

Relance économique du centre-ville de Longueuil

**Rapport final présenté au ministère de l'Économie,
de l'Innovation et de l'Énergie du Québec**

Avril 2025

longueuil

Table des matières

03 Introduction

04 Plan d'action

07 Bilan des dépenses

08 Cartes du secteur

10 Événement de concertation

Étude d'opportunité pour la création d'une Société de développement commercial (SDC) sur la rue Saint-Charles11

12 Aide aux entreprises

Mise en place d'une Société de développement commercial (SDC) sur la rue Saint-Charles 13

Formation aux commerçants 15

Campagne d'achat local 17

Programme d'animation 18

Stratégie d'attraction et rayonnement 20

22 Infrastructures et mobilier

Équipements pour favoriser la convivialité, l'inclusivité et l'attractivité du centre-ville.23

Verdissement, embellissement et agriculture urbaine.24

Lien innovant vers Saint-Charles25

26 Aménagement

Aménagement d'espaces publics éphémères de type « greendeskings »27

Art urbain28

Brigade de propreté 30

Mesures de mitigation - chantiers. 31

33 Conclusion

Introduction

La pandémie de COVID-19 et l'urgence sanitaire qui caractérisaient cette période ont mis à rude épreuve la résilience et la vitalité des centres-villes à l'échelle du Québec. En réponse à ce contexte particulier, la Ville de Longueuil a rapidement mis sur pied un plan d'action permettant de soutenir

les activités économiques, commerciales, touristiques et culturelles nécessaires au maintien de la vitalité de ces centres urbains, et ce, en complémentarité avec les programmes et mesures existants. Fort d'un appui financier de 2 000 000 \$ de la part du gouvernement du Québec et de son ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIE), la Ville de Longueuil avait à sa disposition l'ensemble des leviers pour soutenir cette mission importante tout en favorisant le retour des travailleurs et le soutien en continu des entreprises du secteur.

Au cours des trois dernières années, la Ville de Longueuil a soutenu une multitude de projets, dont l'objectif premier était de répondre aux orientations gouvernementales, soit :

- Aider les entreprises à se relever des impacts de la pandémie au mieux de sa capacité et en respect des lois applicables;
- Planifier des aménagements au centre-ville offrant un milieu de vie attrayant et encourageant un retour de l'achalandage d'avant la pandémie;
- Organiser des événements de concertation entre les divers partenaires du centre-ville pour faciliter les échanges entre les gens d'affaires du secteur;
- Acquérir des infrastructures et du mobilier permanents permettant d'enjoliver les lieux en créant de nouvelles zones avec une ambiance dynamique et prospère.

Le centre-ville longueuillois, bénéficiant de ce financement, est divisé en deux sections distinctes. Il y a d'abord le cœur urbain articulé autour du métro Longueuil-Université-de-Sherbrooke composé de la portion centre-ville plus classique du concept avec ses grands générateurs de déplacements, son campus universitaire et ses grands ensembles immobiliers. La seconde zone est composée de la rue Saint-Charles Ouest, soit le cœur de quartier du site patrimonial du Vieux-Longueuil regroupant environ 150 établissements d'affaires sur une artère dynamique et vivante.

À cette étape, la Ville souhaite présenter le bilan des actions qui ont été entreprises pour favoriser la relance économique de son centre-ville.



Plan d'action

AXE D'ORIENTATION/ PROJET	INVESTISSEMENT TOTAL PRÉVU	ACTIVITÉS ET INITIATIVES PROPOSÉES	OBJECTIFS VISÉS	RÉSULTATS ATTENDUS
Événements de concertation				
1. Étude d'opportunité pour la création d'une Société de développement commercial (SDC) sur la rue Saint-Charles	60 000,00 \$	Services professionnels pour déterminer le territoire potentiel et les modalités de création de la SDC.	Répondre à la demande du milieu, accélérer le mouvement de mobilisation.	Outil d'aide à la décision permettant au conseil municipal de prendre une décision éclairée quant à la mise en place d'un tel organisme.
Aide aux entreprises				
2. Mise en place d'une Société de développement commercial (SDC) sur la rue Saint-Charles	300 000,00 \$	Location et améliorations locatives du bureau de la SDC, équipement informatique, subvention salariale des employés, budget d'opération.	Aider la mise en place de la SDC dès l'année 1 pour faciliter une mise en œuvre plus rapide.	Augmentation de la promotion, de l'attraction et du dynamisme général de l'artère commerciale. Levier de développement économique local.
3. Formation aux commerçants	100 000,00 \$	Formations et accompagnement personnalisé sur différentes thématiques de gestion : planification stratégique, marketing, soutien aux entrepreneurs, ressources humaines, merchandising, service à la clientèle/vente, virage numérique, etc.	Aider les commerçants à obtenir des outils pratiques pour faciliter leur visibilité, leur promotion, leur présence sur le Web, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Retombées financières pour les établissements d'affaires. • Augmentation de la promotion, de l'attraction et du dynamisme général des commerces de proximité et des bureaux professionnels.
4. Campagne d'achat local	120 000,00 \$	Bons d'achat (cartes-cadeaux prépayées) vendus aux consommateurs pour le montant souhaité et majoré à 40-50 % grâce à une contribution de la Ville.	Encourager le consommateur à fréquenter les commerces du centre-ville.	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de la promotion, de l'attraction ainsi que la satisfaction du commerçant et du consommateur. • Retombée financière pour le commerçant.
5. Programme d'animation	300 000,00 \$	Programmation événementielle : marché fermier, activités thématiques en fonction des saisons, etc.	Créer une programmation événementielle à l'année pour animer le centre-ville, favoriser l'achalandage et faire rayonner le secteur de la rue Saint-Charles.	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de la promotion, de l'attraction et du dynamisme général au centre-ville. • Augmentation du sentiment d'appartenance. • Retombées financières pour les commerçants et accroissement du taux d'achalandage.
6. Stratégie d'attraction et de rayonnement	120 000,00 \$	Outils de communication pour augmenter la visibilité et la promotion des établissements d'affaires au centre-ville.	Faire connaître les initiatives au centre-ville pour attirer la clientèle.	Augmentation de la promotion, de l'attraction et du dynamisme général. Augmentation du sentiment d'appartenance et renforcement de l'identité du centre-ville.

AXE D'ORIENTATION/ PROJET	INVESTISSEMENT TOTAL PRÉVU	ACTIVITÉS ET INITIATIVES PROPOSÉES	OBJECTIFS VISÉS	RÉSULTATS ATTENDUS
Infrastructures et mobilier				
7. Équipements pour favoriser la convivialité, l'inclusivité et l'attractivité du centre-ville	340 000,00 \$	Ajout de mobilier urbain, d'espaces de détente, d'équipements sportifs, marquage au sol et autres éléments permettant de favoriser les efforts vers la création d'un milieu de vie complet. Bonifier l'aménagement de parcours piétons vers des lieux stratégiques qui sont méconnus ou sous-utilisés ou dont les trajets actuels sont non sécuritaires ou peu conviviaux (ex. : parc Gilles-Latulippe).	<ul style="list-style-type: none"> • Améliorer la sécurité et la convivialité de certains parcours actifs stratégiques. • Améliorer la mobilité active dans le secteur. • Offrir la possibilité pour les étudiants, travailleurs et résidents de se divertir au centre-ville. • Assurer une certaine rétention de la clientèle sur l'heure du dîner et après les heures de travail. 	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de l'achalandage, de la sécurité des parcours, de la promotion et de l'attraction du centre-ville. • Augmentation de la satisfaction générale de la population.
8. Verdissement, embellissement et agriculture urbaine	80 000,00 \$	<ul style="list-style-type: none"> • Conception et entretien d'une station d'agriculture urbaine au centre-ville. • Achat et plantation de végétaux et semis. • Activités d'animation d'agriculture urbaine pour les citoyens. 	Embellir le centre-ville, accroître l'achalandage.	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de la promotion, de l'attraction et du dynamisme général. • Embellissement général du centre-ville.
9. Lien innovant vers Saint-Charles	150 000,00 \$	Ajout d'une station BIXI électrique au métro Longueuil. Déplacement de la station originale vers le Vieux-Longueuil pour allonger le réseau.	<ul style="list-style-type: none"> • Amener la clientèle du métro Longueuil vers les commerces de la rue Saint-Charles pour répondre aux besoins d'une offre commerciale et alimentaire intéressante. • Créer une symbiose entre les deux secteurs du centre-ville afin d'avoir un partage de clientèle et augmenter l'achalandage de toutes les zones. • Favoriser la mobilité active et collective. 	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de l'achalandage autant dans le cœur urbain que sur la rue Saint-Charles. • Impact positif sur l'usager et augmentation de la satisfaction du commerçant et du consommateur.
Aménagement				
10. Aménagement d'espaces publics éphémères de type « Greendesking »	100 000,00 \$	Aménagement d'aires de bureaux extérieures réinventées avec Wi-Fi gratuit.	Favoriser le retour au travail des employés de bureau en offrant une aire de travail différente et sécuritaire.	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de l'attraction du secteur en ramenant les travailleurs au centre-ville. • Embellissement et renforcement du sentiment de sécurité.
11. Art urbain	100 000,00 \$	Installation d'œuvres d'art dans le cœur urbain et sur la rue Saint-Charles.	Embellir le centre-ville et accroître l'achalandage.	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de la promotion, de l'attraction et du dynamisme général. • Renforcement du sentiment d'appartenance et de l'identité du centre-ville. • Prioriser l'art public au centre-ville.

AXE D'ORIENTATION/ PROJET	INVESTISSEMENT TOTAL PRÉVU	ACTIVITÉS ET INITIATIVES PROPOSÉES	OBJECTIFS VISÉS	RÉSULTATS ATTENDUS
12. Brigade de propreté	50 000,00 \$	Lavage du mobilier, ramassage des déchets.	Assurer la propreté et la sécurité des espaces aménagés.	Augmentation de l'achalandage, la sécurité et la propreté des parcours et favoriser l'attraction du centre-ville.
13. Mesures de mitigation – chantiers	100 000,00 \$	<ul style="list-style-type: none"> • Aménagements temporaires pour assurer la convivialité des espaces publics et la fluidité de la circulation dans le secteur (piétonne, automobile, autobus). • Développement d'outils de communications pour assurer la visibilité des commerçants malgré le chantier. • Installation de toilettes chimiques extérieures pour pallier le manque de ces équipements durant les travaux en cours. 	<ul style="list-style-type: none"> • Maintenir le centre-ville attractif et sécuritaire malgré la présence de chantiers de construction. • Capacité d'adaptation rapide en fonction de l'évolution des chantiers. 	<ul style="list-style-type: none"> • Création d'un lien de communication privilégiée avec les grands propriétaires du centre-ville (SSQ, Université de Sherbrooke (UdeS), immeubles résidentiels, etc.). • Embellissement, diminution des nuisances et renforcement du sentiment de sécurité malgré la présence des chantiers.

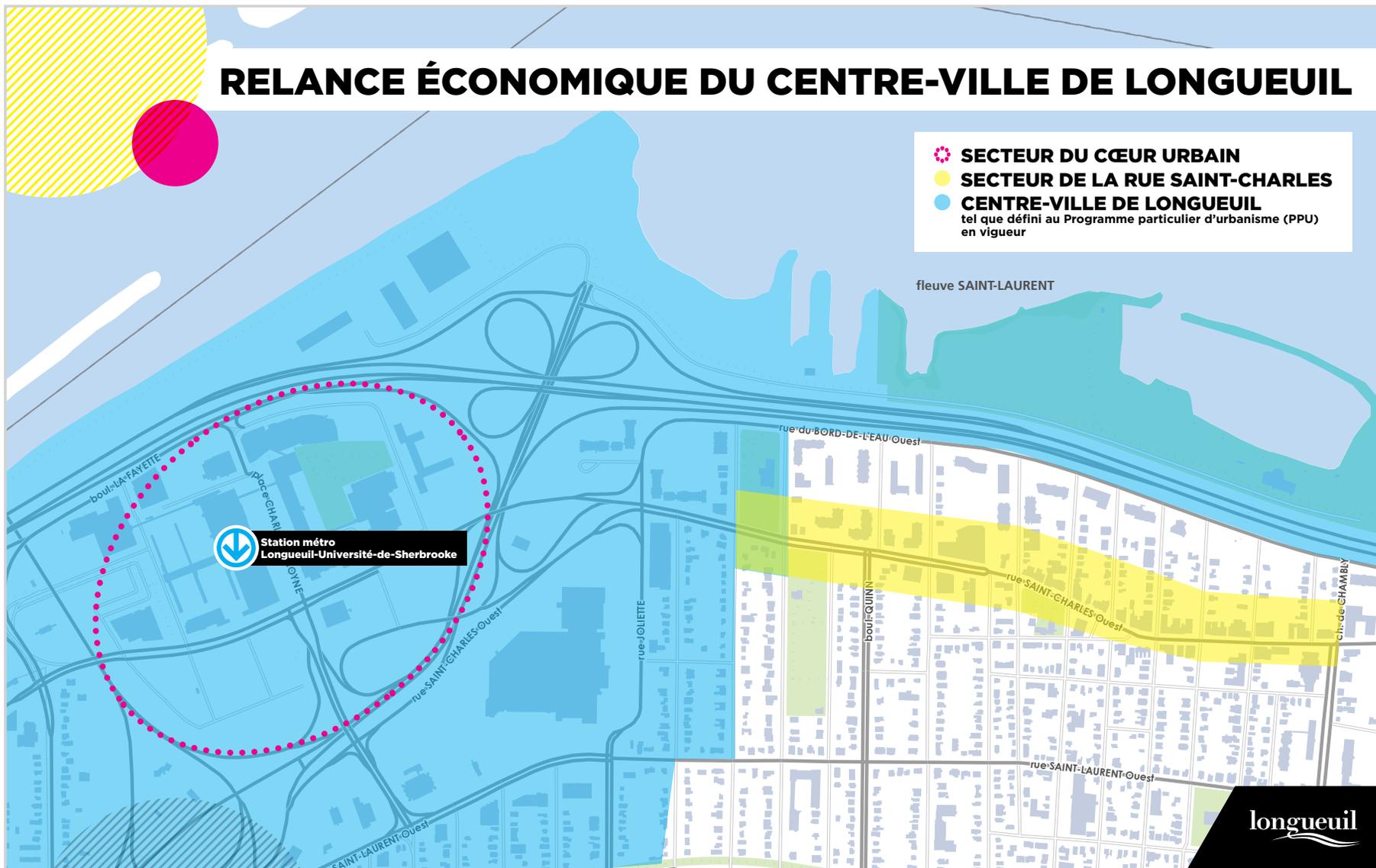


Bilan des dépenses

Axe d'orientation / Projet	Investissement total prévu au plan d'action	Dépenses au 31 décembre 2024 (taxes nettes)	Dépenses à venir (engagement)	Balance
Aide aux entreprises				
Mise en place d'une Société de développement commercial sur la rue Saint-Charles	300 000,00 \$	226 372,86 \$	70 000,00 \$	3 627,14 \$
Formations aux commerçants	100 000,00 \$	91 394,52 \$	0 \$	8 605,48 \$
Campagne d'achat local	120 000,00 \$	162 519,94 \$	0 \$	-42 519,94 \$
Programme d'animation	300 000,00 \$	247 432,80 \$	30 000,00 \$	22 567,20 \$
Stratégie d'attraction et de rayonnement	120 000,00 \$	139 478,06 \$	2 708,67 \$	-22 186,73 \$
Aménagements au centre-ville				
Aménagement d'espaces publics éphémères de type « greendeskings »	100 000,00 \$	97 800,66 \$	0 \$	2 199,34 \$
Art urbain	100 000,00 \$	155 003,79 \$	0 \$	-55 003,79 \$
Brigade de propreté	50 000,00 \$	53 321,29 \$	0 \$	-3 321,29 \$
Mesures de mitigation	100 000,00 \$	39 407,82 \$	745,41 \$	59 846,77 \$
Événements de concertation				
Étude d'opportunité pour la création d'une Société de développement commercial sur la rue Saint-Charles	60 000,00 \$	42 203,06 \$	0 \$	17 796,94 \$
Infrastructures et mobiliers permanents				
Équipements pour favoriser la convivialité, l'inclusivité et l'attractivité du centre-ville	340 000,00 \$	339 873,54 \$	28 260,32 \$	-28 133,86 \$
Verdissement, embellissement et agriculture urbaine	80 000,00 \$	110 813,77 \$	0 \$	-30 813,77 \$
Lien innovant St-Charles	150 000,00 \$	132 730,00 \$	0 \$	17 270,00 \$
Honoraires professionnels				
	80 000,00 \$	29 933,49 \$	0 \$	50 066,51 \$
Total	2 000 000,00 \$	1 868 285,59 \$	131 714,41 \$	0,00 \$

RELANCE ÉCONOMIQUE DU CENTRE-VILLE DE LONGUEUIL

- SECTEUR DU CŒUR URBAIN
- SECTEUR DE LA RUE SAINT-CHARLES
- CENTRE-VILLE DE LONGUEUIL
tel que défini au Programme particulier d'urbanisme (PPU)
en vigueur

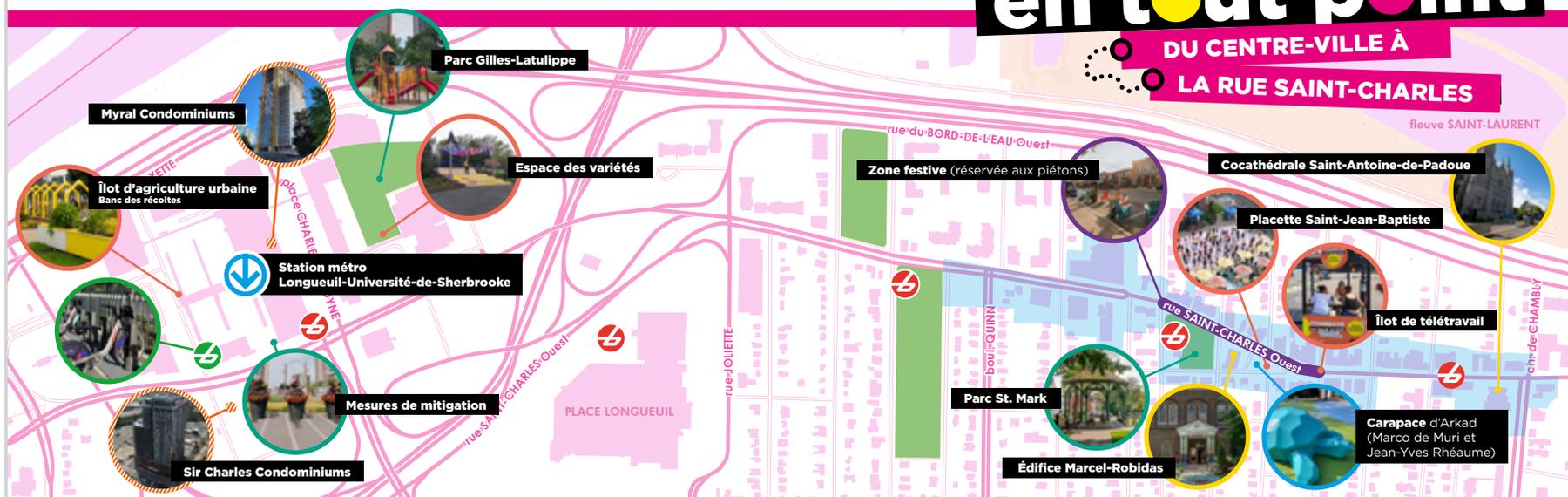


Cartes du secteur

- ART PUBLIC
- PLACETTES ET ÎLOTS
- PARCS ET ESPACES VERTS
- PATRIMOINE CULTUREL
- CHANTIERS
- VÉLOS BIXI
- ZONE FESTIVE (réservée aux piétons)
- ZONE COMMERCIALE - SDC ESPACE SAINT-CHARLES

VIBRANT en tout point

DU CENTRE-VILLE À
LA RUE SAINT-CHARLES



longueuil.quebec

En collaboration avec
Québec

longueuil



Événement de concertation



○ Étude d'opportunité pour la création d'une

○ Société de développement commercial (SDC)

○ sur la rue Saint-Charles

Investissement total prévu : 60 000 \$

Coût réel : 42 203,06 \$

Économie de : 17 796,94 \$

Au cours du printemps 2022, la Ville a donné un mandat à l'organisme Espaces Stratégies afin de réaliser une étude d'opportunité dans le secteur de la rue Saint-Charles Ouest pour déterminer s'il était réaliste d'y créer une toute première Société de développement commercial (SDC) sur le territoire longueillois. Plusieurs rencontres ont été organisées avec les acteurs du milieu dont, au premier plan, l'association des commerçants existante. Un sondage a été distribué pour mesurer l'intérêt des commerçants de la rue à cette initiative et une soirée d'information a eu lieu pour présenter les résultats de l'étude. Les conclusions de l'étude étant positives, les élus ont donné une orientation favorable à la création de la SDC et les démarches ont été lancées, du côté de la Ville, pour en faciliter la mise sur pied.

L'année suivante, une mise à jour des scénarios de cotisation de la future SDC a été effectuée, permettant d'offrir un portrait le plus à jour possible aux commerçants concernés. Tous ces intrants ont été utilisés par les commerçants pour faire un choix éclairé lors du processus référendaire entourant la création de la SDC.

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET GLOBALES :

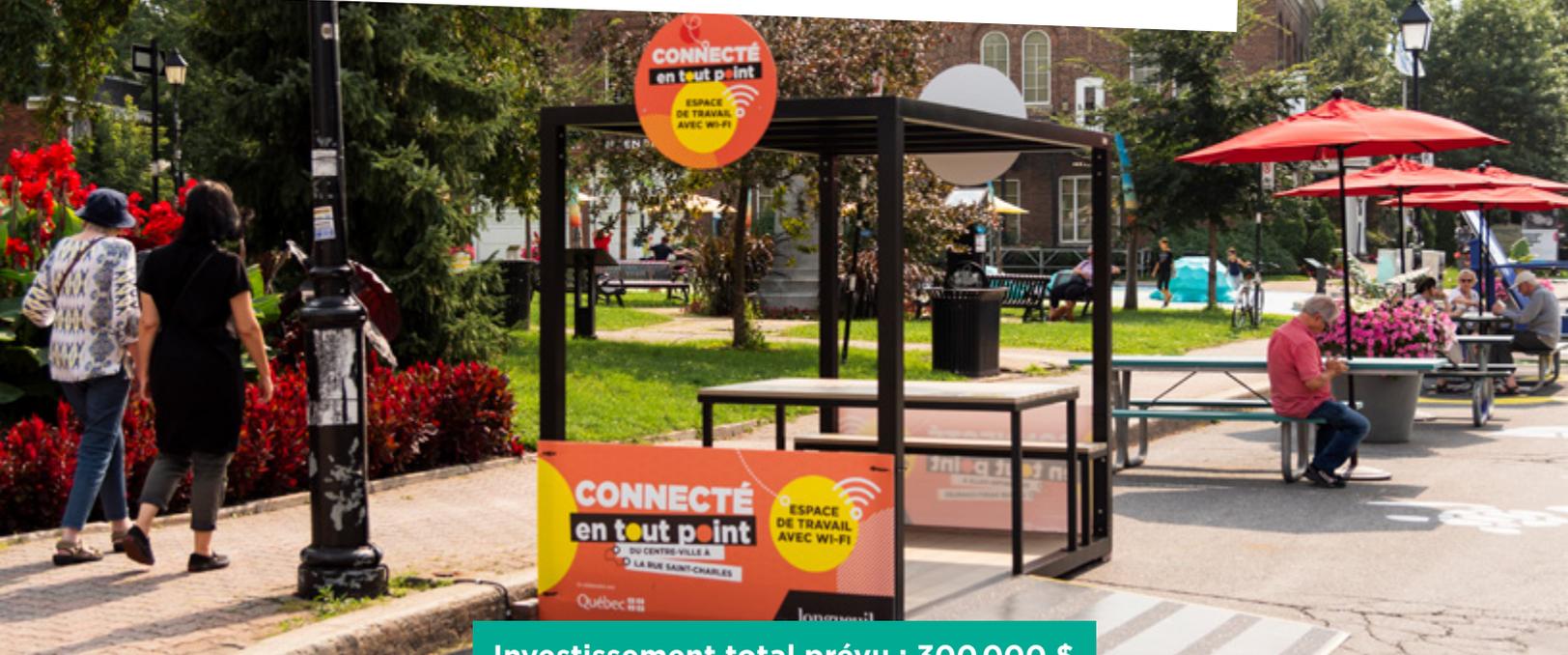
Orientation favorable à la création d'une SDC

Viabilité du projet confirmée

○ Aide aux entreprises



Mise en place d'une Société de développement commercial (SDC) sur la rue Saint-Charles



Investissement total prévu : 300 000 \$

Coût réel, à ce jour : 226 372,86 \$

Montant engagé (2025) : 70 000,00 \$

Économie de : 3627,14 \$

À la suite de la réalisation de l'étude d'opportunité et la réception d'une orientation favorable des élus à la création d'une Société de développement commercial (SDC) sur la rue Saint-Charles Ouest, la Ville de Longueuil a rédigé et adopté son tout nouveau Règlement (CO-2023-1233) encadrant la création de SDC sur son territoire. À cet effet, le règlement visait à établir les règles applicables aux SDC et à définir les limites de zones commerciales pouvant faire l'objet d'une demande de la part des établissements d'affaires qui y ont pignon sur rue.

Après l'adoption de ce règlement, les établissements d'affaires du secteur de la rue Saint-Charles Ouest ont déposé une demande formelle à la Ville pour créer la toute première SDC sur le territoire de la municipalité. Un processus référendaire rigoureux a été mis sur pied pour sonder l'opposition à ce projet dans le secteur, tel que balisé par la Loi. À défaut d'une opposition forte au projet, la Ville a autorisé la création de la SDC à l'automne 2023.

Dans l'attente de l'organisation d'une première assemblée de fondation de la SDC, la Ville de Longueuil a octroyé un mandat externe permettant d'accompagner un comité provisoire des établissements d'affaires du secteur dans toutes les étapes techniques et administratives requises pour assurer le bon fonctionnement de ce nouvel organisme : rédaction des règlements généraux, adoption d'un code d'éthique, préparation du



© Pierre Boudreault

Premier conseil d'administration de la SDC (de gauche à droite : Cédric Domingue - Métro Domingue, Laurence Dagenais-Larouche - Ville de Longueuil, Dominic Monette - Café Terrasse 1957 & Bungalow Bar Salon, Chantal Isabelle - Restaurant Magia & Madame Thai, Michel Couturier - Cocathédrale Saint-Antoine-de-Padoue, Ann-Frédéric David - Pâtisserie Ô Gâteries, Patrick Meighen - Remax Imagine, Amélie Larin - Caisse Desjardins du Vieux-Longueuil et Larry Lapointe - Centres Dentaires Lapointe)

budget, tâches logistiques associées à l'assemblée de fondation, embauche d'une direction générale, etc. Au même moment, la Ville a approuvé une entente d'aide financière de 270 000,00 \$ permettant d'aider au démarrage de la SDC dans l'attente de la réception des cotisations prévus par ses membres. Cette somme a notamment servi à embaucher une direction générale, louer un local pour les activités de la Société, acquérir du mobilier et de l'équipement informatique, soutenir la mise sur pied d'un site Web, etc.

Un premier règlement de cotisation a finalement été adopté par la Ville, à l'hiver 2024, permettant d'agir comme intermédiaire pour la collecte des cotisations dues à la Société pour ses activités régulières. La Ville poursuivra son soutien à l'organisme tout au long de sa vie, notamment par une présence en continu au sein de son conseil d'administration où cette dernière détient un siège comme prévu par la Loi.

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET GLOBALES :



Création de la toute première SDC sur le territoire de Longueuil

Signature d'une entente d'aide financière avec la SDC

Promotion du développement des affaires et contribution au rayonnement commercial

Formation aux commerçants



Investissement total prévu : 100 000 \$

Coût réel : 91 394,52 \$

Économie de : 8 605,48 \$

À l'automne 2022, la Ville de Longueuil a lancé une première série de 10 ateliers de formation pour les établissements d'affaires de la rue Saint-Charles Ouest et ceux situés dans le cœur urbain près du métro Longueuil-Université-de-Sherbrooke. Offerts grâce à notre partenaire Détail Formation, ces ateliers ont permis de former les établissements d'affaires dans le secteur du centre-ville et leurs employés à divers enjeux de gestion :

1. Développez votre clientèle locale et régionale
2. Fidélisez votre clientèle locale et régionale
3. Motivez vos employés!
4. Meilleures pratiques Web
5. Techniques de vente - La vente en 5C
6. Expérience client - Nouveaux concepts, nouvelles tendances
7. Développez votre marque employeur pour attirer vos futurs employés
8. Marchandisage : Mieux disposer vos produits en magasin
9. La négociation en affaires : ouvrez, proposez, marchandez et vendez!
10. Service à la clientèle - Avancé

Face au fort taux d'appréciation de ces rencontres de formation, une série de trois ateliers supplémentaires a été organisée l'année suivante :

1. Instagram - Intermédiaire
2. Renouvellement et négociation du bail commercial
3. Gestion des clients difficiles

Tout cela, sans compter des invitations envoyées gratuitement pour participer à au moins quatre ateliers additionnels webdiffusés pour les établissements qui n'avaient pas eu la chance d'assister aux formations précédentes. Un total de 234 participants a su jouir de ces différentes formations en gestion au bénéfice de leurs entreprises, avec une moyenne d'une quinzaine de personnes participantes par atelier.

Parallèlement, un total de 235 heures d'accompagnement personnalisé a été offert aux entreprises pour les épauler individuellement sur les différentes facettes de gestion qui les préoccupaient : planification stratégique, marketing, soutien aux entreprises, ressources humaines, marchandisage, service à la clientèle/vente, virage numérique, bail commercial, etc. La nouvelle Direction embauchée à la SDC Espace Saint-Charles a, elle-même, été en mesure de recevoir un accompagnement personnalisé permettant de mieux outiller la SDC sur les bonnes pratiques d'une planification stratégique.



RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET GLOBALES :

13
ateliers de
formations

235 heures
d'accompagnement
personnalisé

46
entreprises
bénéficiaires

Campagne d'achat local

Investissement total prévu : 120 000 \$

Coût réel : 162 519,94 \$

Balance de : -42 519,94 \$

Un des succès les plus mémorables du Plan de relance économique de la Ville de Longueuil est sans conteste l'organisation des trois campagnes d'achats locaux avec l'aide du partenaire d'affaires Hello Network. Il s'agit d'une offre promotionnelle inédite sur le territoire longueuillois. La campagne permettait à des consommateurs de divers horizons d'acquiescer une carte-cadeau d'une valeur « x » correspondant au montant initial investi par le client. Ce montant était alors bonifié de 40 à 50 % (selon les éditions) par une contribution de la Ville. Cette valeur totale pouvait alors être dépensée dans les établissements d'affaires participants du secteur du centre-ville.

Ainsi, la Ville encourage et concentre les dépenses de consommation des ménages dans un secteur spécifique (c.-à-d. le centre-ville) afin de maximiser les retombées économiques de ces dernières. Au bout de trois campagnes d'achat local (dont la troisième est encore en cours), les retombées économiques locales mesurées sont de l'ordre de 372 680 \$. De plus, Hello Network mesure que les consommateurs dépensent en moyenne 40 % de plus que le montant total inscrit sur leur carte-cadeau. En prenant cette hypothèse en compte, on estime que les retombées économiques locales totaliseraient 521 752 \$ jusqu'à maintenant. C'est donc plus d'un demi-million de dollars qui ont été dépensés dans le secteur du centre-ville favorisant l'achalandage et l'achat local dans les établissements d'affaires qui ont été durement touchés par les ravages de la pandémie et ses conséquences néfastes (inflation, pénurie de main-d'œuvre, baisse du pouvoir d'achat, etc.), sans compter ceux préexistants (concurrence du commerce en ligne, le commerce de grandes surfaces, etc.).

Ces dépenses ont, en grande majorité, bénéficié aux commerces de la restauration (63 % des achats) suivis par le commerce de détail (24 %) et les commerces de proximité (10 %). Cette situation n'est pas étrangère à la diversité commerciale présente dans le secteur de la rue Saint-Charles Ouest, où une majorité de restaurants y trouve domicile. En revanche, lorsqu'on analyse les transactions effectuées dans le secteur, on observe qu'il s'agit d'une majorité de petites dépenses de moins de 50 \$ (66 % des dépenses). Ceci nous laisse croire que les consommateurs reviennent fréquemment dans le secteur du centre-ville pour y effectuer leurs dépenses de consommation, plutôt que de s'y déplacer une seule fois pour un très gros achat. Cette situation favorise donc l'achalandage constant et fréquent des établissements d'affaires du secteur du centre-ville, au bénéfice de sa vitalité commerciale.

**RETOMBÉES
ÉCONOMIQUES
ET GLOBALES :**

**372 680 \$
de retombées
économiques
directes**

**149 072 \$
de retombées
économiques
indirectes
supplémentaires**

**Rayonnement
accru pour les
établissements
d'affaires**

Programme d'animation

Investissement total prévu : 300 000 \$

Coût réel, à ce jour : 247 432,80 \$

Montant engagé (2025) : 30 000,00 \$

Économie de : 22 567,20 \$

Depuis l'été 2022, un projet de piétonnisation estivale anime le secteur du centre-ville, plus particulièrement sur la rue Saint-Charles Ouest (c.-à-d. la Zone festive). La circulation automobile est interdite entre les rues Saint-Sylvestre et Saint-Jacques, pour la période s'échelonnant entre la Fête nationale du Québec et la fin du mois de septembre. Cette fermeture de rue offre l'occasion d'y aménager un tronçon piéton avec l'ouverture des terrasses commerciales, l'installation de nouveau mobilier urbain, l'ajout de pots de fleurs, des œuvres d'art éphémères, en plus d'une offre d'animation culturelle bonifiée.

Grâce au Plan de relance du centre-ville, la Ville de Longueuil a investi des sommes considérables pour concevoir un programme d'animation publique, principalement déployé lors de la saison estivale et ainsi bonifier l'offre culturelle existante. Au cours des trois dernières années, une diversité d'activités a eu lieu sur le domaine public, permettant de créer dans une ambiance festive des rencontres entre les citoyens, les commerçants et les artistes. La population a ainsi participé à des activités de danse country, de danse latine, à des projections de films et à des spectacles en plein air. Au gré de leur déambulation dans le secteur, les familles et le jeune public ont découvert des œuvres d'art ludiques, des ateliers créatifs et des spectacles destinés aux moins de 10 ans.

La Ville de Longueuil a également aménagé une placette publique éphémère, adjacente à la Maison de la culture Marcel-Robidas, dans le secteur de la rue Saint-Charles Ouest. Cette placette a été pérennisée par la Ville de Longueuil au cours des derniers mois, permettant ainsi de doter le quartier d'un nouvel espace de rencontres, de détente et de contemplation, au fil des saisons. Ce site - au cœur de la rue piétonne - permet l'accueil d'animation culturelle et de prestations artistiques telles qu'une représentation de la Ligue nationale d'improvisation (LNI) du Québec.

Divers événements innovants ont aussi été réalisés ou bonifiés : festival d'art urbain, Bourgeons numériques et Lumifest (projections architecturales), activités de découverte du patrimoine vivant, Marché de Noël et des traditions et une incursion dans le monde du cinéma et des tournages.



Enfin, des études sur la provenance des visiteurs ont été réalisées — avec l'aide d'une firme spécialisée — pour mieux saisir l'attractivité de deux événements de renom pour le secteur de la rue Saint-Charles Ouest, soit : le Lumifest (fin septembre) et le Marché de Noël et des traditions de Longueuil (novembre-décembre). Ce type d'études est requis par le ministère du Tourisme (MTO) et plusieurs partenaires financiers dans le cadre de leurs programmes d'aide financière. Grâce à une méthodologie rigoureuse, les études ont permis de mesurer une dizaine d'indicateurs exigés par ces bailleurs de fonds, notamment l'achalandage local et touristique ainsi que les dépenses des visiteurs lors de l'événement et dans les commerces du secteur. Les promoteurs en question ont ainsi pu bénéficier non seulement des données recueillies par les études, mais ont également obtenu un soutien financier précieux dans le cadre du programme d'aide financière aux festivals et événements touristiques du MTO.

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET GLOBALES :

0
43
événements
culturels
gratuits

Aménagement
d'une placette
publique animée
à l'année

8 300
visiteurs
comptabilisés

Stratégie d'attraction et rayonnement



Investissement total prévu : 120 000 \$

Coût réel, à ce jour : 139 478,06 \$

Montant engagé (2025) : 2 708,67 \$

Balance de : -22 186,73 \$

Tout au long de la réalisation des projets inscrits au Plan de relance du centre-ville, la Ville de Longueuil a déployé une campagne promotionnelle visant à faire rayonner ses actions ainsi qu'à attirer des visiteurs au centre-ville, notamment dans le secteur de la rue Saint-Charles Ouest. La campagne « En tout point » se déclinait dans de multiples variations pour intégrer et mettre en valeur les différents projets planifiés sur notre territoire : « local », « vivant », « urbain », « connecté », etc.

De la même manière, plusieurs outils graphiques et communicationnels ont été utilisés pour diffuser les actions de la Ville, notamment des affiches numériques, l'habillage d'abribus, des panneaux de publicité sur les autobus du Réseau de transport de Longueuil (RTL), des panneaux publicitaires le long des entrées de ville (dont à la sortie du pont Jacques-Cartier), des panneaux d'informations aux entrées de la Zone festive, de l'affichage électronique sur les écrans de la Ville disposés sur le domaine public, etc. Par la même occasion, la Ville de Longueuil a intensifié ses efforts pour assurer une présence dans les médias, notamment dans les journaux (La Presse, le Courrier du Sud), à la radio (Rouge FM, Énergie, FM 103,3, etc.) et à la télévision (TVRS). Notre présence sur le Web a, quant à elle, généré de multiples interactions et de réactions, notamment grâce à l'utilisation d'une banque d'influenceurs et de créateurs de contenu.

Somme toute, cette campagne a remporté un succès inespéré auprès de nos publics cibles, ce qui a permis de mettre en lumière la vitalité du secteur de la relance et ses attraits, et de soutenir les commerçants en valorisant la diversité de l'offre (commerciale, culturelle, etc.) et en appuyant le rayonnement du programme d'achat local. La Ville de Longueuil a d'ailleurs soumis son dossier pour le concours Plumes d'excellence 2023 de l'Association des communicateurs municipaux du Québec (ACMQ) où elle est parvenue à se tailler une place parmi les finalistes.



La campagne promotionnelle a été déployée sur une période de trois ans et conjointement avec des projets financés en tout ou en partie par la relance (ex. : Zone festive, Marché de Noël et des Traditions, Par ici les tournages, etc.). Cette multiplication des campagnes rend complexe le dénombrement précis du nombre d'actions de communication. Voici tout de même un résumé des principaux moyens utilisés, selon les éditions, pour faire rayonner les projets du Plan de relance.

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET GLOBALES :

Site Web et campagne numérique

- Plus de **730 000 visites** sur les pages Web du projet (Relance centre-ville et Zone festive)
- **2 campagnes** Google Ads
- **3 publicités** dans l'infolettre Urbania

Affichages et placement média

- **150 panneaux** de publicité visibles sur le réseau de transport collectif (autobus, abribus, métro, etc.)
- **35 zones d'affichage** à grand déploiement sur rue (colonnes de rues, panneaux d'autoroute et panneaux variés)
- Plus de **15 publicités** dans les journaux locaux et nationaux
- Plus de **600 occasions publicisées** à la radio locale (FM 103,3), régionale et nationale (Énergie 94,3, Rouge FM et Boom Montérégie)
- Une **diversité d'affichage** et d'habillage de lieux, tant dans l'espace public que dans les commerces participants (autocollants, panneaux, bornes d'entrées, affiches, cartons promotionnels, etc.)

Médias sociaux

- Plus de **45 publications** sur Facebook, Instagram et LinkedIn (en plus des *stories*, *reels* et partages)
- **10 influenceurs** ont contribué à la promotion de la Relance et ont permis de faire rayonner le centre-ville au-delà des frontières de Longueuil
- Des **dizaines** de créations d'événements Facebook

Rayonnement et achalandage

- Plus de **550 000 visiteurs** de la Zone festive après trois éditions



**Infrastructures
et mobilier**

○ Équipements pour favoriser la convivialité,

○ l'inclusivité et l'attractivité

○ du centre-ville

Investissement total prévu : 340 000 \$

Coût réel, à ce jour : 339 873,54 \$

Montant engagé (2025) : 28 260,32 \$

Balance de : -28 133,86 \$

Dans le cadre de ce plan de relance, l'un des derniers projets à avoir vu le jour est la conception et l'aménagement d'un îlot ludique au parc Gilles-Latulippe. Auparavant un espace composé presque exclusivement de criblure de pierre, ce nouvel îlot multifonctionnel comprend maintenant plusieurs composantes : une scène extérieure, un trampoline, un brumisateur, du mobilier urbain en bois, des buts de football (soccer), un éclairage extérieur et un agrandissement important des surfaces de plantation dans l'ensemble de la zone ciblée.

L'aménagement permanent est un espace de rencontre pour les gens qui habitent le secteur, y travaillent, y étudient ou sont tout simplement de passage. La conception de l'espace a été accordée par le biais d'un partenariat entre deux firmes : le Collectif Escargo et Hybrid Paysage. Tel qu'il est défini dans le concept final, ce lieu se veut une parenthèse réconfortante, vibrante et aux multiples facettes au cœur de la ville. Celui-ci invite, le temps d'un instant, à partager ensemble à travers les rencontres, les fêtes, les jeux improvisés, les sourires multicolores et les danses éphémères. C'est un lieu qui nous porte à rêver, tous ensemble.

La Ville a nommé ce nouvel îlot récréatif *l'Espace des variétés*. Ce nom rend hommage à l'œuvre du comédien, dramaturge et metteur en scène, M. Gilles Latulippe, et à son théâtre des Variétés. Les travaux ont été réalisés à l'automne 2024, mais l'inauguration officielle devrait avoir lieu ce printemps. La Ville est présentement en réflexion pour établir la meilleure façon de mettre en valeur cet espace et de le faire connaître aux gens du secteur. De la même manière, la Ville assurera l'entretien du lieu, avec ses fonds propres, pour au moins les cinq prochaines années.

○
**RETOMBÉES ÉCONOMIQUES
ET GLOBALES :**

**Aménagement
d'un nouveau
lieu de rencontres
au cœur de
la ville**

**Promotion
de l'image de
la ville auprès de
ses partenaires
locaux**

Verdissement, embellissement et agriculture urbaine

Investissement total prévu : 80 000 \$

Coût réel : 110 813,77 \$

Balance de : -30 813,77 \$

Un autre aménagement important réalisé par la Ville dans le secteur du centre-ville est celui de l'îlot d'agriculture urbaine. Cet espace se veut un lieu de rencontre et de fraîcheur dans une importante zone de passage pour les gens circulant entre le débarcadère du métro, les espaces de stationnement incitatif et le terminus du Réseau de transport de Longueuil (RTL). L'utilisation de cet emplacement stratégique a été vitale à la conception d'une toute nouvelle placette publique dans ce secteur en manque de ce type d'actifs.

Composé d'une douzaine de bacs d'agriculture urbaine, de bancs, d'une arche de fraîcheur et de tables de pique-nique, ce lieu a rapidement été adopté par les gens du secteur comme un espace de détente, propice aux rencontres et aux activités de jardinage communautaire. Au cours de deux saisons, des organismes communautaires partenaires (La Croisée de Longueuil et la Société d'agriculture urbaine de Longueuil [SAUL]) ont eu le mandat d'y aménager un jardin collectif libre-service et de veiller à son entretien hebdomadaire, notamment en ce qui concerne l'arrosage et la taille des plants.

À ce propos, une grande diversité de légumes et de fines herbes a été plantée (tomates, concombre, rutabaga, courgette, menthe, basilic, piments, etc.). À maturité, ces plants pouvaient être récoltés gratuitement par les gens circulant aux abords de l'îlot et emportés chez eux pour y être cuisinés dans le cadre d'un délicieux repas maison. Ce jardin a même donné naissance à des collaborations originales, comme celle de chauffeurs de taxi locaux qui ont planté de petits piments haïtiens dans les bacs près du débarcadère. Pour rendre hommage à ce lieu et aux gens qui le fréquentent au quotidien, nous avons nommé cet espace le *Banc des récoltes*.

Tout comme l'*Espace des variétés*, le *Banc des récoltes* sera entretenu par la Ville pour au moins cinq années consécutives.

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET GLOBALES :

Achalandage
accru au sein
de cet îlot

Augmentation
du taux de
verdissement

Récolte et
distribution
de plusieurs
plants, de
végétaux et de
fines herbes



Lien innovant

vers Saint-Charles

Investissement total prévu : 150 000 \$

Coût réel : 132 730,00 \$

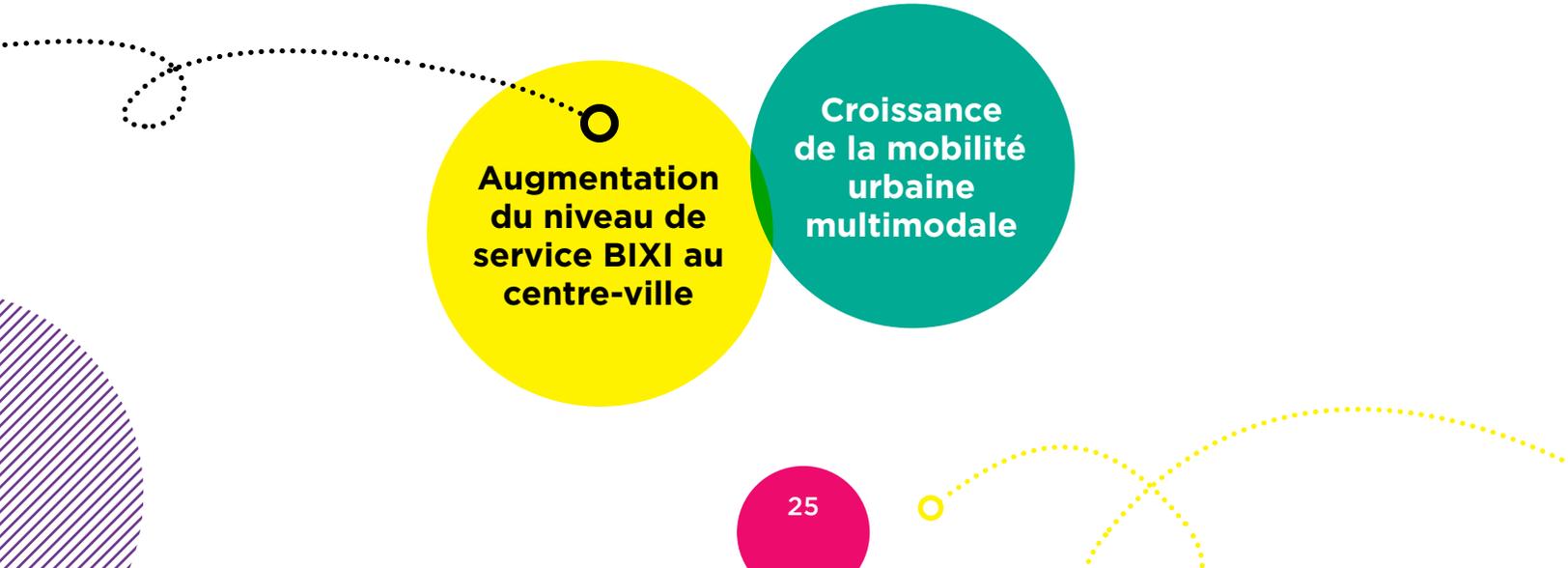
Économie de : 17 270,00 \$

Un des enjeux majeurs identifiés lors du diagnostic territorial du centre-ville est la difficulté d'accès entre le cœur urbain (métro Longueuil-Université-de-Sherbrooke) et la rue Saint-Charles Ouest. Cette problématique est exacerbée par la fracture urbaine causée par le grand nombre de voies autoroutières menant à la route 132, à la route 134 (boul. Taschereau) et au pont Jacques-Cartier. Ainsi, dès le début du mandat de l'actuel conseil municipal, des solutions à ces enjeux de mobilité ont été identifiées pour répondre à la demande croissante et persistante de reconnecter ces deux secteurs centraux de la ville.

C'est ainsi qu'un vaste projet de déploiement d'une vingtaine de stations BIXI électrique a été planifié sur le territoire longueillois. Grâce à la relance économique du centre-ville, la Ville a réussi à financer l'acquisition, les travaux électriques et l'installation d'une station BIXI électrique au métro Longueuil. La station BIXI régulière qui se trouvait à cet emplacement a été déplacée en face de l'Université de Sherbrooke sur la rue Saint-Charles Ouest. Le cœur urbain compte maintenant deux stations BIXI (dont une électrique) pour les besoins de mobilité des personnes circulant en provenance ou en direction du centre-ville de Longueuil.

Fort de ce succès, la Ville planifie une phase 2 du projet d'expansion du réseau BIXI grâce à l'acquisition et l'installation de 22 stations supplémentaires en 2025.

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET GLOBALES :



**Augmentation
du niveau de
service BIXI au
centre-ville**

**Croissance
de la mobilité
urbaine
multimodale**



Aménagement





Aménagement d'espaces

publics éphémères

de type « greendesking »

Investissement total prévu : 100 000 \$

Coût réel : 97 800,66 \$

Économie : 2 199,34 \$

Lors du premier été de la relance du centre-ville, la Ville de Longueuil a signé une entente de location clé en main pour la conception et l'installation de deux îlots de télétravail dans le secteur du cœur urbain (parc Gilles-Latulippe) et sur la rue Saint-Charles Ouest dans le cadre de la première édition de la Zone festive. L'aménagement de ces îlots permettait de créer de petites zones extérieures – à l'abri des intempéries et des rayons du soleil – où les gens du quartier pouvaient se rassembler et prendre un moment de repos. Grâce à certains travaux électriques et l'installation d'un accès Wi-Fi saisonnier, les travailleurs du coin pouvaient également profiter de ces espaces pour télétravailler en plein air et profiter de l'offre et de l'activité commerciale de proximité dans la Zone festive.

Au cours du deuxième été, la Ville a choisi de ne pas renouveler l'opportunité de location pour privilégier l'acquisition d'une structure permanente avec une rampe favorisant l'accessibilité universelle. La structure initiale étant en bois, la Ville a procédé à l'achat d'une structure plus résistante en métal pour allonger la durée de vie de l'équipement. Dans le même ordre d'idée, la Ville a sécurisé une connexion Wi-Fi extérieure avec notre partenaire ZAP Montérégie pour une durée de 5 ans avec une vitesse de connexion à 400 Mbit/s. Cette connexion est disponible à deux endroits sur la rue Saint-Charles Ouest, soit l'espace vert tout près de la placette publique et le parc St. Mark situé à proximité.

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET GLOBALES :

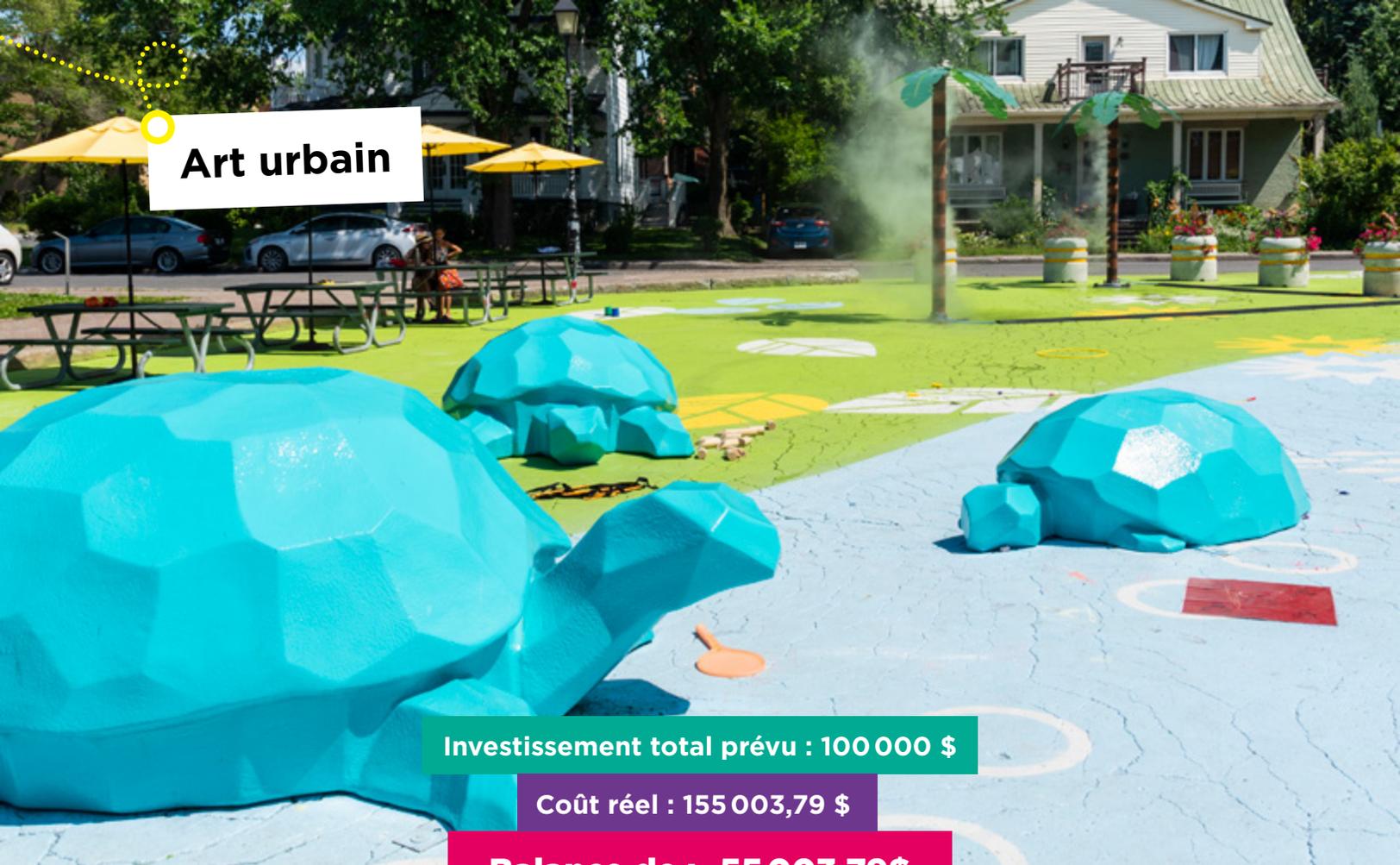
Nouvel aménagement saisonnier

Accès Wi-Fi sécurisé pour cinq ans

Plus de 10 100 visiteurs uniques au cours des 3 dernières années

Plus de 3 000 visiteurs à l'îlot de télétravail

Art urbain



Investissement total prévu : 100 000 \$

Coût réel : 155 003,79 \$

Balance de : -55 003,79\$

L'art public est un moteur d'achalandage qui contribue à la vitalité des lieux par la présence d'œuvres d'art qui incitent à la contemplation et à la réflexion. Elle permet de faire rayonner des artistes tout en diffusant une création artistique et le message de son créateur à une grande diversité de citoyens. Ainsi, la Ville de Longueuil a planifié un projet de diffusion artistique sur le domaine public du secteur centre-ville au cours des trois dernières années. C'est donc une série de six œuvres d'art public qui ont été déployées de façon saisonnière ou permanente à Longueuil où des milliers de passants ont eu la chance de les observer.



Banc-nana de Félix Marzell
(2022)



La sculptrice de Valérie Potvin
(2022)



Les voitures pelouse de Benedetto Bufalino
(2022)



**Méandres de José Luis Torres
(2023)**



**Sanguis de Rino Côté
(2023)**



**Carapace du Collectif Arkad
- Marco de Muri et Jean-Yves
Rhéaume (2024)**

Dans le même ordre d'idée, une salle d'exposition semi-permanente a été installée en 2023 dans l'atrium du métro Longueuil par le collectif d'artistes « Agrégat ». Cette dernière offrait une vitrine culturelle permettant de mettre en valeur diverses expositions en rotation tout au long de l'année. Enfin, une interprétation artistique de danse contemporaine a été organisée par ce même collectif depuis le centre-ville vers le fleuve Saint-Laurent à l'automne 2024 en hommage au centième anniversaire de Françoise Sullivan - artiste et danseuse québécoise, membre du mouvement automatiste et signataire du Refus global.

Afin de faire rayonner ces œuvres, une vidéo a été captée par la Ville de Longueuil lors de la première année du Plan de relance et diffusée largement sur ses réseaux. Après avoir été présentée de manière temporaire sur la rue Saint-Charles Ouest, l'œuvre *Carapace* a été installée de façon permanente au parc Gardenville situé dans l'arrondissement du Vieux-Longueuil.

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET GLOBALES :



Brigade de propreté

Investissement total prévu : 50 000 \$

Coût réel : 53 321,29 \$

Balance de : -3 321,29 \$

Tout au long du déploiement du Plan de relance, la propreté du domaine et des aménagements publics a été une préoccupation importante pour la Ville de Longueuil. Dans ce contexte, un partenariat a été mis sur pied avec un organisme communautaire de l'arrondissement du Vieux-Longueuil pour créer une brigade de propreté dont le mandat est de s'assurer de la propreté des lieux publics et l'entretien du mobilier urbain et des installations sur rue. Le Centre communautaire le Trait d'union (CCTU) s'est assuré de ce mandat au cours de la saison estivale 2022 et 2023. Le CCTU a également pris en charge le mandat en 2024, mais ce dernier a été payé en utilisant les fonds propres à la Ville.

Avec une présence tout l'été sur la rue Saint-Charles Ouest et dans le secteur du métro, ce service de brigade est fort apprécié par la population résidente et les commerçants qui demandent que celui-ci revienne chaque année. Un budget récurrent a donc été prévu pour les prochaines années et les futures éditions de la Zone festive.

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET GLOBALES :

1 638 heures
de service de
la brigade de
propreté

Propreté des
rues et des
équipements
publics
rehaussée



Mesures de mitigation - chantiers

Investissement total prévu : 100 000 \$

Coût réel, à ce jour : 39 407,82 \$

Montant engagé (2025) : 745,41 \$

Économie : 59 846,77 \$

Ce dernier projet est une initiative qui regroupe plusieurs interventions de la Ville dans le cœur urbain. L'objectif initial était de se garder une marge de manœuvre pour réaliser des interventions visant à réduire l'impact et les nuisances des chantiers de construction autour de la station de métro Longueuil-Université-de-Sherbrooke. Deux importants projets immobiliers sont en construction depuis 2022 par le promoteur Devimco : Sir Charles et Myral. L'un de ces projets est réalisé sur le site d'un ancien stationnement incitatif de la Ville de Longueuil tandis que l'autre comprend la construction de deux tours de plus de 30 étages au-dessus de l'édicule du métro ainsi qu'un vaste stationnement sous la place Charles-Le Moyne.

Dans le but de favoriser une saine cohabitation de ces grands chantiers avec les résidents, institutions et entreprises du centre-ville, la Ville a mis sur pied un comité des grands propriétaires du secteur (Beneva, Université de Sherbrooke, Hôtel Sandman, immeubles résidentiels, etc.) afin de les informer sur l'avancée des chantiers, les impacts à court et moyen terme et les interventions de la Ville à proximité dans le cadre de son Plan de relance économique du centre-ville. Ainsi, trois projets ont été planifiés et implantés pour mitiger les nuisances :

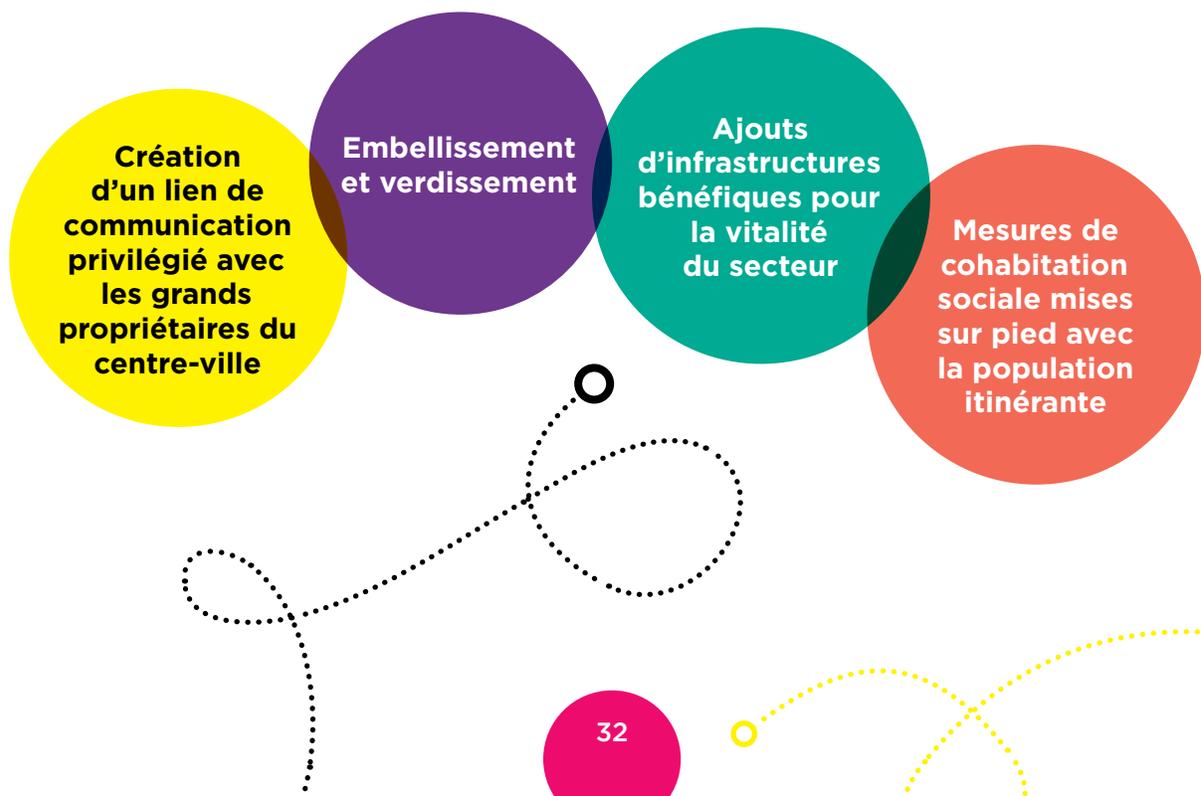
- La reconstruction de l'édicule du métro Longueuil a causé la fermeture temporaire des toilettes publiques situées à cet emplacement. Pour pallier cette absence ainsi que la croissance des enjeux liés aux populations itinérantes du secteur, la Ville a procédé à la location d'une toilette chimique portative au centre-ville;
- Les lieux de détente sont particulièrement manquants dans le secteur du centre-ville. Le *Banc des récoltes* et l'*Espace des variétés* jouent un rôle important au cœur de la ville, mais ce dernier est particulièrement enclavé et méconnu par les gens circulant à travers cette zone de mobilité multimodale. La Ville a donc procédé à la création d'un parcours signalétique composé de bandeaux de tissus volant au vent et faisant le lien entre l'édicule du métro Longueuil et le parc Gilles-Latulippe;

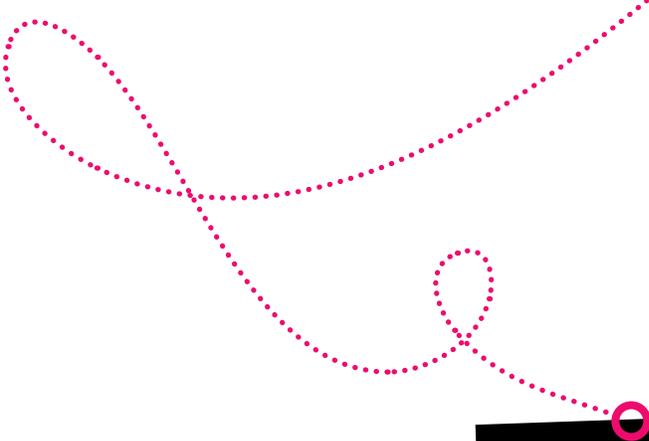


- Enfin, l'expérience piétonne a été compromise par les chantiers et les nombreux détours qui ont pu soulever certaines frustrations en raison des itinéraires modifiés. La Ville a donc décidé d'installer une vingtaine de pots de fleurs le long de la rue Saint-Charles Ouest pour verdir un peu plus le parcours piéton sur cet axe et ajouter une touche florale à la rue.

L'achalandage postpandémique a été significativement affecté par les conséquences de la Covid-19 et les mesures sanitaires, mais ces interventions sur le domaine public ont eu un impact positif sur la vitalité du secteur centre-ville. Les membres du comité des grands propriétaires ont, tout au long du projet, accueilli les initiatives de la Ville avec enthousiasme et l'ont fortement encouragé à poursuivre ses efforts.

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES ET GLOBALES :





Conclusion

L'aide financière du ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie (MEIE) pour la relance économique du centre-ville de Longueuil a été vitale à la mise sur pied des différentes initiatives de la Ville. Ces interventions ont su faire rayonner Longueuil comme une plaque tournante de la vitalité économique des centres-villes non seulement dans les secteurs à très haute densité (près du métro), mais également dans les secteurs patrimoniaux centraux comme la rue Saint-Charles Ouest.

La Ville de Longueuil souhaite profiter de cet élan économique pour poursuivre et consolider ses interventions publiques, notamment grâce aux actions suivantes :

- Continuer la piétonnisation de la rue Saint-Charles Ouest avec une ambiance chaleureuse, festive et décontractée, en collaboration avec les partenaires du secteur (notamment la nouvelle SDC Saint-Charles);
- Poursuivre la démarche d'élaboration d'une Stratégie de revitalisation des cœurs de quartiers sur quatre artères à l'échelle du territoire (chemin de Chambly, noyau villageois du vieux Saint-Hubert, boul. Churchill et Côteau-Rouge);
- Soutenir les établissements d'affaires de la rue Saint-Charles Ouest par une participation active au conseil d'administration de la SDC et l'accompagnement de leurs initiatives sur notre territoire;
- Consolider et entretenir les nouvelles placettes publiques créées sur le territoire du centre-ville (*Banc des récoltes*, *Espace des variétés* et îlot de télétravail);
- Identifier de nouvelles mesures de soutien aux établissements d'affaires (notamment les commerces de proximité) pour favoriser la création de milieux de vie attrayant, vivant et prospère.

Ces actions s'inscrivent toutes dans une volonté de la Ville de dynamiser son centre-ville et ses artères commerciales centrales qui font l'objet d'une certaine dévitalisation provenant d'une multitude de facteurs socio-économiques. Bien que les leviers et les pouvoirs municipaux soient limités et fortement encadrés au Québec et que le contexte économique soit difficile, la Ville maintient l'orientation et la priorité donnée au développement de ses secteurs centraux. La Ville de Longueuil est ouverte à discuter avec le ministère pour identifier de nouvelles sources de financement ou plus globalement avec le gouvernement du Québec pour doter les villes de nouveaux pouvoirs de réglementation et de soutien aux secteurs des affaires, notamment la consolidation des secteurs commerciaux et des services de proximité.

longueuil.quebec/relance