

---

**LA VENTE D'ALIMENTS SUR LE DOMAINE  
PUBLIC – LA CUISINE DE RUE**

---

**Mémoire présenté à la Commission  
permanente sur le développement  
économique et urbain et l'habitation**

---

Société de développement  
commerciale de la Plaza St-Hubert  
6841, rue Saint-Hubert  
Montréal (Québec) H2S 2M7  
Tél.: 514 276-8501  
Télec.: 514 276-9303  
Courriel : [info@maplaza.ca](mailto:info@maplaza.ca)  
Site Internet : [www.maplaza.ca](http://www.maplaza.ca)

---



## **LA VENTE D'ALIMENTS SUR LE DOMAINE PUBLIC – LA CUISINE DE RUE**

**Mémoire présenté à la Commission permanente sur le développement économique et urbain et l'habitation par la SDC de la Plaza Saint-Hubert  
Le 27 novembre 2012**

---

### **1. À propos de la SDC de la Plaza St-Hubert**

Organisme à but non lucratif, la SDC (Société de Développement Commercial) de la Plaza St—Hubert a pour mission de promouvoir le développement commercial et la notoriété de la rue St-Hubert. Dans le but d'aider les commerçants à réussir en affaires, la Société défend leurs intérêts et fait l'impossible pour répondre à leurs besoins. Elle veut avant tout renforcer le rôle central de la rue autant au plan du développement culturel, durable, social que commercial. Ce faisant, elle cherche à favoriser un sentiment d'appartenance et de fierté, aussi bien chez les commerçants, chez les résidents que chez la clientèle.

La Plaza St-Hubert est une artère commerciale majeure de la ville de Montréal qui représente 400 entreprises de détail et de service entre les rues Bellechasse et Jean-Talon. À ce titre, elle fait valoir les points de vue et les préoccupations communes des commerçants. Son pouvoir de regroupement, combiné à sa capacité de promouvoir les affaires, de réaliser des travaux d'amélioration et d'offrir de multiples services, font de la Société un important agent économique. Par son action, elle accroît le dynamisme commercial du secteur tout en répondant aux besoins des citoyens des quartiers environnants.

### **2. Objectifs généraux**

- Créer des événements rassembleurs, majeurs, culturels et festifs sur la Plaza St-Hubert;
- Permettre aux visiteurs de vivre des moments uniques sur une des artères majeures de Montréal;
- Attirer et agrémenter le magasinage des visiteurs;
- Faire connaître le secteur de la Plaza Saint-Hubert : ses commerces;
- Contribuer au dynamisme et à la vitalité du quartier.

### **3. La philosophie d'intervention de la SDC**

La SDC se consacre au développement économique et culturel local en mobilisant le monde des affaires et le milieu culturel et en intervenant pour améliorer la qualité de vie du milieu. Financée à plus de 90 % par des fonds privés, la SDC occupe une place unique et privilégiée pour stimuler le dynamisme économique et culturel et ainsi collaborer à l'émergence de projets concrets.

Au fil des ans, la SDC a acquis une vision globale du développement économique et culturel local et a établi des partenariats avec l'ensemble des acteurs concernés : les autorités municipales et gouvernementales, les regroupements d'affaires, les services de sécurité publique, les organismes du milieu, etc. L'expertise de la SDC dans son développement économique et culturel, en particulier dans les interventions locales, en fait une alliée

stratégique importante pour l'arrondissement Rosemont-La Petite-Patrie. La SDC et l'Arrondissement partagent tous deux des objectifs de grande importance, notamment le soutien du dynamisme économique et la prise en charge du développement par le milieu.

**La SDC assume le leadership nécessaire à la mise en valeur de l'artère commerciale.**

« Les artères doivent demeurer compétitives, car elles offrent une atmosphère différente et complémentaire aux centres d'achats et aux grandes surfaces, dans la mesure où elles sont structurées à un niveau suffisant pour leur permettre à la fois de faire la promotion de leur secteur et de créer des aménités supplémentaires »<sup>1</sup>. Ainsi, les artères se doivent d'améliorer collectivement l'expérience urbaine et de magasinage de leur secteur pour en faire des lieux recherchés par leur clientèle.

#### **4. La typologie commerciale sur la Plaza**

On retrouve sur la Plaza 387 commerces, dont :

- 27 restaurants et commerces d'alimentation
- 163 commerces de biens semi-courants
- 73 commerces de biens réfléchis
- 23 services personnels
- 12 commerces de biens courants
- 10 commerces de divertissement
- 79 autres

Cette offre commerciale fait de la Plaza une destination régionale spécialisée pour la mariée (robes, accessoires, etc.) ainsi qu'une artère de quartier par la présence de commerces de biens et services courants et de restaurants.

#### **5. Le contexte actuel sur la Plaza**

Notre position par rapport à l'objet de la consultation publique s'appuie sur une série de facteurs généraux et particuliers. Pour les facteurs généraux, nous sommes solidaires et tout à fait en accord avec la position exprimée par l'Association des SDC de Montréal dans son mémoire. Sachez que les positions et points de vue exprimés dans le mémoire de l'Association reflètent à tout égard notre propre position.

À cela s'ajoutent des facteurs particuliers, propres à la Plaza Saint-Hubert. En effet, notre secteur fera l'objet de travaux d'infrastructures majeurs très prochainement, sans doute en 2013 ou 2014.

Selon nos échanges avec l'arrondissement Rosemont - La Petite-Patrie, nous comprenons que ces travaux auront pour but de remplacer les infrastructures d'égouts et d'aqueduc. Par conséquent, la chaussée sera trouée sur plusieurs sections, selon un échéancier dans le

---

<sup>1</sup> Lawrence, *The Effect of non-performance attributes on shopping destination choice*, McGill School of Urban Planning Supervised Research Project, Montréal, 198

temps. Nous ne sommes pas en mesure de vous confirmer aujourd'hui à quel moment ils débuteront ni quand ils se termineront les travaux.

Ceci inquiète nos 400 commerçants, car ils auront à subir une importante série de nuisances majeures associées aux travaux sur la rue et une possible baisse d'achalandage et de ventes. Certains commerces, les plus fragiles, devront fermer leurs portes si l'on se fie aux expériences semblables sur la rue Saint-Denis, sur le Boulevard Saint-Laurent et sur l'Avenue du Parc. D'autres, plus nombreux subiront des pertes financières. De tels événements viennent fragiliser le niveau de confiance de nos membres et l'idée même d'introduire des kiosques alimentaires ambulants sur la rue arrive à un très mauvais moment.

À priori, une telle idée ne nous séduit pas et le mémoire de l'Association des SDC est très explicite sur ce point

En conclusion, compte tenu du contexte, il n'est pas dans l'intérêt des 400 commerçants de la Plaza Saint-Hubert de supporter cette proposition. Nous préférons donc vous indiquer que nous nous opposons très clairement au projet de cuisine de rue tel que vous le présentez.

Merci de l'attention que vous porterez à notre point de vue.



Mike Parente  
Directeur général  
SDC Plaza Saint-Hubert