



la Chambre de commerce  
du Montréal métropolitain

PARTENARIAT DU



QUARTIER  
DES SPECTACLES  
MONTRÉAL

# Plan d'action

**pour maintenir la vitalité du centre-ville de Montréal  
durant les prochains mois**

.....

3 juin 2020

## Préambule

Le 21 mai 2020, la mairesse de Montréal, M<sup>me</sup> Valérie Plante, mettait sur pied un comité aviseur pour réfléchir à la relance de Montréal à la suite de la crise de la COVID-19. Ce comité, composé de divers leaders de la communauté de la métropole, a amorcé ses travaux.

C'est dans ce contexte que la mairesse nous a demandé d'examiner la situation particulière de la base commerciale du centre-ville de Montréal. Cette demande n'était sans doute pas étrangère au fait que la Chambre avait souligné à plusieurs reprises au cours des dernières semaines son inquiétude concernant la très grande vulnérabilité des commerces de cette zone et que le PQDS avait proposé des solutions pour maintenir un aménagement et une animation culturelle autour du Quartier des spectacles.

Nous devons en effet nous attendre à ce que la faiblesse de l'achalandage créée par l'arrêt général des activités se poursuive durant plusieurs mois, même si les autorités publiques autorisent la réouverture progressive des commerces. Le centre-ville de Montréal ne retrouvera pas rapidement les quelque 310 000 travailleurs dans les tours, ni les étudiants, ni les millions de touristes.

Après examen de la situation et de multiples consultations du milieu, nous proposons huit actions qui nous semblent absolument nécessaires pour éviter un effondrement de la base commerciale du centre-ville. Un tel scénario serait dévastateur non seulement pour tous ces commerçants, mais également pour le dynamisme de Montréal et sa croissance à moyen et à long terme.

Grâce à ce plan, nous estimons qu'il sera possible de maintenir en activité un bon nombre d'établissements. Cependant, nous sommes convaincus que si rien n'est fait rapidement, il sera vite trop tard pour réussir. Nous demandons une action immédiate des gouvernements et des autorités municipales.

En terminant, ce plan d'action doit être compris comme l'un des outils qui découlent de nos travaux. Le Partenariat du Quartier des spectacles a également conçu, en collaboration avec plusieurs organismes sur le terrain, une programmation préliminaire qui contribuera à animer la zone et à y attirer un achalandage optimal, dans le respect des règles sanitaires en vigueur durant la pandémie.

Michel Leblanc  
Président et chef de la direction  
de la Chambre de commerce  
du Montréal métropolitain

Monique Simard  
Présidente du conseil d'administration  
du Partenariat du Quartier des spectacles

## **Huit actions pour assurer la vitalité de la base commerciale du centre-ville de Montréal**

La crise de la COVID-19 s'est traduite par un ressac économique quasi immédiat, au Québec comme ailleurs. Tous les secteurs économiques ont été touchés, sur tout le territoire, et une partie importante de la population s'est retrouvée au chômage forcé.

La réouverture progressive de l'économie est une bonne nouvelle, pourvu qu'elle se fasse de façon ordonnée. En particulier, les commerçants et les entreprises liées à l'économie des biens et services non essentiels reprennent peu à peu espoir. Car même si les volumes d'activité demeureront inférieurs pour un certain temps, la reprise graduelle donnera un peu d'oxygène à ces secteurs.

La situation est cependant tout autre pour le centre-ville de Montréal. Les commerces de cette zone ont déjà subi un délai additionnel de trois semaines avant de rouvrir, soit au total une interruption de revenus de 11 semaines. Les centres commerciaux du centre-ville sont aussi durement touchés, puisque contrairement aux autres centres commerciaux du Québec, leur date de réouverture n'a toujours pas été annoncée. Mais au-delà de la question de la réouverture, la zone centre-ville de Montréal est à risque parce que sa vitalité repose en grande partie sur l'achalandage généré par les 310 000 travailleurs, 11 millions de touristes et 100 000 étudiants qui fréquentaient le secteur, mais n'y reviendront pas avant plusieurs mois encore. Le spectre de faillites en série plane, ce qui dénaturerait le territoire et lui ferait perdre son attrait pour longtemps.

Le centre-ville est la vitrine internationale de Montréal et, par extension, de tout le Québec. Son poids dans l'économie du Québec en fait une véritable locomotive. C'est pourquoi cette situation, qui menace toute la trame commerciale du centre-ville, est très préoccupante et doit être considérée d'urgence par les gouvernements. Ce rapport propose un plan d'action pour atténuer la situation et ainsi faire en sorte que le centre-ville commercial de Montréal ne s'effondre pas et demeure plutôt en position de participer à la relance une fois la crise passée.

### **1. Le centre-ville de Montréal, un territoire stratégique pour le Québec**

Montréal s'est définie de longue date comme un lieu d'échanges et de passage. Dès sa fondation, Montréal est rapidement devenue l'une des portes du continent grâce à son port océanique, qui ouvrait les marchés des Grands Lacs, de l'Ouest et du Grand Nord aux navires venant d'Europe, et vice-versa.

Aujourd'hui, l'aéroport Pierre-Elliott-Trudeau compte 84 % du trafic de passagers internationaux de l'est du pays<sup>1</sup>, et le port de Montréal demeure une plaque tournante du commerce mondial. Mais c'est surtout le centre-ville de Montréal qui a conservé cette nature de lieu d'échanges, de passage et de rayonnement.

On y retrouve les bureaux de grandes entreprises multinationales et de 65 organisations internationales, dont le siège de l'une des 17 institutions spécialisées de l'ONU, l'Organisation de l'aviation civile internationale. Au même titre, un pourcentage très élevé d'entreprises et d'institutions d'ici établies dans le centre-ville sont actives sur le plan international et contribuent fortement au rayonnement et à l'attractivité du Grand Montréal et du Québec. Aussi, le centre-ville se définit-il à la fois comme une vitrine du Québec dans le monde, et du monde pour le Québec.

#### **Une concentration d'emplois qui multiplie par six la population quotidienne de la zone**

Le centre-ville de Montréal, soit, *grosso modo*, le territoire compris entre les rues Papineau et Atwater, puis entre la rue Sherbrooke et le fleuve, se caractérise par sa densité et par le fait qu'il s'agit d'une zone grouillante d'activités, où l'on travaille, étudie et se divertit, et qui a su conserver une certaine population résidente. Ce qui distingue le centre-ville de Montréal de ceux de la très grande majorité des autres villes d'Amérique du Nord, ce sont la diversité des fonctions qu'on y retrouve ainsi que leur enchevêtrement.

---

<sup>1</sup> Les aéroports de l'est du pays comprennent les aéroports internationaux de Montréal, d'Halifax, de la ville de Québec et d'Ottawa.

En effet, alors qu'ailleurs, on a souvent réservé de façon quasi exclusive des zones à des activités spécifiques, par exemple la finance, à Montréal, tout se retrouve pêle-mêle dans un territoire d'à peine 9 km<sup>2</sup>.

Ainsi, les grandes adresses d'affaires comme la Place Ville Marie ou les autres gratte-ciels de l'avenue McGill College ou du boulevard René-Lévesque sont encerclées par de grandes universités, les lieux de culte côtoient les lieux de divertissement et de culture et les grands magasins sont à proximité des centres de services à la communauté. Surtout, le centre-ville et ses différents quartiers sont habités par une population de 90 000 habitants au portrait tout aussi diversifié, composée d'étudiants, de personnes issues de l'immigration récente, de jeunes professionnels et d'un nombre de plus en plus important de familles<sup>2</sup>.

Cette diversité des fonctions fait en sorte que le territoire est vivant et animé. Chaque heure du jour et de la nuit, on y voit des personnes déambuler. Et souvent, la tenue d'événements extérieurs, comme les grands festivals, révèle la nature festive de la population. Cela, d'autant plus que le centre-ville de Montréal est l'un des plus sécuritaires au monde.

Paul Romer, prix Nobel d'économie, a démontré que l'interaction intense propre aux villes est extrêmement productive. Cela est encore plus vrai dans le centre-ville de Montréal puisque le mélange des fonctions sur un territoire restreint suscite un degré d'interactions et de synergies très élevé. En temps normal, sur une base quotidienne, on compte plus de 536 000 déplacements entrants au centre-ville<sup>3</sup>. Une grande proportion de cet achalandage est attribuable aux travailleurs (59,1 %) et aux étudiants (14,4 %).

### **Une vitalité qui, en temps normal, s'appuie sur des millions de touristes et d'étudiants**

Cette zone, qui regroupe une concentration de bureaux d'affaires principaux et de sièges sociaux de sociétés majeures d'ici comme la Caisse de dépôt et placement du Québec, Air Canada, la Banque Nationale, CAE, CGI, le CN, Cogeco, Hydro-Québec, Desjardins, Pomerleau, Power Corporation du Canada, Quebecor, SNC-Lavalin, Transat, et WSP (pour ne nommer que ceux-là), ou de siège d'entreprises étrangères comme IBM ou Rio Tinto, consolide considérablement le poids économique du territoire, non seulement parce qu'on y retrouve des sièges sociaux de première importance, mais également parce que ces sociétés favorisent la croissance d'entreprises locales dans le secteur des technologies, de l'intelligence artificielle, des industries créatives et des services professionnels.

À ces travailleurs s'ajoutent plus de 100 000 étudiants postsecondaires qui fréquentent les campus de l'UQAM, de l'Université McGill, de l'Université Concordia, de l'ÉTS, du cégep du Vieux-Montréal et du collège Dawson, mais également un nombre important de centres de formation et de recherche, à commencer par le CHUM, le plus grand centre hospitalier universitaire du Québec.

Par ailleurs, le centre-ville est également le centre historique de Montréal. Cela fait en sorte que les 11 millions de touristes qui visitent annuellement Montréal résident ou à tout le moins se rendent dans cette zone. Ces touristes sont attirés par l'histoire de ce quartier, mais également par son offre, qui propose une très forte concentration d'établissements hôteliers de toutes catégories, quatre musées majeurs, le Centre Bell, qui tient des spectacles de grande envergure, des dizaines d'autres lieux artistiques comme des galeries d'art et des musées de pointe, une quantité des salles de spectacles et, enfin, des événements majeurs et de niche à longueur d'année.

Ces visiteurs comprennent des centaines de milliers de touristes d'affaires qui gravitent principalement autour du Palais des congrès et du Quartier international et qui choisissent de tenir leurs congrès à Montréal pour la qualité de l'expérience au centre-ville. Le Palais des congrès a accueilli plus de 353 événements en

---

<sup>2</sup> Ville de Montréal, Profil sociodémographique de l'agglomération de Montréal 2016, territoire du centre-ville, selon le découpage défini par le décret 1229-2005 du gouvernement du Québec.

<sup>3</sup> Enquête Origine-Destination 2018. Les 536 000 déplacements représentent les déplacements entrants au centre-ville des résidents de la région métropolitaine de Montréal lors d'une journée (24 h) de semaine moyenne.

2019 et attiré plus de 915 000 participants dans la métropole pour des recettes touristiques évaluées à 214,5 millions de dollars<sup>4</sup>. L'année 2020 s'annonçait très prometteuse.

### **Une offre commerciale qui répond à cette demande unique au Québec**

Il est important de souligner que la personnalité propre du centre-ville est fortement déterminée par l'offre commerciale originale et diversifiée qui est proposée pratiquement à la grandeur du territoire. C'est là qu'on retrouve le Centre Eaton, par exemple, le centre commercial le plus achalandé du Québec. Les commerces de détail, les cafés, les bars et les restaurants qui y ont pignon sur rue ou dans le Montréal souterrain, mais également les aires de restauration intérieures telles que le Time Out Market, le Cathcart et le Central, sont souvent des *trend setters* de l'offre commerciale et alimentaire du Québec et du Canada.

Il est enfin important de rappeler le rôle de locomotive économique du centre-ville pour l'ensemble du Québec. Le centre-ville concentre 26,7 % des emplois de l'agglomération de Montréal et 14,7 % des entreprises alors que la population du centre-ville représente seulement 4,6 % de la population<sup>5</sup>.

Juste avant le choc de la pandémie, les espaces commerciaux et de bureaux du centre-ville avaient un taux d'occupation enviable. Signe incontestable de cette vitalité, le taux d'inoccupation des espaces de bureaux au centre-ville de Montréal était de 7,6 % au premier trimestre de 2020 et de 6,3 % pour le Quartier central des affaires. Trois ans plus tôt, ce taux était respectivement de 11,5 % et 9,8 %.

Cette force du centre-ville n'agit pas au détriment des autres centres-villes du Québec. Tout au contraire, le développement du centre-ville tire les autres territoires vers le haut. Les grandes entreprises qui y sont situées donnent des contrats et financent des projets sur tout le territoire de l'est du Canada et les touristes qui sont attirés par le Vieux-Montréal finissent par visiter les quartiers adjacents au centre-ville, puis Québec et les destinations touristiques régionales. En somme, le dynamisme du centre-ville de Montréal profite à l'ensemble du Québec et de l'est du Canada.

## **2. Le centre-ville de Montréal, un pôle économique durement frappé par la crise**

Les commerçants de tout le Québec sont lourdement touchés par la fermeture des entreprises non essentielles depuis le 16 mars. Mais la situation est encore plus difficile pour le Grand Montréal, les commerces situés sur le territoire de la CMM ayant subi un délai additionnel de trois semaines avant de rouvrir, si bien qu'ils auront eu très peu de revenus, voire aucun, durant 11 semaines.

Malgré le redémarrage des activités commerciales non essentielles depuis le 25 mai, on ne s'attend pas à ce que tous puissent traverser la crise vu la pression sur les liquidités et la hausse des niveaux d'endettement. Les commerces de détail, de restauration et de bar de la zone du centre-ville sont particulièrement fragilisés par la crise. Les centres commerciaux du centre-ville sont aussi durement frappés et, contrairement à ceux qui sont situés dans le reste du Québec, leur date de réouverture dans le Grand Montréal n'a toujours pas été annoncée.

### **Absence des travailleurs et des étudiants**

En plus de subir les effets de la fermeture prolongée des entreprises non essentielles, les commerces situés dans le centre-ville de Montréal sont fragilisés par l'absence d'une majorité de travailleurs des grands employeurs privés, institutionnels et publics qui y sont établis. Ces derniers ont pris la décision de recourir au télétravail pour une grande majorité de leurs employés, et ce, pour des raisons sanitaires durant la période estivale et fort probablement au-delà, soit jusqu'à ce que les risques de contagion soient maîtrisés.

Plusieurs de ces grands employeurs ont déjà annoncé à leurs employés qu'ils demeureront en télétravail jusqu'à l'automne, certains même jusqu'en janvier 2021. D'ici là, les employeurs estiment qu'un maximum de 20 % de leurs employés se déplaceront vers leur bureau au centre-ville durant plusieurs mois. Certains

<sup>4</sup> Palais des congrès, Bilan annuel 2018-2019.

<sup>5</sup> Statistique Canada, Recensement de la population 2016 et Registre des entreprises 2018.

prévoient des niveaux bien plus faibles, en particulier dans les tours d'affaires, où les employés doivent accéder à leur bureau par des ascenseurs. Cette situation aura des répercussions sur tous les commerces et restaurants qui dépendent de l'afflux quotidien des 310 000 travailleurs de la zone.

Quant aux cégeps et universités, ils ont annoncé que la majorité des cours seront donnés en ligne jusqu'en janvier 2021. Le gouvernement du Québec a toutefois demandé aux établissements d'enseignement de se préparer à accueillir au moins 30 % des étudiants sur les campus cet automne. C'est donc jusqu'à 70 % des étudiants qui ne viendront pas au centre-ville. À cela, il faut ajouter l'impact lié à tous ces étudiants internationaux ou du reste du Québec qui ne s'installeront pas dans les logements et les résidences qui leur sont destinés ici et là au pourtour du centre-ville.

### **Absence des touristes internationaux et locaux**

Montréal est la principale région visitée par les touristes internationaux au Québec. Or, sur le plan du tourisme, on doit présumer qu'il n'y aura aucun visiteur international à Montréal d'ici le début de l'automne et qu'une reprise solide du tourisme ne se fera que beaucoup plus tard.

Alors que les voyages non essentiels entre le Canada et les États-Unis seront interdits au moins jusqu'au 21 juin, plusieurs compagnies aériennes ont fait savoir qu'elles prolongeraient la suspension de leurs vols internationaux une bonne partie de l'été, et on ne voit pas, dans un avenir rapproché, la reprise de l'industrie des bateaux de croisière. La saison estivale des croisières internationales vient d'être annulée, après que Transport Canada ait annoncé l'interdiction des navires de plus de 100 passagers en eaux canadiennes jusqu'au 31 octobre. Les voyages d'affaires, part importante de l'activité touristique de la métropole, seront également suspendus pendant la période, et il est peu probable qu'il y ait reprise solide avant l'été 2021.

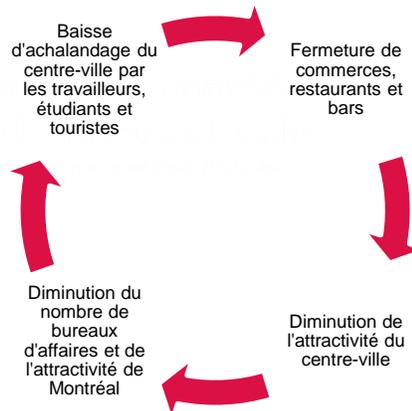
Les dépenses touristiques – qui étaient de 4,86 milliards de dollars pour le Grand Montréal en 2019 – s'ajoutent ainsi au manque à gagner pour toute la période de crise ainsi que pour la période d'incertitude qui suivra.

### **Un scénario inquiétant qu'il faut éviter**

Tout cela aura un effet dépressif dévastateur sur l'achalandage au centre-ville et, par extension, sur la survie des commerces de la zone. Sachant que ses pôles d'attraction majeurs seront moins achalandés, c'est l'économie de toute la région métropolitaine qui risque d'en souffrir.

La force du centre-ville de Montréal repose sur la diversité et la juxtaposition des différentes fonctions. Or, plusieurs de ces fonctions sont directement touchées par les restrictions de santé publique actuelles. Les restaurants ainsi que les lieux événementiels, de divertissement et de diffusion artistique seront parmi les derniers à pouvoir reprendre leurs activités. Selon le Groupe Altus, de 60 % à 65 % des dépenses dans les magasins du centre-ville sont effectuées par les touristes et les travailleurs des tours de bureaux. Le manque à gagner représente dans bien des cas la différence entre la survie et la fermeture d'une entreprise, surtout lorsque la période se compte en mois plutôt qu'en semaines. Aussi, plus la pause forcée et le ralentissement dureront, plus le centre-ville risque d'entrer dans une situation de précarité qui rendra un retour à la situation économique d'avant la crise long et ardu.

## Cycle de dévitalisation potentiel du centre-ville de Montréal



L'esprit et le caractère du centre-ville sont fortement liés à ses restaurants, bars, théâtres, musées et autres pôles d'attraction. Mais privées des travailleurs, étudiants et touristes, plusieurs adresses seront poussées à la faillite. L'attractivité du centre-ville diminuera d'autant, ce qui découragera des entreprises et des organisations qui auraient pu considérer le secteur pour s'établir. Cela renforcera encore davantage la dévitalisation, selon un phénomène de vrille descendante.

La situation actuelle est grave et, sans mesures urgentes, il est probable que plusieurs places d'affaires n'arrivent pas à passer l'été, faute de liquidités. À moyen terme, la situation est tout aussi inquiétante puisque le recours accru au télétravail par les entreprises dont les employés remplissaient les bureaux du centre-ville pourrait diminuer, de façon soutenue, l'achalandage. Aussi la crise actuelle pose-t-elle un risque immédiat, mais également structurel pour la vitalité du centre-ville.

### Facteurs de risque additionnels

Le scénario de dévitalisation engendré par la pandémie revêt une forme particulière dans le centre-ville de Montréal, puisque les commerces qui veulent s'y installer y font face à des frais de loyer plus élevés, ce qui a un effet sur les montants de taxes foncières à décaisser. Ces coûts importants pour l'occupation des locaux du centre-ville font que les commerçants de la zone sont plus durement touchés que ceux qui sont situés sur d'autres artères commerciales de la métropole ou dans les centres-villes d'autres municipalités.

Certains des pôles d'attraction du centre-ville sont également soumis à des pressions que les secteurs hors centre-ville ne connaissent pas, ou dans une moindre mesure. C'est le cas des lieux de diffusion culturelle, qui reçoivent un soutien public moins important à Montréal qu'ailleurs. En effet, les salles montréalaises se qualifient difficilement pour certains programmes de subvention et ne reçoivent pas le soutien aux salles communautaires auquel leurs concurrents en région se qualifient.

### 3. Trois propositions pour sauver le centre-ville

En réponse à la crise, la Ville de Montréal et ses arrondissements ont rapidement mis en place plusieurs mesures d'aide aux commerçants. L'échéance du deuxième versement des taxes municipales a été reportée. En collaboration avec PME Montréal, la Ville a bonifié le programme d'Aide d'urgence aux petites et moyennes entreprises, mis en place par le gouvernement du Québec, afin de soutenir les entreprises admissibles ayant besoin de liquidités d'un montant inférieur à 50 000 \$.

PME Montréal a également enclenché un moratoire automatique de six mois sur le capital et les intérêts aux entreprises privées et d'économie sociale qu'elle subventionne. Le Fonds de consolidation des activités commerciales, doté d'une enveloppe de 3 millions de dollars, proposera des subventions allant jusqu'à 10 000 \$ pour soutenir les commerçants. Des mesures plus ciblées sont également déployées, telles que le service de livraison urbaine coordonné par les Sociétés de développement commercial.

La Ville de Montréal a dévoilé à la mi-mai son plan estival d'aménagement urbain visant à rendre l'été aussi agréable que possible pour les résidents. Le plan accorde aux commerçants la possibilité d'occuper une plus grande part de l'espace public, il prévoit également l'octroi rapide des permis en abaissant les coûts. Cette mesure représente un pas dans la bonne direction. La situation particulière du centre-ville nécessite toutefois un plan d'action spécifique. Si l'on parvient à préserver la majorité de la base commerciale, la sortie de crise sera d'autant moins douloureuse et c'est tout le Grand Montréal et le Québec qui profiteront d'une métropole avec un centre-ville en pleine relance.

Nous saluons les efforts de la Ville de Montréal et des gouvernements du Québec et du Canada pour l'agilité et la rapidité avec lesquelles ils ont mis en place des programmes d'aide aux entreprises. En raison des capacités budgétaires limitées de la Ville et de l'importance stratégique du secteur, nous proposons que les gouvernements du Québec et du Canada apportent leur contribution à un plan de sauvetage du centre-ville de Montréal. À cet égard, nous faisons trois propositions, qui se déclinent en huit actions concrètes.

### Réduire les coûts d'exploitation pour les commerçants du centre-ville

Les mesures d'aide ciblées et à court terme proposées par les autorités municipales pour chacun des arrondissements étaient nécessaires pour apporter des solutions adaptées à chaque situation. Cependant, les mesures locales ne suffiront pas pour le centre-ville. L'ampleur de la tâche est telle qu'il faudra absolument des gestes spécifiques de la part des autres ordres de gouvernement.

Un des axes d'intervention évidents est de tenter de baisser les coûts des commerçants. Le fardeau le plus évident à alléger est le loyer à payer. Le premier geste à poser est donc de faire fonctionner le programme d'aide existant, soit l'Aide d'urgence du Canada pour le loyer commercial (AUCLC), mis en place conjointement par les gouvernements du Canada et du Québec.

Ce programme devrait constituer une bouée de sauvetage pour les commerces frappés durement par la crise. Il s'agit néanmoins d'un programme très difficile à calibrer, dont l'activation est jugée déficiente par les commerçants locataires et perçu comme étant lourd à gérer du point de vue des propriétaires.

Il faut modifier le mécanisme d'activation pour faire en sorte que le programme s'applique dès qu'un commerçant locataire sur rue, dans les tours ou dans les galeries souterraines qui étaient en activité en date du 16 mars, en fait la demande. Le seuil de perte de revenus devrait aussi être abaissé. Le programme doit s'appliquer sur au moins six mois (soit jusqu'en septembre inclusivement), voire plus longtemps selon la durée de la crise pour les commerçants du centre-ville.

***Action n° 1 : Modifier le mécanisme d'activation du programme d'Aide d'urgence du Canada pour le loyer commercial aux commerçants, afin qu'il puisse être enclenché à la demande de tout commerçant-locataire admissible du centre-ville, sans nécessiter une décision du propriétaire, et ce, pour une période minimale de six mois, soit d'avril à septembre inclusivement.***

- ***Abaisser le critère d'admissibilité relatif aux pertes de revenus pour s'assurer que tous les commerçants qui en ont besoin puissent y avoir accès, même après la réouverture des commerces.***

Cette action est absolument nécessaire pour la survie des commerces du centre-ville de Montréal. Elle relève de l'autorité du gouvernement du Québec. Nous comprenons que le gouvernement fédéral sera prêt à fournir les sommes requises pour assumer sa part des coûts du programme. Par ailleurs, nous invitons le gouvernement à envisager d'étendre cette mesure à l'ensemble du Québec et aux autres centres-villes qui sont des zones très fragiles. De plus, nous insistons sur l'importance de procéder très rapidement.

## Accroître l'aide financière aux commerçants du centre-ville

Les différents ordres de gouvernement ont accordé des sommes importantes pour aider les entreprises de toutes tailles à traverser la crise. Il faut souligner à nouveau la capacité d'écoute et de réaction du gouvernement, qui a continué d'ajuster l'aide offerte pour permettre de rejoindre le plus grand nombre d'entreprises possible.

À cet effet, l'expansion des critères d'admissibilité au Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes a été bien accueillie par le milieu des affaires. Ce programme met à la disposition des entreprises admissibles jusqu'à 40 000 \$ pour payer leurs coûts de fonctionnement pendant la période de crise et, en remboursant le solde du prêt au plus tard le 31 décembre 2022, elles obtiennent une radiation de 25 %, jusqu'à concurrence de 10 000 \$.

Les commerces du centre-ville sont dans une situation particulière et auront besoin d'une aide additionnelle, tout en considérant que plusieurs d'entre eux ne peuvent s'endetter davantage. Nous proposons d'appuyer cette aide sur le programme existant, qui a fait ses preuves, en haussant d'un même montant la garantie de prêt et la proportion qui pourra se transformer en subvention.

### **Action n° 2 : Adapter le Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes pour les commerçants du centre-ville de Montréal :**

- **Faire passer de 40 000 \$ à 60 000 \$ le montant de la garantie de prêt disponible pour les commerçants de la zone.**
- **Hausser de 10 000 \$ à 30 000 \$ le montant qui se transforme en subvention si le prêt est remboursé dans les délais établis.**

Encore ici, il faut agir très rapidement, sachant que les commerçants propriétaires ont jusqu'au 2 juillet 2020 pour payer le deuxième versement de leurs taxes foncières. Comme la crise a des effets majeurs sur les revenus de la Ville de Montréal, qui fait face à l'interdiction d'enregistrer des déficits, elle ne peut ni baisser le montant des taxes ni en reporter de nouveau l'échéance. Nous demandons au gouvernement du Québec de développer un programme de subvention pour venir en aide aux commerces du centre-ville de Montréal. Le gouvernement pourrait aussi étendre cette mesure à d'autres zones particulièrement touchées.

## Agir sur l'achalandage pour atteindre un nombre optimal de visiteurs au centre-ville

Si l'on veut se donner une chance de préserver la majorité de la trame commerciale du centre-ville, il faut déployer des efforts substantiels pour augmenter l'achalandage vers cette zone. L'objectif est d'atteindre un achalandage optimal, qui permettra aux visiteurs et aux résidents de respecter les normes de distanciation physique. Les initiatives déjà déployées dans les dernières semaines sont d'excellentes bases sur lesquelles bâtir, en se concentrant sur les plans de l'urbanisme, de la réglementation de l'espace public et du soutien aux organismes du milieu.

Pour commencer, il faut se doter d'une stratégie pour augmenter l'achalandage vers les commerces de la zone, dans le respect des règles sanitaires, en misant sur l'assouplissement de certaines réglementations encadrant l'activité commerciale et en accélérant les processus d'approbation des permis pour faciliter l'animation et l'occupation de l'espace public.

L'arrondissement de Ville-Marie a déjà agi en ce sens, en proposant par exemple le Programme temporaire de soutien à la relance commerciale COVID-19. Le plan prévoit notamment la suspension des frais d'occupation du domaine public et des frais de délivrance des permis de cafés-terrasses pour l'été 2020. Les cafés-terrasses pourront également occuper jusqu'à 50 % plus d'espace sur les rues.

Il faut aller plus loin et s'inspirer des mesures préconisées par plusieurs métropoles européennes pour assurer la relance. Nous demandons à la Ville de Montréal de faciliter l'aménagement de grandes terrasses et marchés éphémères, dans le respect des règles sanitaires, sur le domaine public et à exempter les

commerçants des frais pour son occupation. Pour rendre cette mesure pleinement effective, il faut également permettre la consommation de boissons alcoolisées dans les espaces publics piétonnés, en adoptant le même type de réglementation que dans les parcs. La combinaison de ces mesures fera en sorte que les Montréalais et les visiteurs pourront profiter d'artères commerciales attractives, en respectant les directives de distanciation physique.

**Action n° 3 : Déployer une stratégie visant à atteindre un achalandage optimal et sécuritaire vers les commerces du centre-ville en assouplissant la réglementation et en accélérant les processus d'approbation des permis pour faciliter l'animation et l'occupation de l'espace public.**

- **Autoriser l'aménagement de grandes terrasses et marchés éphémères, dans le respect des règles sanitaires, sur le domaine public et exempter les commerçants des frais pour son occupation.**
- **Prévoir des installations et des stations sanitaires pour permettre aux visiteurs du centre-ville de respecter les directives de santé publique.**
- **Permettre la consommation de boissons alcoolisées dans les espaces publics piétonnés en adoptant le même type de réglementation que dans les parcs.**

Sachant que les événements qui font la renommée du centre-ville en période estivale – tels que ses festivals, événements sportifs et artistiques – seront reportés ou annulés, nous recommandons de poser un geste fort pour modifier la perception de la situation au centre-ville en créant un axe est-ouest central piétonné en permanence, ponctué à intervalle par des espaces transversaux également piétonnés.

Nous demandons que la rue Sainte-Catherine devienne une avenue piétonne d'Atwater à Papineau, sept jours sur sept, durant la période de vulnérabilité du centre-ville. Nous demandons aussi la piétonnisation d'une artère sur l'axe nord-sud pour relier le Vieux-Montréal à la rue Sainte-Catherine, en veillant à préserver la fluidité des déplacements en voiture et du transport de marchandises. Quelques artères sur l'axe nord-sud pourraient être piétonnées sur un bloc de part et autre, toujours en s'assurant de préserver la fluidité des déplacements dans la zone.

Seul le choix de créer des avenues piétonnes permettra d'offrir aux citoyens un environnement respectueux des règles sanitaires, en y incluant du mobilier urbain pertinent dans le contexte.

**Action n° 4 : Créer des espaces publics piétonnés misant sur un aménagement et du mobilier urbain pour attirer les citoyens et les visiteurs sur le territoire du centre-ville.**

- **Définir la rue Sainte-Catherine comme une avenue piétonne d'Atwater à Papineau pour toute la période estivale, tout en maintenant l'accès aux stationnements intérieurs là où c'est inévitable et aux services de livraison durant les heures de faible achalandage.**
- **Piétonner d'autres artères sur l'axe nord-sud, notamment pour relier le Vieux-Montréal à la rue Sainte-Catherine, en s'assurant de préserver la fluidité des déplacements en voiture et du transport de marchandises.**

Il faudra par ailleurs créer un incitatif à se rendre dans cette zone en ayant, nous le rappelons, l'objectif d'y attirer un achalandage optimal, sans créer de ruée. Pour y arriver, nous proposons d'organiser une animation urbaine qui rappellerait le caractère distinctif de la zone, tout en incitant à un mouvement continu pour que les Montréalais et les visiteurs puissent découvrir le centre-ville et ses commerces de façon agréable et sécuritaire.

Ces dernières années, plusieurs exemples en ce sens ont émergé de la collaboration entre les organismes et entreprises, les citoyens et les autorités municipales. Ces initiatives de petite ou moyenne ampleur nécessitent des budgets modérés, notamment grâce à l'apport souvent bénévole des acteurs impliqués.

Que l'on pense aux placotoirs devant les commerces, aux installations telles que la Station F-MR ou celles créées par La Pépinière, aux projets participatifs citoyens, ou encore aux espaces verts co-aménagés par

les arrondissements et les citoyens, il est évident que les Montréalais sont en mesure de développer des initiatives novatrices pour animer la zone.

La Ville et les gouvernements doivent soutenir cet effort d'animation et confier à un organisme la responsabilité de planifier et d'encadrer la programmation. Nous proposons que le Partenariat du Quartier des spectacles (PQDS) soit mandaté pour ce rôle. Le PQDS possède une longue expérience dans le domaine de l'animation de l'espace public et il pourrait mettre à contribution les équipements dont il dispose déjà pour agrémenter le centre-ville. Le Partenariat a déjà entrepris un vaste effort de consultation et de mobilisation à cette fin et pourrait livrer cette programmation d'ici quelques semaines.

Le PQDS réaliserait ce mandat en collaboration avec les SDC et mobiliserait rapidement les artistes et les entreprises dans la zone, avec qui il entretient déjà des liens étroits. Un budget conséquent devrait lui être accordé pour assurer une animation reflétant le caractère distinctif de ce secteur. Le Partenariat devra aussi collaborer avec les institutions culturelles du secteur pour les aider à concrétiser des initiatives d'animation à travers des parcours thématiques qui attireront des publics variés. Ces parcours pourront être agrémentés par du marquage au sol et de la signalisation, des installations fixes, l'exposition d'œuvres et des balados créés spécialement pour les animer. Les artisans de ces installations soulignent que celles-ci se prêtent particulièrement bien à une découverte sans rassemblements, c'est-à-dire en cellules familiales ou individuellement.

De plus, en collaboration avec les propriétaires, le Partenariat contribuera aussi à planifier l'occupation éphémère des espaces privés, des locaux vacants et des vitrines. La créativité des acteurs du milieu et des propriétaires permettra de continuer à construire l'image de Montréal vitrine par vitrine, rue par rue, en attendant que l'effervescence habituelle reprenne. Des mesures spécifiques pour mettre en valeur l'offre commerciale du Montréal souterrain seront également déployées.

***Action n° 5 : Accorder au Partenariat du Quartier des spectacles un mandat et un budget conséquent pour l'animation de toute la zone grâce à une programmation qui renforcera son caractère distinctif, en particulier le long de la rue Sainte-Catherine et des artères piétonnisées.***

- ***Le Partenariat pilotera ce mandat en collaboration avec les Sociétés de développement commercial sur le territoire.***
- ***Le Partenariat aura aussi le mandat de mobiliser toutes les institutions culturelles présentes dans la zone pour les aider à concrétiser des initiatives d'animation, à travers des parcours thématiques reliant les pôles de créativité.***
- ***Ces parcours pourront être agrémentés par du marquage au sol et de la signalisation, des installations fixes, l'exposition d'œuvres et des balados créés spécialement pour les animer.***
- ***En collaboration avec les propriétaires, le Partenariat contribuera aussi à planifier l'occupation éphémère des espaces privés, des locaux vacants et des vitrines.***
- ***Le budget pour cette animation devra principalement provenir des gouvernements du Canada et du Québec. Le rôle de la ville sera surtout d'en faciliter l'exécution par le PQDS et ses partenaires, dans le respect des règles sanitaires.***

Par ailleurs, cette approche devra absolument respecter la demande des commerçants qui désirent que les conditions du redémarrage facilitent l'accès à leur zone commerciale et accommodent toutes les clientèles, qu'elles décident de se déplacer en transport actif, collectif ou en voiture.

Bien que nous nous rangions fermement derrière le transport en commun, il faut noter que dans l'immédiat, une partie importante de la population sera réfractaire à emprunter avec sa famille l'autobus ou le métro pour se rendre au centre-ville, vu les défis que représente le respect des directives de distanciation physique dans les transports collectifs.

Si l'on souhaite attirer à la fois les résidents de l'île, ceux de la CMM et les Québécois, il faut donc prévoir et faciliter l'accès par tous les modes de déplacement. Cela comprend à la fois une action sur le stationnement des voitures et une autre sur les vélos.

**Action n° 6 : Assurer l'accès gratuit au stationnement sur rue durant la période estivale, les jours de fin de semaine et les soirs de semaine.**

- **Inviter les propriétaires à participer à un plan permettant l'accès gratuit aux stationnements intérieurs privés sur la base d'une preuve d'achat dans les commerces du centre-ville.**

**Action n° 7 : Aménager quatre grands stationnements pour vélos aux abords du centre-ville, de façon à encourager le transport actif, mais respecter le caractère piéton des aménagements éphémères.**

Pour attirer au centre-ville des Montréalais et des visiteurs de la périphérie et des régions, il faudra réussir à les intéresser à ce qui s'y passe et à leur assurer que les aménagements leur permettront de s'y déplacer de façon sécuritaire. Les commerçants que nous avons contactés insistent sur l'importance de mettre en œuvre une stratégie de communication capable de susciter la curiosité. Il faudra ramener le discours et l'attention sur les atouts de la ville, qui demeurent bien en place. Le plan de sauvetage du centre-ville doit permettre de rallier la population autour d'un slogan et d'une image de marque forte et distinctive.

**Action n° 8 : Développer une campagne de communication ayant pour objectif de créer chez les Montréalais, les citoyens de la région métropolitaine et ceux du reste du Québec le désir et la curiosité de visiter les commerces et les espaces publics aménagés au centre-ville.**

- **Rallier la population autour d'un slogan et d'une image de marque forte et distinctive.**

En clair, il ne s'agit pas de s'obliger à trouver le slogan magique, mais de miser sur les atouts que la Ville peut mettre de l'avant en respectant la distanciation physique.

#### **4. L'urgence d'agir**

La crise économique générée par la pandémie se distingue des autres crises économiques par l'extrême rapidité de son déclenchement. Du jour au lendemain, on a vu l'offre et la demande s'effondrer simultanément. La réponse des gouvernements a, fort heureusement, été quasi immédiate. Le gouvernement fédéral, fort de l'appui de la Banque du Canada, le gouvernement du Québec et la Ville de Montréal ont su déployer un ensemble de mesures ambitieuses pour éviter le pire.

Le sauvetage du centre-ville de Montréal doit se faire avec le même sens de l'urgence. À défaut de quoi le cycle de dévitalisation se fera en accéléré, selon un scénario de vrille descendante. Les conséquences pour Montréal, le Québec et le Canada seront alors lourdes, et l'énergie qu'on devra déployer pour rétablir la situation sera considérablement plus importante que l'effort qui devrait être fait aujourd'hui.

Nous demandons conséquemment que les gouvernements (arrondissement de Ville-Marie, Ville de Montréal, gouvernement du Québec et gouvernement du Canada) agissent sans délai et mettent en œuvre les actions que nous proposons, de façon coordonnée. Il faut soutenir directement les commerçants. Mais il faut davantage; il faut leur fournir un achalandage minimal pour leur survie.

Il faut réunir un budget conséquent et confier au PQDS le mandat d'animer la zone de juin à septembre avec la collaboration des SDC, en misant sur la mobilisation de toutes les institutions culturelles concentrées au centre-ville. La Ville et les gouvernements doivent ajuster sans délai les différents règlements qui pourraient entraver ces efforts. Notamment et non exclusivement, il faut :

- Autoriser la piétonnisation des rues identifiées;

- Accorder une gratuité pour l'occupation du domaine public en ce qui concerne les terrasses et activités de vente pour les commerces ayant un établissement au centre-ville;
- Permettre immédiatement aux restaurants et aux bars de la zone de vendre et de livrer de l'alcool sans nourriture<sup>6</sup>;
- Permettre la vente pour emporter et la livraison de vin, bière et spiritueux venant d'un établissement détenteur d'un permis de bar et de restaurant;
- Autoriser temporairement la vente de boissons alcooliques sur une terrasse aménagée temporairement dans une rue ou sur un site fermé sans avoir besoin de faire une demande et de payer des frais;
- Faire preuve de souplesse dans l'application du règlement concernant les normes d'aménagement des établissements et des terrasses en vertu de la Loi sur les permis d'alcool pour permettre la consommation et la vente de boissons alcooliques à l'extérieur de la délimitation associée au permis d'alcool accordé afin de respecter les normes de distanciation sociale;
- Autoriser temporairement les changements de capacité, notamment sur une terrasse, sans que le titulaire de permis ait à faire une demande et sans exiger des frais supplémentaires.

Nous demandons au gouvernement du Québec de modifier rapidement les conditions d'activation du programme d'aide aux loyers pour le rendre accessible à tous les commerçants locataires de la zone qui en ont besoin et au gouvernement du Canada de faciliter cette modification. Il faut également augmenter la générosité du Compte d'urgence pour les entreprises afin de hausser les montants du prêt et de la proportion qui peut se transformer en subvention.

Les actions proposées concernent spécifiquement la zone centre-ville de Montréal. Cette approche se justifie par le caractère particulier de ce territoire et par l'impact disproportionné de la crise sur une plus longue période. Cependant, certaines mesures proposées pourraient être étendues à d'autres centres-villes du Québec et du Canada, ou encore à d'autres zones particulièrement touchées, sans toutefois ralentir le processus pour le centre-ville de Montréal.

La crise sanitaire dans laquelle nous sommes aujourd'hui plongés prendra inévitable fin. À nous de nous assurer que la base commerciale du centre-ville de Montréal ait majoritairement survécu et qu'elle soit alors en position d'appuyer la relance de notre économie.

---

<sup>6</sup> Cette mesure est déjà incluse dans la Loi modernisant le régime juridique applicable aux permis d'alcool et modifiant diverses dispositions législatives en matière de boissons alcooliques adoptée en 2018, mais elle n'est pas en vigueur.