

MOUVEMENT ÉCONOMIQUE
MÉTROPOLITAIN

RELANÇONS **MTL**

PLAN D'ACTION POUR RENFORCER LE CENTRE-VILLE DE MONTRÉAL

Développé par



TABLE DES MATIÈRES

Mot de Michel Leblanc	3
Note de contexte	5
Sommaire	10
1. Le centre-ville : un territoire stratégique pour le Grand Montréal et le Québec	14
2. Principales répercussions de la crise sur le centre-ville et les défis pour assurer sa relance	29
3. Mesures d’appui aux centres-villes, ici et ailleurs dans le monde	38
4. Pistes d’action pour renforcer le centre-ville de Montréal	49
Annexe : Liste des personnes consultées	65



Michel Leblanc

Président et chef de la direction

- Chambre de commerce du Montréal métropolitain

Sans contredit, le centre-ville est le territoire qui souffre le plus des effets néfastes induits par la crise de la COVID-19. Des éléments clés qui confèrent au centre-ville sa force, sa portée et son attrait sont au ralenti ou à l'arrêt : tourisme d'agrément et d'affaires, grands événements culturels et sportifs, gastronomie, hôtellerie, etc. Le télétravail, tout comme le téléenseignement, demeure une nécessité.

Très rapidement, le milieu des affaires, dont la Chambre, a attiré l'attention sur la déstructuration de l'activité économique au centre-ville. En juin dernier, la Chambre soulignait que la perte de travailleurs, de touristes et d'étudiants entraînerait une baisse d'achalandage dramatique pour les commerçants, qui dépendent de l'afflux quotidien de Montréalais et de visiteurs. On évoquait même un risque de déstructuration de l'écosystème touristique, sans oublier l'impact sur le secteur de l'immobilier commercial. Cette situation a mené à une série de mesures de la part du gouvernement et du secteur privé pour contrer les effets négatifs de la crise. Bien sûr, ces mesures ont aidé, mais force est de constater qu'elles se sont avérées insuffisantes.

Nous devons en faire plus pour consolider nos actifs et assurer une sortie de crise la plus rapide possible ainsi que préparer le terrain pour assurer un solide positionnement du centre-ville à plus long terme. En d'autres mots, pour

retrouver avec confiance l'élan économique remarquable que Montréal connaissait depuis quelques années. Il en va de la vitalité de la métropole, et même du Québec.

Notre cri du cœur est aussi celui de nos partenaires. Dans le cadre de Relançons MTL, nous mettons de l'avant un plan d'action pour nous attaquer à la situation actuelle en mobilisant et en mettant à contribution tous les acteurs clés de la réussite du centre-ville. Ce plan a été préparé avec leur apport précieux. Il a aussi été alimenté par les analyses réalisées au cours de la préparation de la dizaine de plans sectoriels de Relançons MTL. Dans chacun, nous avons voulu savoir comment le centre-ville était impacté et quelles solutions pouvaient être mises en œuvre.

Non seulement ce plan met de l'avant des pistes pour maintenir nos acquis à court terme, voire assurer la survie de nos entreprises et institutions, mais il propose aussi une série de gestes pour leur assurer un positionnement favorable au sortir de la crise.

Outre la nécessité de susciter une mobilisation et un engagement sans précédent, des ressources importantes devront être déployées pour une mise en œuvre réussie. Nous devons tous y contribuer, chacun à notre manière, avec un sentiment d'urgence. Nos gouvernements doivent agir avec des moyens à la hauteur et toute la créativité requise, compte tenu d'une reprise qui ne se fera que graduellement. C'est ainsi reconnaître toute l'importance stratégique du centre-ville dans l'économie de la métropole et du Québec.

PRÉAMBULE

Relançons MTL est né d'une volonté partagée, avec de nombreux partenaires publics et privés, de réunir les conditions propices à la reprise de l'élan remarquable qu'avait la métropole jusqu'à ce que la crise de la COVID-19 provoque une rupture rapide et brutale. Une dizaine de plans d'action portant sur les principaux secteurs de l'économie de la métropole ont ainsi été élaborés avec les partenaires des différents milieux concernés.

Il a été d'emblée convenu de compléter ces plans sectoriels par un plan d'action territorial portant spécifiquement sur le centre-ville. Ce choix découle d'un constat porté par la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, et partagé par l'ensemble des partenaires publics, privés et institutionnels : le centre-ville, principal pôle d'emploi de la métropole et du Québec, souffre le plus des effets induits par la crise, et ces répercussions négatives ne se résorberont pas rapidement.

Ce plan est la suite du plan d'action présenté par Chambre de commerce du Montréal métropolitain et le Partenariat du Quartier des spectacles le 3 juin dernier dans le cadre du comité consultatif sur la relance de la Ville de Montréal. Le sous-comité consacré à la relance du centre-ville, présidé par Michel Leblanc et Monique Simard, a ainsi produit le *Plan d'action pour maintenir la vitalité du centre-ville de Montréal*, qui proposait notamment des projets d'animation en vue d'attirer les gens au centre-ville et de susciter un plus grand achalandage dans les commerces, restaurants et lieux de culture.

Les trois ordres de gouvernement avaient alors annoncé des sommes pour animer le centre-ville, mais force est de constater que ces mesures n'ont répondu que partiellement aux besoins criants. Dans la conjoncture que l'on connaissait, on n'a pas réussi à attirer une forte clientèle ou des touristes comme on l'a fait en région.

Ce plan d'action s'arrime à la phase 2 du plan de relance de la Ville de Montréal, *Agir maintenant pour préparer la relance*, qui consacre une somme de 10 millions de dollars à une stratégie centre-ville, envoyant un signal clair quant à l'importance qu'elle lui accorde. Le présent plan s'inscrit en effet dans la volonté exprimée par la Ville de Montréal d'actualiser la stratégie centre-ville, de concert avec les partenaires concernés, et de contribuer à la vitalité du territoire, si déterminante pour la croissance de la métropole et du Québec.

Ainsi, le *Plan d'action pour renforcer le centre-ville*, élaboré dans le cadre de Relançons MTL, met de l'avant onze pistes d'action prioritaires pour redonner à ce territoire névralgique toute sa vitalité. Il s'appuie sur un diagnostic rigoureux, plusieurs entretiens réalisés avec des acteurs clés provenant des divers milieux qui le composent et une analyse des constats en lien avec le centre-ville émergeant des plans sectoriels.

NOTE DE CONTEXTE

À propos de Relançons MTL

La pandémie de COVID-19 a eu des répercussions majeures sur l'ensemble de la société. D'une crise sanitaire, a émergé un choc économique sans précédent dans l'histoire récente, et dont les impacts varient d'un secteur d'activité à l'autre.

Alors que certains secteurs subissent d'importantes pertes et doivent réinventer leur modèle d'affaires, d'autres sont dans une période de croissance et doivent composer avec une rareté de main-d'œuvre et une complexité logistique due à la rupture des chaînes d'approvisionnement. Si tous font face à des défis de taille, les occasions à saisir demeurent nombreuses. Cela, alors qu'une économie plus sobre en carbone et plus inclusive demeure une priorité.

La crise qui sévit mobilise l'ensemble des leaders montréalais. Les gouvernements provincial et fédéral, de même que la Communauté métropolitaine de Montréal (CMM) et ses 82 municipalités, déploient des efforts considérables pour contribuer à la relance de leurs économies sur des bases durables.

Dans la foulée, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain et une vingtaine de partenaires ont lancé le mouvement Relançons MTL, appuyé par le gouvernement du Canada, le gouvernement du Québec, la Communauté métropolitaine de Montréal, la Ville de Montréal, en association avec Investissement Québec et en collaboration avec le Palais des congrès de Montréal.

Ce mouvement a pour objectif de mobiliser tous les acteurs de l'écosystème économique du Grand Montréal pour la relance des grands secteurs stratégiques de la métropole.

Grâce à des données et à une veille d'affaires, chaque secteur a fait l'objet d'un diagnostic propre aux enjeux auxquels il fait face.

L'objectif du mouvement est d'acquérir une compréhension fine des enjeux auxquels font face ces secteurs, de trouver des solutions et d'aider à la prise de décision auprès des entreprises et des ordres de gouvernement. Tout cela dans un but commun : réussir la relance de l'économie montréalaise.

L'élaboration de dix plans d'action sectoriels et d'un plan pour le centre-ville de la métropole s'inscrit dans ce mouvement. Ces plans seront bonifiés dans le cadre d'une série d'événements virtuels qui permettront d'amorcer une réflexion, puis par la mise en place d'actions pour propulser la relance durable de l'économie et des entreprises et organismes de la métropole.

Ce document constitue une proposition de plan d'action pour renforcer le centre-ville de Montréal

Ce plan a été développé dans le cadre de Relançons MTL. Les analyses, constats et pistes d'action s'appuient sur :

- une revue de la littérature portant sur le centre-ville de Montréal et les autres centres-villes dans le monde;
- la recherche de données primaires et secondaires;
- la réalisation des acteurs clés du milieu et validation auprès d'un comité avisé (voir la liste en annexe);
- le cadre d'analyse et l'expertise d'IdéesFX.

Ce plan propose aux gouvernements et aux leaders de la communauté des pistes d'action prioritaires selon trois horizons temporels : court, moyen et long terme. Ce plan sera bonifié lors d'un forum stratégique le 9 décembre.



Sources : Chambre de commerce du Montréal métropolitain, IdéesFX

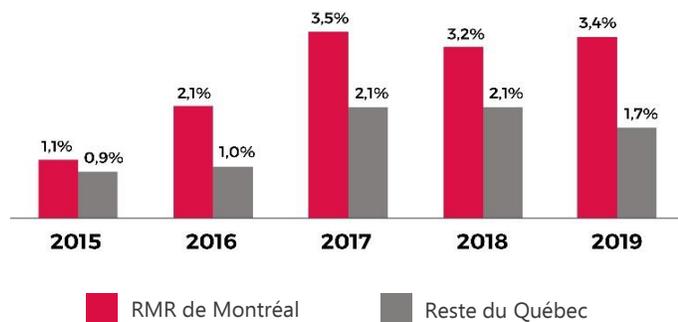
LES 11 SECTEURS SONT :

- **Centre-ville**
 - Commerce de détail
 - Construction et infrastructure
 - Industries culturelles et créatives
 - Sciences de la vie et technologies de la santé
 - Services financiers
 - Technologies de l'information
 - Technologies propres
 - Tourisme
 - Transport aérien et aérospatiale
 - Transport et logistique

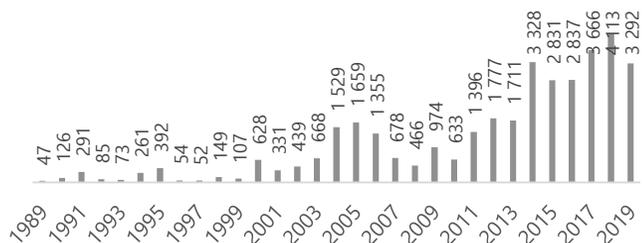
Le Grand Montréal et, tout particulièrement, son centre-ville, affichaient une performance économique solide jusqu'à l'arrivée de la crise sanitaire, en mars 2020

Le Grand Montréal

Taux de croissance annuel du PIB réel



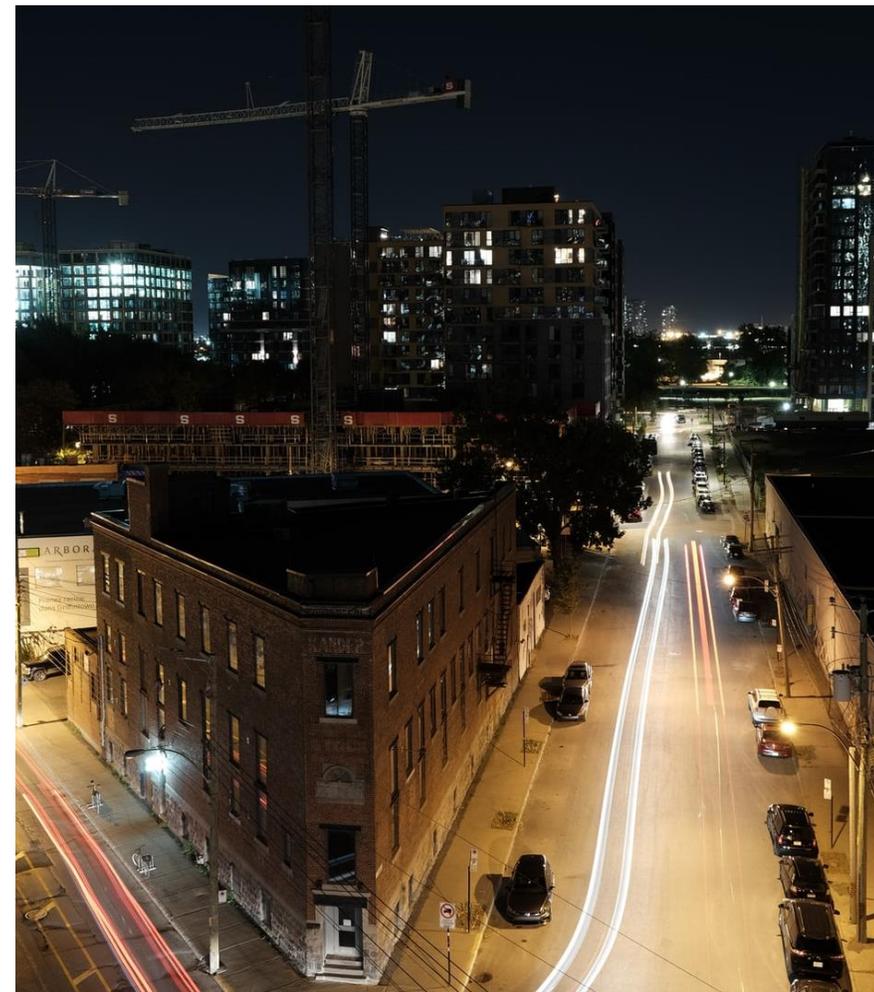
Logements mis en chantier au centre-ville de Montréal



Le centre-ville

42 % des nouveaux pi² de bureaux du Grand Montréal ont été construits au centre-ville entre 2015 et 2019

39 % des logements mis en chantier sur l'île de Montréal de 2014 à 2019 l'étaient au centre-ville



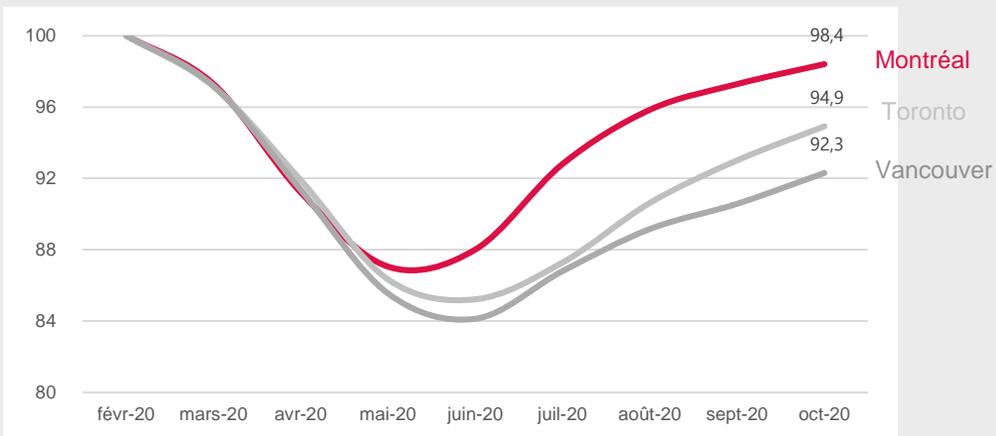
Sources : Institut de la statistique du Québec, Ville de Montréal, Société canadienne d'hypothèques et de logement, Conference Board du Canada, Espace Montréal, Colliers International, analyse IdéesFX

Crédit : David Samacoïts-Etchejoin @Unsplash

L'économie du Grand Montréal, qui a subi l'impact brusque et immédiat de la crise sanitaire, a depuis su rebondir, à l'exception cependant de quelques secteurs d'activité et du centre-ville

Le rebond de l'économie du Grand Montréal est parmi les plus importants en Amérique du Nord.

Évolution de l'emploi de février à octobre 2020 pour les 3 plus grandes régions métropolitaines du Canada
Février 2020 = 100



Alors que l'économie du Grand Montréal est repartie en « V », le centre-ville est toujours sur « pause ».

- Le taux d'utilisation des espaces de bureau du centre-ville oscille entre 5 et 10 %.
- Le taux d'occupation des hôtels du centre-ville était de 7 % pour le mois d'octobre.
- La rue Sainte-Catherine a enregistré un niveau d'achalandage 76 % inférieur à celui de l'an dernier (pour les mois de mai à août).
- La vie sur les campus universitaires et collégiaux est à son plus bas, avec ~ 90 % des étudiants en éducation à distance.
- Les salles des grandes institutions culturelles sont fermées.

Sources : Statistique Canada, KPMG, Association des hôtels du Grand Montréal, CCMM, Bureau d'enquête de l'Agence QMI, analyse IdéesFX

SOMMAIRE

Sommaire (1/3)

Le centre-ville de Montréal est le cœur économique, social et culturel du Grand Montréal, en plus d'être la vitrine internationale du Québec.



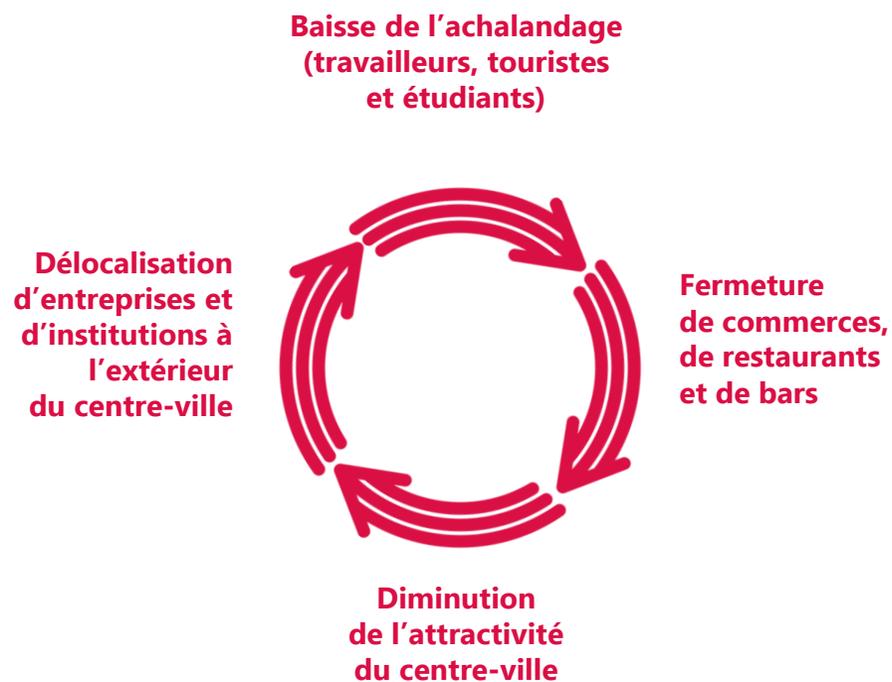
Source : IdéesFX

Le territoire se distingue des autres centres-villes d'Amérique du Nord par la mixité des usages et fonctions qu'on y retrouve. On...

- **y travaille** : 300 000 emplois, 7 000 entreprises et 24 sièges sociaux d'entreprises ayant des revenus de plus de +1 G\$;
- **y magasine** : 12,5 km d'artères commerciales, dont la rue Sainte-Catherine (1 200 magasins) et le Montréal souterrain;
- **le visite** : 1^{re} destination touristique du Québec et 84 % des passagers internationaux du trafic aérien dans l'est du Canada;
- **y habite** : 60 000 résidents, une population plus jeune, éduquée et diversifiée que la population du Grand Montréal;
- **y apprend** : meilleure ville étudiante d'Amérique du Nord;
- **y sort** : cœur culturel du Québec en plus d'être un territoire animé en soirée et les fins de semaine;
- **y cohabite** : une paix sociale distinctive par rapport aux autres grandes villes du continent et cela, malgré le fait que la population qui fréquente le centre-ville est éclectique;
- **s'y déplace** : carrefour de l'intermodalité du Grand Montréal, 60 % de la population vivant à 15 km ou moins, et banlieues plus éloignées connectées par les trains et bientôt le REM.

Sommaire (2/3)

Il y a un risque grave que la situation conjoncturelle se transforme en crise structurelle advenant que le choc des mesures sanitaires entraîne le territoire dans une spirale de dévitalisation.



Alors que la crise sanitaire a pratiquement fermé le centre-ville, l'impact à long terme reste à être déterminé pour la fonction de :

- **travail** : 5 à 10 % des employés du centre-ville travaillent à partir du bureau, tendance appelée à ne pas disparaître. On peut s'attendre à un retour progressif en présentiel des travailleurs, mais le modèle hybride intégrant le télétravail pourrait demeurer dans plusieurs entreprises;
- **magasinage** : la rue Sainte-Catherine est la grande artère commerciale la plus affectée au pays (-76 % d'achalandage) et le retour est incertain, notamment à cause du commerce en ligne;
- **tourisme** : l'écosystème d'accueil, au point mort, risque d'être déstructuré au sortir de la crise, ce qui réduira l'attrait de Montréal comme destination;
- **résidence** : la crise et les mesures sanitaires pourraient réduire l'attractivité du centre-ville comme lieu de résidence;
- **apprentissage** : + 90 % des étudiants suivent leurs cours en virtuel, tendance qui, si elle demeure, diminuera la vie des campus pour la formation continue;
- **arts et divertissement** : alors que les institutions culturelles, les restaurants et les bars sont fermés, l'état de l'écosystème des arts et du divertissement, au sortir de la crise, inquiète;
- **cohabitation** : l'équilibre actuel est en état de rupture, la masse de gens qui fréquentent le centre-ville l'ayant déserté;
- **mobilité** : le centre-ville demeure le point de convergence des réseaux de mobilité locaux et régionaux du Grand Montréal, point qui devra être réaffirmé par une meilleure planification, notamment en limitant les entraves.

Sommaire (3/3)

11 pistes d'action spécifiques pour renforcer le centre-ville de Montréal

	Limitier l'impact de la crise sanitaire <i>déc. 2020 – mai 2021</i>	Réhabiliter l'image du centre-ville et son attractivité <i>juin 2021 – août 2022</i>	Relancer le centre-ville sur de nouvelles bases <i>sept. 2021 - ...</i>
Rehausser l'avantage de travailler au centre-ville	ACTION 1 Lancer l'opération « Masque à masque »	ACTION 2 Lancer le programme « Synergie centre-ville »	ACTION 3 Mettre sur pied la « Commission de la métropole »
Attirer les résidents au centre-ville		ACTION 4 Mettre sur pied le bureau « Habitation centre-ville »	
Différencier l'expérience centre-ville	ACTION 5 Lancer le « Centre de réactivation économique du centre-ville »	ACTION 7 Préparer l'opération « Notre centre-ville : le grand retour »	ACTION 8 Mettre sur pied un fonds mixte de requalification du patrimoine
	ACTION 6 Renouveler l'opération « Relance centre-ville » couplée à une campagne « Achat centre-ville »		
Faciliter l'accessibilité du centre-ville		ACTION 9 Lancer l'opération « Ça roule »	ACTION 10 Lancer « Stationnement centre-ville »
Propulser le rayonnement du centre-ville		ACTION 11 Développer une image de marque forte, rassembleuse et distinctive pour le Grand Montréal et en faire la promotion dans les marchés internationaux prioritaires	

1

LE CENTRE-VILLE

un territoire stratégique pour le Grand Montréal
et le Québec



Le centre-ville est le lieu d'expression de notre identité montréalaise, de notre culture, de la diversité de nos origines et de notre ouverture sur le monde. C'est un regard tourné vers notre histoire et, surtout, vers notre avenir.

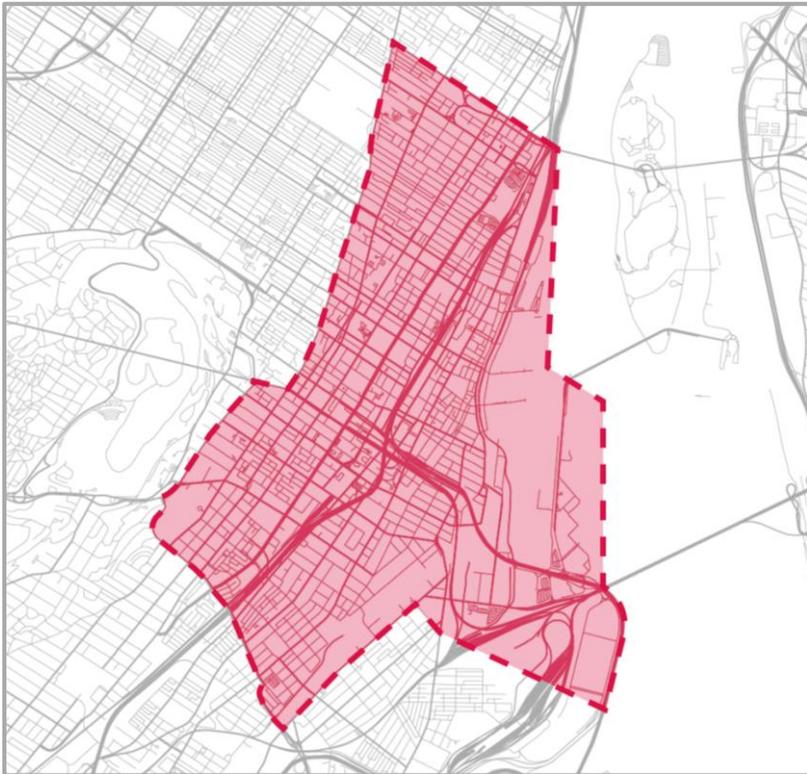


Macky Tall

Caisse de dépôt et placement du Québec

Le centre-ville de Montréal est le territoire où l'on retrouve la plus grande densité d'activités économiques en continu, territoire encadré par les rues Papineau et Atwater/Guy, Sherbrooke/des Pins et le fleuve

Le territoire du centre-ville de Montréal



Le centre-ville de Montréal est le centre historique de la métropole, son centre d'affaires et son centre culturel. Il est notamment formé...

- du Quartier des affaires : où l'on retrouve plus de 7 000 entreprises et 300 000 emplois;
- de l'arrondissement historique du Vieux-Montréal : l'un des territoires patrimoniaux les plus riches d'Amérique du Nord, qui reçoit 11 millions de touristes chaque année;
- du Quartier des spectacles : l'épicentre des arts vivants du Québec avec 28 000 sièges de spectacle de même que plusieurs places publiques qui accueillent les grands festivals;
- du Quartier international : l'un des 17 sièges de l'ONU;
- de plusieurs quartiers destinations, dont le Quartier chinois, le Quartier des Musées, la Cité des Ondes, le Village Shaughnessy, le Quartier latin et le Village.

Le centre-ville sert également de point d'ancrage à des quartiers stratégiques en périphérie directe, par exemple le Mile-End (jeux vidéo), le Mile-Ex (intelligence artificielle), le Canal de Lachine (startups), le quartier de l'innovation ou le nouveau Campus MIL (sciences)

Le centre-ville de Montréal se distingue de la majorité des centres-villes d'Amérique du Nord par la mixité des usages et fonctions qu'on y retrouve

Usages et fonctions du centre-ville



La mixité des fonctions et usages du centre-ville fait en sorte que les campus universitaires côtoient le quartier des affaires, qui s'étend lui-même sur le quartier historique; les rues commerçantes se déploient partout sur le territoire; puis on retrouve des poches de zones résidentielles, de tout type, sur l'ensemble du territoire.

Tant et si bien qu'en temps normal, les travailleurs déambulent sur les trottoirs aux côtés de touristes, de résidents, d'étudiants ou de citoyens de tout niveau social, tous partageant, en harmonie, le même territoire dans leur quotidien.

Travailler

Le centre-ville est la locomotive économique du Grand Montréal et son premier pôle d'emploi

Principaux secteurs d'activité du centre-ville

Nombre d'emplois (2016)



Exemples de joueurs



Le centre-ville, c'est...

- 7 000 entreprises, soit ~ 15 % des entreprises de l'agglomération de Montréal;
- ~ 300 k emplois, soit ~ 17 % des emplois du Grand Montréal;
- 15 000 emplois par km², contre une moyenne de 2 000 emplois par km² pour l'agglomération;
- la 2^e plus grande concentration de tours à bureaux au Canada;
- 1,1 million de pi² d'espaces locatifs à bureau en construction en 2019;
- la capitale mondiale de l'aviation civile grâce à la présence de l'OACI et des synergies qui en découlent;
- le 2^e pôle financier en importance au Canada.

Le centre-ville est le cœur stratégique et décisionnel du *Montréal inc.* puisqu'on y retrouve une concentration de sièges sociaux et de bureaux principaux de filiales internationales

Sièges sociaux ou bureaux principaux (revenus annuels de +1 milliard de dollars)



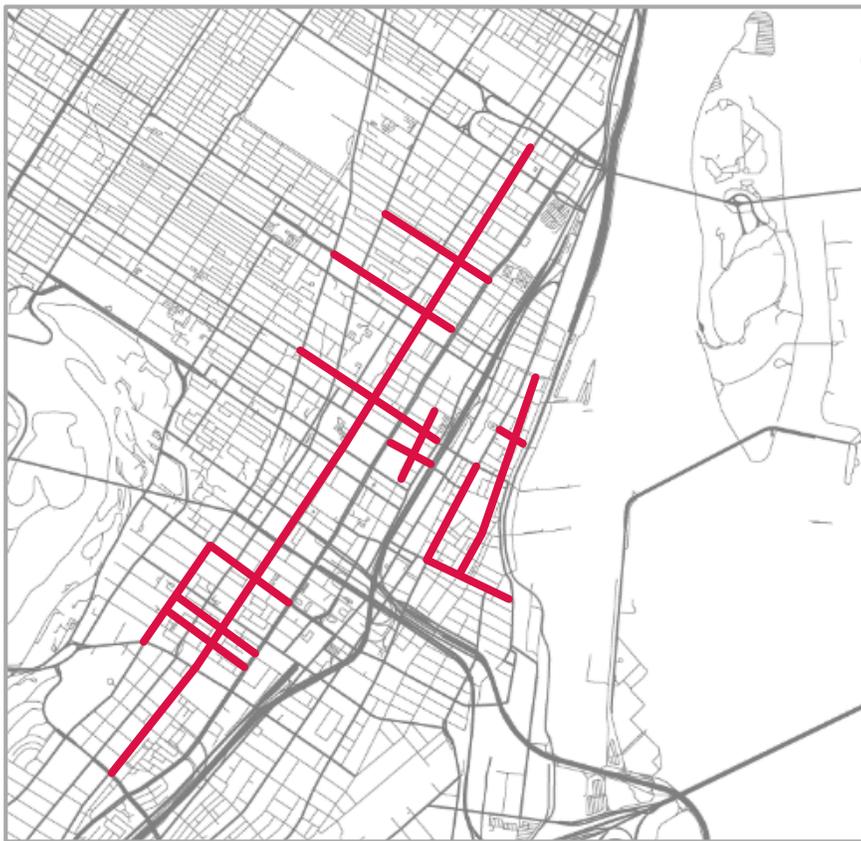
Le centre-ville c'est...

- 24 sièges sociaux ou bureaux principaux d'entreprises ayant des revenus de plus de 1 milliard de dollars;
- + 700 filiales de compagnies étrangères;
- 65 organisations internationales;
- des cabinets-conseils prestigieux en droit, comptabilité et conseil stratégique;
- entre le 1^{er} janvier 2018 et le 30 septembre 2020, 107 projets d'investissements étrangers totalisant 3 G\$ et 11 400 nouveaux emplois.

Magasiner

L'expérience de magasinage sophistiquée et prestigieuse du centre-ville contribue à bâtir l'image de marque des commerces d'ici, qui côtoient ainsi les plus grandes marques du monde

Principales artères commerciales



Le centre-ville c'est...

- ~ 4 500 000 pi² de pôle commercial, soit 10 % de l'ensemble des pôles commerciaux de Montréal;
- la rue Sainte-Catherine, avec ses 1 200 magasins, plus importante artère commerciale du Canada;
- à la rue Sainte-Catherine s'ajoutent plusieurs rues transverses, puis les pôles du Vieux-Montréal, du Quartier latin et du Village, le centre-ville comptant au total 20 artères commerciales avec au moins 50 commerces chacune;
- aux rues commerciales, s'ajoutent des centres commerciaux majeurs comme le Centre Eaton, la Place Montréal Trust, le Complexe Desjardins, les promenades Cathédrales et la Place Ville-Marie;
- le Montréal souterrain (RÉSO) héberge 1 700 boutiques de tout type, dans un cadre unique au monde.

Le centre-ville est la 1^{re} destination touristique du Québec, tant pour les voyages de plaisance que pour le tourisme d'affaires

Attractions les plus populaires

Attractions	Achalandage (2019)
 Centre Bell	1 794 668
 Musée des beaux-arts de Montréal	1 046 120
 Basilique Notre-Dame	1 027 627
 Palais des congrès de Montréal	915 761
 Place des arts	905 252
 Centre des sciences de Montréal	595 176
 Musée Pointe-à-Callière	504 793

Quelques données de base sur le tourisme

- Le Vieux-Montréal et son pourtour comptent 203 bâtiments à caractère patrimonial, ce qui en fait l'un des territoires patrimoniaux les plus riches d'Amérique du Nord.
- Montréal reçoit ~ 11 millions de touristes annuellement, ce qui génère 5 G\$ en retombées économiques et crée 57 000 emplois directs et indirects, soit 50 % du poids économique du tourisme international au Québec.
- Le Palais des congrès accueille plus de 350 événements annuellement et 1,3 million de participants, engendrant ~ 214,5 M\$ en retombées économiques.
- Les 2/3 des chambres d'hôtel du Grand Montréal se trouvent dans le centre-ville, territoire qui se distingue d'autres zones touristiques du continent parce qu'il est possible d'y circuler à pied, répondant ainsi aux besoins de base des touristes de plaisance et d'affaires.
- L'aéroport international Pierre-Elliott-Trudeau a connu un trafic de + 8,5 millions de passagers internationaux en 2019, soit 84 % du trafic de passagers internationaux des aéroports de l'est du Canada.
- Le Port de Montréal a reçu + 110 000 croisiéristes en 2019.

Sources : Tourisme Montréal, Ville de Montréal, Palais des congrès de Montréal, analyse IdéesFX

Le centre-ville de Montréal est habité par plus de 60 000 résidents¹ aux profils diversifiés

La population résidente du centre-ville est...

... jeune

25 à 34 ans



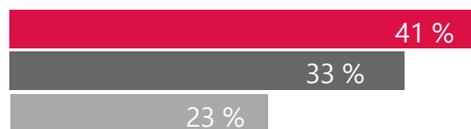
... éduquée

Certificat, diplôme ou grade universitaire



... diversifiée

Minorités visibles



Personnes immigrantes



On retrouve au centre-ville...

- plusieurs poches résidentielles en pleine croissance, par exemple le Vieux-Montréal, ses faubourgs et Griffintown;
- ~ 12 000 familles;
- une population résidente plus jeune, éduquée et diversifiée que celle du Grand Montréal.

La popularité croissante du centre-ville comme secteur d'habitation est reflétée par l'apparition récente de commerces de proximité, par exemple des supermarchés (Complexe Desjardins, Place Dupuis, avenue des Canadiens, Griffintown).



C'est au centre-ville et dans la zone adjacente que l'on retrouve le cœur de l'activité de Montréal, ville de savoir

Montréal, meilleure ville étudiante en Amérique du Nord et la 6^e au monde



Classement mondial 2019

- 1 Londres
- 2 Tokyo
- 3 Melbourne
- 4 Munich
- 5 Berlin
- 6 MONTRÉAL**
- 7 Paris
- 8 Zurich
- 9 Sydney
- 10 Seoul

Parmi les 6 critères de sélection utilisés par QS, Montréal arrive au **2^e rang** mondial selon l'appréciation des étudiants (enquête auprès de plus de 85 000 étudiants).

Le centre-ville de Montréal...

- accueille plus de 100 000 étudiants postsecondaires dans :
 - 5 campus universitaires : McGill, Concordia, UQAM, ÉTS, INRS (et en 2022, HEC Montréal, pavillon centre-ville);
 - le Cégep du Vieux-Montréal, le Collège Dawson et d'autres centres spécialisés;
- accueille 35 000 étudiants internationaux;
- compte des lieux de recherche de calibre mondial, notamment en santé grâce au CHUM et son centre de recherche (CRCHUM), l'un des plus grands centres de recherche au Canada (1 800 employés, 38 chaires de recherche);
- compte plusieurs institutions de savoir, dont la Grande Bibliothèque de la BAnQ (2,2 millions de visites sur place et 5,8 millions de documents empruntés).

Le centre-ville, sa scène gastronomique et son célèbre *night life* créent une animation continue

8 des 100 meilleurs restaurants
du pays

CANADA'S
100BEST

LE MOUSSO

+ Le Petit Mousso

Toqué!

 pastel

nora gray



MONARQUE



BOUILLON BILK

On compte au centre-ville...

- + 1 200 restaurants, bars et aires de restauration d'un nouveau genre comme le Time Out Market, le Cathcart et le Central;
- une offre concentrée de divertissements en tout genre sur + 4,5 km de « rues destinations » comme la rue Crescent, la rue Sainte-Catherine, la Place Jacques-Cartier et la rue Saint-Paul;
- une offre sportive qui tourne autour du centre Bell (hockey) et du stade Percival-Molson (football);
- des expériences urbaines sophistiquées d'envergure, par exemple les animations du Partenariat du Quartier des spectacles ou Cité mémoire, dans le Vieux-Montréal.



Visiter

Le centre-ville compte une offre diversifiée et prestigieuse d'hébergement pour les touristes locaux et internationaux

6 des 35 meilleurs hôtels
du pays



S O F I T E L
HOTELS & RESORTS
MONTREAL GOLDEN MILE



N
NELLIGAN



LE
MOUNT STEPHEN
HÔTEL



On compte au centre-ville...

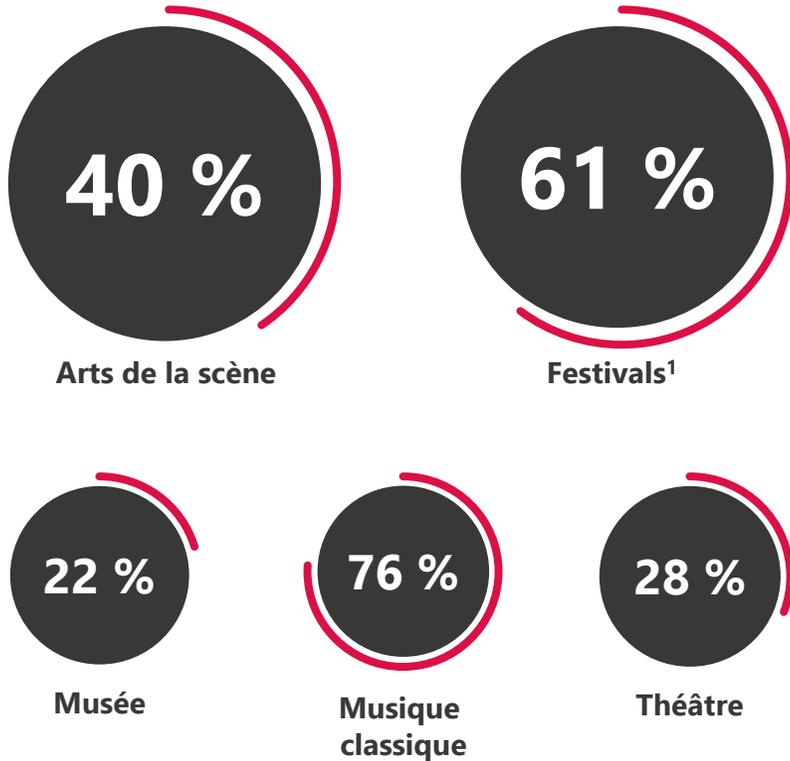
- +64 hôtels¹ et +16 000 chambres
- Des hôtels reliés directement aux stations de métro, aux centres commerciaux et à l'offre culturelle
- Un taux d'occupation annuel moyen de 73 % (pour l'année 2019)



1. Hôtels membres de l'Association des hôtels du Grand Montréal

Le centre-ville de Montréal est le cœur culturel du Québec puisqu'on y retrouve les plus grandes institutions culturelles et les plus importants festivals

Proportion des billets vendus au centre-ville par rapport à l'ensemble du Québec



On compte au centre-ville...

- le Quartier des spectacles, un kilomètre carré de culture sous toutes ses formes;
- de nombreux festivals majeurs qui, par leur volet extérieur gratuit, contribuent à l'animation du centre-ville;
- des salles de spectacle et de concert renommées : la Place des Arts, le théâtre Saint-Denis, la salle Bourgie, l'Usine C, le MTelus, l'Astral, le Club Soda;
- des grands musées, dont le MBAM, le MAC, Pointe-à-Callière, le CCA et le musée McCord;
- de nombreuses galeries d'art, dont les 27 galeries et studios d'artistes réunis à l'édifice Belgo;
- le siège des plus grandes institutions culturelles du Québec regroupées au sein du Groupe des onze :

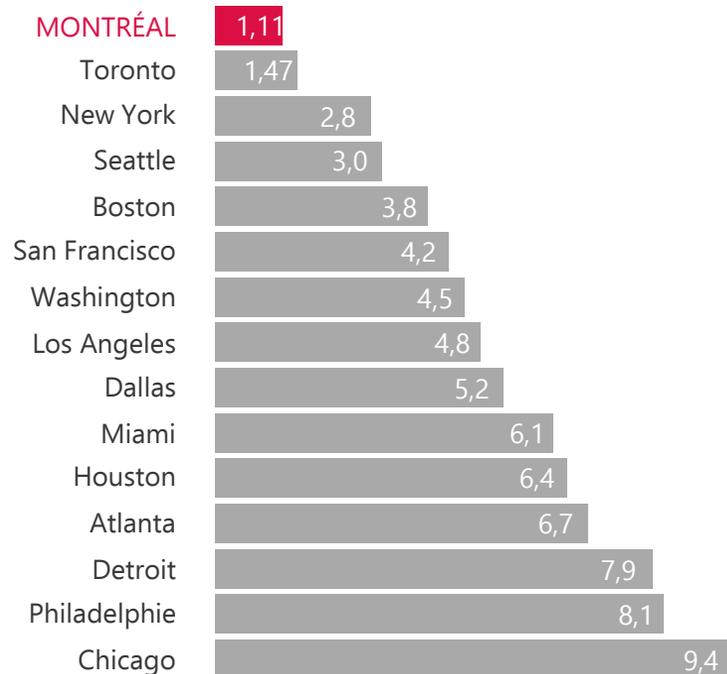


Sources : Quartier des spectacles, Tourisme Montréal, Parc Jean-Drapeau, RÉMI, BELGO, Musées Montréal, Observatoire de la culture du Québec, analyse IdéesFX

1. Inclus le Parc Jean-Drapeau

Le centre-ville est fréquenté par une population éclectique qui cohabite dans une paix sociale distinctive et un sentiment de sécurité plus élevé par rapport autres grandes villes d'Amérique du Nord

Taux d'homicide par 100 000 habitants (2018)



On compte au centre-ville...

- un parc immobilier composé à 76,8 % de logements locatifs;
- un imposant parc de logements sociaux et abordables, dont 2 340 HLM;
- + 250 organismes communautaires œuvrant dans 21 secteurs d'intervention différents;
- 54 % des personnes en situation d'itinérance visible de l'agglomération de Montréal, et plusieurs refuges pour les personnes itinérantes comme la Maison du père, la Mission Old Brewery et l'Accueil Bonneau;
- 3 tables de quartier : la Corporation de développement communautaire Centre-Sud, la table de quartier du faubourg Saint-Laurent et la table de quartier Peter McGill;
- le siège de fondations publiques et privées majeures.



Sources : Statistique Canada, FBI, Montréal International, Ville de Montréal, Centraide, MMFIM, SPVM, CMM, analyse IdéesFX

S'y déplacer

Le centre-ville, en plus d'être un territoire où il est possible de circuler à pied, est le carrefour de l'intermodalité du Grand Montréal, 60 % de la population du Grand Montréal étant à 15 km ou moins

« Cocktail transport » du centre-ville



15 stations de métro réparties sur 3 lignes dans ~ 10 km²



32 km de tunnels interconnectés au sein d'un **réseau piétonnier souterrain** et ~ **4 km de rues piétonnes** permanentes et temporaires



Plus de **130 stations BIXI** et un réseau convergeant de pistes cyclables



3 stations du REM en construction

On compte au centre-ville...

- ~ 536 000 déplacements entrants au centre-ville (59 % attribuables aux travailleurs, 14,4 % aux étudiants);
- 3 stations de REM (en construction), ce qui accentuera la nature de carrefour du centre-ville;
- la Gare centrale, au cœur de la mobilité régionale et interurbaine (2 stations de métro, 18 lignes de bus, 3 trains de banlieue et un accès direct au réseau de train longue distance de VIA Rail);
- 6 transporteurs routiers interurbains réunis à la Gare d'autocars;
- ~ 49 000 places de stationnement sur et hors rue.

2

PRINCIPALES RÉPERCUSSIONS DE LA CRISE

sur le centre-ville et les défis pour assurer sa
relance



Le choc de la COVID-19 a été terrible pour le centre-ville en réduisant l'accès aux bureaux et aux lieux d'éducation et en fermant les restaurants et lieux culturels. Aussi, il ne faut pas laisser perdurer la situation trop longtemps sinon c'est toute la région métropolitaine qui en sera affaiblie.



Florence Junca-Adenot
Université du Québec à Montréal

L'IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE

sur le centre-ville et les obstacles subséquents à sa relance

Alors que la crise sanitaire et les directives subséquentes de la santé publique ont pratiquement fermé le centre-ville, l'impact à long terme de la crise reste à être déterminé (1/2)

Impact de la crise sanitaire

Faible à majeur

▼ Court terme Long terme

TRAVAILLER

Faible Majeur

MAGASINER

Faible Majeur

VISITER

Faible Majeur

Y HABITER

Faible Majeur

Principaux facteurs d'incertitude au sortir de la crise sanitaire

Le degré d'adoption du **télétravail** au sortir de la crise et le rythme du retour des travailleurs en présentiel seront des facteurs déterminants sur la vitalité du centre-ville et du secteur immobilier commercial.

La capacité financière des commerces existants à **traverser la crise** et l'incertitude liée au **retour des travailleurs, des touristes et des étudiants** sont deux facteurs d'incertitude majeurs auxquels s'ajoute la popularité accélérée du **commerce en ligne**.

Le spectre d'un **écosystème d'accueil** affaibli et déstructuré au sortir de la crise réduirait l'attrait de la métropole comme destination pour le tourisme de plaisance et le tourisme d'affaires.

L'**attractivité** des **quartiers denses** pourrait diminuer à la suite de la crise, ce qui laisserait le centre-ville dans un état quasi fantomatique, des milliers de logements construits ces dernières années ne trouvant alors pas preneur.

Alors que la crise sanitaire et les directives subséquentes de la santé publique ont pratiquement fermé le centre-ville, l'impact à long terme de la crise reste à être déterminé (2/2)

Impact de la crise sanitaire

Faible à important

▼ Court terme Long terme

APPRENDRE

Faible Majeur



Principaux facteurs d'incertitude au sortir de la crise sanitaire

L'adoption des **cours en ligne** du fait de la crise, en particulier pour **l'éducation continue**, pose un risque par rapport à la vitalité des campus.

SORTIR

Faible Majeur



L'état préoccupant de **l'écosystème des arts et du divertissement** (dettes accumulées, faillites, démobilitation des travailleurs spécialisés) de fait de la crise pourrait réduire la capacité des joueurs à participer à l'élan anticipé au sortir de la crise; à cela s'ajoute la perte possible du public plus âgé.

COHABITER

Faible Majeur



L'équilibre actuel, où les populations marginalisées s'intègrent harmonieusement à la masse des personnes qui fréquentent le centre-ville, sera déséquilibré si le territoire est vidé de ceux qui le fréquentaient sur une base régulière.

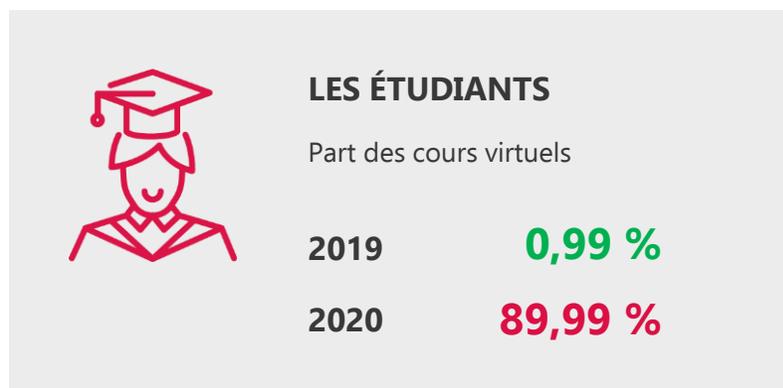
S'Y DÉPLACER

Faible Majeur



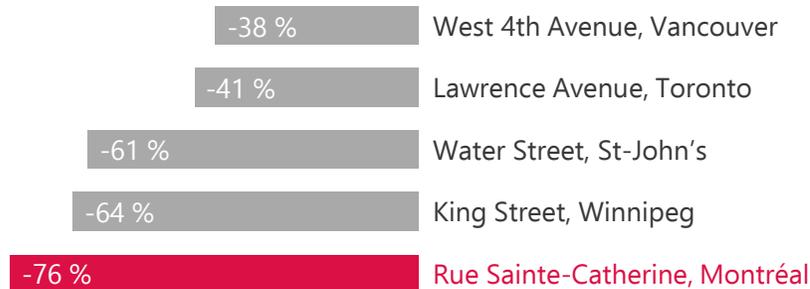
L'arrivée du **REM** et l'importance accordée à la décarbonisation des transports n'iront qu'en s'accroissant, favorisant ainsi les transports en commun dont le réseau est principalement structuré autour de la desserte du centre-ville; **les lacunes en matière de coordination des travaux publics** et l'absence de plan de mobilité centre-ville réduisent cependant l'accessibilité et la perception d'accessibilité.

Dans l'immédiat, force est de constater que les mesures de confinement et les restrictions de déplacement régional et international ont presque vidé le territoire de ceux qui le fréquentaient.



La réduction de la fréquentation du centre-ville, causée par la fermeture des bureaux et campus, puis par les craintes liées à l'utilisation du transport en commun, s'est traduite par une baisse drastique de l'achalandage des commerces, alors que les salles à manger des restaurants et les bars ont dû fermer.

Écart d'achalandage des principales artères commerciales du Canada (d'avril à août, 2019 versus 2020)



Quelques exemples de fermeture définitive



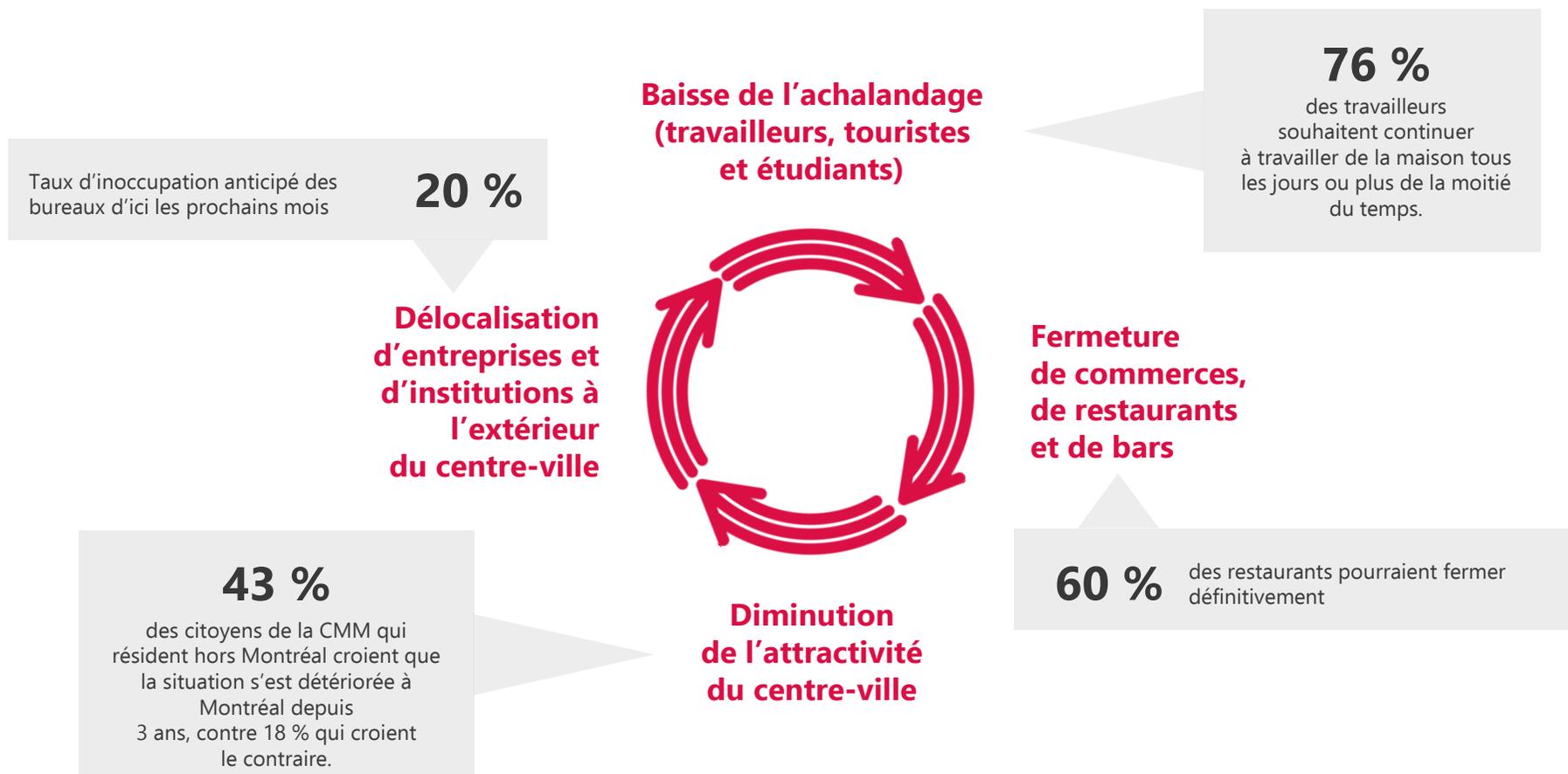
Sources : Institut urbain du Canada, Altus, Taster, HuffPost Québec, analyse IdéesFX

- Les commerces de la rue Sainte-Catherine ont connu une baisse d'achalandage de 76 % par rapport à la même période, en 2019, soit une performance négative record au Canada.
- Lors du premier déconfinement, les commerces du centre-ville ont dû attendre 3 semaines supplémentaires avant de rouvrir, ce qui a non seulement aggravé leur bilan, mais a également envoyé à la population un message de doute sur leur niveau de dangerosité.
- Fin octobre, le taux des locaux vacants ou des fermetures temporaires était de 32 % en restauration rapide, 24 % en restauration avec service et 16 % pour les boutiques de biens (mode).



Il y a un risque grave que la situation conjoncturelle se transforme en crise structurelle advenant que le choc des mesures sanitaires entraîne le territoire dans une spirale de dévitalisation.

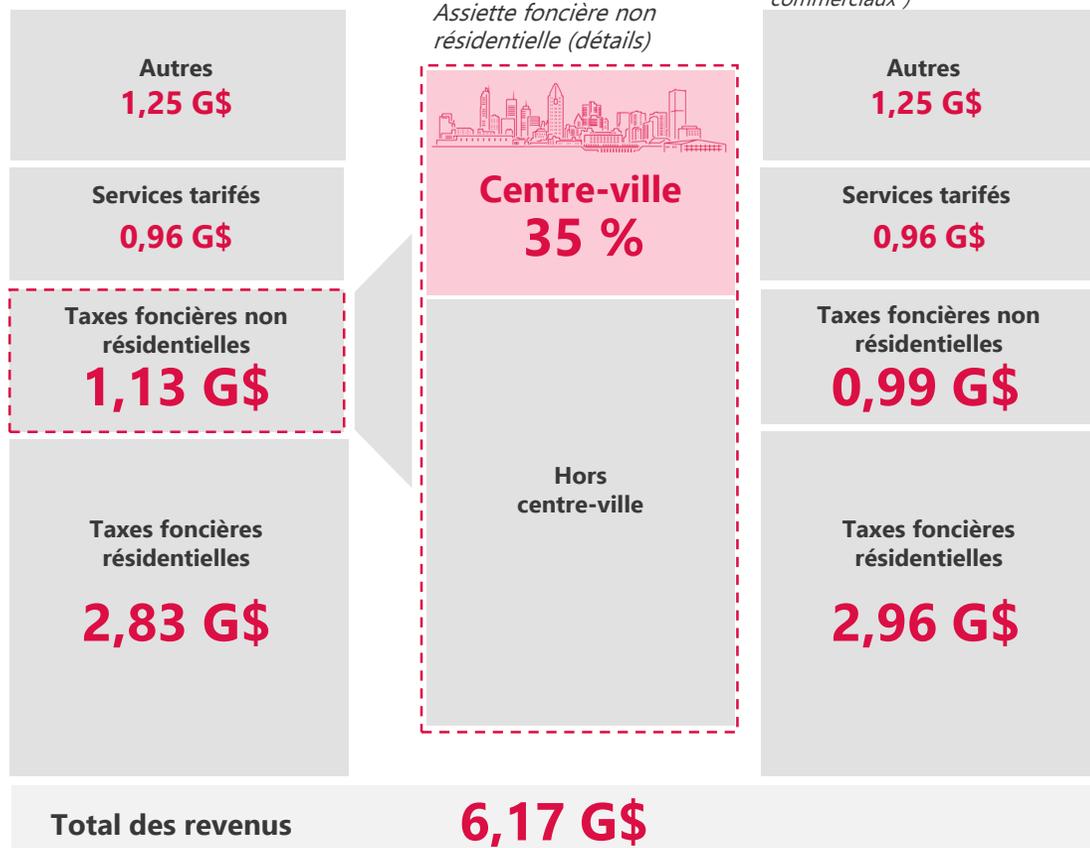
Spirale de dévitalisation du centre-ville (projection¹)



En plus de son impact majeur sur l'économie du Québec, la dévitalisation du centre-ville déséquilibrerait l'assiette fiscale de Montréal et créerait des pressions énormes pour que la Ville aille chercher des revenus additionnels.

Principales sources de revenus de la Ville de Montréal

Budget 2020 (approximations)



- Le centre-ville contribue environ au tiers des taxes foncières non résidentielles de la Ville de Montréal
- À titre d'exemple, une perte de 30 % de la valeur des immeubles commerciaux du centre-ville se traduirait par une perte de revenus de 131 millions de dollars pour la Ville de Montréal
 - Si cette perte n'est ni compensée par l'augmentation des services tarifés ni par d'autres sources de revenus, elle obligerait la Ville de Montréal à augmenter les taxes foncières résidentielles de 4,7 % sur tout son territoire

1. Simulation réalisée par IdéesFX basée sur une perte de la valeur foncière des immeubles non résidentiels de 30 % dans le centre-ville, avec la prémisse que les revenus autres (ex. aide financière du gouvernement du Québec) et les services tarifés demeurent inchangés. À noter : estimation du ratio taxes foncières non résidentielles vs résidentielles.

Alors que l'une des solutions avancées est la conversion des tours de bureaux en tours de condos, il faut réaliser que ce scénario conduirait aussi à des pertes de revenus majeures pour la Ville de Montréal.

Le taux de taxation varie selon l'usage d'un immeuble

Revenus de taxation foncière pour un immeuble estimé à 100 millions de dollars (Arrondissement de Ville-Marie)

	<i>Taxes foncières</i>
Immeuble résidentiel (condos)	799 600 \$
Immeuble non résidentiel (bureaux)	3 593 473 \$

X 4,5 fois



- À valeur équivalente, un immeuble non résidentiel du centre-ville génère 4,5 fois plus de taxes foncières qu'un immeuble à vocation résidentielle
- Avec la crise, on estime que 10,5 millions de pi² d'espaces de bureaux sont désormais considérés comme excédentaires, soit 20 % du parc immobilier commercial
- À titre d'exemple, la conversion de 20 % du parc d'immeubles commerciaux en immeubles résidentiels ajouterait 2,7 % additionnels au compte de taxes résidentiel de la Ville de Montréal, si cette perte de revenus n'est ni compensée par l'augmentation des services tarifés ni par d'autres sources de revenus.



Si 20 % des immeubles non résidentiels du centre-ville étaient convertis en immeubles résidentiels, il y aurait une perte de revenus pour la Ville de Montréal de

79 M\$

3

MESURES D'APPUI

aux centres-villes, ici et ailleurs dans le monde



J'ai toujours eu une relation amour-haine avec le centre-ville : amour, parce qu'on y retrouve une énergie et un potentiel unique, haine, parce que plusieurs projets publics ou privés des dernières années sont très ordinaires. C'est le temps qu'on regarde davantage ce qui se fait ailleurs, de s'inspirer des autres grandes villes.



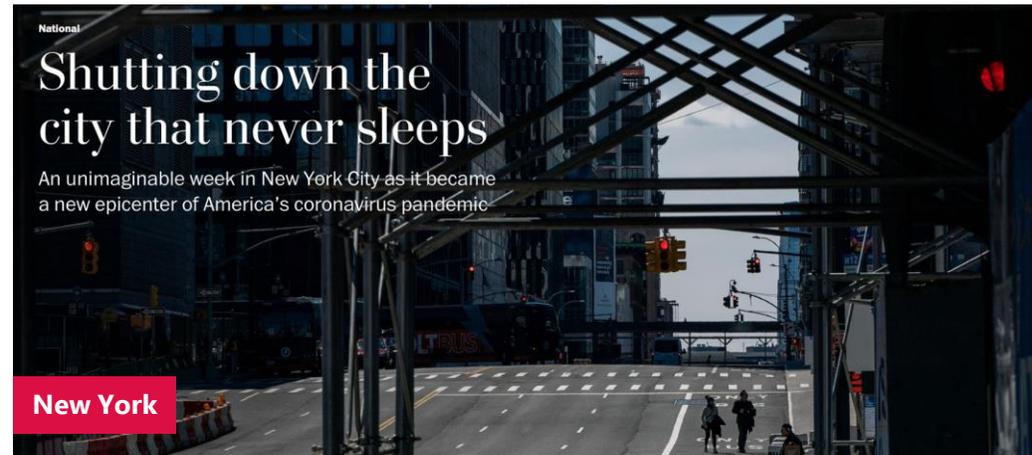
Zébulon Perron
Atelier Zébulon Perron

ÉTUDES DE CAS

sur les mesures d'appui aux centres-villes, ailleurs dans le monde

Partout dans le monde, la crise sanitaire a vidé les centres-villes de leurs activités normales, leur donnant un air post-apocalyptique.

Quelques exemples



Le déclin des centres-villes a ramené le spectre des villes en « trou de beigne » et, de façon plus générale, de l'étalement urbain et périurbain.



Crédit : Max Böttinger, Unsplash

L'effet « trou de beigne » fait référence à un développement urbain où le centre-ville se vide à mesure que les entreprises et les gens s'installent autour de la grande ville.

Seules les populations marginalisées demeurent au centre, ce qui s'accompagne souvent d'une hausse de la criminalité, plongeant le centre-ville dans une spirale descendante de dévitalisation.

L'attractivité des zones résidentielles hors centre est une tendance lourde...

- facilitée par l'avènement du télétravail, rendu possible par la révolution des technologies et, plus particulièrement, l'augmentation de la puissance des bandes passantes;
- accélérée par la crise de la COVID-19, qui a obligé des millions d'entreprises et employeurs à se familiariser avec le télétravail, en plus de créer la crainte des rapprochements humains par peur de contagion.

Par ailleurs, l'étalement des villes pourrait vraisemblablement s'accélérer avec l'avènement du véhicule électrique et autonome, qui réduira l'impact négatif de la conduite et donnera accès aux véhicules personnels à des personnes qui n'ont pas de permis de conduire.

Si le scénario de villes complètement étalées se matérialise, on appréhende cependant des conséquences majeures pour...

- le vivre ensemble, en particulier en termes d'inégalités des chances et d'intégration des nouveaux citoyens;
- l'environnement, en particulier les changements climatiques;
- les infrastructures, le coût de réalisation et d'entretien devant être assumé par une masse critique de citoyens.

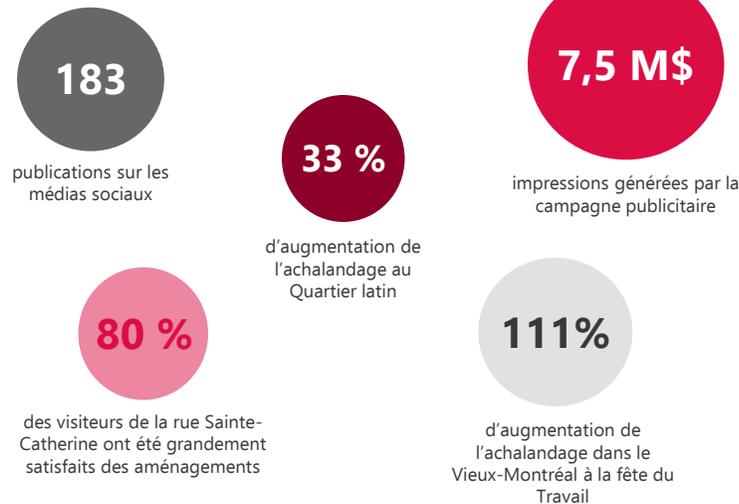
Des mesures ciblées pour stimuler l'achalandage au centre-ville de Montréal

Dévoilé le 3 juin dernier, le *Plan d'action pour maintenir la vitalité du centre-ville de Montréal durant les prochains mois* a été porté par la Chambre de commerce du Montréal métropolitain et le Partenariat du Quartier des spectacles. Ce plan reposait sur 3 axes : des solutions structurelles temporaires, des installations artistiques et des prestations en direct.

Suite à la publication de ce plan en juin, la Ville de Montréal a mis en place et financé ⁽¹⁾ durant l'été une opération d'animation de son centre-ville, grâce à l'appui du gouvernements du Québec et du Canada.

Depuis, la Ville a annoncé une enveloppe de 10 millions de dollars pour la relance du centre-ville, en plus de mesures spécifiques comme la gratuité pour 7 500 cases de stationnement les soirs et les fins de semaine, l'élargissement des heures d'ouvertures permises et une initiative pour promouvoir l'achat local lors de la période hivernale.

Retombées du *Plan d'action pour maintenir la vitalité du centre-ville de Montréal durant les prochains mois* (juin 2020)



1. Les entreprises et organisations du centre-ville ont également profité des mesures générales et sectorielles mises en place par la Ville de Montréal, le gouvernement du Québec et le gouvernement du Canada. Pour un inventaire précis de ces mesures et de leur impact, se référer aux 10 Plans d'action sectoriels de Relançons MTL.

Sources : Partenariat du Quartier des spectacles, analyse IdéesFX

« Une impulsion pour la métropole : agir maintenant »

Plan de relance économique 2021

Mesures de soutien économique 2021

Agir maintenant pour préparer la relance

La Ville de Montréal poursuit la mise en place de mesures de soutien pour répondre aux besoins les plus criants des entreprises montréalaises dans le contexte actuel, tout en stimulant les investissements dans les secteurs les plus prometteurs en vue d'une relance verte et inclusive.

3 objectifs généraux

- 1 Poursuivre la mise en œuvre de mesures favorisant la résilience des entreprises les plus fragilisées.
- 2 Préparer la relance économique et la transition vers une économie plus résiliente, verte et inclusive.
- 3 Mobiliser tous les partenaires et les acteurs pour le développement économique de la métropole.

10 mesures

- 1 Une stratégie pour un centre-ville fort et résilient**
10 M\$
 - Appuyer le dynamisme culturel, commercial et touristique, moteurs de l'économie du centre-ville.
 - Soutenir la consolidation ou le développement des affaires des entreprises du centre-ville.
 - Faire une campagne de promotion de la qualité et la diversité commerciale, de la gastronomie et des restaurateurs indépendants.
 - Créer de l'animation sur les artères commerciales et soutenir les événements et les festivals afin de favoriser l'attractivité et la vitalité économique.
 - Améliorer l'expérience des visiteurs.
 - Mettre en place des aménagements pour rendre nos espaces publics plus accessibles et plus attrayants.
 - Améliorer l'expérience des visiteurs en investissant dans les initiatives d'embellissement et de propreté des lieux.
 - Accompagner la transformation à plus long terme.
 - Coordonner une démarche collective par la mobilisation des 6 plus grandes villes canadiennes.
 - Cocréer, avec la société civile et la communauté d'affaires, une stratégie renouvelée selon les grandes transformations du centre-ville.
- 2 Une impulsion pour la vitalité commerciale**
12,2 M\$
 - Assurer la vitalité des artères commerciales et soutenir les sociétés de développement commercial (SDC) de Montréal.
 - Se doter d'une stratégie d'acquisition de locaux commerciaux.
 - Soutenir l'achat local et les activités commerciales, comme la livraison urbaine, le virage numérique et les interventions en design.

Le Panier Bleu et d'autres initiatives privées ont été lancés durant la pandémie pour soutenir l'achat local.

Revue des mesures d'aide sectorielle et de leur utilité

LE PANIER BLEU

Le Panier Bleu a pour objectif d'agir en tant qu'outil fédérateur regroupant toutes les initiatives qui soutiennent le commerce local. Le Panier Bleu se démarque par ses orientations stratégiques :

- **Un site facilitant la recherche de produits** : le site est axé sur les besoins du consommateur pour un produit. Ainsi, la plateforme va diriger les consommateurs vers des commerces de proximité, incluant des artères ou des quartiers.
- **Une plateforme mutualisée, proposant des services « front office » et « back office »** : le site se base sur des solutions technologiques déjà existantes pour offrir une plateforme d'achat centralisée aux marchands locaux.
- **Une solution de livraison** : à court terme, le programme souhaite encourager la collecte en magasin pour la période du temps des fêtes. À plus long terme, la création d'un regroupement des livraisons d'une rue vers le consommateur serait encouragée.

On note cependant que l'intérêt pour Le Panier Bleu est retombé depuis le lancement (-75 % de visiteurs entre mai et juillet 2020). Il est important que la plateforme renforce sa valeur ajoutée au-delà du catalogue.

AUTRES INITIATIVES

De nombreuses autres initiatives privées et gouvernementales ont vu le jour dans le but de rapprocher le consommateur des commerçants locaux. Bien que certaines initiatives s'inscrivent dans la continuité de celle de Le Panier Bleu, il est important de travailler de façon concertée dans le but d'optimiser l'impact sur le consommateur.

Exemples d'initiatives provenant d'acteurs privés :

- **Le Cercle local** : cette plateforme de regroupement de détaillants qui favorise l'achat d'hyperproximité dessert actuellement des quartiers tels que le Mile-End et le Plateau.
- **Hello Network Inc.** : la plateforme a collaboré avec la Ville de Montréal pour mettre en place des cartes GO MTL ayant pour but de stimuler les achats locaux grâce à des systèmes de récompenses attirant des clients chez les détaillants.
- **Site d'entreposage Modulo à Lévis** : le site regroupe la location d'entreposage, de bureaux, de salles de réunion ainsi que des commerces offrant du matériel d'emballage et de déménagement.

Exemples d'initiatives d'acteurs du développement économique :

- **J'achète Bleu** : cette campagne de communication lancée par la FCCQ durant la pandémie dans le but de soutenir l'achat local est réalisée en partenariat avec le programme Le Panier Bleu.

Il est important que les acteurs menant les initiatives travaillent de façon concertée : la création d'une plateforme mutualisée par Le Panier Bleu s'inscrirait dans cette voie.

Des mesures ont été mises en place pour aider les détaillants à faire face à leurs enjeux de coûts et opérationnels

Revue des mesures d'aide sectorielle et de leur utilité



CUEC : Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes

Le programme alloue aux petites entreprises des prêts pouvant aller jusqu'à 40 000 \$. Les prêts seront exempts d'intérêt pendant un an, avec la possibilité d'une radiation de la dette allant jusqu'à 10 000 \$ (25 %) si le solde du prêt est remboursé d'ici le 31 décembre 2022.



FARR : Fonds d'aide et de relance régionale

Le FARR est une initiative dotée d'une enveloppe de plus de 280 M\$ pour le Québec. Le FARR vise à aider les entreprises qui éprouvent des besoins immédiats en matière de liquidités. Il s'adresse à l'ensemble des secteurs économiques du Québec, incluant le commerce de détail.



SUCL : Subvention d'urgence du Canada pour le loyer

La nouvelle SUCL est une mesure de soutien au loyer qui remplacera la précédente aide au loyer (AUCLC). La SUCL offre 25 % aux organisations qui ont dû fermer leurs portes temporairement en raison d'une ordonnance de santé publique obligatoire (en plus de la subvention de 65 %). Celle-ci est une aide ciblée et accessible directement sans que les détaillants aient à passer par le propriétaire des immeubles. Les entreprises ont jusqu'au 31 décembre pour recevoir leur bonification.

- La générosité liée au statut ouvert ou fermé d'un commerçant en fonction de la zone est problématique – l'aide devrait plutôt être attribuée en fonction du niveau de perte.
- La rétroactivité de l'aide permise par la nouvelle SUCL est fixée au 27 septembre, mais devrait plutôt être fixée à la date de mise en place de l'AUCLC.



Exemple d'aide non gouvernementale :

En plus d'un soutien financier, certains détaillants et restaurants ont besoin de soutien pour développer des compétences pour s'adapter aux nouvelles dynamiques du marché.

Campagnes de sociofinancement de La Ruche : La Ruche a lancé différentes campagnes de sociofinancement pour soutenir les détaillants. Les campagnes financières ont amassé plus de 11 M\$ au total. D'autres campagnes ont apporté des contributions en expertise professionnelle et des contributions en ressources matérielles aux détaillants.

À plusieurs endroits dans le monde, des initiatives publiques ont été mises de l'avant pour tenter de stabiliser la situation à court terme et ainsi s'assurer que la crise conjoncturelle ne se transforme pas en crise structurelle.

On a par exemple observé des initiatives publicitaires visant à éliminer le parallèle entre densité urbaine et contagion, la science ayant démontré que le risque repose plutôt sur les inégalités structurelles et la qualité de l'urbanisation.

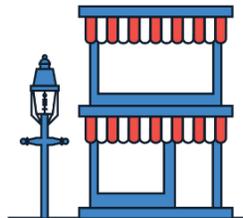


Note : BCN est l'abréviation de Barcelone.

Plusieurs initiatives ont également visé à fournir des fonds d'urgence aux commerces locaux pour s'assurer qu'ils traversent la crise indemnes.

Exemple 1

Boston



REOPEN BOSTON FUND

The City of Boston is providing \$6 million in new debt-free grants to support the safe and healthy reopening of small businesses. Learn more: boston.gov/reopen-fund

CITY of BOSTON



Mayor Martin J. Walsh



Economic Development

- Appui aux commerces et entreprises de proximité (arts et divertissement, petite enfance, bars, gym, restaurants, soins personnels et commerce de détail)
- Limité aux entreprises qui ont pignon sur rue ou aux bureaux accessibles
- Exclut les chaînes et franchises
- Accueille les demandes en 10 langues
- ~ 1 400 entreprises ont bénéficié de ce fonds jusqu'à présent (liste ouverte et mise à jour régulièrement)

Sources : Recherche documentaire, analyse IdéesFX

Exemple 2

Madrid



- Diminution des taxes municipales de 66,6 millions d'euros (104 M CAD)
- Appui financier et accompagnement aux commerces de détail, les loisirs, les hôtels, les spectacles et la culture
- 25 % de réduction de la taxe foncière pour 110 000 magasins et établissements
- 25 % sur la taxe dite « de terrasse »

Exemple 3

Calgary



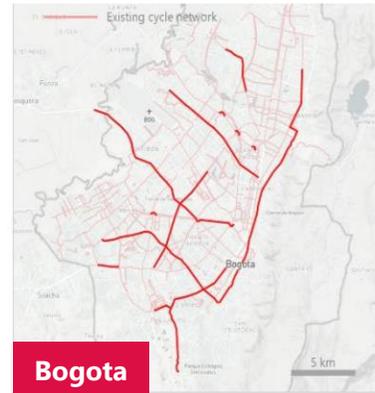
- Initiative pour encourager la résilience de l'économie locale

Plusieurs villes ont cherché à améliorer la convivialité et l'expérience des centres-villes en aménageant des espaces piétons et des pistes cyclables.



Île-de-France

- 650 km de voies cyclables sur 9 liens cyclables majeurs
- + 50 km au centre de Paris



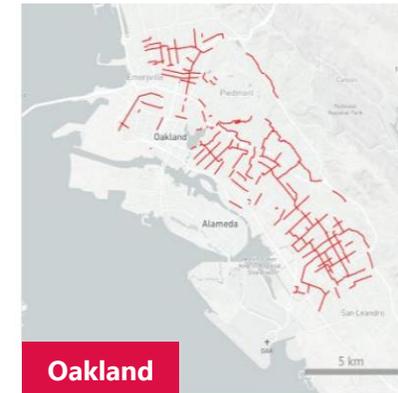
Bogota

- Ajout de 112 km de voies cyclables (+ 20 % du réseau actuel)



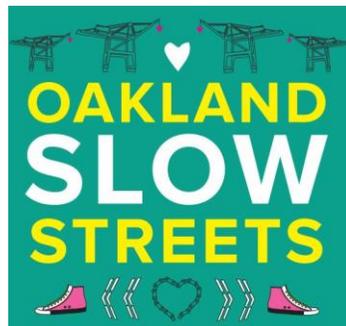
Milan

- Zones partagées à vitesse réduite (20 km/h)
- « Plazas » réservées aux piétons



Oakland

- Conversion de 75 km (10 % du réseau routier) en « slow streets »
- Zones fermées aux voitures



Des initiatives ont également été lancées pour réfléchir et planifier les quartiers centraux de demain, une fois la crise de la COVID passée.

Valmiera, Lettonie



Organisation d'un Hackathon ouvert aux citoyens pour générer et financer des idées et des projets visant à faciliter le retour du tourisme letton et estonien dans la ville

Ottawa



Défi lancé par l'université d'Ottawa aux étudiants et la communauté pour développer des solutions et des prototypes innovants afin de relever certains des défis post-COVID-19

4

PISTES D'ACTION

pour renforcer le centre-ville de Montréal



Les gens d'affaires et la société civile ont toujours joué un rôle important dans la construction puis la vitalité du centre-ville. Aujourd'hui, nous devons nous lever de nouveau et agir responsablement pour protéger son dynamisme et assurer son avenir.



Jean Laurin
Devencore

Les pistes d'action portées par la Chambre pour renforcer le centre-ville de Montréal s'articulent autour de 3 phases qui se déploieront dans les prochains mois.¹

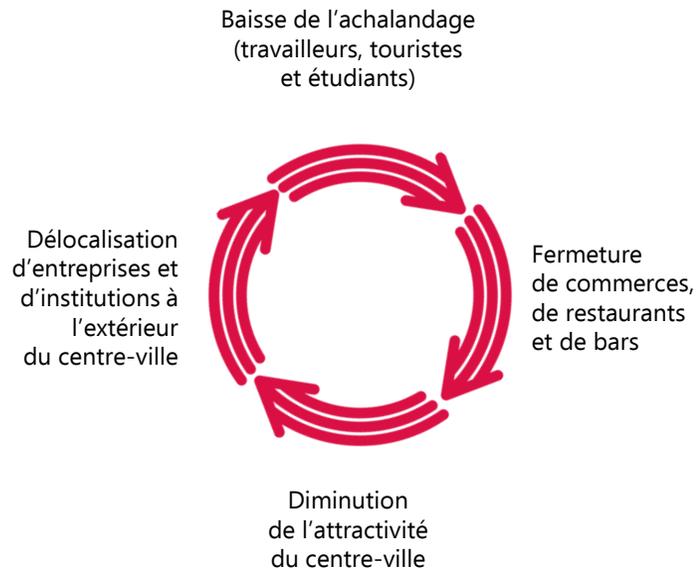


Sources : Entrevues, analyse IdéesFX

1. Le calendrier du Plan d'action repose sur la prémisse d'une prise de contrôle graduelle de la crise sanitaire à partir du printemps 2021.

Le Plan d'action vise à casser la spirale de dévitalisation et mettre en place les conditions pour la relance pérenne du centre-ville.

Spirale de dévitalisation du centre-ville



5 AXES D'INTERVENTION¹

OBJECTIFS

Rehausser l'avantage de travailler au centre-ville

Consolider son rôle de locomotive économique en y attirant des entreprises des secteurs stratégiques émergents et en y favorisant des synergies

Attirer les résidents au centre-ville

Augmenter de 20 000 le nombre de résidents d'ici 2025 pour diversifier la base de consommateurs dans la zone

Différencier l'expérience centre-ville

Rehausser l'attrait de la zone par une animation distinctive à travers une stratégie de continuité sur le territoire et dans la planification annuelle

Faciliter l'accessibilité du centre-ville

Limiter les entraves et maximiser le potentiel d'utilisation des infrastructures de transport existantes et planifiées

Propulser le rayonnement du centre-ville

Envoyer un signal fort à l'échelle locale et internationale sur la vigueur renouvelée du centre-ville et sur ses facteurs d'attractivité

Ce Plan d'action présente 11 pistes d'action¹ qui seront portées par la Chambre et les différentes parties prenantes du mouvement Relançons MTL.

Plan d'action pour renforcer le centre-ville de Montréal

Limitier l'impact de la crise sanitaire
déc. 2020 – mai 2021

Réhabiliter l'image du centre-ville et son attractivité
juin 2021 – août 2022

Relancer le centre-ville sur de nouvelles bases
sept. 2021 - ...

Rehausser l'avantage de travailler au centre-ville	<p>ACTION 1</p> <p>Lancer l'opération « Masque à masque »</p>	<p>ACTION 2</p> <p>Lancer le programme « Synergie centre-ville »</p>	<p>ACTION 3</p> <p>Mettre sur pied la « Commission de la métropole »</p>
Attirer les résidents au centre-ville		<p>ACTION 4</p> <p>Mettre sur pied le bureau « Habitation centre-ville »</p>	
Différencier l'expérience centre-ville	<p>ACTION 5</p> <p>Lancer le « Centre de réactivation économique du centre-ville »</p> <p>ACTION 6</p> <p>Renouveler l'opération « Relance centre-ville » couplée à une campagne « Achat centre-ville »</p>	<p>ACTION 7</p> <p>Préparer l'opération « Notre centre-ville : le grand retour »</p>	<p>ACTION 8</p> <p>Mettre sur pied un fonds mixte de requalification du patrimoine</p>
Faciliter l'accessibilité du centre-ville		<p>ACTION 9</p> <p>Lancer l'opération « Ça roule »</p>	<p>ACTION 10</p> <p>Lancer « Stationnement centre-ville »</p>
Propulser le rayonnement du centre-ville		<p>ACTION 11</p> <p>Développer une image de marque forte, rassembleuse et distinctive pour le Grand Montréal et en faire la promotion dans les marchés internationaux prioritaires</p>	

1. Les actions identifiées ciblent spécifiquement le centre-ville de Montréal; les actions proposées dans les 10 plans d'action sectoriels de Relançons MTL auront également un impact sur le centre-ville.

Lancer l'opération « Masque à masque » (nom de travail)

L'ACTION, EN BREF

Depuis le début de la crise, on a beaucoup vanté les bénéfices du télétravail tout en passant sous silence ses désavantages en termes de collaboration, de synergies, d'intégration des nouveaux employés et, ultimement, de l'équilibre de vie des employés. L'opération « Masque à masque » visera à **rééquilibrer cette perception** en mettant de l'avant les avantages du travail en présentiel. Cela, par le lancement d'une campagne qui mettra en valeur ceux et celles qui reviennent au centre-ville et les avantages qui découlent de leur choix, puis qui reconnaîtra les actions d'employeurs qui se sont démarqués à cet égard.



MESSAGES CLÉS DE LA CAMPAGNE (ébauche)

- Le travail en présentiel, lorsqu'on respecte les règles émises par la Santé publique, est sécuritaire.
- Les contacts réels créent des synergies et encouragent la collaboration.
- L'intégration de nouveaux collègues passe par le présentiel.
- Les contacts réels entre personnes sont sains pour l'équilibre de vie et la santé mentale.

COÛT (estimé initial)

600 k\$

CHAMPIONS (proposition initiale)



Lancer le programme « Synergie centre-ville » (nom de travail)

L'ACTION, EN BREF

Le tissu économique du centre-ville d'affaires est principalement structuré autour de grandes entreprises qui œuvrent dans des secteurs traditionnels de l'économie, alors que la nouvelle économie est davantage associée aux quartiers périphériques. « Synergie centre-ville » visera à diversifier le tissu économique du centre-ville en y attirant des startups et des entreprises de la nouvelle économie, notamment du secteur *Deeptech*, puis à provoquer des synergies, collisions et partenariats entre les différents acteurs de l'écosystème du centre-ville, incluant le milieu universitaire. « Synergie centre-ville » prendra vie par a) une collaboration accrue entre les incubateurs existants, b) l'analyse d'opportunité d'un régime fiscal ciblé pour la zone désignée (5 ans), de façon à attirer des talents de super pointe dans les secteurs identifiés, et c) la réalisation du projet de « hub de démarrage d'entreprise et d'innovation *deeptech* » du Centech à Place Bonaventure.

HUB CENTECH PLACE BONAVENTURE



- **240 000** pi²
- **100** startups/scaleups de 0-5 ans à haut potentiel
- **25** plateformes d'innovation d'entreprises établies
- **10** services en soutien direct aux startups et aux projets d'innovation
- Espace de prototypage avancé avec accès aux équipements à distance
- Présence d'investisseurs internationaux
- Lancement : 1^{er} trimestre 2022
- Ouverture possible : automne 2022

COÛT (estimé initial)

125 M\$

CHAMPIONS (proposition initiale)



espace
cdpq



DISTRICT3
Concordia University

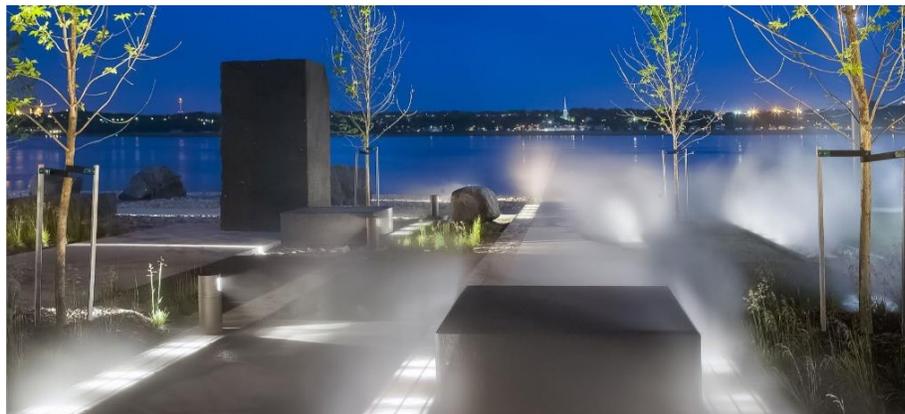


UQÀM

Mettre sur pied la « Commission de la métropole » (nom de travail)

L'ACTION, EN BREF

Inspirée des Commissions de la capitale nationale de Québec et d'Ottawa et alignée avec le statut de métropole accordé à Montréal, la Commission de la métropole viserait à s'assurer que Montréal et, en priorité, son centre-ville, reflètent son importance stratégique pour le Québec, tant d'un point de vue économique que comme la vitrine du Québec dans le monde. Cela, en développant une vision de son aménagement et des services spécifiques associés à un territoire ultra stratégique, puis en jouant un rôle de leadership dans l'exécution de projets en suscitant des partenariats avec les différents ordres de gouvernement, le milieu d'affaires et les milieux associatifs. Cette commission de la métropole servirait de véhicule pour réorienter des sommes additionnelles qui serviraient au renforcement de son centre-ville.



Créée en 1995, la Commission de la capitale nationale du Québec a rehaussé le profil de la ville de Québec comme capitale politique. En plus des projets d'embellissement de la Colline parlementaire, elle a notamment transformé la relation de Québec avec ses berges par la réalisation de la Promenade Samuel-de-Champlain.

COÛT (estimé initial)

12 M\$ / an

CHAMPION (proposition initiale)

Québec 

CHAMPS D'ACTION (ébauche)

- Aménagement, requalification et embellissement du domaine public dans les lieux stratégiques
- Appui aux grands projets d'infrastructures stratégiques
- Montréal souterrain
- Tiers lieu et projets de piétonnisation qui participent à l'image de Montréal, métropole verte et créative
- Desserte de services de haute qualité dans les lieux stratégiques, en adéquation avec l'importance relative du territoire

Mettre sur pied le bureau « Habitation centre-ville » (nom de travail)

L'ACTION, EN BREF

Le centre-ville de Montréal était, jusqu'au début de la crise sanitaire, le territoire le plus recherché du Québec sur le marché résidentiel. Alors que la crise a cassé cet élan, la relance du dynamisme des différents quartiers du centre-ville comme lieu de résidence passe par a) l'élimination des obstacles à la conversion et la construction d'immeubles résidentiels (p. ex. lourdeur et complexité des règles, délais, etc.) puis b) la mise en place des conditions pour attirer une population mixte. Le bureau « Habitation centre-ville » serait une équipe dédiée qui aurait comme mandat d'accélérer les projets résidentiels dans le centre-ville pour toutes les clientèles (logement social et abordable, logement familial, logement pour étudiants, condos). Cela, par une optimisation des processus existants puis par la définition et la livraison de projets structurants pour accueillir la population résidente notamment les familles et les enfants (écoles, parcs de proximité, etc.).

EXEMPLES d'aménagement dans les centres urbains qui attirent les familles



Paris



Istanbul

En plus de l'optimisation des processus et de la livraison de projets structurants, le bureau « Habitation centre-ville » aurait comme mandat de lancer une réflexion multipartite sur l'avenir du parc immobilier existant et l'analyse des usages possibles en cas de conversion.

COÛT (estimé initial)

10 M\$ / an

CHAMPION (proposition initiale)

Ville-Marie
Montréal

Lancer un « Centre d'aide à la réactivation économique du centre-ville » (nom de travail)

INITIATIVE

Depuis le début de la crise sanitaire, la Ville de Montréal et les gouvernements du Québec et du Canada ont mis en place plusieurs programmes d'aide généraux et ciblés pour permettre aux entreprises de passer au travers de la crise. Ces programmes ont été construits pour répondre aux besoins des entreprises sur l'ensemble du territoire desservi plutôt que pour des zones géographiques spécifiques. Les commerces et entreprises du centre-ville ayant subi un impact démesuré plus important que les entreprises similaires ailleurs sur le territoire, et ce, en raison de la baisse drastique de l'achalandage, mais également en raison des frais fixes nettement plus élevés, il est justifié et impératif d'ajuster l'approche de soutien qui les vise. Cela, en les accompagnant pour s'assurer qu'ils bénéficient de l'ensemble des programmes mis à leur disposition.



ENJEUX ACTUELS

- Complexité des programmes et difficultés de compréhension de plusieurs entreprises
- Formulaires complexes à remplir
- Lenteur des flux de décaissement

PRINCIPALES ACTIONS

- Adapter les mesures d'aide gouvernementales pour les entreprises situées au centre-ville et s'assurer que les seuils d'aide reflètent les coûts beaucoup plus élevés d'y faire des affaires, afin d'éviter le surendettement et les faillites.
- Mettre sur pied un guichet unique inspiré du modèle clicSÉQR pour formuler les demandes et acheminer les pièces justificatives. L'aide devrait aussi couvrir rétroactivement les mois passés pour les commerces qui ont tardé à faire la demande, mais qui auraient été admissibles.
- Offrir un service de première ligne pour contacter proactivement les gens d'affaires et les accompagner dans leurs demandes aux différentes mesures d'aide.

COÛT (estimé initial)

500 k\$

CHAMPIONS (proposition initiale)

Montréal 

CC
MM
la Chambre de commerce
du Montréal métropolitain

Renouveler l'opération « Relance centre-ville » couplée à une campagne « Achat centre-ville » (noms de travail)

L'ACTION, EN BREF

La relation entre les citoyens du Grand Montréal et leur centre-ville, bien que réduite à l'extrême depuis le début de la crise sanitaire, doit continuer à être nourrie pour éviter une rupture définitive. Lancé en août 2020 avec l'appui de la Ville de Montréal, « Relance centre-ville » était un programme d'animation de l'espace public et de *placemaking* qui visait à attirer le grand public au centre-ville et à stimuler la fréquentation des commerces et restaurants. Ce programme, basé sur le partenariat avec les SDC du centre-ville, serait bonifié et reconduit avec l'implication des festivals majeurs de Montréal pour toute la durée de la crise. En parallèle, les entreprises du centre-ville seront appelées à participer à « Achat centre-ville », des parcours thématiques supportés par un programme de chèques cadeaux dans une formule de sociofinancement visant à encourager l'achat dans les commerces au centre-ville.

RELANCE CENTRE-VILLE, ÉDITION 2



- Création de canevas urbains pour accueillir des projets d'animation
- Création de parcours déambulatoires
- Programmation de performances artistiques multidisciplinaires
- Création d'espaces de rencontre citoyenne (TULIP, Placott'arts, etc.)

COÛT (estimé initial)

3,5 M\$

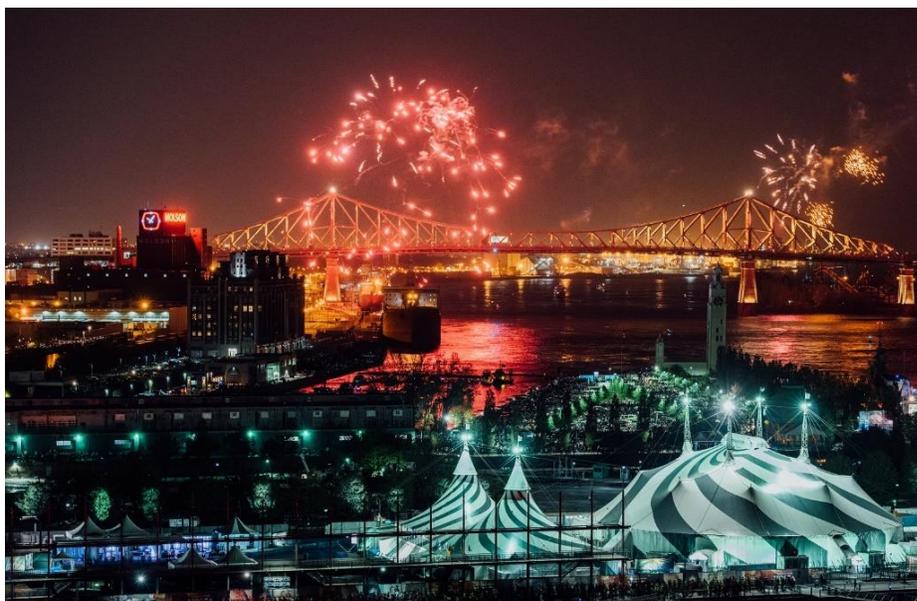
CHAMPIONS (proposition initiale)



Préparer l'opération « Notre centre-ville: le grand retour » (nom de travail)

INITIATIVE

La reprise des activités du centre-ville doit rattraper celle du reste du Grand Montréal, déjà en rebond. « Notre centre-ville : le grand retour » serait une opération choc qui viserait à casser la spirale de dévitalisation et qui serait inspirée des célébrations du 375^e anniversaire de Montréal. La visite du centre-ville par le grand public deviendra, en conséquence, un incontournable.



PRINCIPALES ACTIONS (ébauche)

- Bonification de la programmation extérieure des grands événements (p. ex. festivals) et des grandes institutions
- Organisations d'événements signatures originaux
- Lancement de projets d'animation fragmentée sur le territoire du centre-ville
- Embellissement temporaire du territoire (fleurs, fanions, sculpture de glace, etc.)
- Installations et terrasses éphémères
- Communication événementielle avec un message commun

COÛT (estimé initial)

30 M\$

CHAMPIONS (proposition initiale)



Mettre sur pied un fonds mixte de requalification du patrimoine

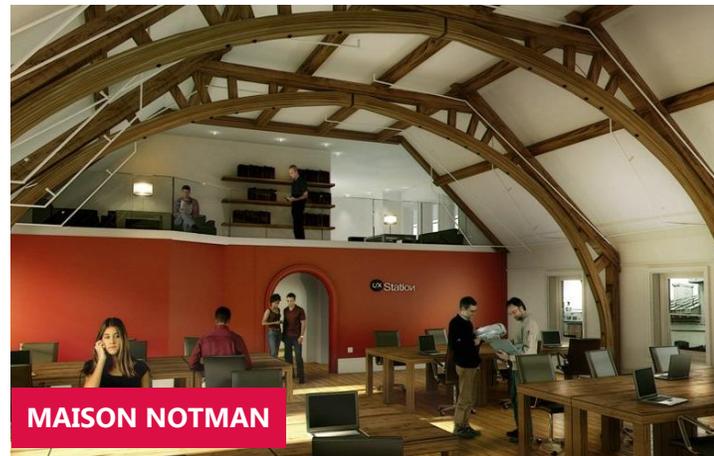
INITIATIVE

Le centre-ville de Montréal se distingue des autres territoires du Grand Montréal, mais également des autres centres-villes d'Amérique du Nord, par la richesse et la densité de son patrimoine bâti. La mise en valeur de ce patrimoine passe par sa protection, mais aussi, et surtout par sa requalification pour s'assurer que le patrimoine demeure pertinent dans les années à venir. Le fonds mixte de requalification du patrimoine viserait à susciter et accélérer des projets publics et privés structurants en venant bonifier les budgets de projets pour couvrir le surcoût lié à la nature patrimoniale des immeubles visés.

EXEMPLES DE PROJETS DE REQUALIFICATION RÉUSSIS



@annespratt sur Unsplash



COÛT (estimé initial)

15 M\$ / an

CHAMPIONS



Lancer l'opération « Ça roule » (nom de travail)

INITIATIVE

L'un des principaux freins à la reprise des activités du centre-ville est la crainte de la population face à l'utilisation des transports en commun. L'opération « Ça roule » sera une opération massive de communication qui fera la promotion de transport en commun en mettant de l'avant les actions qui ont été prises pour assurer un environnement sécuritaire dans les métros et autobus.



COÛT (estimé initial)

600 k\$

CHAMPION (proposition initiale)



Lancer « Stationnement centre-ville » (nom de travail)

INITIATIVE

Les entraves à l'accessibilité du centre-ville sont systématiquement évoquées comme un frein à son élan. En plus des innombrables travaux et de leur manque de coordination, le centre-ville est perçu comme un territoire hostile à l'automobile, notamment à cause de la perception des difficultés liées au stationnement. « Stationnement centre-ville » est une opération de mutualisation des stationnements souterrains privés **existants** afin d'offrir aux visiteurs une expérience simplifiée et de qualité, tout en leur permettant de visiter le territoire à pied. L'opération inclurait la mise en place d'un système de jalonnement dynamique sur tout le territoire, des règles de tarification et de paiement uniformisées, l'embellissement du parc de stationnement existant puis, finalement, un système qui permette la mise en place du stationnement gratuit contre achat local.



COÛT (estimé initial)

8 M\$

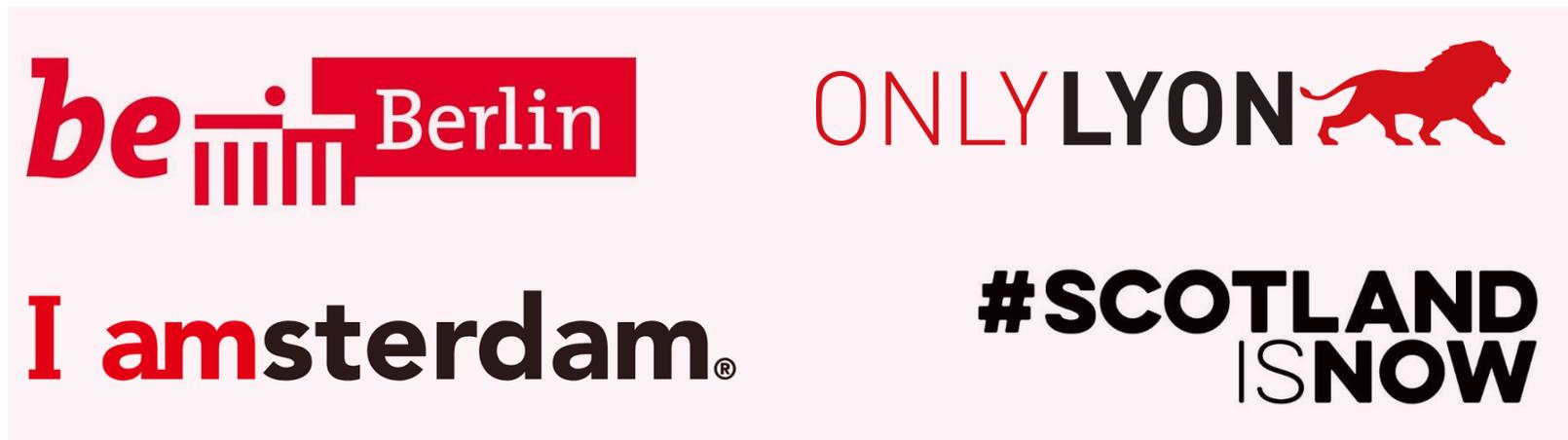
CHAMPION (proposition initiale)

AGENCE
DE MOBILITÉ
DURABLE
MONTRÉAL

Développer une image de marque forte, rassembleuse et distinctive pour le Grand Montréal et en faire la promotion dans les marchés internationaux prioritaires

INITIATIVE

Montréal est une ville qui se distingue des autres villes d'Amérique du Nord sur plusieurs aspects, notamment son fait français, la richesse de son secteur universitaire, comme capitale internationale de l'aviation civile, comme ville créative, pour la joie de vivre de sa population, etc. Pour réellement réussir sa relance, le Grand Montréal devrait s'unir et se ranger derrière une image de marque forte, rassembleuse et unique, et qui mette de l'avant ce qui nous rassemble et nous distingue à l'échelle nord-américaine. Cette image de marque devra être définie par la mairesse de Montréal et présidente de la communauté métropolitaine, ainsi que les organismes métropolitains tels que Montréal International, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain et Tourisme Montréal.



COÛT (estimé initial)

10 M\$

CHAMPIONS (proposition initiale)

CC
M
M
la Chambre de commerce
du Montréal métropolitain

TOURISME /
MONTREAL

MTL
INTL Montréal
International

ANNEXES

Personnes consultées

Sandrine Archambault

Jeune Chambre de commerce
de Montréal

Louise Beaudoin

Regroupement des événements
majeurs internationaux (RÉMI)

Valérie Beaulieu

Culture Montréal

Pierre Bellerose

Tourisme Montréal

Richard Bergeron

Urbaniste

Christian Bernard

Montréal International

Sophie Brochu

Hydro-Québec

Mario Caron

Norton Rose Fulbright

Graham Carr

Université Concordia

Glenn Castanheira

Ryan Affaires publiques

Richard Chénier

Centech

Jean-Robert Choquet

Culture Montréal

Anyle Côté

Conseil d'économie sociale de
l'île de Montréal

Véronique Doucet

Ville de Montréal

Jane Engle

Fondation McConnell

Clarence Epstein

Fondation de la famille Claudine
et Stephen Bronfman

Raphaël Fischler

Université de Montréal

Jean-Marc Fournier

Institut de développement urbain
du Québec (IDU)

Martin Galarneau

TGTA

Florence Junca-Adenot

UQAM

François Lacoursière

Ivanhoé Cambridge

Yves Lalumière

Tourisme Montréal

Michel Lamontagne

Administrateur

Normand Laprise

Toqué!

Jean Laurin

Devencore

André Lavallée

Ancien vice-président du Comité
exécutif de la Ville de Montréal

Elsie Lefebvre

La Ruche

Pierre Karl Péladeau

Québecor

Lili-Anna Peresa

Centraide

Zébulon Perron

Atelier Zébulon Perron

Danielle Pilette

UQAM

Jacques Primeau

L'Équipe Spectra

François Roberge

La Vie en Rose

Frantz Saintelley

LeddarTech

Monique Simard

Partenariat du Quartier
des spectacles

Michel Rafie

École nationale de théâtre

Émile Roux

Destination centre-ville

Louise Roy

CIRANO

Martin Roy

Regroupement des événements
majeurs internationaux (RÉMI)

Alexandre Taillefer

XPND Capital

Macky Tall

Caisse de dépôt et placement
du Québec

Laurence Vincent

Prével

Christian Yaccarini

Société de développement Angus

Mesures d'aide (1/3)

Revue des mesures d'aide sectorielle et de leur utilité

Parmi les différentes mesures mises en place par le gouvernement et qui s'adressent à l'ensemble des secteurs économiques, certaines sont particulièrement appréciées par les secteurs du commerce de détail et de la restauration. Toutefois, mis à part les mesures sur les salaires et la main d'œuvre, la plupart des programmes sont sous forme de prêts.

	Description	Organisation responsable	Type d'aide financière	Montant autorisé	Commentaire
Gouvernement du Québec (palier provincial)	<p>PACTE (Programme d'action concertée temporaire pour les entreprises)</p> <p>Appuie les entreprises dont les liquidités sont affectées par les répercussions de la COVID-19. Selon la taille de l'entreprise (GE ou PME), le besoin est d'un montant supérieur ou inférieur à 50 000 \$ pour leur fonds de roulement</p> <p>Type d'entreprise : Tous</p>	<p>Clients : Investissement Québec (IQ)</p> <p>Non-clients : Institution financière</p>	Prêt portant intérêt ou garantie de perte de prêt	Plus de 50 k\$ ou moins de 50 k\$ selon la taille de l'entreprise	Accessible aux entreprises du secteur si elles peuvent démontrer que la COVID-19 les a affectées temporairement dans leurs flux monétaires
	<p>En bonification du PACTE, mise en place de l'AERAM (Aide aux entreprises en régions en alerte maximale) à partir du 1^{er} octobre 2020 pour les établissements en zone rouge</p> <p>L'AERAM prend la forme d'un pardon de prêt, prenant effet après le moratoire de capital, correspondant à 100 % des dépenses admissibles en lien avec la location ou la propriété de l'immeuble jusqu'à concurrence de 15 000 \$ par mois durant la période de fermeture des établissements en zone rouge, et ce, jusqu'à un maximum de 80 % du montant du prêt. Les dépenses admissibles liées au pardon sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les taxes municipales et scolaires; • le loyer (la portion non couverte par un autre programme gouvernemental); • les intérêts payés sur les prêts hypothécaires; • les assurances; • les frais de télécommunication; • les frais liés aux services publics, comme l'électricité et le gaz; • les permis et les frais d'association. 				
	<p>PACME (Programme actions concertées pour le maintien en emploi)</p> <p>Fournir un soutien financier pour couvrir les frais de formation et aider les entreprises qui connaissent une réduction de leurs activités habituelles afin de maintenir leurs activités pendant la pandémie</p> <p>Type d'entreprise : Tous et travailleurs autonomes</p>	Gouvernement du Québec	Subvention	Peut atteindre 100 k\$ pour couvrir 100 % des frais de formation et 50 % des dépenses entre 100 k\$ et 500 k\$	Le programme est maintenant fermé
	<p>Programme de soutien technique</p> <p>Mise à disposition d'une équipe de professionnels qui offrira un soutien technique pour réaliser l'audit et l'adaptation sanitaire d'établissements dans le besoin</p>	ASFQ	Soutien technique	Offre de différents services	Les services inclus : audit des locaux, solutions d'adaptation de l'espace (parcours-client, signalétique, réaménagements, installations, etc.) et assistance pour planifier des travaux
	<p>Aides d'urgence aux petites et moyennes entreprises</p> <p>Offre d'un prêt ou d'une garantie de prêt pouvant atteindre 50 000 \$</p>	Gouvernement du Québec	Prêt ou garantie	Peut atteindre 50 k\$	Le programme vise à pallier le manque de liquidités

Mesures d'aide (2/3)

Revue des mesures d'aide sectorielle et de leur utilité

		Description	Organisation responsable	Type d'aide financière	Montant autorisé	Commentaire
Report de paiements	Report des versements de la taxe de vente				s. o.	Accessible aux entreprises du secteur
	Report des paiements d'impôts sur le revenu	Report des paiements de TPS/TVH du 31 mars au 30 juin 2020	ARC	Reports de paiements	s. o.	Accessible aux entreprises du secteur
		Report de la déclaration de revenus au 1 ^{er} juin 2020 et paiements jusqu'au 31 août			s. o.	Accessible aux entreprises du secteur
Subvention Salariale	Subvention salariale d'urgence (SSUC)	Permet aux employeurs ayant subi une diminution de revenus de recevoir une subvention salariale temporaire	ARC par le portail en ligne	Subvention	75 % de la rémunération versée; maximum hebdomadaire de 847 \$ par employé	Accessible aux entreprises du secteur qui ont connu une baisse de 30 % de leurs revenus
	Subvention salariale temporaire	Type d'entreprise : Tous, sauf organismes publics. Pour la subvention salariale temporaire seulement les PME	Aucune demande n'est requise	Subvention	10 % de la rémunération versée; maximum de 1 375 \$ par employé et 25 k\$ par employeur	Accessible aux entreprises du secteur
Subvention d'urgence du Canada pour le loyer (SUCL)		La nouvelle SUCL donnerait suite au programme précédent en offrant une aide directe, ciblée et accessible aux organisations admissibles touchées par la COVID-19, sans qu'elles aient à passer par le propriétaire des immeubles	ARC	Prêt-subvention	Subvention complémentaire de 25 %, en plus de la subvention au taux de 65 %	Accessible aux entreprises du secteur
AUCLC destinée aux petites entreprises		Offre des prêts-subventions aux propriétaires d'immeubles commerciaux pour qu'ils puissent réduire les loyers des PME Type d'entreprise : PELT	SCHL	Prêt-subvention	Jusqu'à 50 % des loyers mensuels bruts (ne dépassant pas 50 k\$)	Accessible aux entreprises du secteur
Crédit d'urgence pour les grands employeurs (CUGE)		Offre un financement intérimaire aux grands employeurs canadiens pour les aider à conserver leur personnel et à maintenir leurs activités Type d'entreprise : Grandes entreprises	CDEV	Prêt à intérêt	60 M\$ et plus	Accessible aux entreprises du secteur, mais avec des conditions restrictives ne le rendant pas particulièrement attrayant pour les compagnies de très grande taille

Mesures d'aide (3/3)

Revue des mesures d'aide sectorielle et de leur utilité

	Fédéral	Provincial	Municipal	Autres	
Types d'enjeux	Enjeux de main-d'œuvre (coût et formation)	Subvention salariale d'urgence et temporaire	Programme actions concertées pour le maintien en emploi (PACME)*		
	Enjeux liquidités	Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes Fonds d'aide et de relance régionale – FARR	Prêt garanti (IQ) Programme d'action concertée temporaire pour les entreprises – PACTE Programme d'Aide d'urgence pour les petites et moyennes entreprises – PAUPME Aide aux entreprises en région en alerte maximale – AERAM (IQ) Fonds local d'investissement – FLI Aide aux entreprises – soutien temporaire au fonds de roulement (SODEC)		Programme de crédit aux entreprises – PCE (EDC et BDC) Financement Bons de commande (BDC)
	Enjeux loyers	Aide d'urgence du Canada pour le loyer commercial – AUCLC* Subvention d'urgence du Canada pour le loyer – SUCL	Aide d'urgence aux petites et moyennes entreprises – PAUPME		
	Enjeux taxes	Report des paiements de TPS/TVH* Report de la déclaration de revenus*			
	Numérique (guichet et logistique)	Fonds d'aide à la petite entreprise – Soutenons l'achat local	Fonds de consolidation des activités commerciales*	Accompagnement gratuit pour soutenir la relance des PME montréalaises avec le Conseil québécois du commerce de détail	Le Panier Bleu Programme de subventions pour les petites entreprises de Facebook (Facebook for Business) Fonds de Shopify Capital
	Enjeux d'accessibilité			Stationnement gratuit la fin de semaine Prolongation des heures d'ouverture Ajustement du calendrier des chantiers de construction à Montréal Gèle des taxes foncières pour 2021	Service de livraison urbaine offert aux commerçants (Jalon MTL et COOP Carbone)
	Autres	Amendements au projet de loi 61 Programme AERAM	Compensation financière (enveloppe de 5,3 M\$) aux entreprises du secteur de la vente d'alcool pour réduire la facture des droits annuels d'exploitation équivalant au montant dû pour quatre mois		

* Mesures n'étant plus disponibles en date du 1^{er} octobre 2020

MOUVEMENT ÉCONOMIQUE
MÉTROPOLITAIN

RELANÇONS **MTL**

RELANÇONSMTL.CA

Propulsé par :



Canada 



Québec 

Montréal 

En association avec :



En collaboration avec :



Grâce au soutien de :



CGI

Desjardins

Hydro
Québec

LA PRESSE

MONTREAL
GAZETTE



RioTinto

En partenariat avec :



AÉRO
MONTREAL

alu Québec
Groupe de l'aluminium



CARGOM
GRAPPE MÉTROPOLITAINE DE
LOGISTIQUE ET TRANSPORT DE MONTRÉAL

CO
CD
Conseil québécois
du commerce de détail

Culture
Montréal

écotech
Québec

femmessor
financement +
accompagnement

FINANCE
MONTREAL

JCCM
JEUNE CHAMBRE
DE COMMERCE
DE MONTRÉAL

La
GUILDE
du jeu vidéo
du Québec

mmode
LA GRAPPE MÉTROPOLITAINE DE LA MODE

MTL
INTL
Montréal
International

MONTREAL
INVIVO

NUMANA
Catalyseur d'écosystèmes technologiques

propulsion
Québec
Groupe des
transports électriques
et intelligents

TOURISME /
MONTREAL