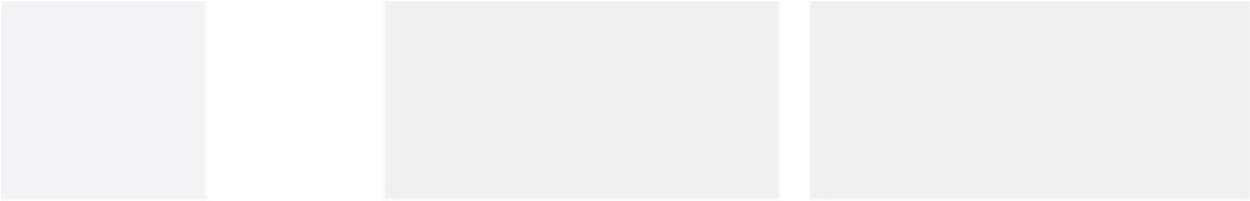


**TABLE DES MATIÈRES**

1. Contexte et rappel du mandat
  2. Méthodologie
  3. Profil et perceptions des usagers
  4. Profil et perceptions des gens d'affaires
  5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires
- 
- 
- 
- 
- 



1. CONTEXTE ET RAPPEL  
DU MANDAT



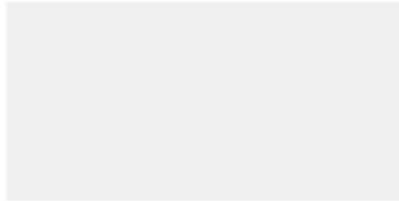
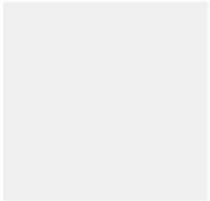
## 1. Rappel du mandat

### Contexte

En 2009, la rue Saint-Paul est, entre les rues du marché Bonsecours et Saint-Gabriel, a été rendue piétonne pour une période de deux semaines à titre de projet-pilote. Suite à la réussite de l'opération, l'Arrondissement Ville-Marie renouvelle l'opération en élargissant à la fois le territoire (entre la rue du marché Bonsecours et le boulevard Saint-Laurent) et la période (du 18 juin au 7 septembre 2010).

### Mandat de Convergence :

- Réaliser un sondage auprès des usagers à l'égard de l'appréciation de la piétonisation
- Réaliser un sondage auprès des gens d'affaires à l'égard de l'appréciation de la piétonisation
- Comparer les résultats obtenus à ceux de l'été 2009



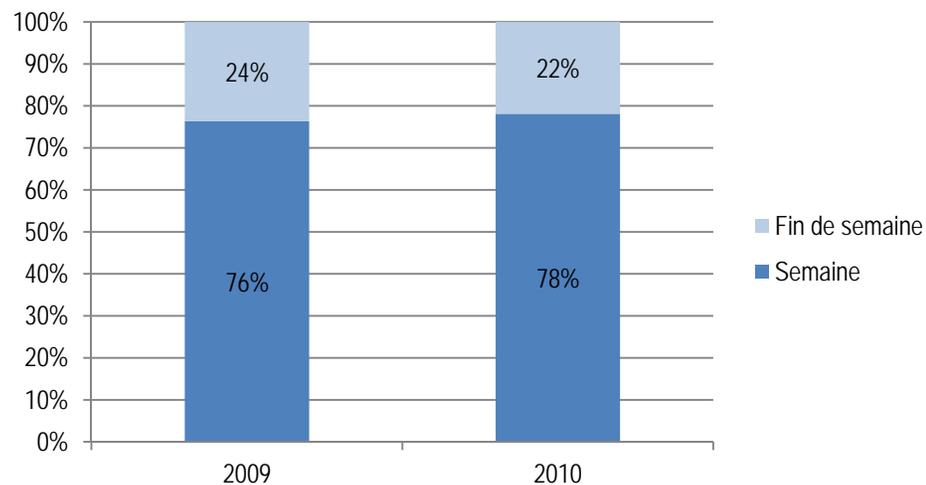
## 2. MÉTHODOLOGIE

## 2. Méthodologie

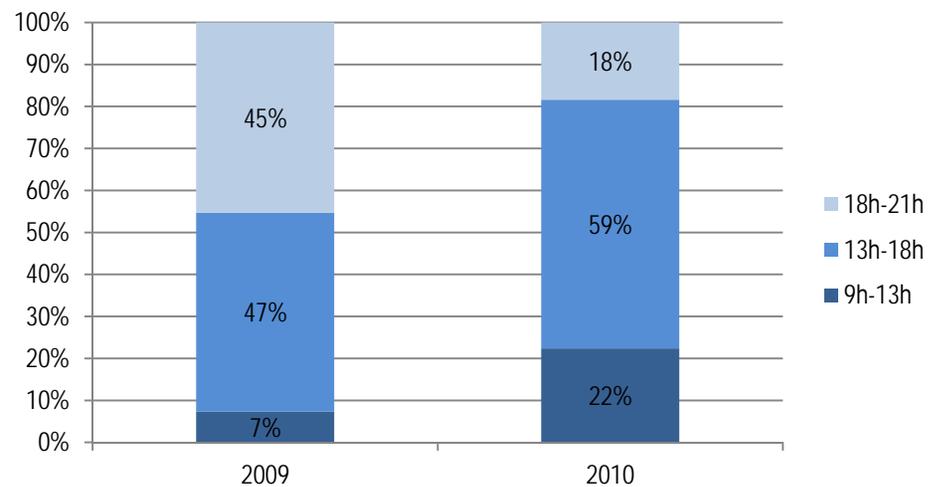
### Sondage auprès des usagers

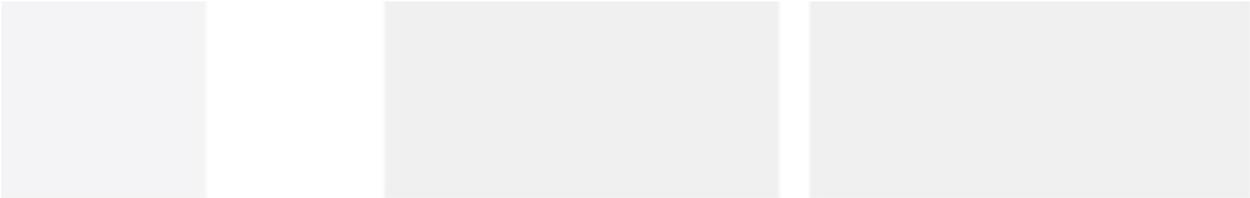
ANNÉE	Répondants N=	Date des sondages	Marge d'erreur d'échantillon
2009	203	21-07-09 au 02-08-09	6,9 %, 19 fois sur 20
2010	201	09-08-10 au 31-08-10	6,9 %, 19 fois sur 20

Périodes de sondages selon les jours



Périodes de sondages selon les heures

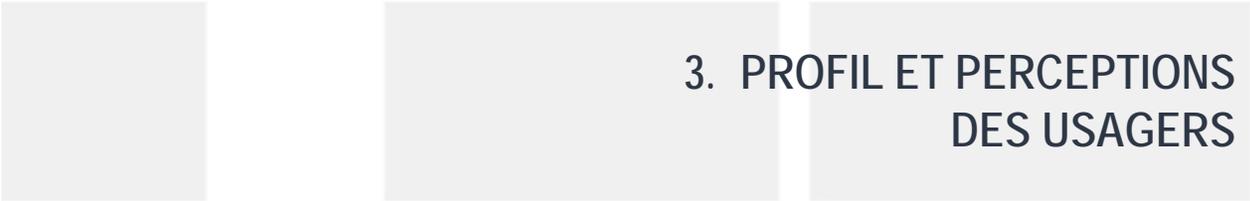




## 2. Méthodologie

### Sondage auprès des gens d'affaires

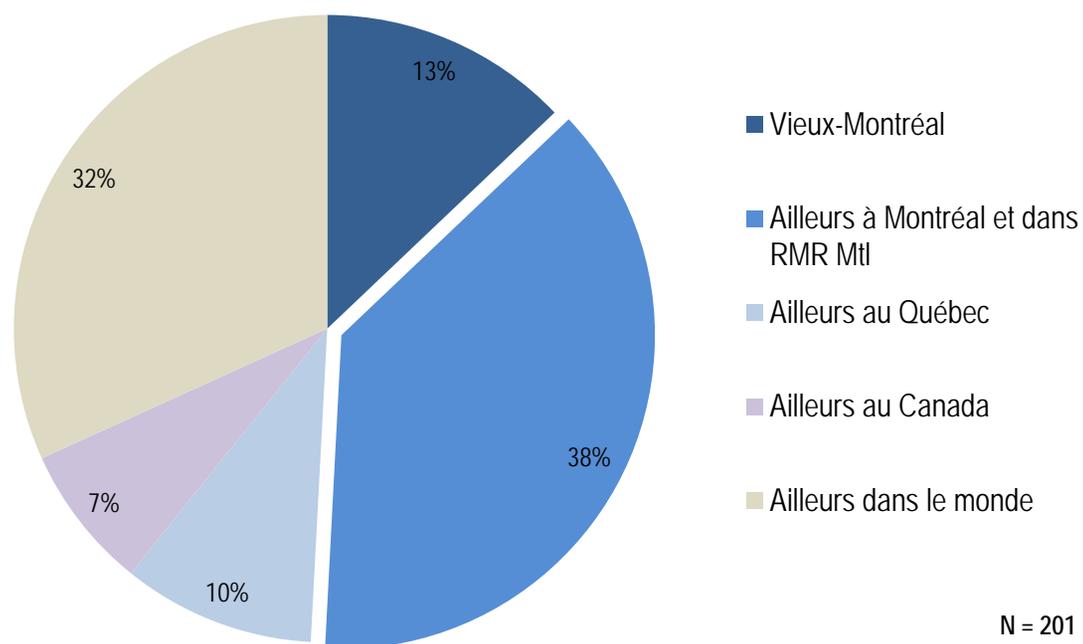
ANNÉE	Répondants N =	Date des sondages
2009	28	10 au 19 août
2010	34	9 au 20 septembre



### 3. PROFIL ET PERCEPTIONS DES USAGERS

### 3. Profil et perceptions des usagers

#### PROVENANCE DES RÉPONDANTS



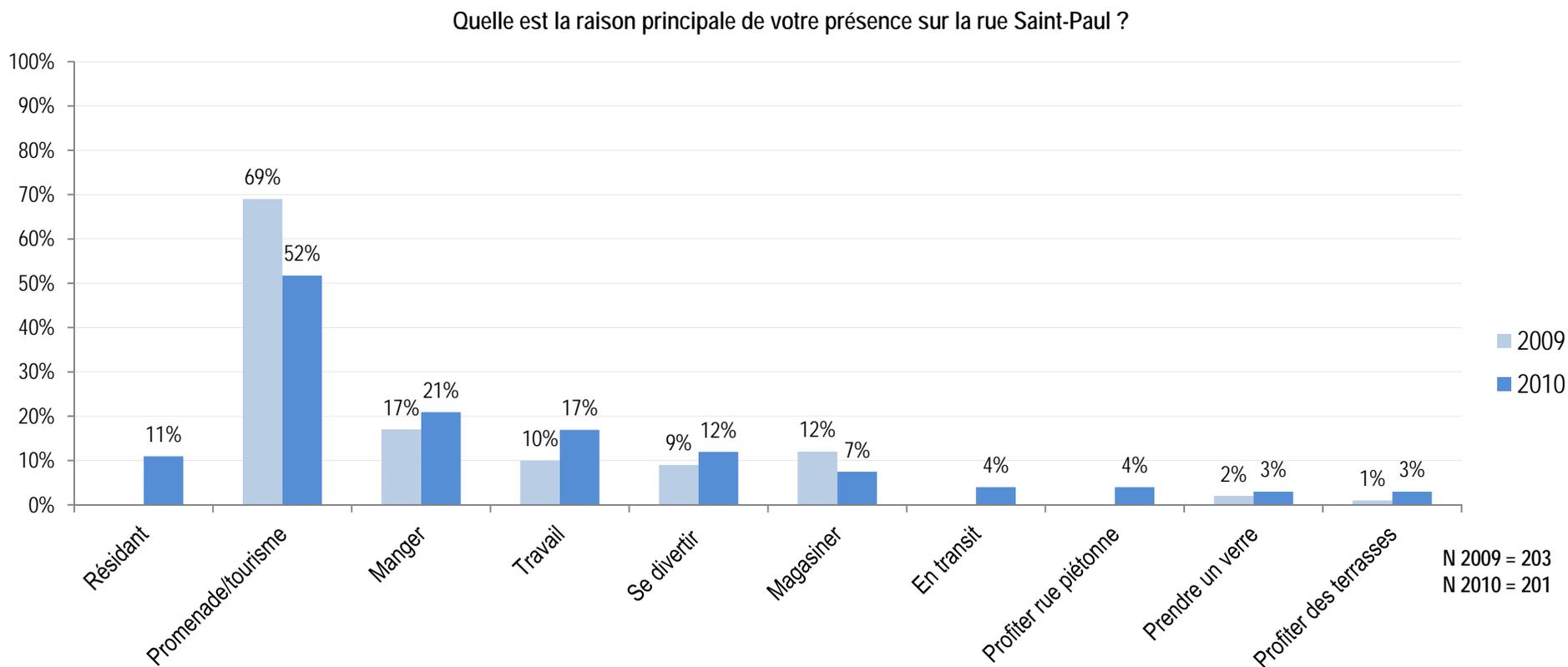
La majorité des répondants (38 %) vient de Montréal et des environs

Près d'un tiers des répondants (32 %) vient d'ailleurs dans le monde

13 % des répondants habitent le Vieux-Montréal

### 3. Profil et perceptions des usagers

#### RAISON PRINCIPALE DE LA PRÉSENCE SUR SAINT-PAUL

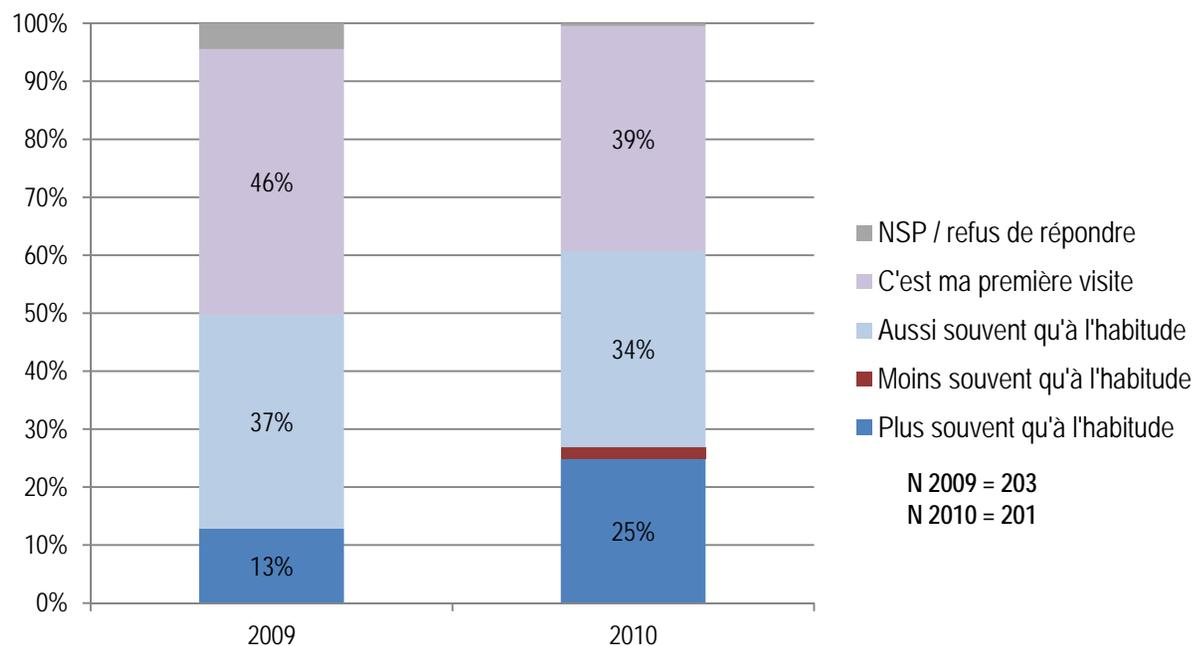


Plus de la moitié des répondants (52%) se trouve sur Saint-Paul pour du tourisme / promenade

### 3. Profil et perceptions des usagers

#### FRÉQUENTATION DE LA RUE SAINT-PAUL

Depuis la piétonisation de la rue Saint-Paul, diriez-vous que vous la fréquentez...



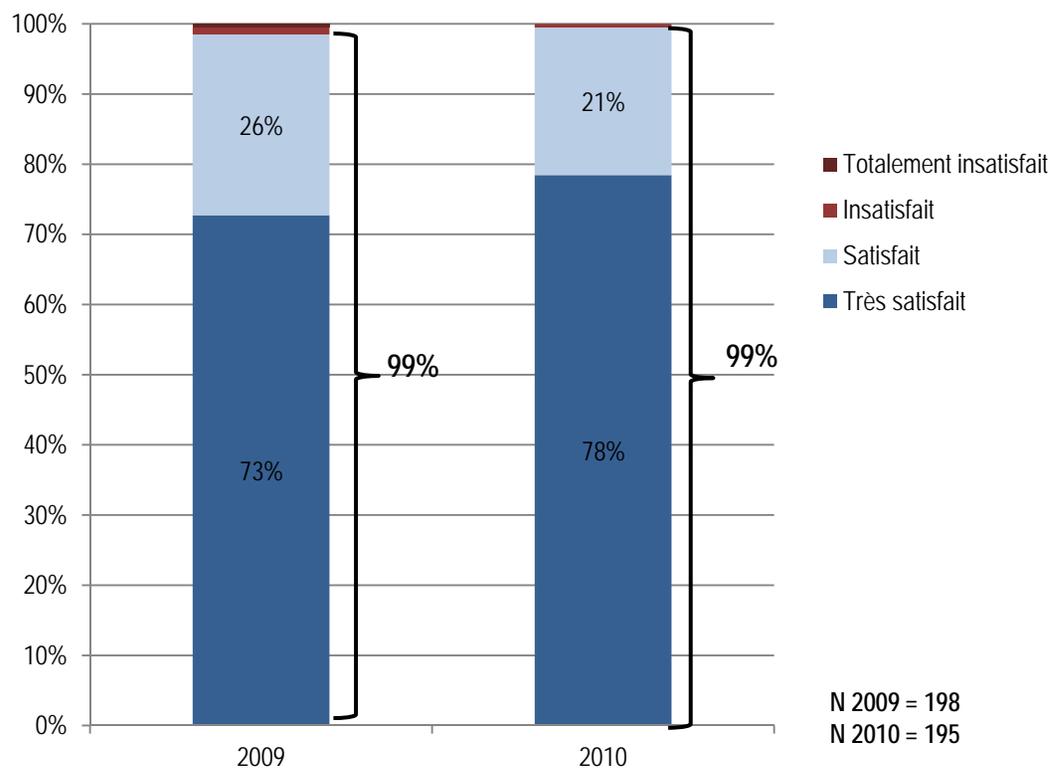
Comme en 2009, une part considérable de répondants (39%) visite la rue Saint-Paul pour la première fois

En 2010, on note une légère augmentation de répondants qui visitent la rue plus souvent qu'à l'habitude lorsqu'elle est piétonne (25%)

### 3. Profil et perceptions des usagers

#### SATISFACTION GÉNÉRALE À L'ÉGARD DU PROJET

Quelle est votre appréciation générale par rapport à la piétonisation de la rue Saint-Paul ?



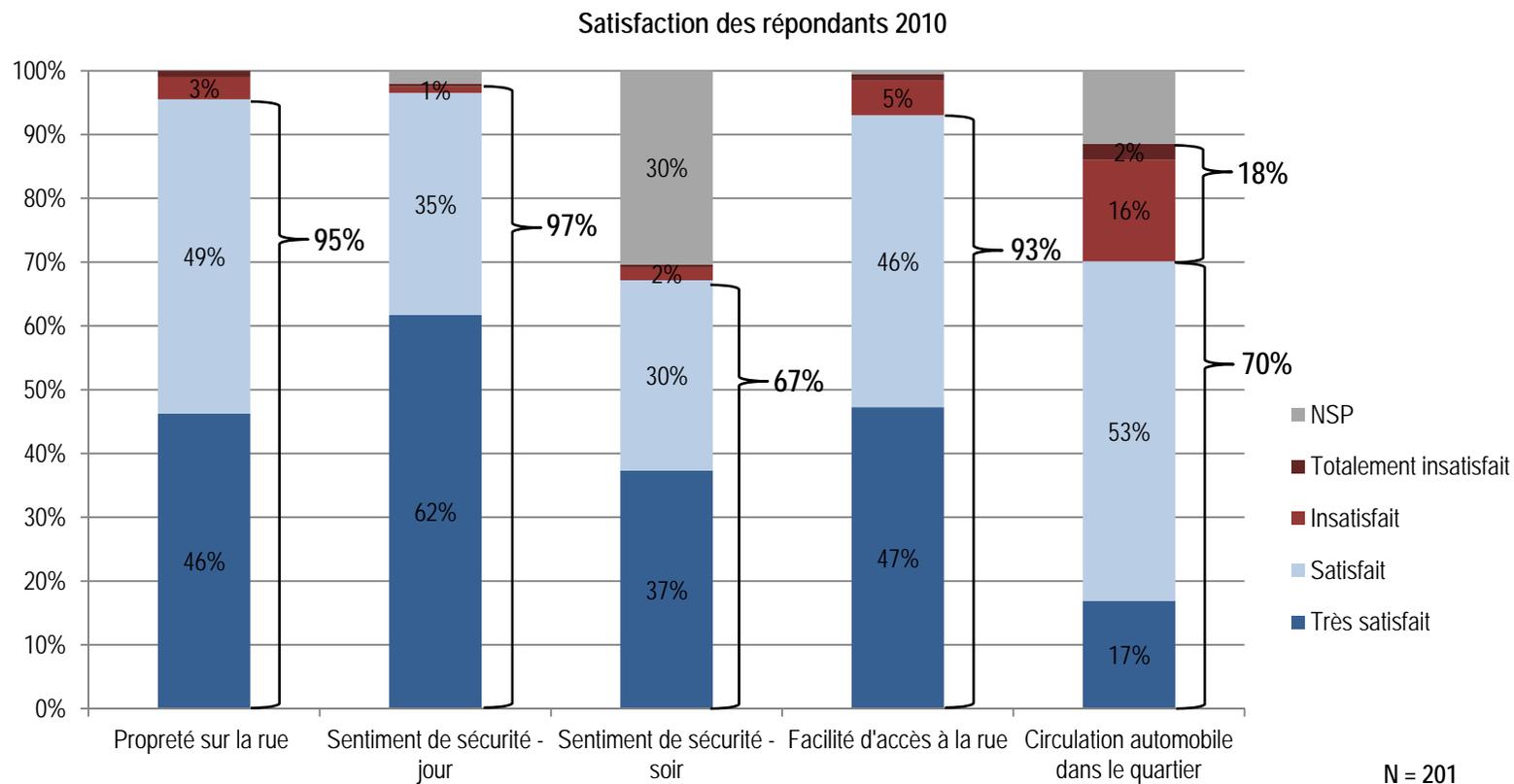
99 % des répondants sont très satisfaits ou satisfaits du projet de piétonisation de la rue Saint-Paul

Ce résultat est identique à celui de 2009 (99 %)

On note une légère augmentation de répondants très satisfaits en 2010

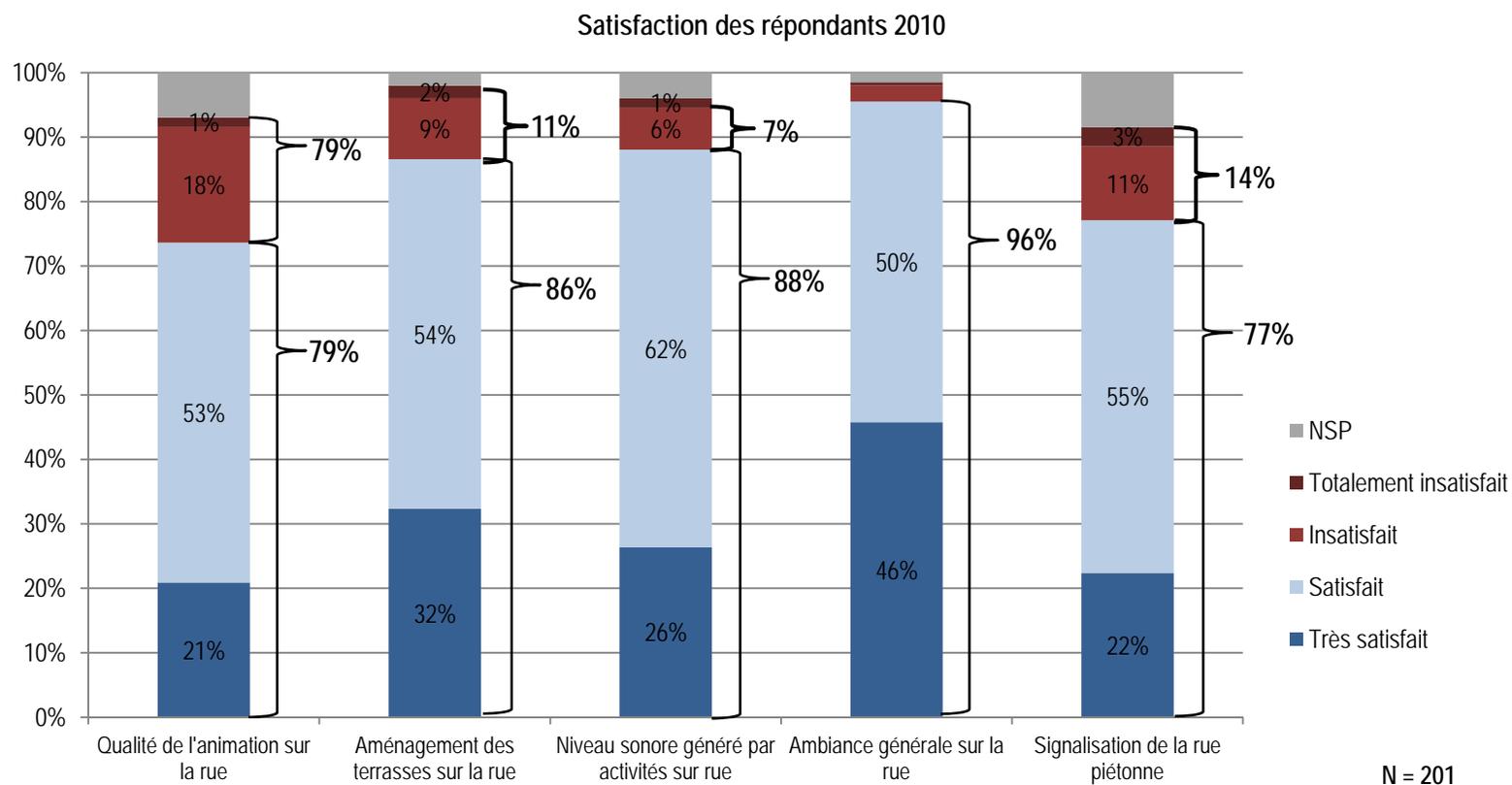
### 3. Profil et perceptions des usagers

#### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET - 2010



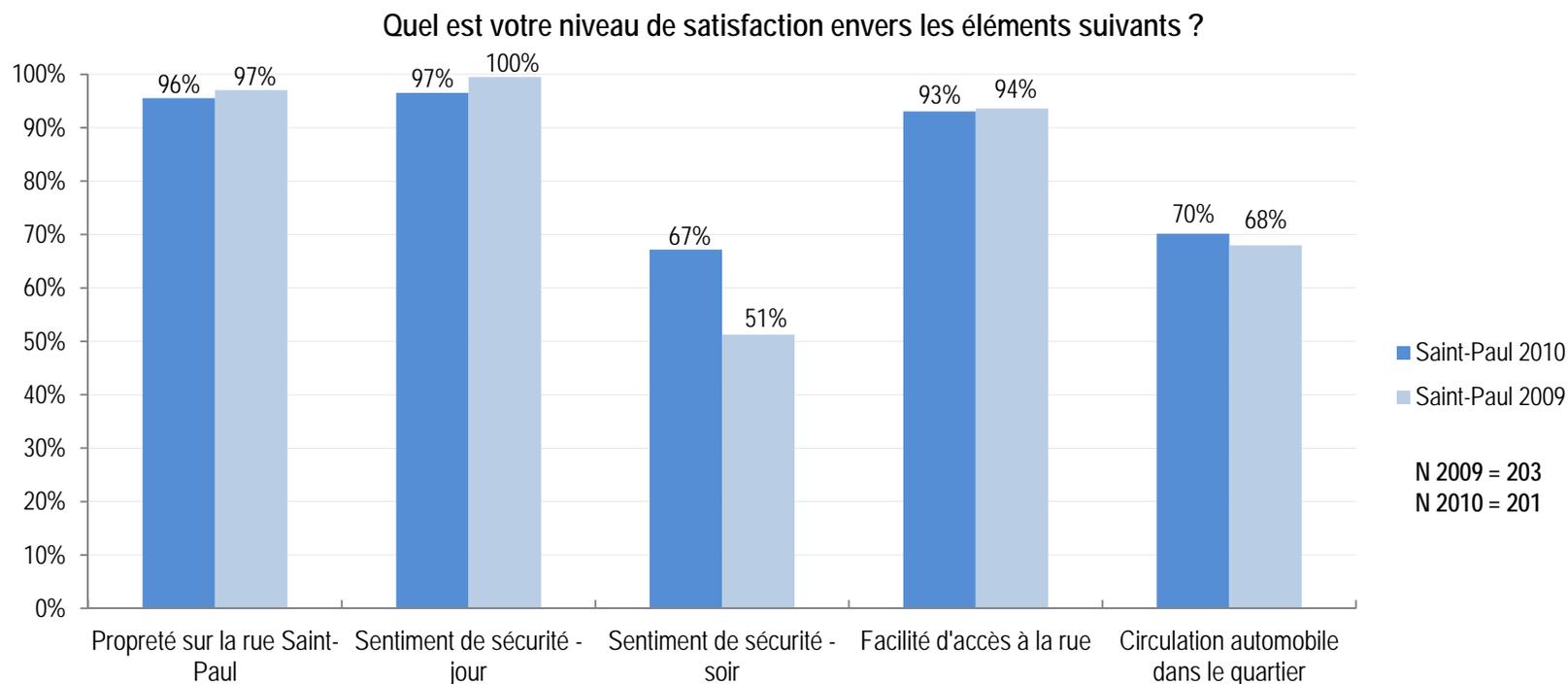
### 3. Profil et perceptions des usagers

#### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET - 2010



### 3. Profil et perceptions des usagers

#### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : 2009 VS 2010

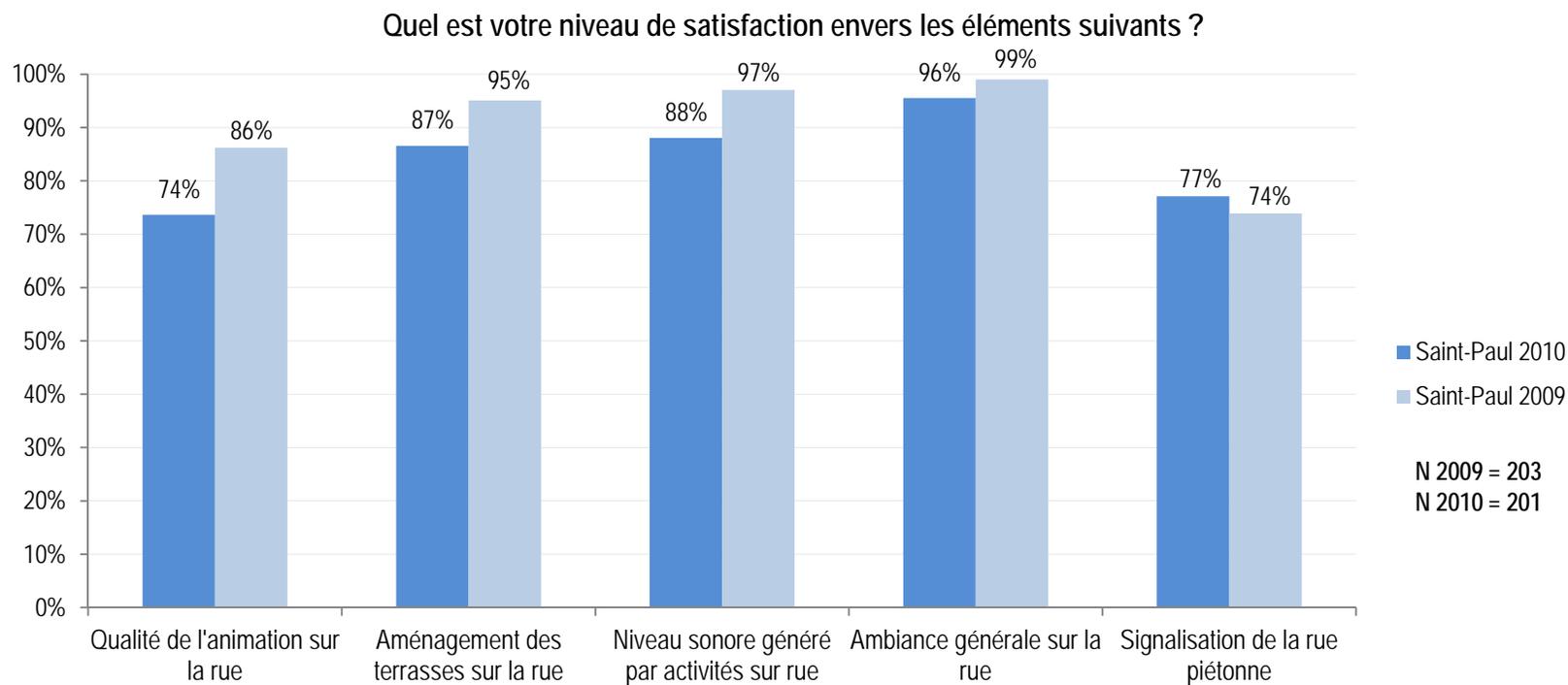


**Les répondants sont généralement satisfaits des différents aspects cités.**

Les taux de satisfaction sont plus bas pour « sentiment de sécurité le soir » car un grand nombre de répondants ont répondu « ne sait pas » à cette question.

### 3. Profil et perceptions des usagers

#### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : 2009 VS 2010

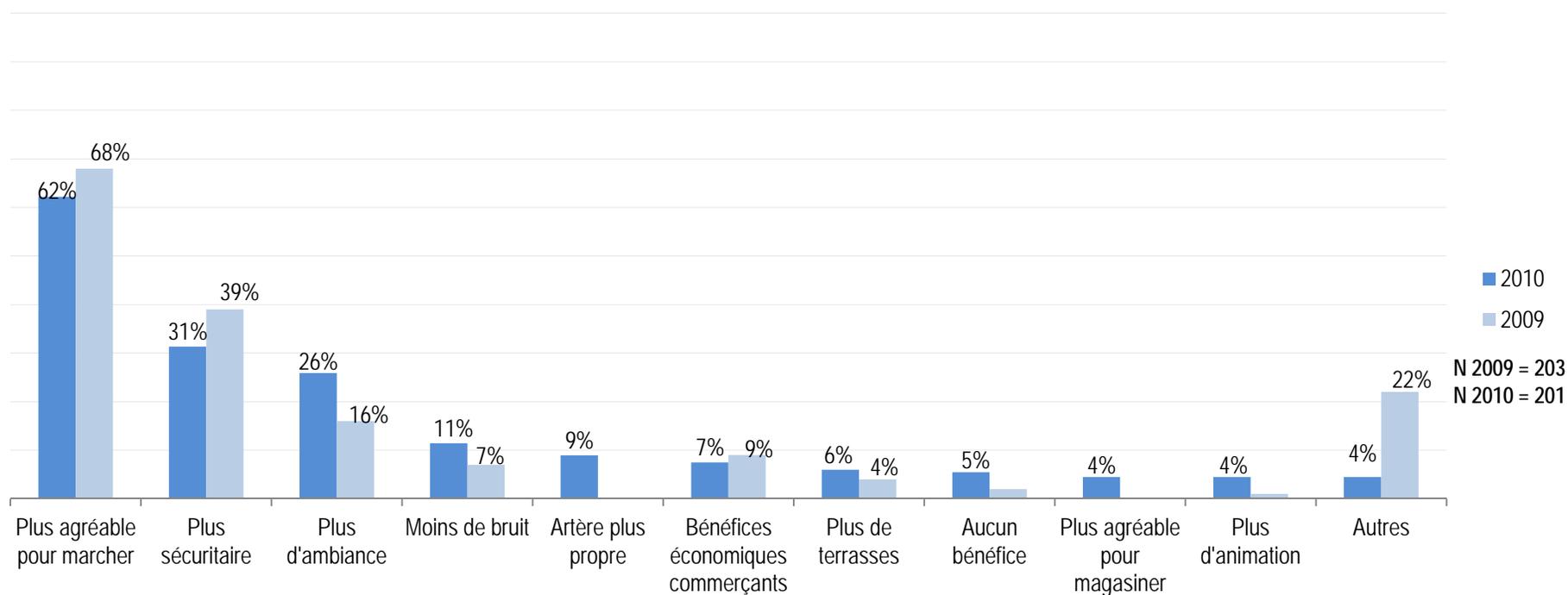


Les répondants sont généralement satisfaits des différents aspects cités.

### 3. Profil et perceptions des usagers

#### BÉNÉFICES DE LA PIÉTONISATION

Quels sont les bénéfices de ce projet pour vous personnellement?

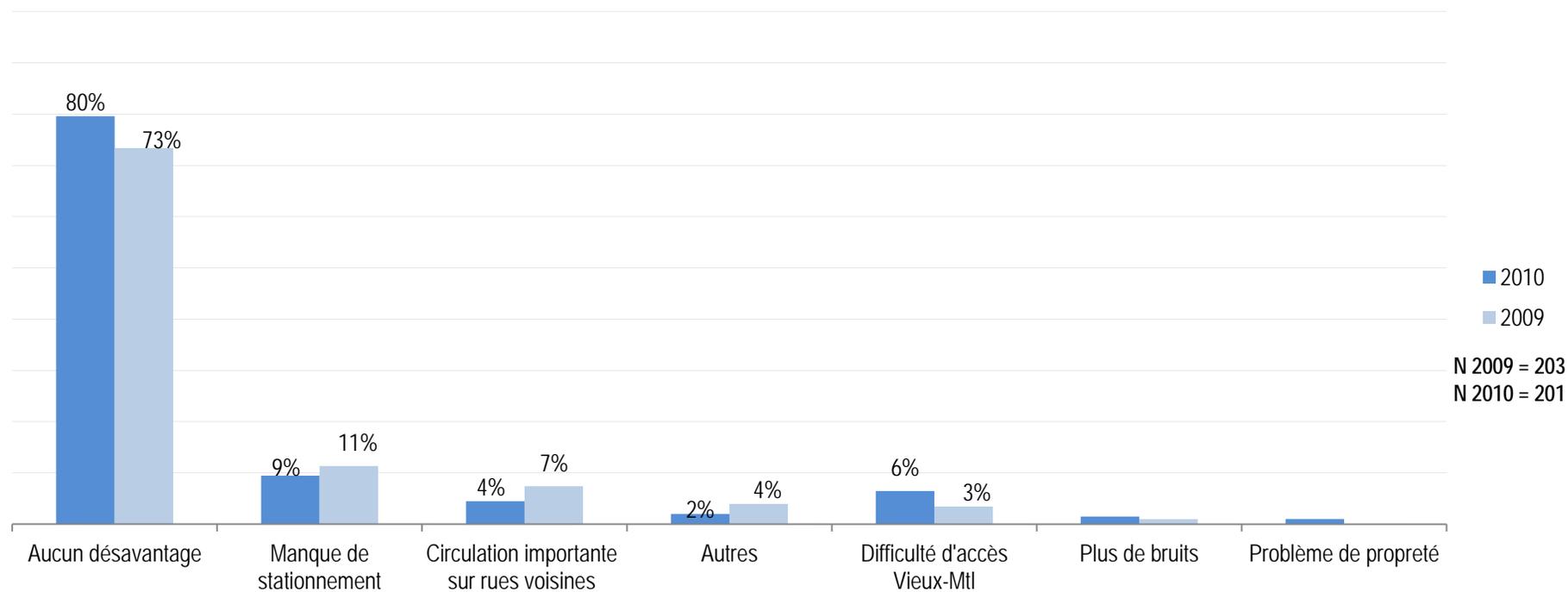


Comme en 2009, une majorité de répondants (62 %) trouve qu'il est plus agréable de marcher sur une rue piétonne

### 3. Profil et perceptions des usagers

#### INCONVÉNIENTS DE LA PIÉTONISATION

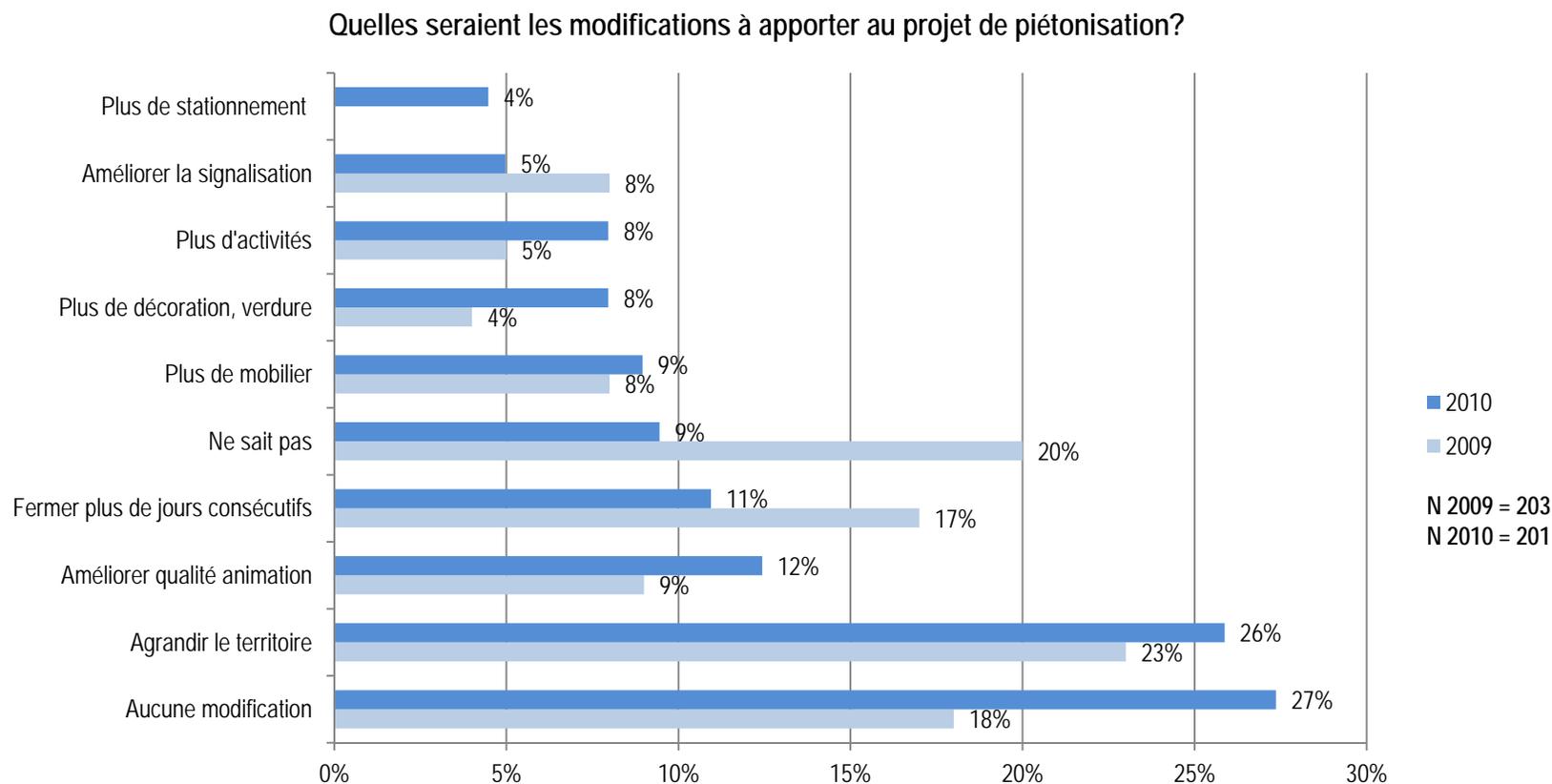
Quels sont les inconvénients de ce projet pour vous personnellement ?

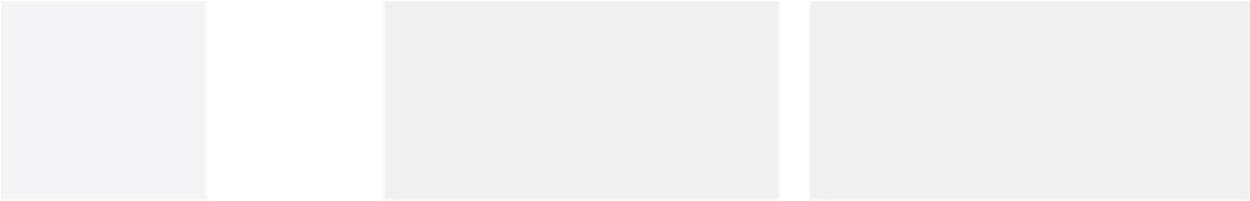


Comme en 2009, une large majorité de répondants (80 %) trouve qu'il n'y a aucun inconvénient à la piétonisation de la rue Saint-Paul

### 3. Profil et perceptions des usagers

#### AMÉLIORATIONS À APPORTER AU PROJET





### 3. Profil et perceptions des usagers

#### AMÉLIORATIONS À APPORTER AU PROJET

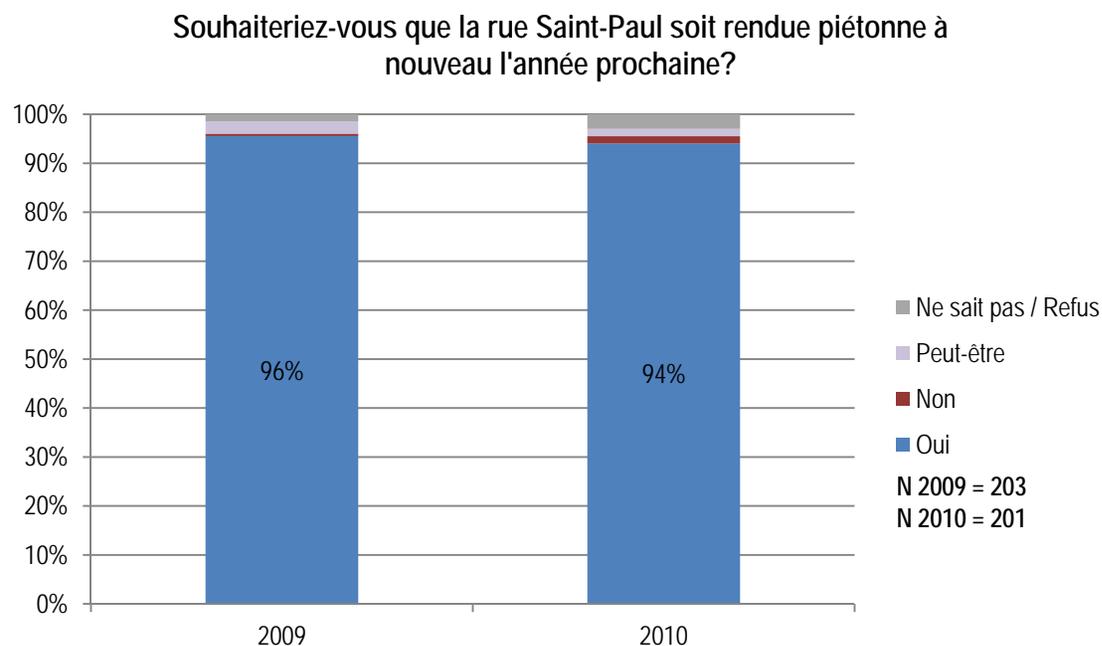
26 % des répondants suggèrent que le territoire fermé à la circulation soit agrandi et  
27 % ne suggèrent aucune modification à apporter au projet.

12 % des répondants aimeraient que la qualité de l'animation soit améliorée

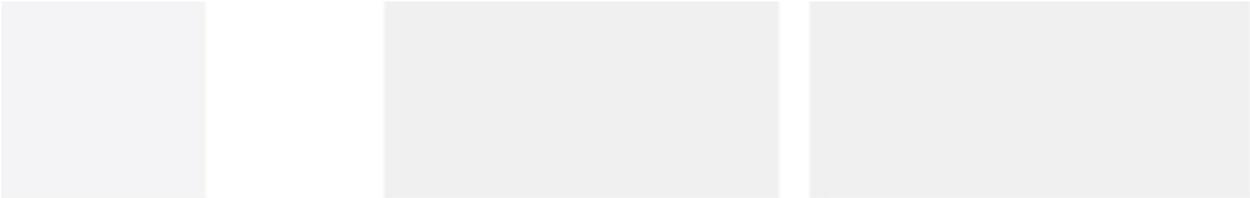
11 % des répondants proposent que la période de piétonisation soit prolongée  
(augmentation du nombre de jours).

### 3. Profil et perceptions des usagers

#### PIÉTONISATION 2011



Comme en 2009, une très large majorité de répondants (94%) souhaite que le projet de piétonisation de la rue Saint-Paul soit répété l'année prochaine.



### 3. Profil et perceptions des usagers

#### CONSTATS – USAGERS

##### **Un projet réussi**

Comme en 2009, une très grande part des répondants (99%) se déclare très satisfaite ou satisfaite à l'égard du projet de piétonisation de la rue Saint-Paul

##### **Une expérience agréable et qui plaît**

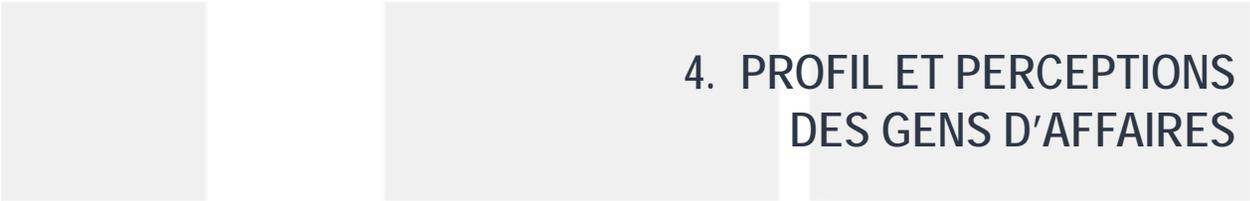
62% des répondants trouvent qu'il est plus agréable de marcher sur la rue Saint-Paul quand elle est piétonne  
80 % des répondants ne voient aucun inconvénient à piétonniser la rue Saint-Paul

##### **Améliorations suggérées**

27 % des répondants ne changeraient rien au projet  
26 % des répondants aimeraient que le territoire piéton soit agrandi

##### **Une initiative à reconduire**

Comme en 2009, une très grande part des répondants (94%) aimerait que le projet soit répété l'été prochain



## 4. PROFIL ET PERCEPTIONS DES GENS D'AFFAIRES

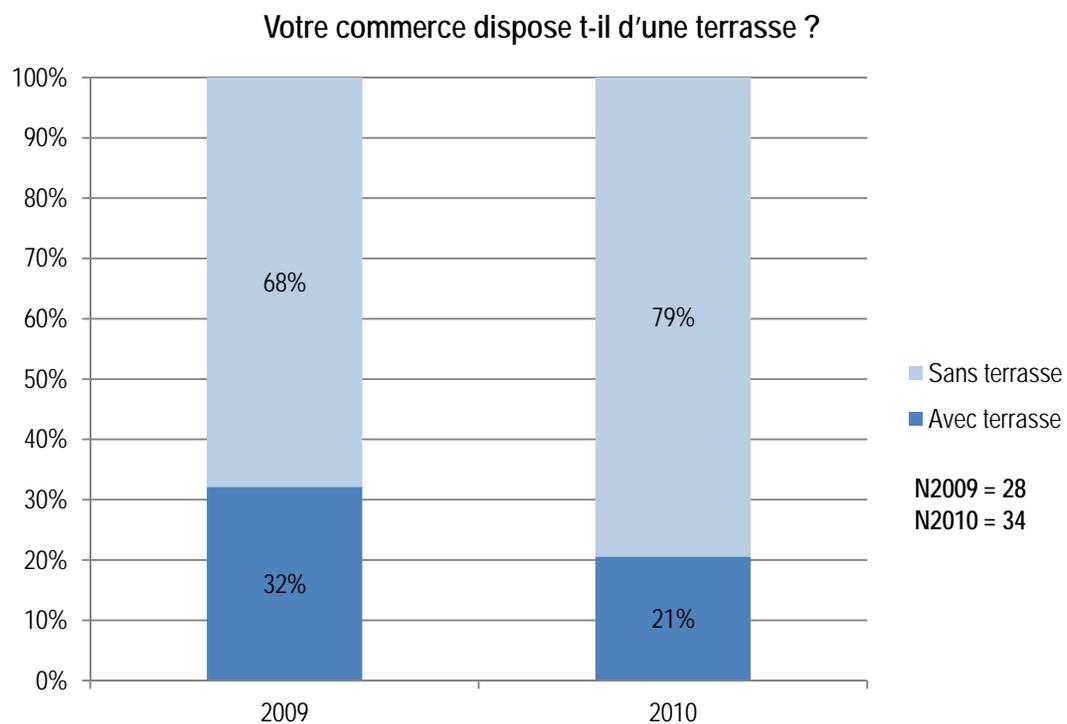
## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### COMMERCES DE LA RUE SAINT-PAUL AYANT RÉPONDU AU SONDAGE

Artisans du Meuble Québécois	L'Empreinte Coop
Les Délices de l'Érable	La Crème de la Crème
Ali Baba	La Sauvagine
Amber Bijouterie	La Table Ronde
Boutique du Patriote	Le Grill Bistro
Boutique Souvenir Saint-Paul	Le Piano Rouge
Caribou Souvenirs	Le Sénateur
F1 Boutique	Les Trois Brasseurs
Fluxx Boutique	Marché du Vieux
Forget	Montréal Poutine
Galerie Orange	Montreal Souvenirs
Héritage	Noor Souvenirs
Images Boréales	Papillon
Indianica	Québec Érable
Indiport	Souvenir Montréal
Joséphine	Souvenirs
Sushi Ya	Sports du Vieux Port

## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

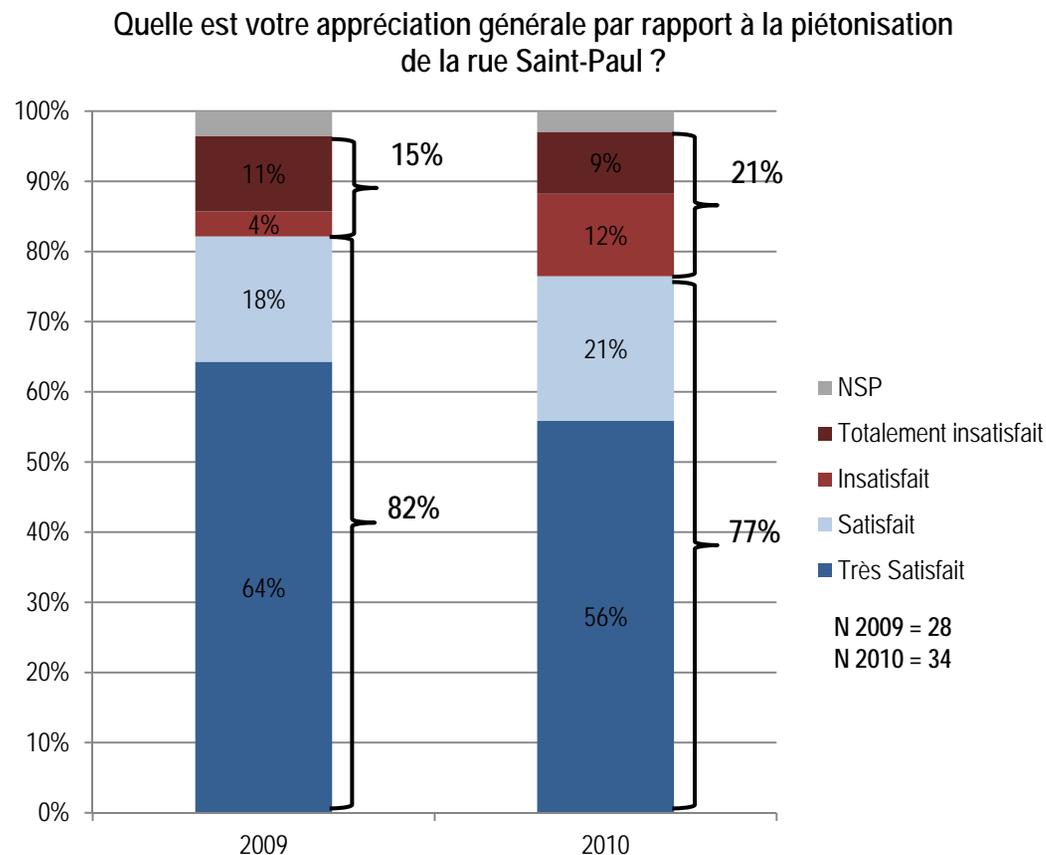
### COMMERCE AVEC OU SANS TERRASSE



Comme en 2009, une majorité de commerces interrogés (79%) n'a pas de terrasse extérieure sur rue.

## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### SATISFACTION GÉNÉRALE À L'ÉGARD DU PROJET

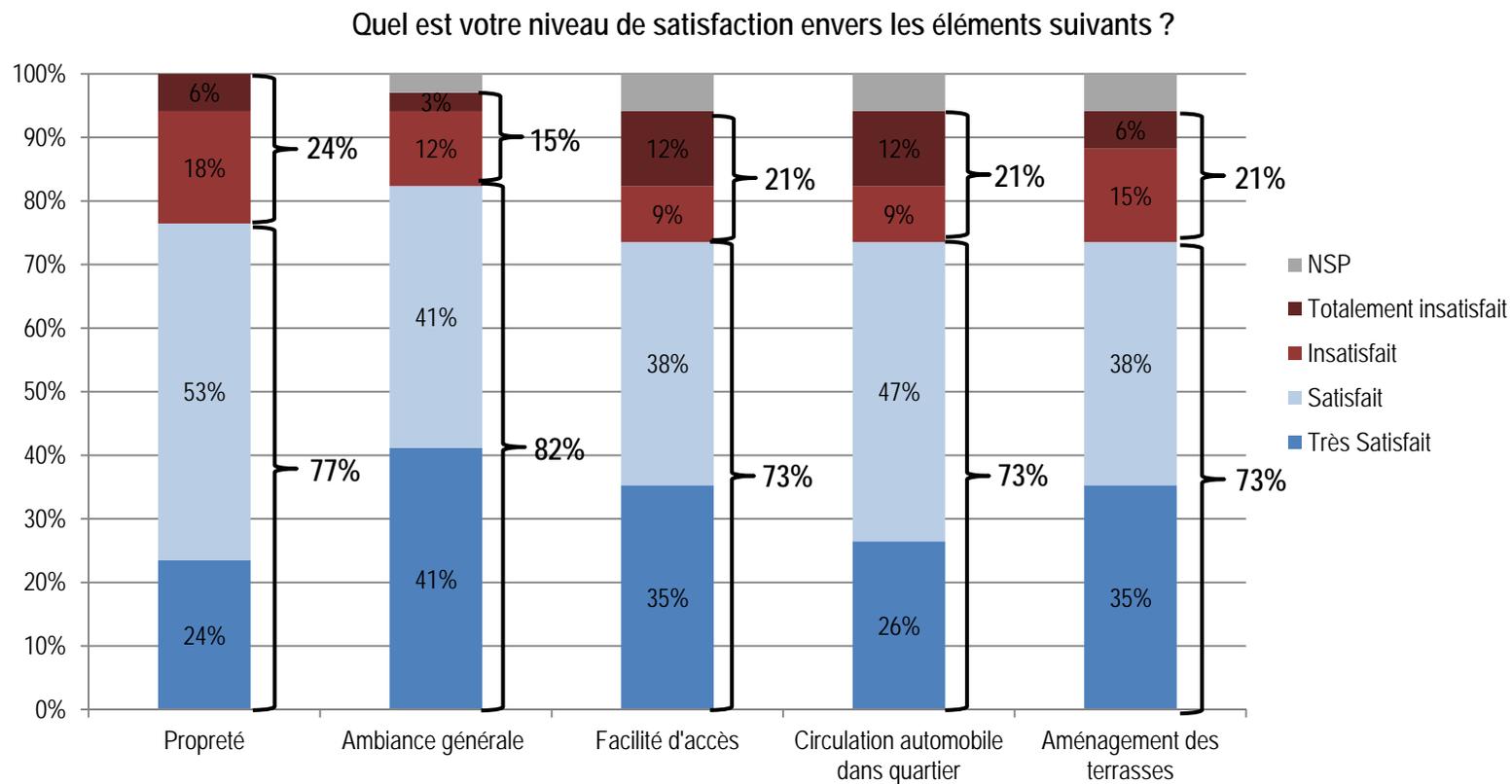


77 % des commerçants sont très satisfaits ou satisfaits du projet de piétonisation de la rue Saint-Paul en 2010

Ce résultat est comparable à celui de 2009 (82 %)

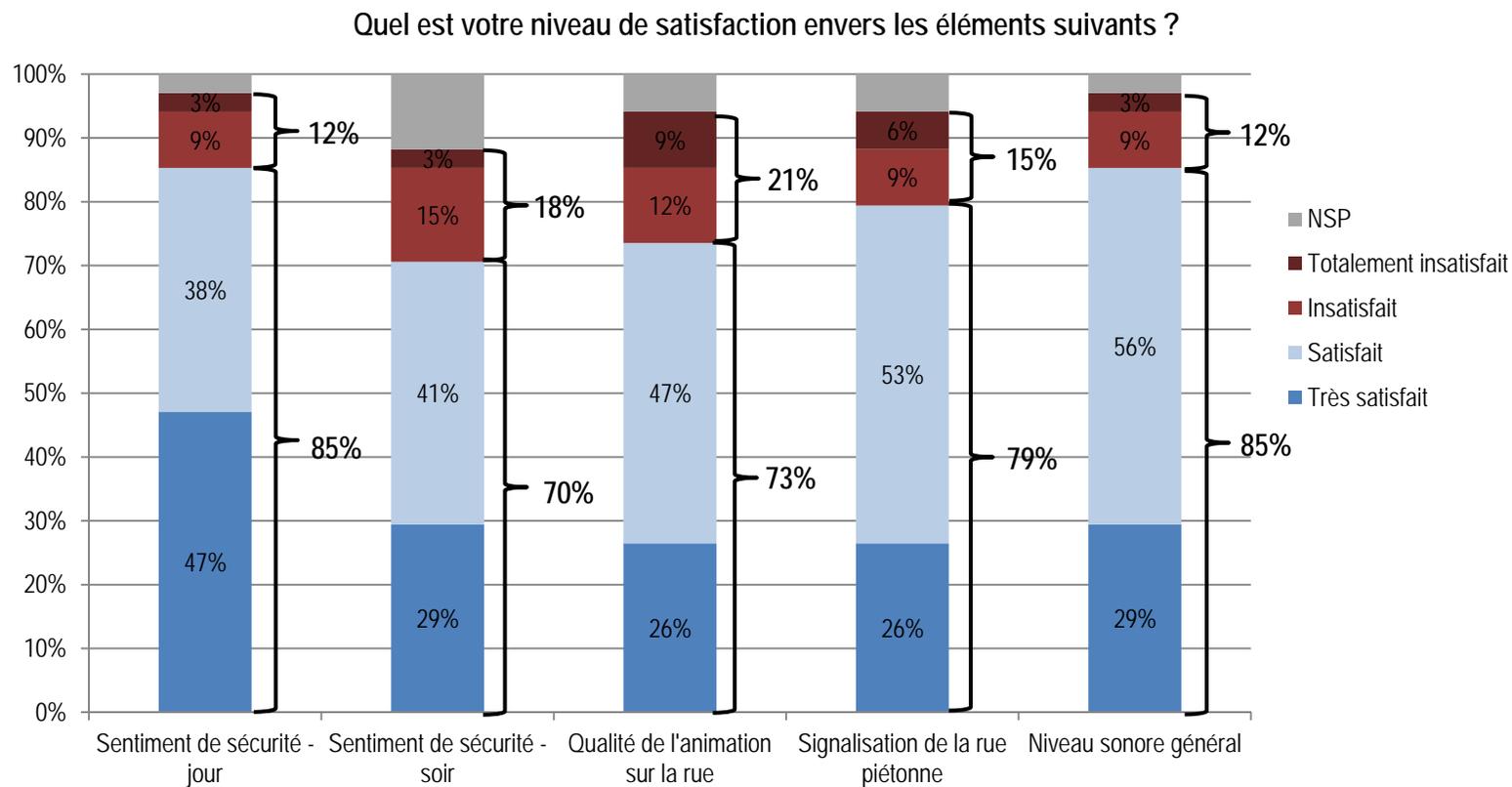
## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET



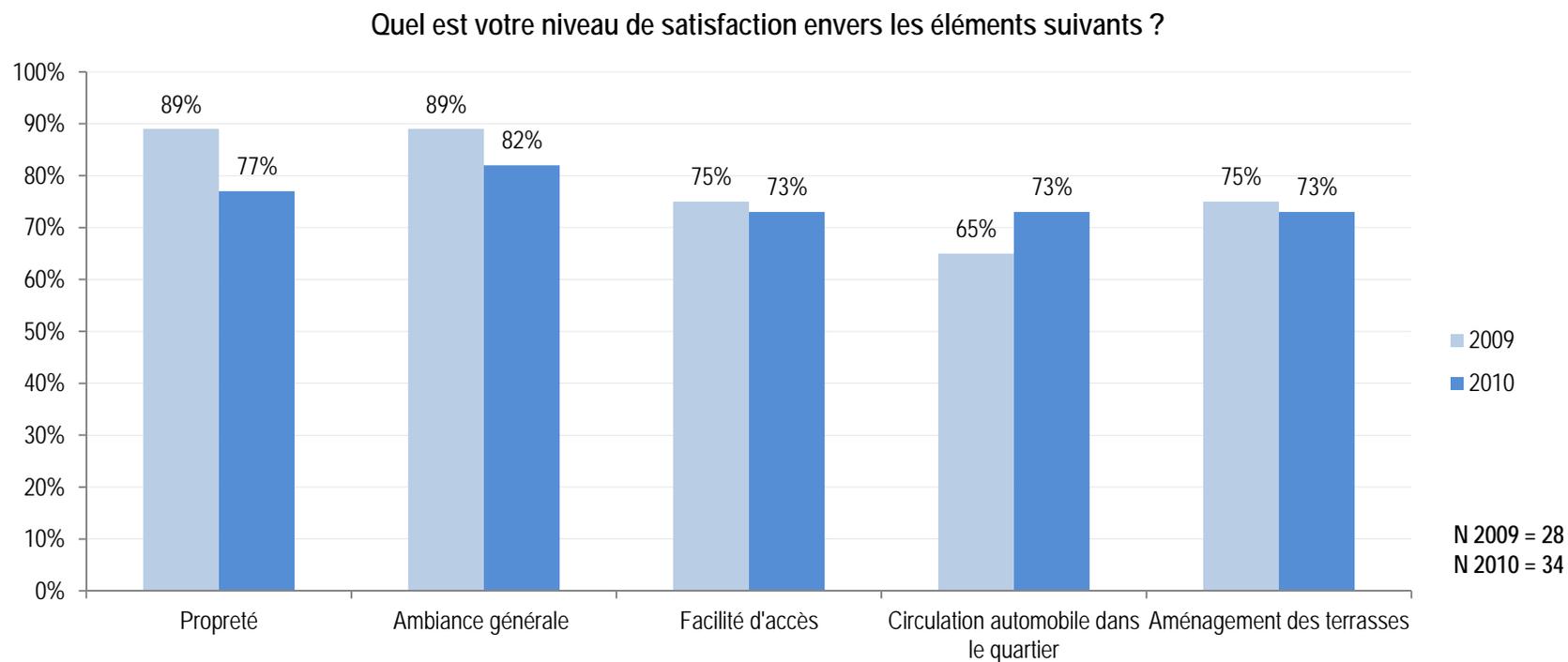
## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET



## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

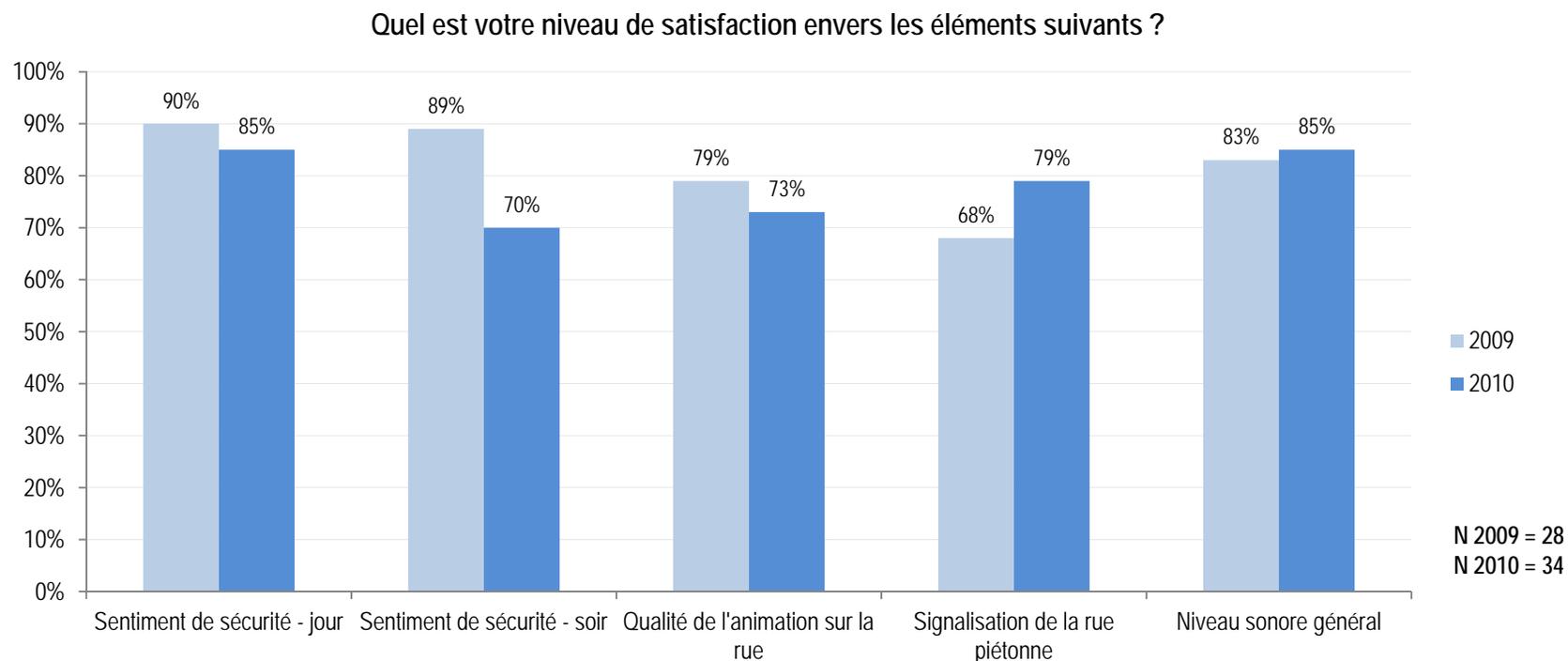
### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : 2009 vs 2010



Les commerçants sont généralement satisfaits des différents aspects évalués. Résultats très souvent comparables à ceux de 2009.

## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : 2009 VS 2010

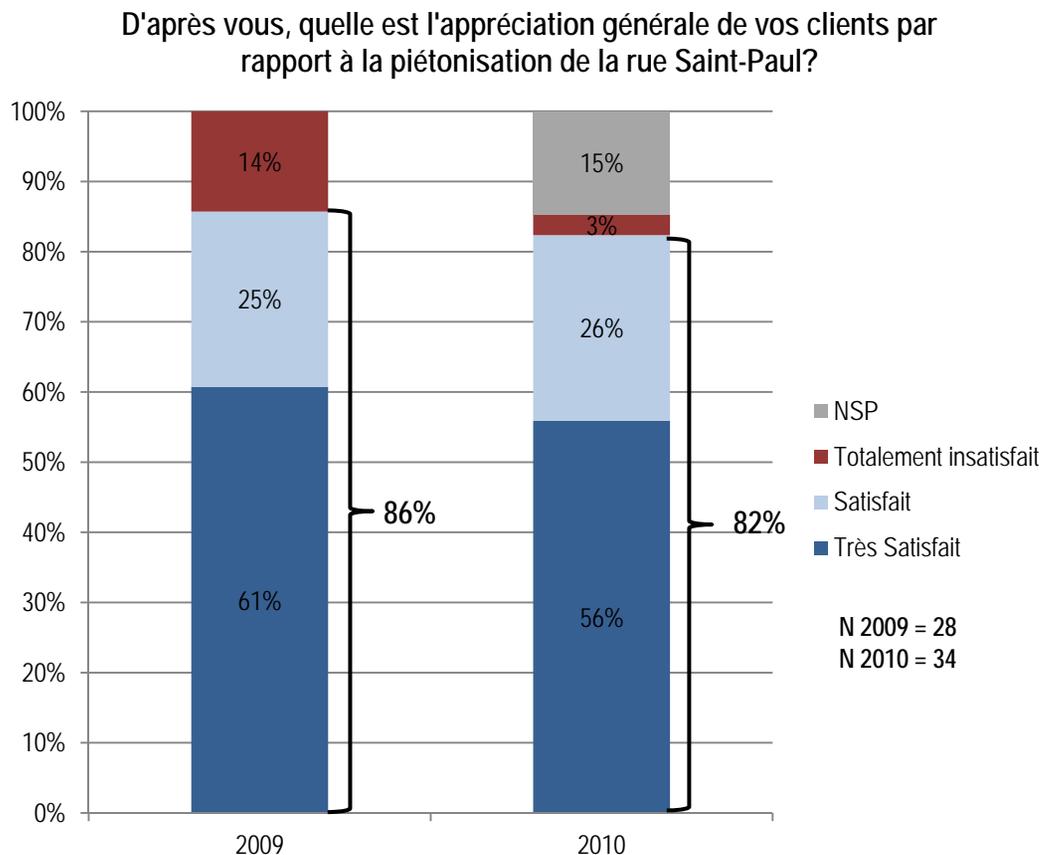


**Les commerçants sont généralement satisfaits des différents aspects évalués.**

À noter : la perception à l'égard du sentiment de sécurité le soir, à la baisse en 2010.

## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE : 2009 vs 2010

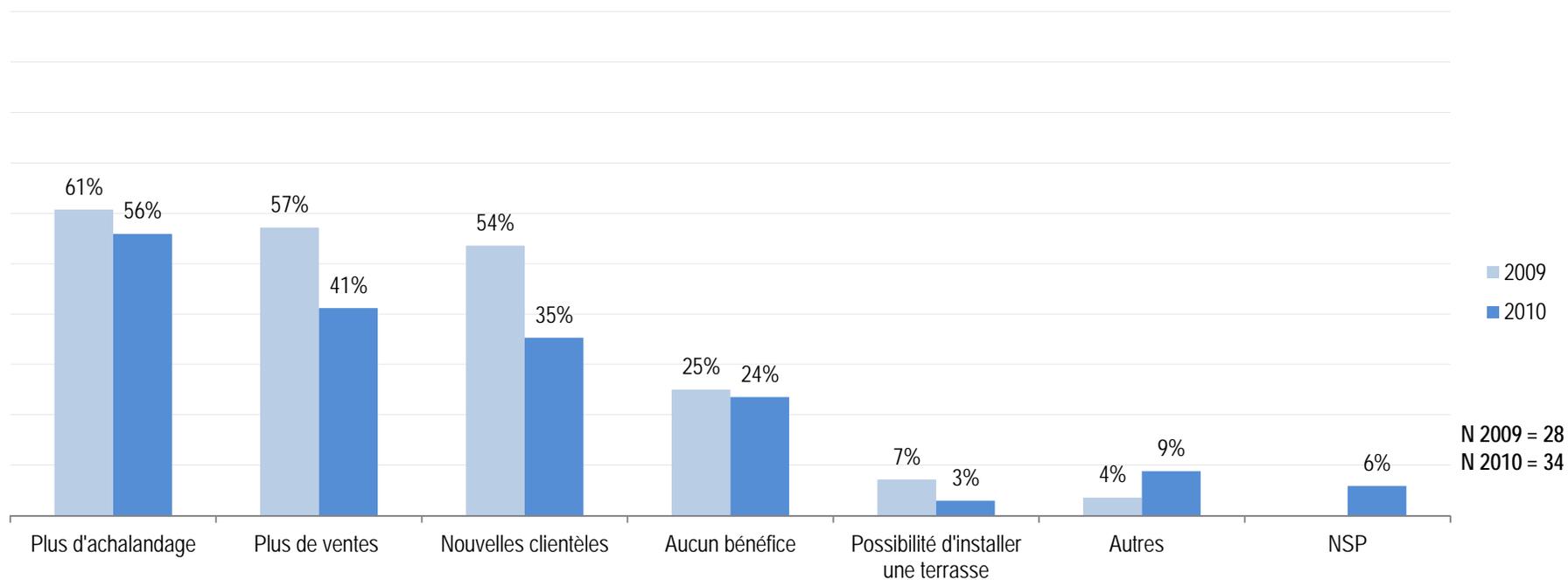


Plus de 8 commerçants sur 10 déclarent que leur clientèle est généralement satisfaite du projet de piétonisation.

## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### BÉNÉFICES DE LA PIÉTONISATION

Quels sont les bénéfices de ce projet pour votre commerce?

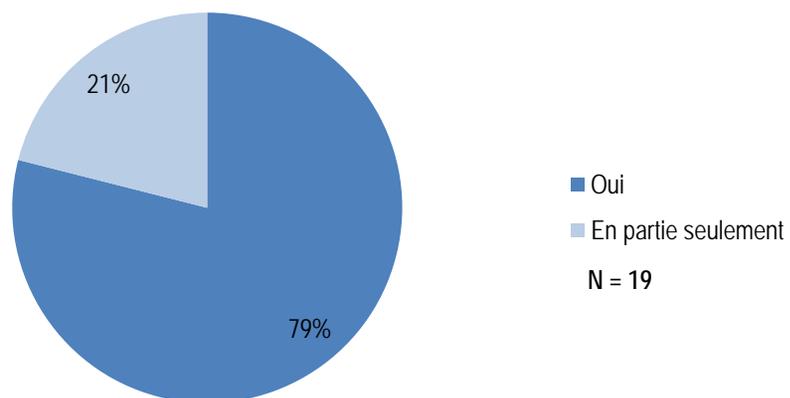


Comme en 2009, une majorité de commerçants (56 %) trouve que la piétonisation génère plus d'achalandage pour leur commerce.

## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### BÉNÉFICES DE LA PIÉTONISATION

Effets positifs sur l'achalandage



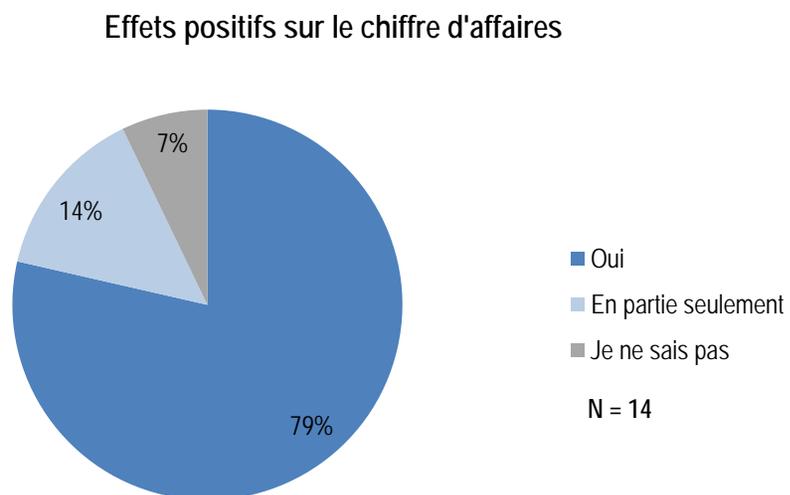
### Achalandage

19 répondants affirment que la piétonisation a eu un impact positif sur l'achalandage de leur commerce

Estimation de la hausse d'achalandage	Nombre de répondants
Entre 1 et 10 %	2
Entre 11 et 20 %	2
Entre 21 et 30 %	5
Entre 31 et 40 %	1

## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### BÉNÉFICES DE LA PIÉTONISATION



### Chiffre d'affaires

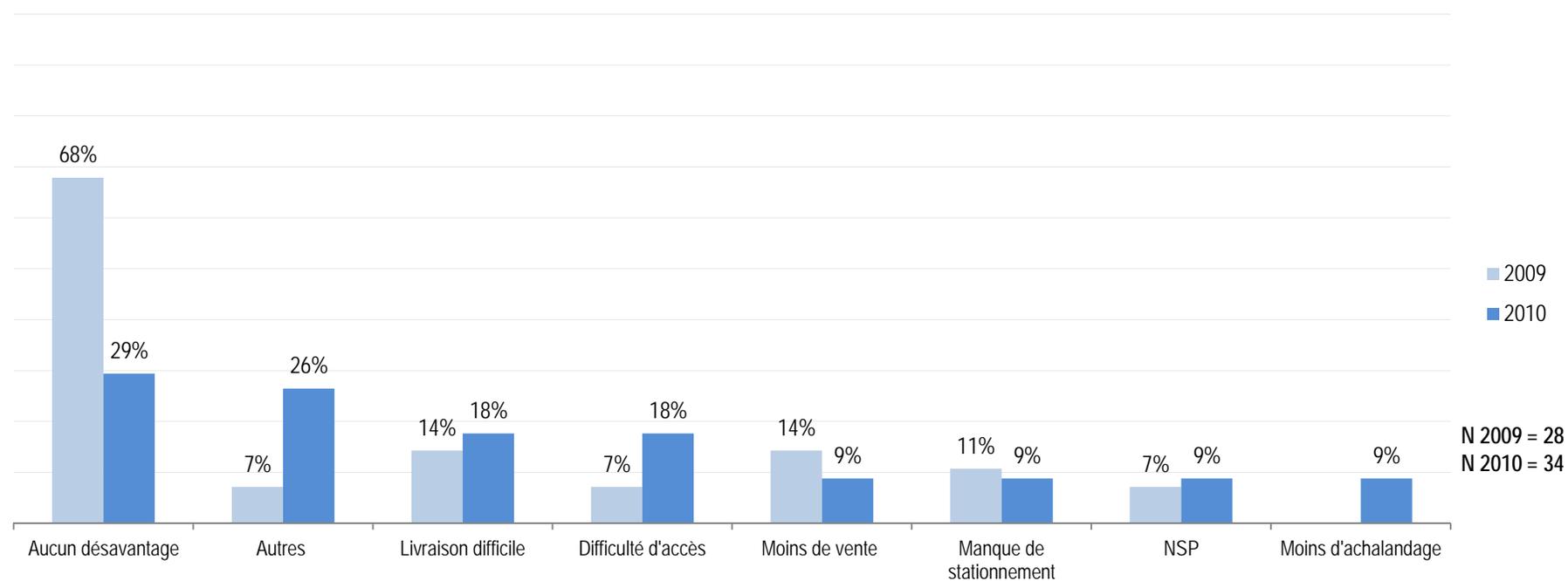
14 répondants affirment que la piétonisation a eu un bénéfice sur le chiffre d'affaires de leur commerce

*\*Sur les 14 répondants ayant indiqué une hausse du chiffre d'affaires, un seul a donné une estimation de cette hausse : 40 %*

## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### INCONVÉNIENTS DE LA PIÉTONISATION

Quels sont les désavantages de ce projet pour votre commerce?

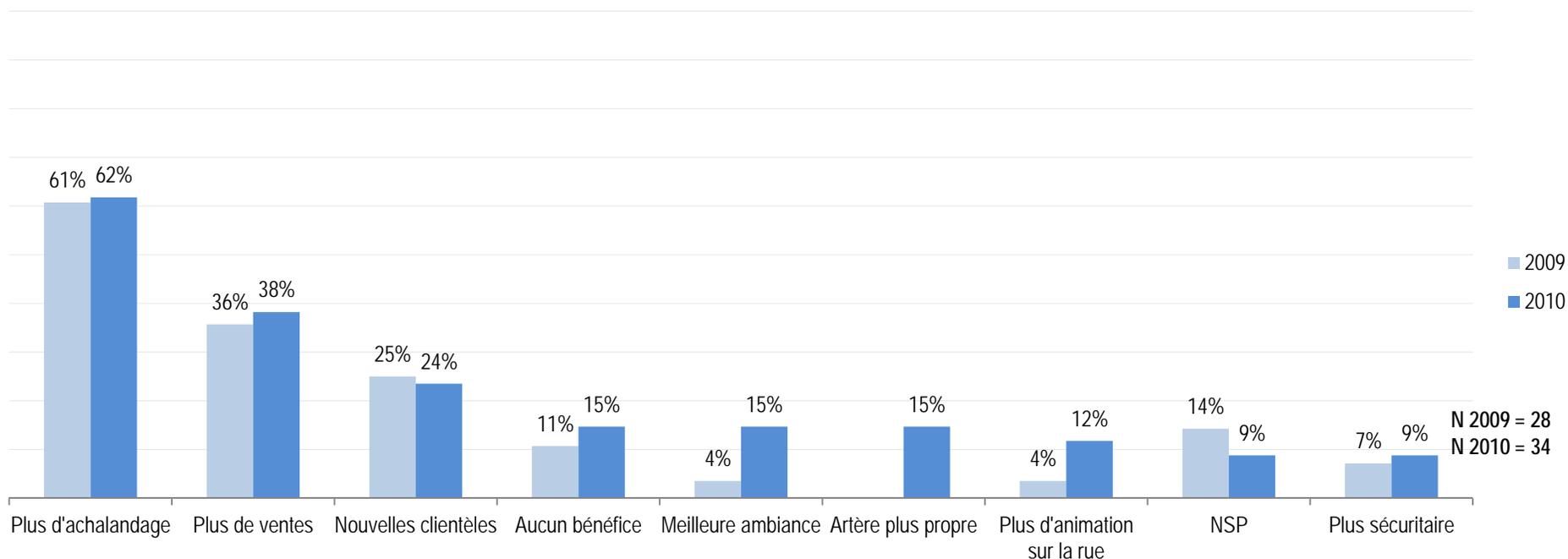


Contrairement à 2009, un faible pourcentage de commerçants (29%) trouve qu'il n'y a aucun inconvénient à la piétonisation.

## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### BÉNÉFICES DE LA PIÉTONISATION POUR L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DU VIEUX-MONTRÉAL

D'après vous, quels sont les bénéfices de ce projet par rapport à l'activité commerciale du Vieux-Montréal en général?

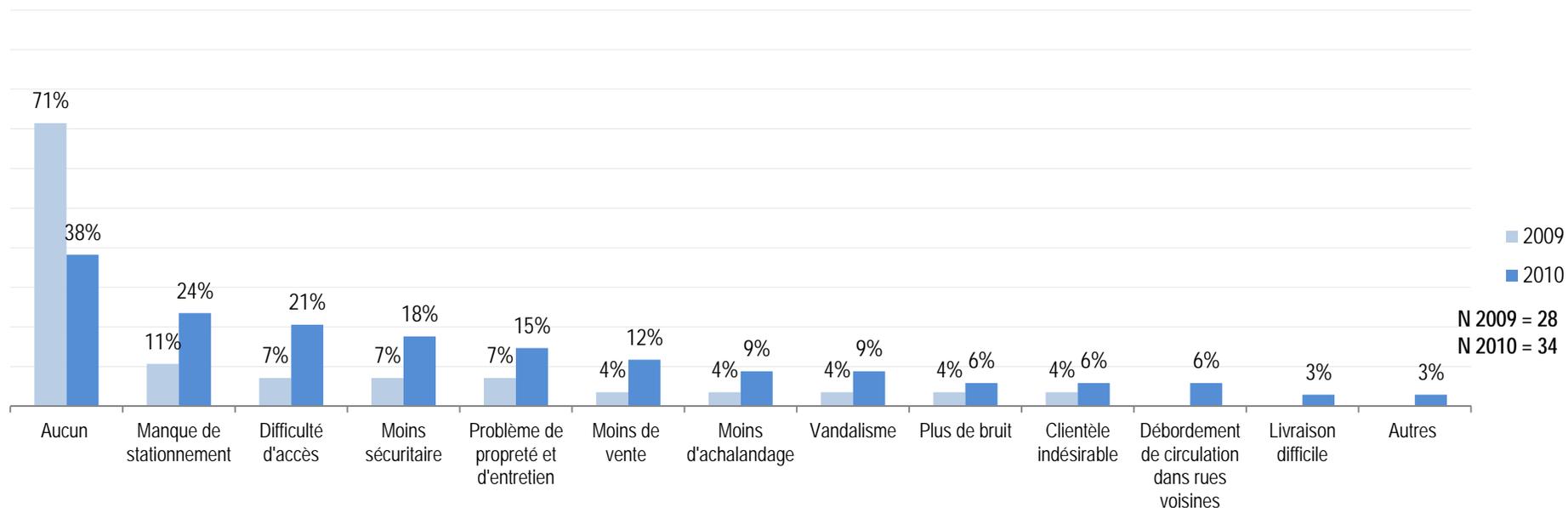


Comme en 2009, une majorité de commerçants (62 %) trouve que la piétonisation génère un plus grand achalandage.

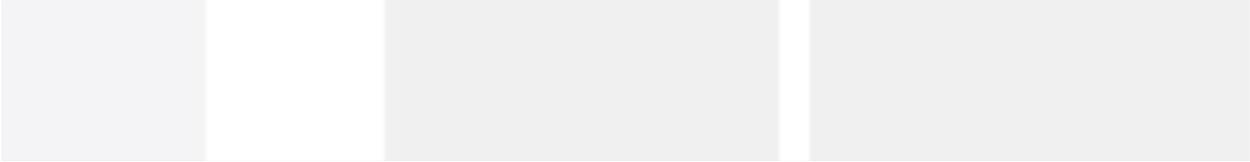
## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### INCONVÉNIENTS DE LA PIÉTONISATION POUR L'ACTIVITÉ COMMERCIALE DU VIEUX-MONTRÉAL

D'après vous, quels sont les désavantages de ce projet par rapport à l'activité commerciale du Vieux-Montréal en général?



Contrairement à 2009, un faible pourcentage de commerçants (38%) trouve qu'il n'y a aucun inconvénient à la piétonisation.



## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### AMÉLIORATIONS À APPORTER AU PROJET

26 % des commerçants suggèrent que le territoire soit agrandi

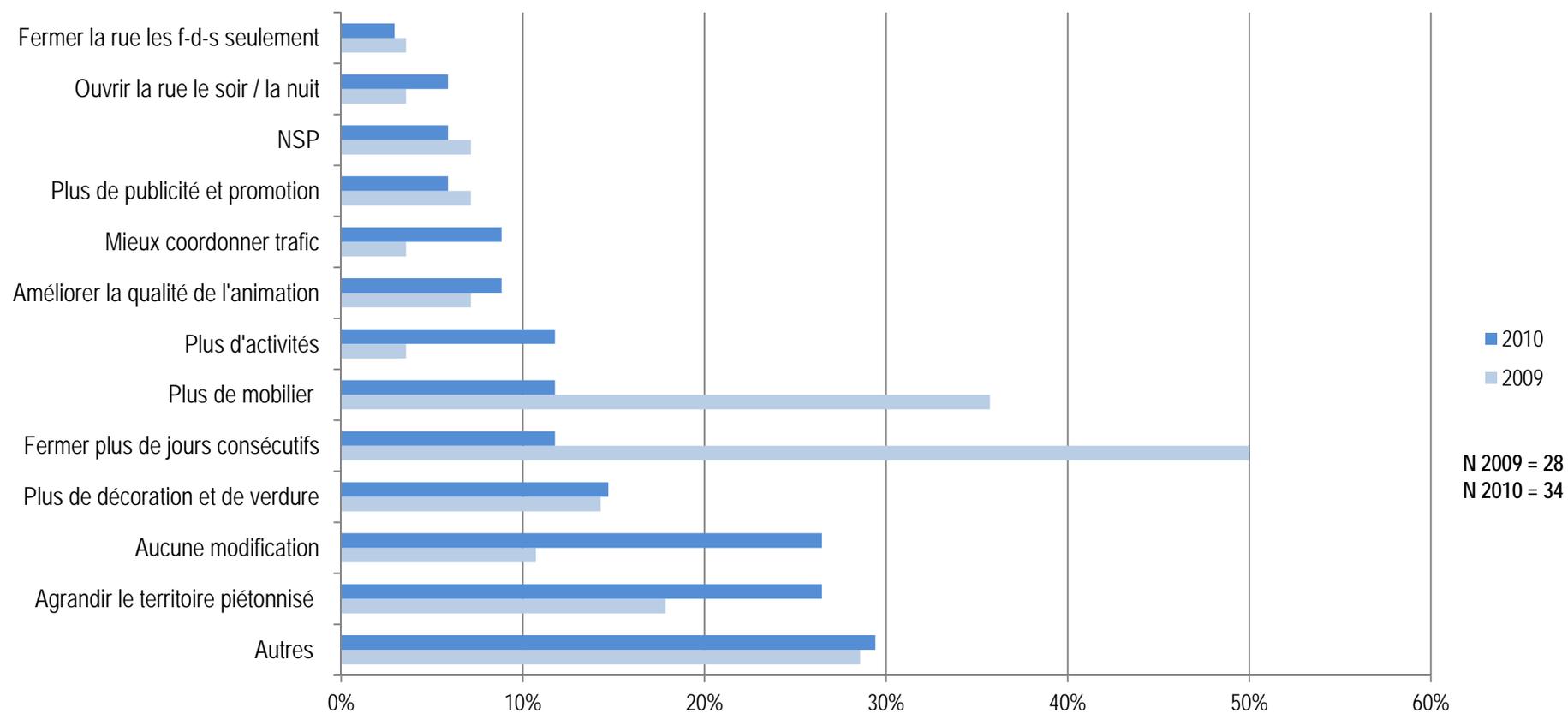
26 % des commerçants n'ont aucune modification à apporter au projet

12 % des commerçants suggèrent de fermer la rue plus de jours consécutifs

## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

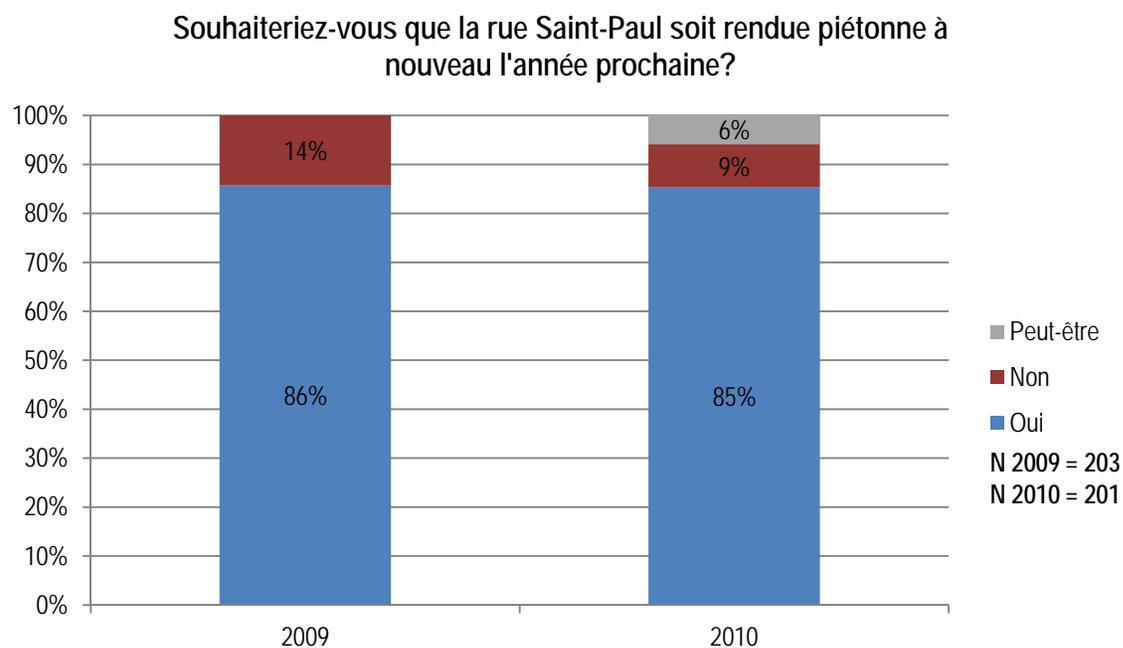
### AMÉLIORATIONS À APPORTER AU PROJET

Quelles seraient les modifications à apporter au projet de piétonisation?

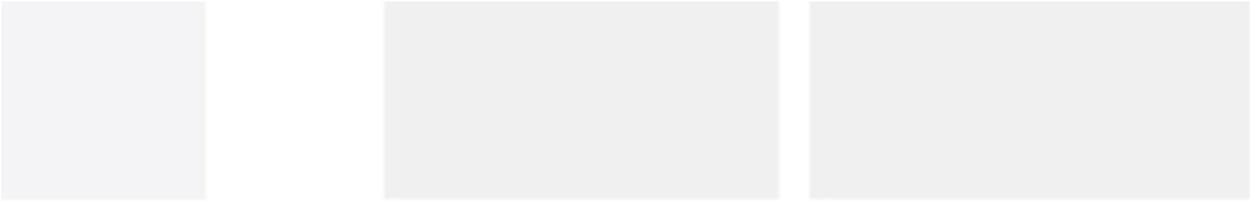


## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### PIÉTONISATION 2011



Comme en 2009, une forte majorité de commerçants (85%) souhaite que l'expérience de piétonisation de la rue Saint-Paul soit répétée l'été prochain



## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

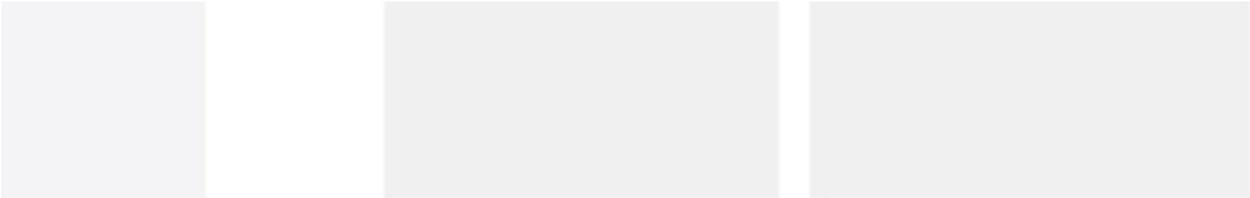
### CONSTATS – COMMERÇANTS

#### Un projet réussi

- 77% des commerçants sont généralement satisfaits du projet. Ce nombre est comparable à celui de 2009 (82%)
- 82 % des commerçants affirment que leur clientèle est généralement satisfaite du projet de piétonisation

#### Une expérience profitable

- Les commerçants déclarent que la piétonisation génère plus **d'achalandage** pour leur commerce (56%) et l'activité commerciale du Vieux-Montréal en général (62%)
- Les commerçants déclarent que la piétonisation génère plus de **ventes** pour leur commerce (41%) et l'activité commerciale du Vieux-Montréal en général (38%)
- Les commerçants déclarent que la piétonisation attire de **nouvelles clientèles** vers leur commerce (35%) et l'activité commerciale du Vieux-Montréal en général (24%)



## 4. Profil et perceptions des gens d'affaires

### CONSTATS – COMMERÇANTS

#### **Des commerçants plus critiques**

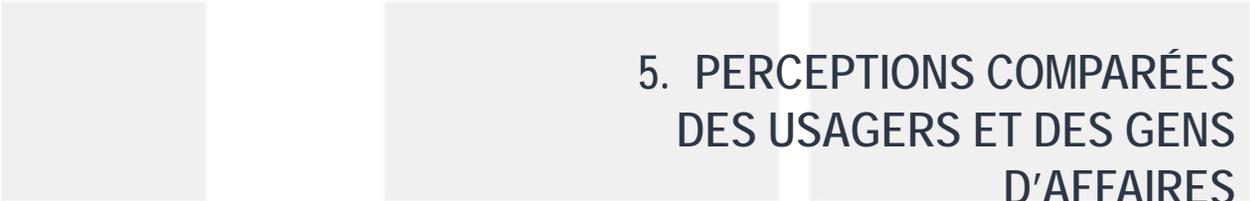
Un faible taux de commerçants (29%) estime qu'il n'y a aucun désavantage à la piétonisation de la rue Saint-Paul. Au contraire, ils sont plus précis qu'en 2009 dans l'énumération des inconvénients perçus du projet.

#### **Améliorations suggérées**

26 % des commerçants aimeraient que le territoire piétonnisé soit agrandi

#### **Une initiative à reconduire**

Comme en 2009, une forte majorité de commerçants (85%) aimerait que le projet soit répété l'année prochaine

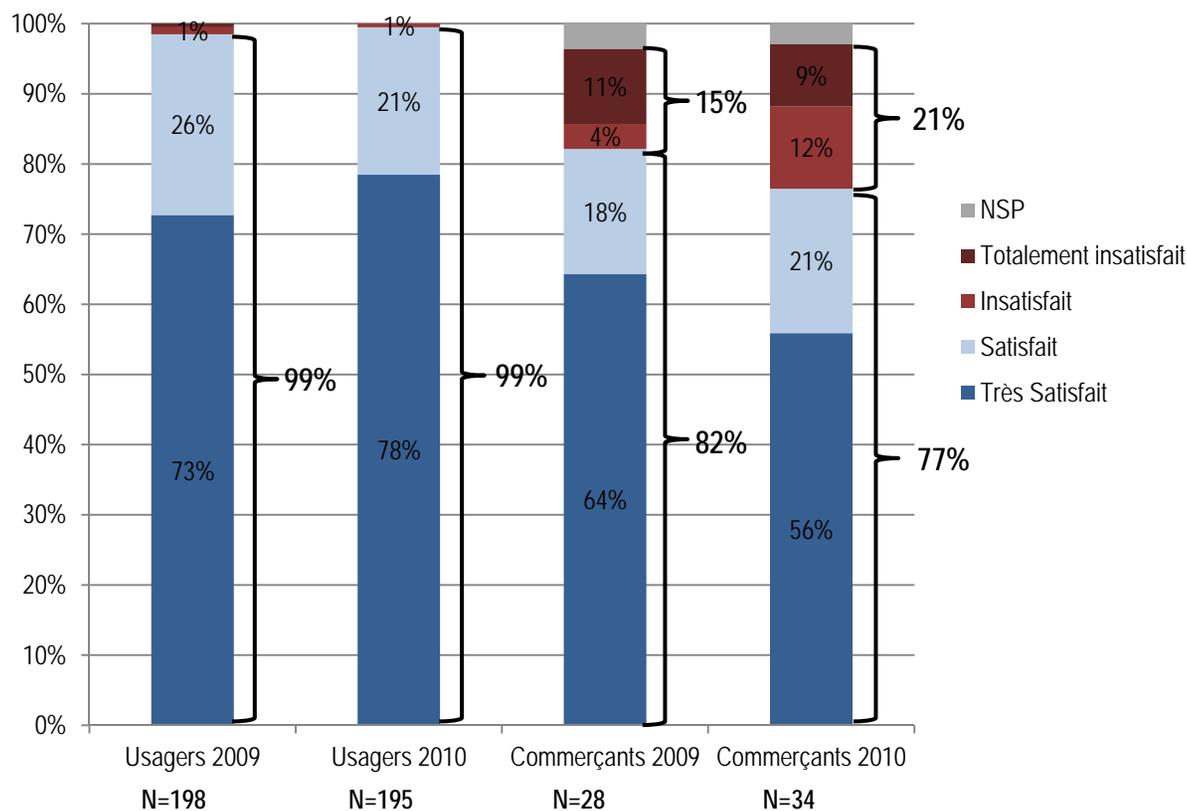


5. PERCEPTIONS COMPARÉES  
DES USAGERS ET DES GENS  
D'AFFAIRES

## 5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires

### SATISFACTION GÉNÉRALE À L'ÉGARD DU PROJET

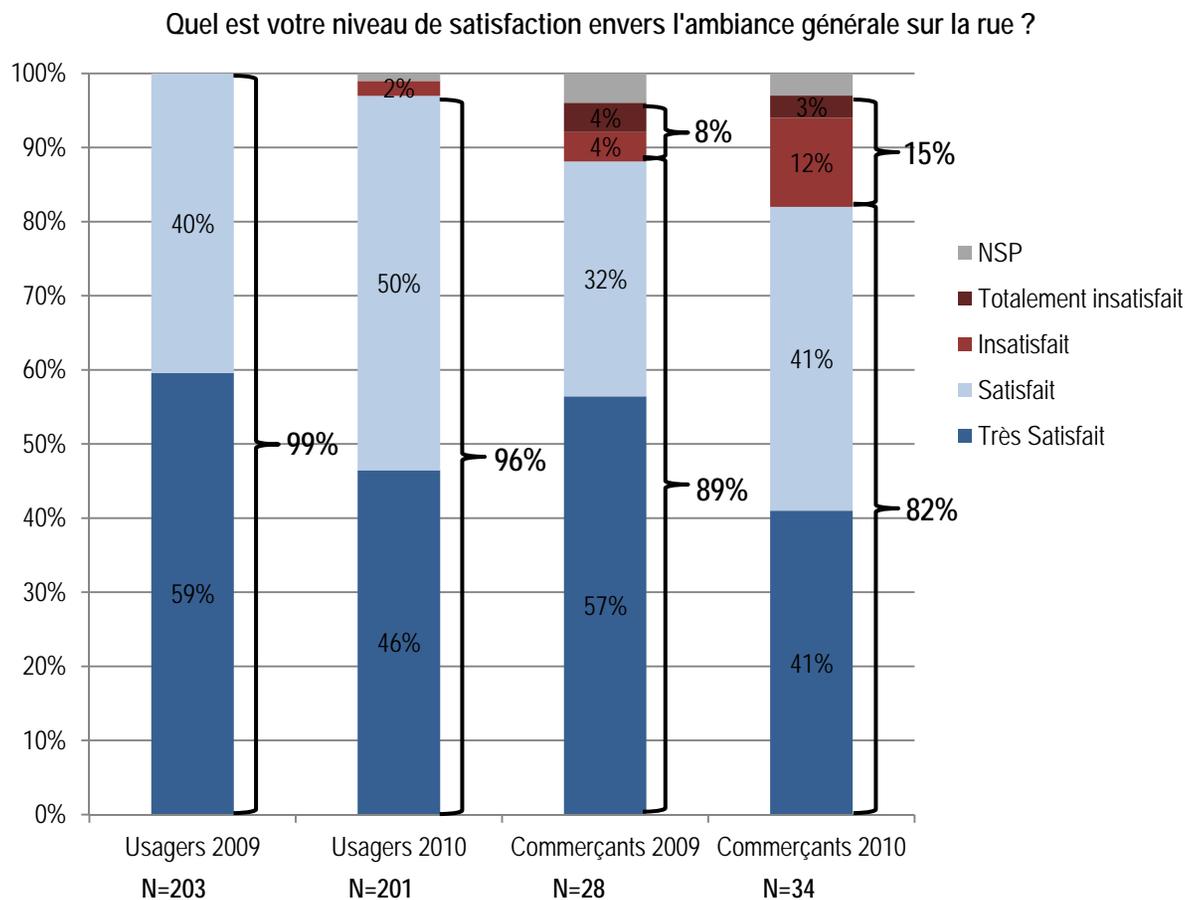
Quelle est votre appréciation générale par rapport à la piétonisation de la rue Saint-Paul ?



Les usagers ont un plus haut taux de satisfaction que les gens d'affaires, à l'égard du projet de piétonisation de la rue Saint-Paul.

## 5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires

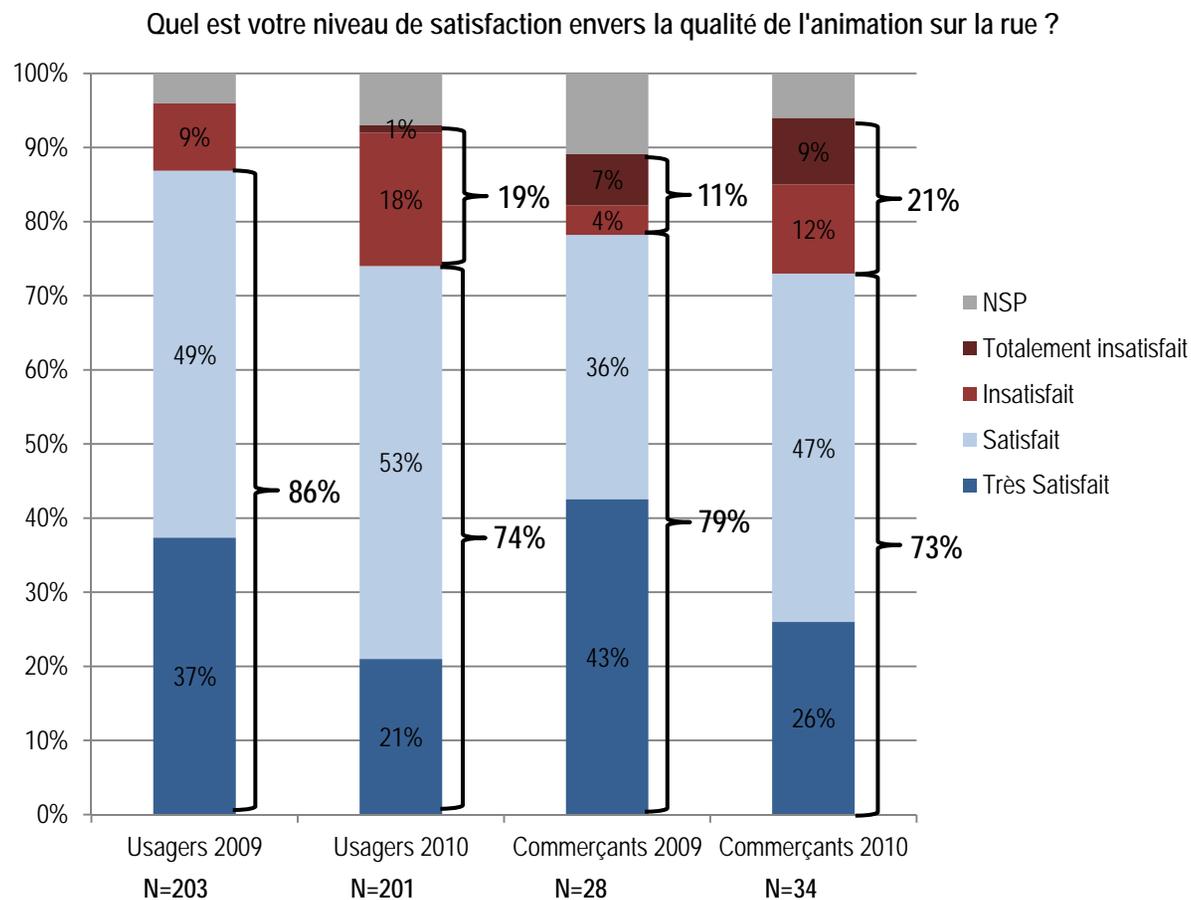
### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : AMBIANCE GÉNÉRALE



Les usagers ont un plus haut taux de satisfaction que les gens d'affaires, à l'égard de l'ambiance générale sur la rue Saint-Paul.

## 5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires

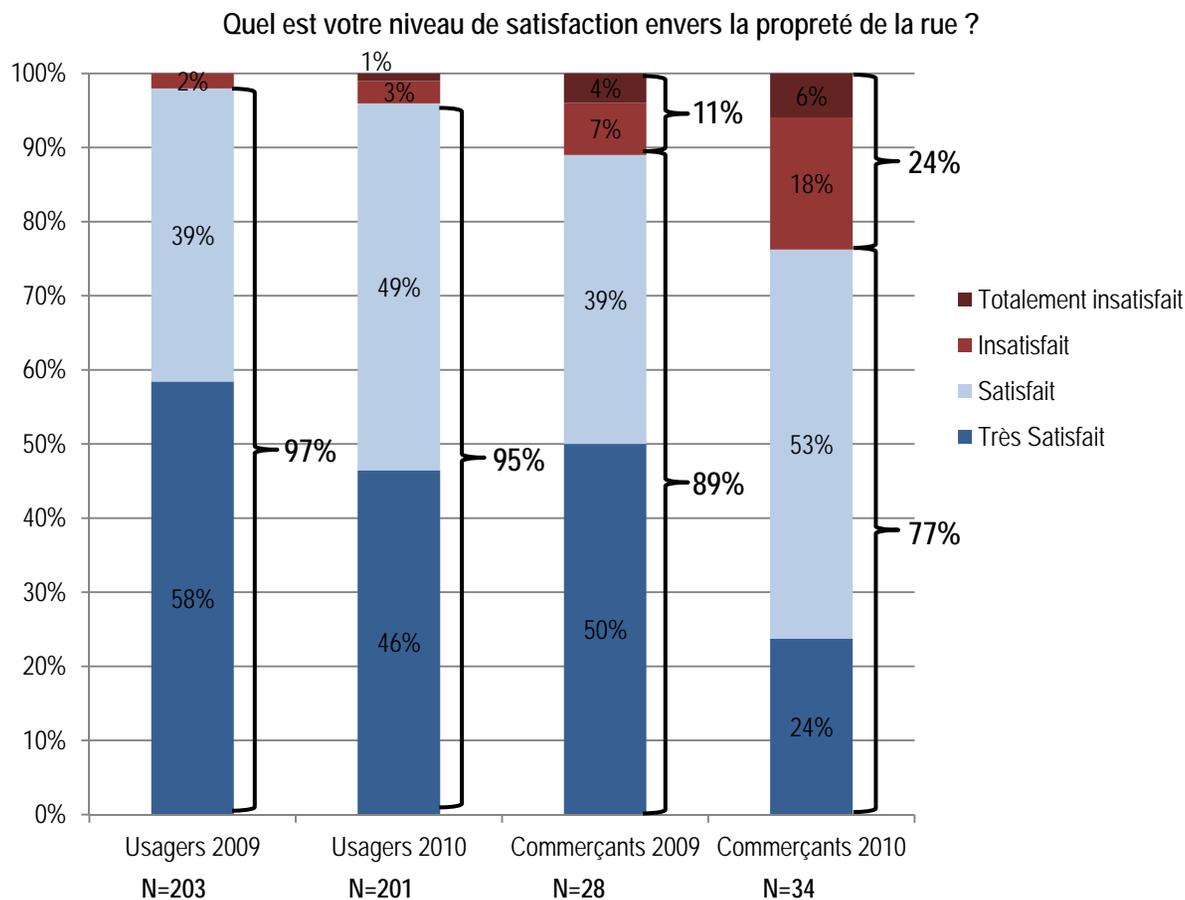
### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : QUALITÉ DE L'ANIMATION



Les taux d'insatisfaction des usagers et des gens d'affaires augmentent de 2009 à 2010.

## 5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires

### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : PROPRETÉ DE LA RUE

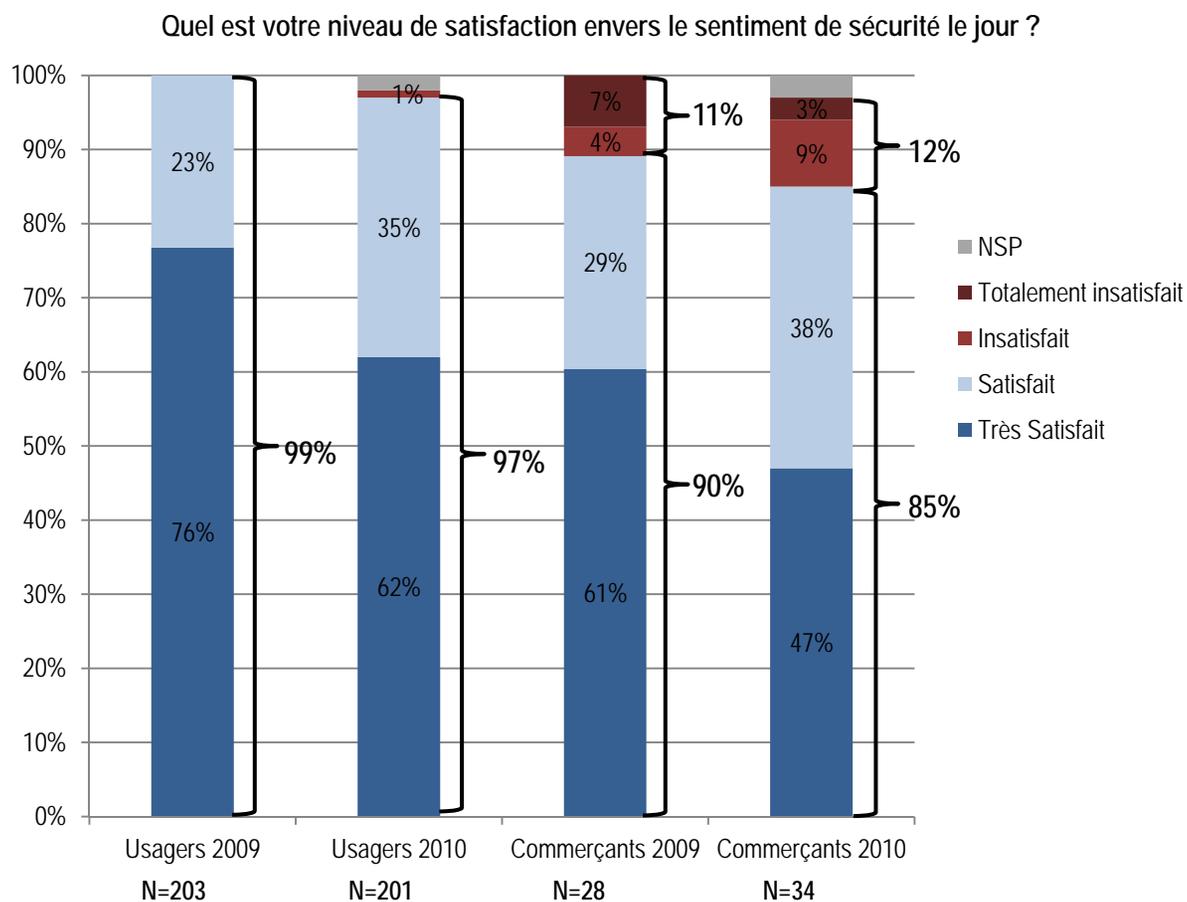


Les usagers ont un plus haut taux de satisfaction que les gens d'affaires, à l'égard de la propreté de la rue Saint-Paul.

En 2010, le taux d'insatisfaction des gens d'affaires a presque doublé par rapport au taux de 2009.

## 5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires

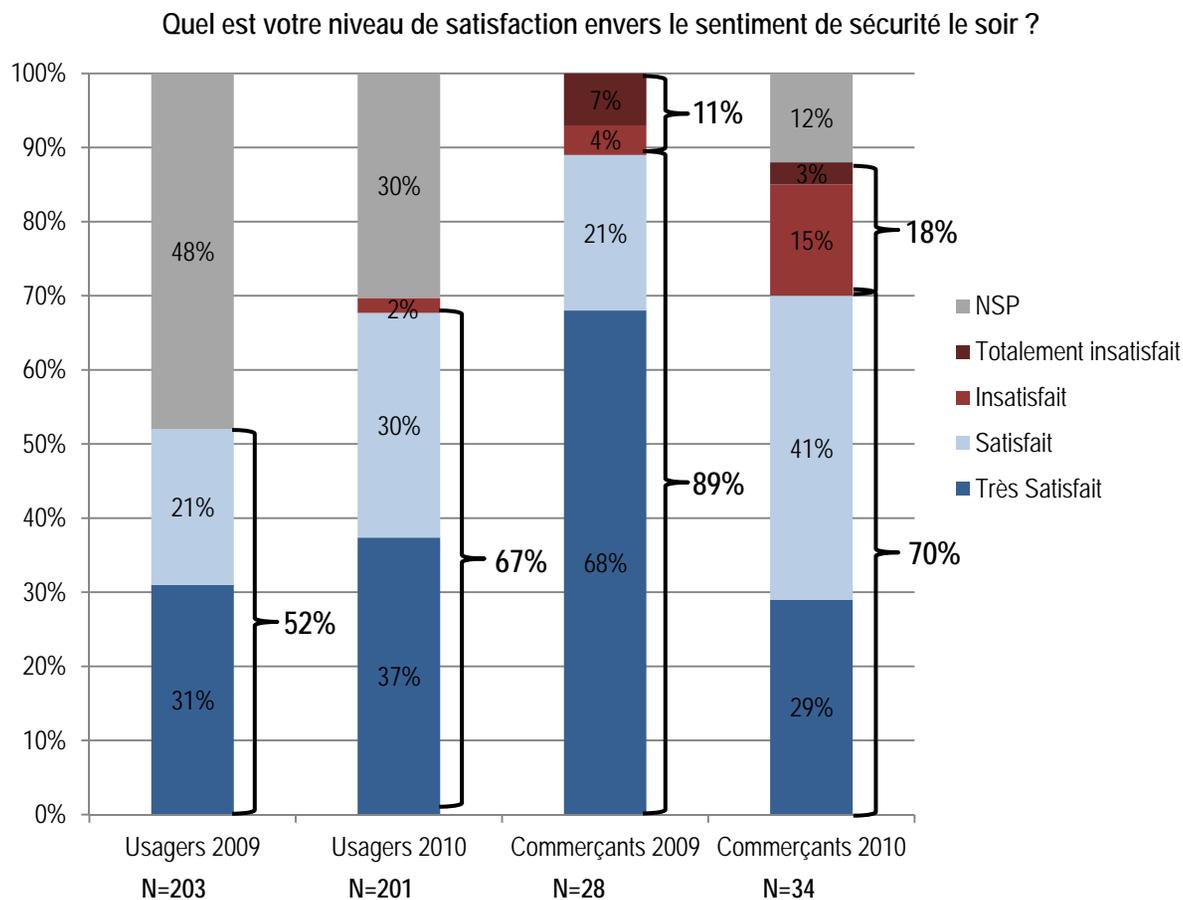
### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : SENTIMENT DE SÉCURITÉ - JOUR



Les usagers ont un plus haut taux de satisfaction que les gens d'affaires, à l'égard du sentiment de sécurité le jour, sur la rue Saint-Paul.

## 5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires

### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : SENTIMENT DE SÉCURITÉ - SOIR

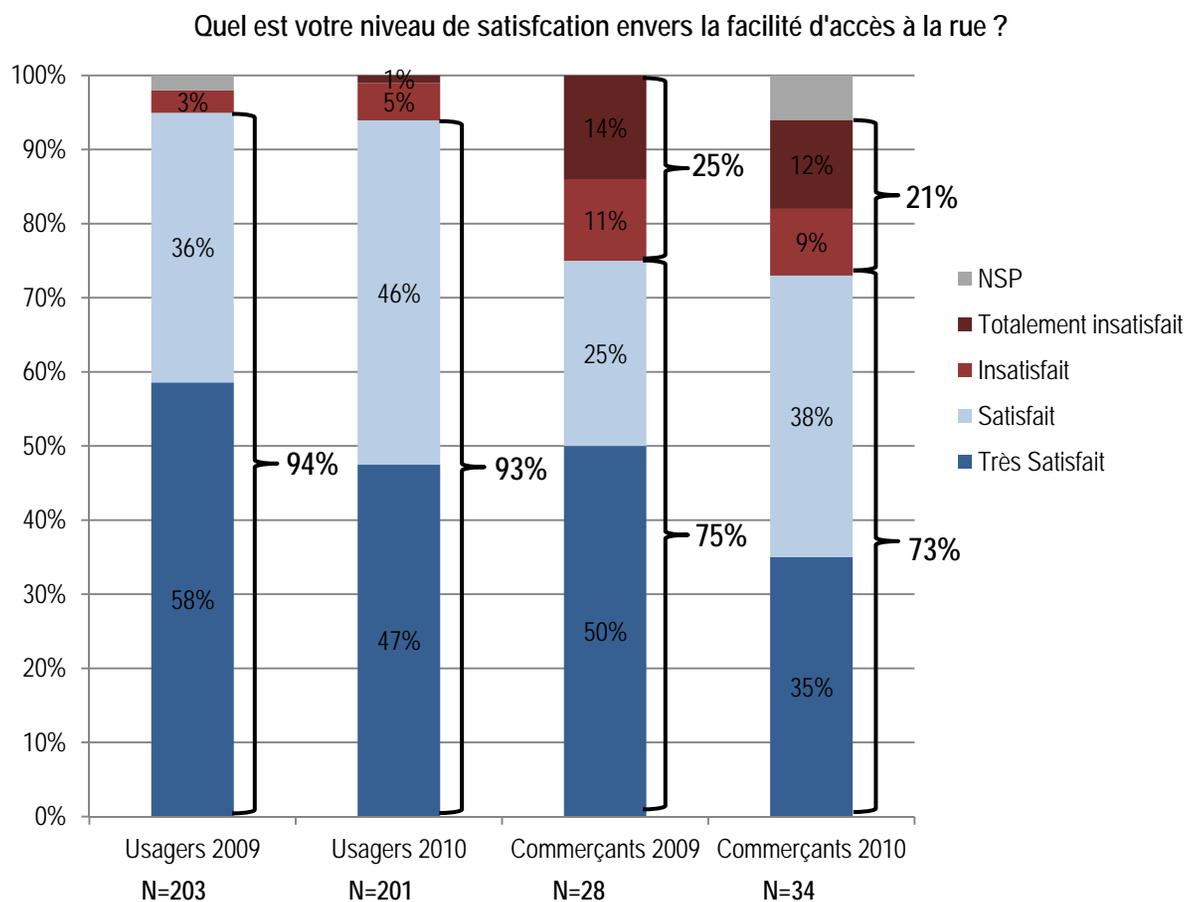


Un nombre important d'usagers a répondu « ne sait pas » à cette question.

En 2010, le taux de gens d'affaires très satisfaits baisse de manière significative par rapport à 2009 (de 68% à 29%).

## 5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires

### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : FACILITÉ D'ACCÈS À LA RUE

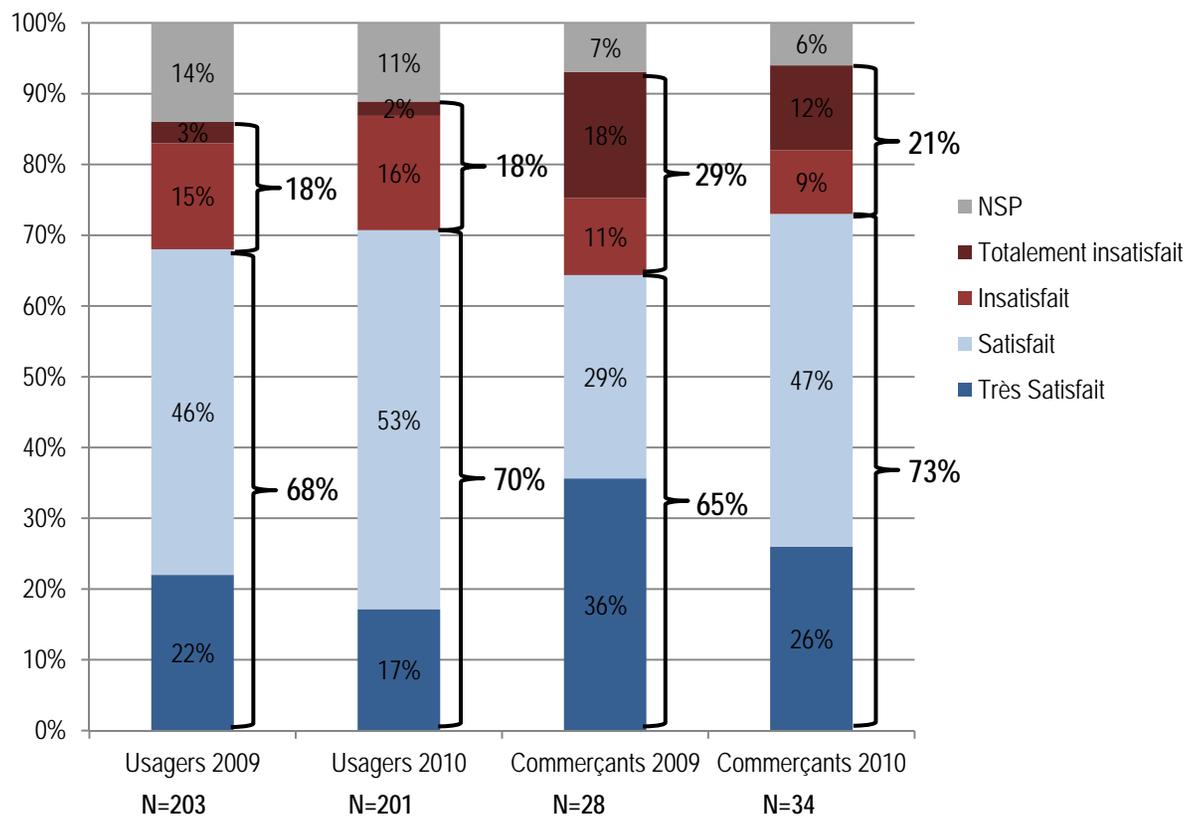


Les usagers ont un plus haut taux de satisfaction que les gens d'affaires, à l'égard de la facilité d'accès à la rue Saint-Paul.

## 5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires

### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : CIRCULATION AUTOMOBILE

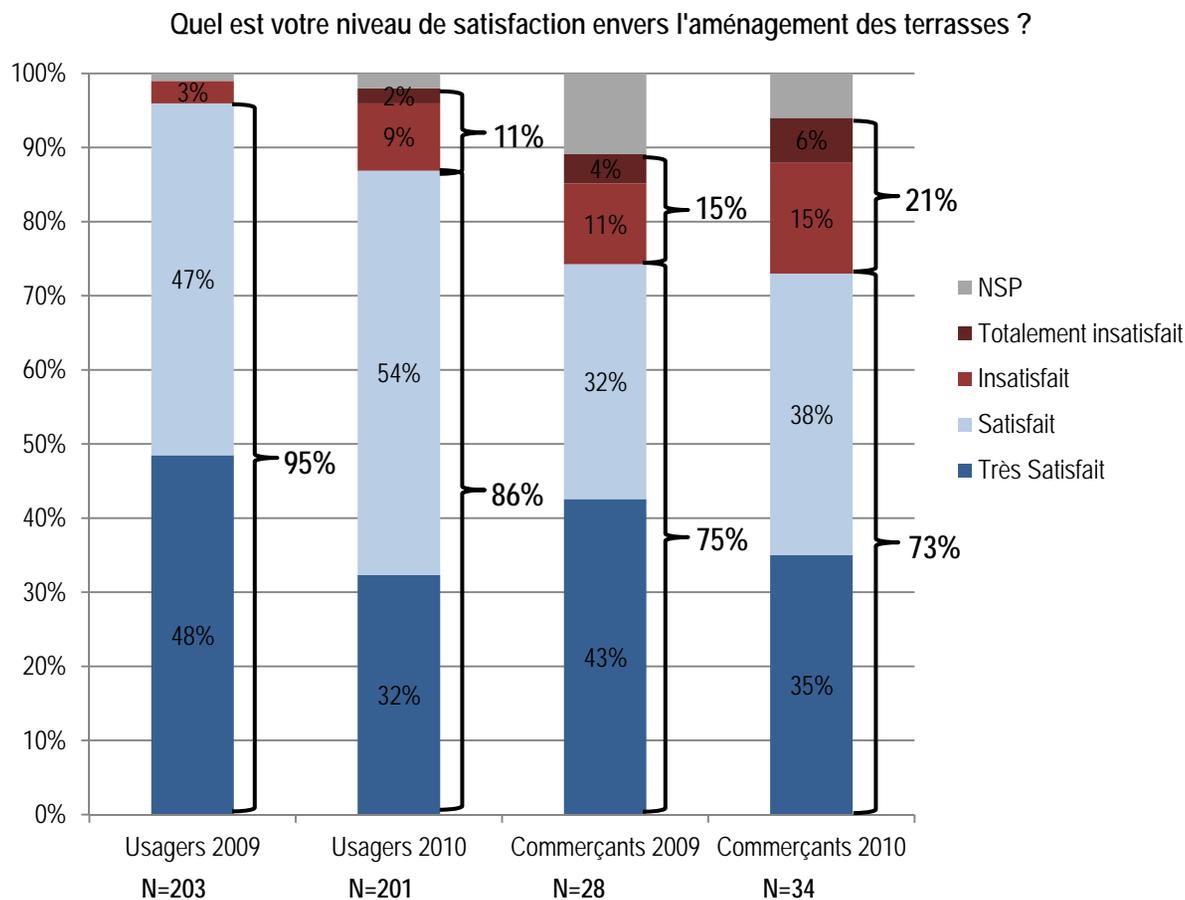
Quel est votre niveau de satisfaction envers la circulation automobile dans le quartier ?



Les usagers et les gens d'affaires ont des taux de satisfaction semblables à l'égard de la circulation automobile dans le quartier.

## 5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires

### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : AMÉNAGEMENT DES TERRASSES



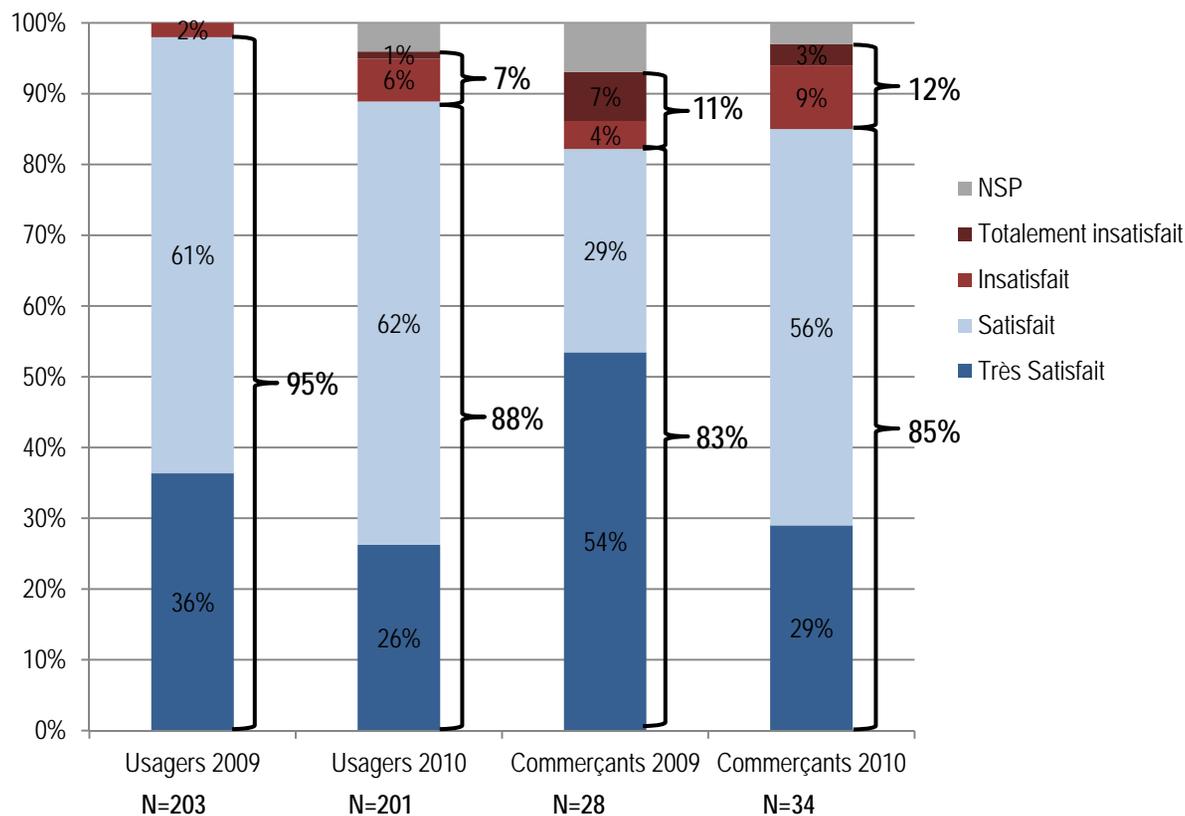
Les usagers ont un plus haut taux de satisfaction que les gens d'affaires, à l'égard de l'aménagement des terrasses sur la rue Saint-Paul.

Les taux d'insatisfaction des usagers et des gens d'affaires augmentent de 2009 à 2010.

## 5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires

### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : NIVEAU SONORE DES ACTIVITÉS

Quel est votre niveau de satisfaction envers le niveau sonore généré par les activités sur la rue ?

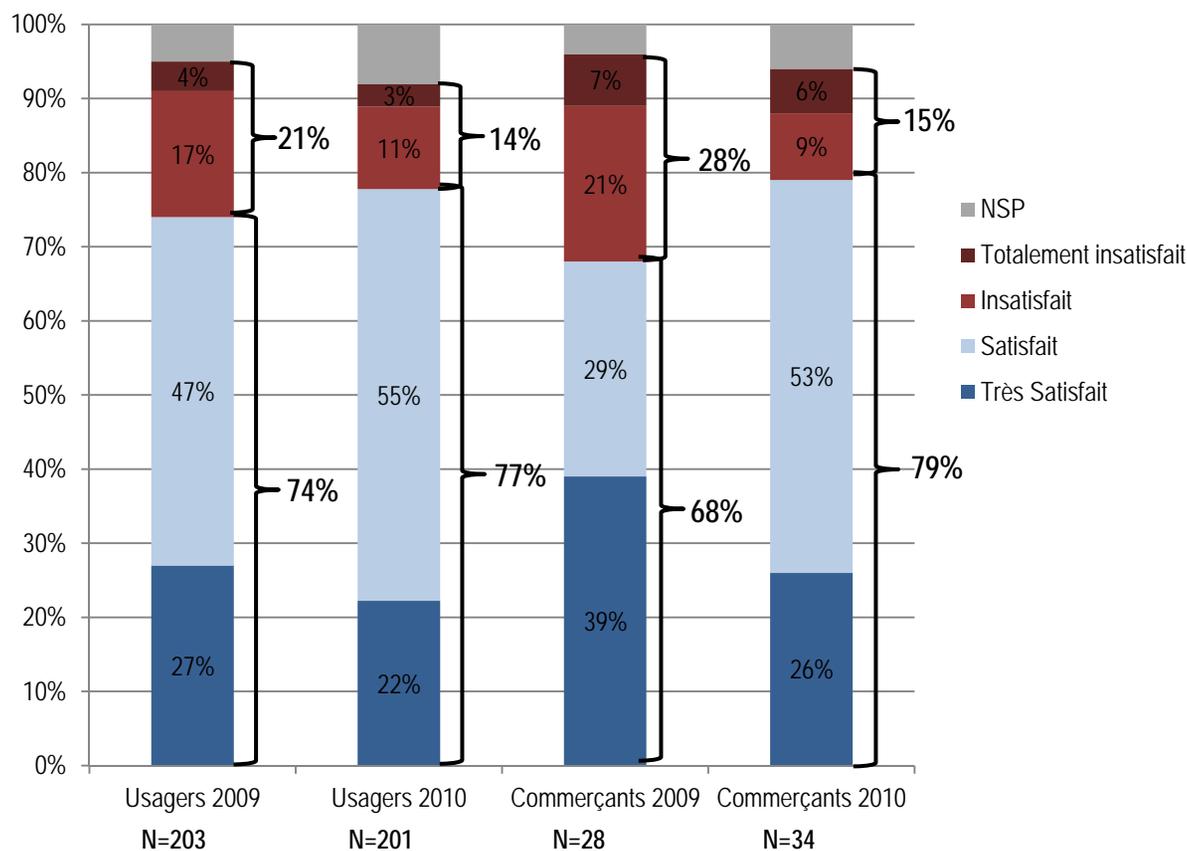


Les usagers et les gens d'affaires ont des taux de satisfaction semblables à l'égard du niveau sonore généré par les activités, sur la rue Saint-Paul.

## 5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires

### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET : SIGNALISATION DE LA RUE

Quel est votre niveau de satisfaction envers la signalisation de la rue piétonne ?



Les usagers et les gens d'affaires ont des taux de satisfaction semblables à l'égard de la signalisation de la rue piétonne.

## 5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires

### SATISFACTION À L'ÉGARD DU PROJET - CONSTATS

#### Les aspects qui font consensus entre les usagers et les gens d'affaires (taux de satisfaction semblables)

- La qualité de l'animation sur la rue Saint-Paul : répondants généralement satisfaits mais moins qu'en 2009
- La circulation automobile dans le quartier : répondants généralement satisfaits
- Le niveau sonore généré par les activités de la rue Saint-Paul : répondants généralement satisfaits
- La signalisation de la rue piétonne : répondants généralement plus satisfaits qu'en 2009

#### Les aspects qui diffèrent pour les usagers et les gens d'affaires (taux de satisfaction différents)

- L'ambiance générale de la rue Saint-Paul
- La propreté de la rue Saint-Paul
- Le sentiment de sécurité le jour
- La facilité d'accès à la rue Saint-Paul
- L'aménagement des terrasses sur la rue Saint-Paul

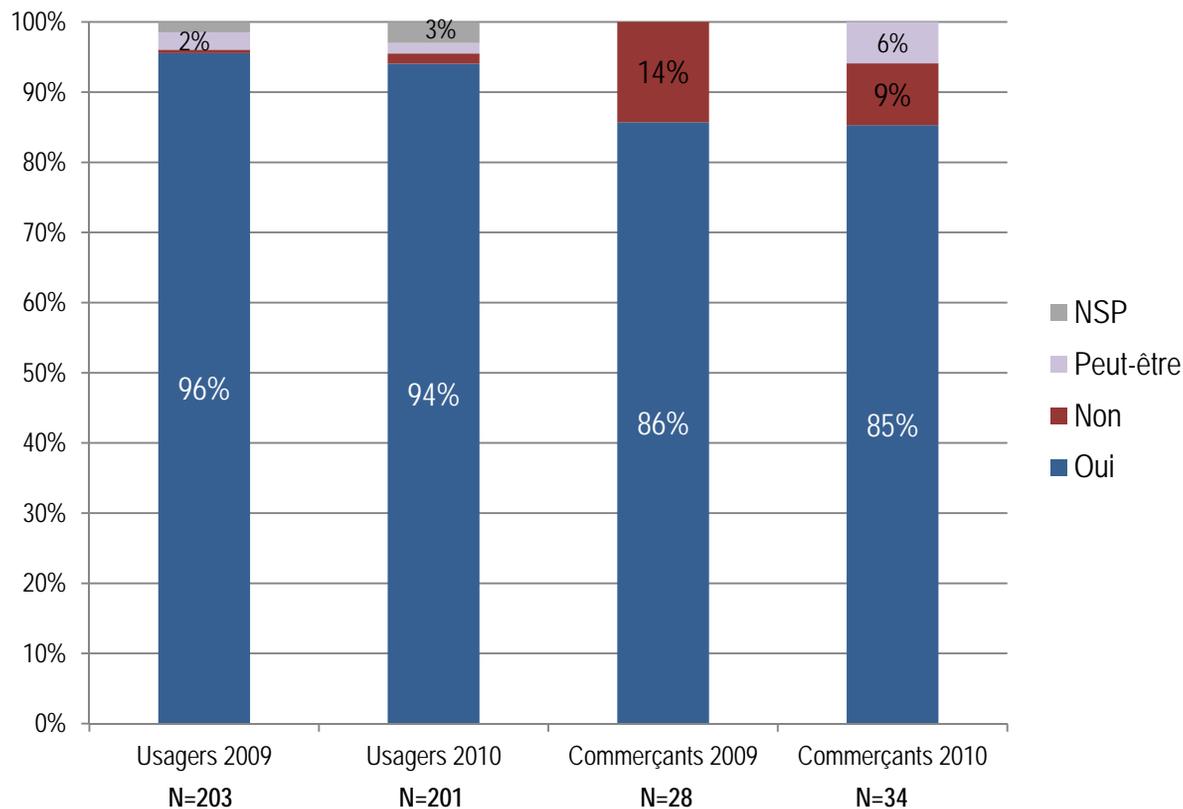
Les usagers sont plus satisfaits  
que les gens d'affaires

Dans tous les cas sauf « facilité d'accès à la rue », le taux d'insatisfaction des gens d'affaires est plus élevé qu'en 2009

## 5. Perceptions comparées des usagers et des gens d'affaires

### PIÉTONISATION 2011

Souhaiteriez-vous que la rue Saint-Paul soit rendue piétonne à nouveau l'année prochaine ?



D'une manière générale, tous les répondants souhaitent que l'expérience de piétonisation soit répétée sur la rue Saint-Paul l'année prochaine.