



POLITIQUE MUNICIPALE

| | | |
|----------------------------|---------------------------------------|--------------------------|
| Politique numéro : | PO-065. | |
| Titre : | Politique de développement commercial | |
| Date d'entrée en vigueur : | 2025-10-02 | Résolution : CM-2025-703 |
| Service : | Bureau du développement économique | |

TABLES DES MATIÈRES

| | |
|---|----|
| LEXIQUE | 4 |
| 1. INTRODUCTION | 4 |
| 2. PRÉMISSSES..... | 5 |
| 3. VISION DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL | 6 |
| 3.1. Attentes | 6 |
| 3.2. Énoncé de vision | 7 |
| 3.3. Principes directeurs | 8 |
| 4. AXES STRATÉGIQUES | 8 |
| 4.1. Axe 1 – Promouvoir l'occupation et la vitalité des pôles commerciaux afin de favoriser leur complémentarité, leur dynamisme et leur attractivité | 8 |
| 4.1.1. Orientation 1.1 – Favoriser un développement commercial stratégique aligné avec la planification urbanistique et les besoins de la population..... | 9 |
| 4.1.2. Orientation 1.2 – Créer des pôles commerciaux plus attrayants et dynamiques | 10 |
| 4.2. Axe 2 – Créer un environnement de soutien favorable à la croissance des commerces. | 10 |
| 4.2.1. Orientation 2.1 – Faciliter les démarches des commerçants auprès de la Ville. | 11 |
| 4.2.2. Orientation 2.2 – Favoriser le démarrage et la croissance des commerces sur le territoire | 11 |
| 4.2.3. Orientation 2.3 – Encourager le développement et la coordination d'une offre de services arrimée aux besoins des commerçants | 12 |
| 5. MISE EN ŒUVRE | 13 |
| 5.1. Gouvernance | 13 |
| 5.2. Déploiement | 14 |

| | |
|--|----|
| 5.3. Suivi et évaluation | 14 |
| 6. CONCLUSION..... | 15 |
| 7 SIGNATURES | 15 |
| 8 ANNEXES | 16 |
| 8.1. Annexe 1 : Plan de travail de la démarche d'élaboration de la Politique | 16 |
| 8.2. Annexe 2 : Résumé des consultations publiques | 17 |

LEXIQUE

Commerces :

Désigne les entreprises de détail qui acquièrent ou produisent des biens dans le but de les revendre au grand public pour un usage personnel. Il inclut également les services destinés à la consommation, tels que les services ménagers, personnels et domestiques, les services de divertissement et de loisir, la restauration, l'hébergement, ainsi que les services financiers et professionnels.

Développement commercial :

Fonction stratégique intégrée à l'échelle d'un territoire, visant à favoriser la croissance, la vitalité et la mise en valeur des activités commerciales.

Mixité commerciale :

Correspond à la coexistence, au sein d'un même périmètre, de divers types de commerces et d'activités commerciales, contribuant à la diversité de l'offre.

Pôle commercial :

Concentration géographique d'entreprises commerciales dans un secteur donné, formant un centre d'attraction économique pour le territoire.

Rues commerciales traditionnelles :

2 Voies de circulation où se dressent, de chaque côté, les commerces ou des espaces publics aux bénéfices des résidents locaux, ainsi que, traditionnellement, les immeubles institutionnels, et dont la mobilité du piéton est priorisée.

1. INTRODUCTION

Le développement commercial est un moteur essentiel de la vitalité économique, sociale et territoriale d'une ville. Il contribue à la création d'emplois, à la diversification de l'offre de biens et services, à l'attractivité des milieux, ainsi qu'à l'amélioration de la qualité de vie des citoyens.

Dans un contexte en constante évolution — marqué notamment par l'incertitude économique, la transformation des modes de consommation, la transition numérique, ou

encore les défis d'abordabilité et de durabilité — les enjeux liés au développement commercial sont de plus en plus complexes. Pour y faire face, les municipalités sont désormais appelées à jouer un rôle stratégique accru et à mobiliser un large éventail d'outils et de leviers à leur disposition afin de créer un environnement propice à l'essor des commerces et à la vitalité des pôles commerciaux.

Dans cette perspective, la Ville de Gatineau a choisi de se doter d'un cadre d'intervention structurant par l'élaboration de sa Politique de développement commercial. Celle-ci vise à orienter les interventions municipales et à assurer une cohérence accrue des actions déployées sur l'ensemble du territoire. En affirmant son leadership et en s'appuyant sur une vision partagée ainsi que des priorités bien définies, la Politique devient un outil stratégique au service d'un secteur commercial fort, diversifié et générateur de retombées économiques et sociales durables pour les entreprises du territoire et l'ensemble de la population gatinoise.

2. PRÉMISSSES

Au moyen de sa Politique, la Ville de Gatineau reconnaît que le développement commercial ne relève pas exclusivement de l'action municipale mais repose sur un écosystème dynamique et diversifié. Il s'appuie sur la contribution complémentaire d'une diversité d'acteurs – chacun selon sa mission, ses champs de compétences et ses responsabilités – à l'ensemble des maillons de la chaîne de valeur qui soutient et structure l'activité commerciale.

Cette chaîne de valeur repose sur différentes activités qui peuvent être réparties en deux grandes catégories : le soutien direct aux entreprises commerciales, et le soutien indirect à l'environnement d'affaires.

Les activités de soutien direct visent à répondre aux besoins immédiats et individuels des entreprises commerciales et comprennent notamment :

- Les services d'information et de référencement ;
- Le financement ;
- L'accompagnement et les services-conseils en démarrage et en croissance ;
- La formation, le mentorat et le coaching ;
- Le réseautage ;
- La représentation ;
- La promotion et la visibilité.

Les activités de soutien indirect, quant à elles, contribuent à créer un cadre propice au développement commercial à l'échelle du territoire. Elles incluent notamment :

- L'urbanisme et l'aménagement du territoire ;
- La réglementation ;
- Les incitatifs fiscaux et financiers ;
- Le marketing territorial ;
- La prospection et l'attraction d'entreprises commerciales ;
- L'animation des zones commerciales ;
- L'intelligence d'affaires.

Dans ce contexte, la Ville de Gatineau s'engage à travailler en étroite collaboration avec les partenaires de l'écosystème local dont les organismes de soutien à l'entrepreneuriat et d'appui au développement commercial.

Dans sa Politique, la Ville de Gatineau définit ainsi clairement le rôle qu'elle entend jouer pour encadrer et stimuler le développement commercial sur son territoire. Elle énonce sa volonté de jouer un rôle stratégique en tant que facilitatrice et planificatrice, en s'appuyant sur le principe selon lequel la prospérité commerciale repose sur une gouvernance collaborative, une vision partagée et une mobilisation concertée de l'ensemble des acteurs économiques.

3. VISION DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

3.1. Attentes

Les différentes activités de consultation¹ menées tout au long de la démarche, auprès des parties prenantes internes et externes, ont permis de mieux comprendre les attentes envers la Ville en matière de soutien au développement commercial. Ces attentes, auxquelles la Politique vise à répondre, se résument comme suit :

- **Secteurs distinctifs et complémentaires** : Promouvoir une cohérence territoriale en favorisant le développement de pôles commerciaux aux vocations distinctes mais complémentaires, afin de renforcer l'attractivité globale du territoire.

¹ Annexe 2 : Résumé des consultations publiques

- **Développement commercial durable** : Intégrer les principes de développement durable et d'abordabilité dans les stratégies commerciales, en tenant compte des enjeux environnementaux, sociaux et économiques.
- **Ville partenaire d'affaires** : Positionner la Ville comme un acteur stratégique, fiable et facilitateur, capable d'accompagner les entreprises dans leurs projets et de soutenir leur croissance.
- **Audace, créativité et innovation** : Encourager l'émergence et la réalisation d'initiatives commerciales audacieuses, créatives et innovantes, qui contribuent à dynamiser l'offre et à différencier le territoire.
- **Pôles commerciaux dynamiques et attractifs** : Développer des pôles commerciaux vivants, caractérisés par une mixité commerciale, une proximité des services, une forte fréquentation, une esthétique attrayante et des rues animées.
- **Valorisation du patrimoine et de la culture** : Mettre en valeur les éléments identitaires du territoire — patrimoine, culture, atouts locaux — comme leviers d'attractivité commerciale.
- **Parcours entrepreneurial simplifié** : Faciliter le parcours des entrepreneurs, de l'implantation à la croissance, en simplifiant les démarches et en offrant un accompagnement adapté.
- **Fierté et appartenance** : Renforcer le sentiment d'appartenance et de fierté locale en valorisant les entreprises du territoire et en encourageant l'achat local.

3.2. Énoncé de vision

L'un des objectifs de la Politique est de définir une vision mobilisatrice pour le développement commercial sur le territoire. Cette vision constitue une projection ambitieuse de ce que la Ville souhaite atteindre à long terme et représente le « pourquoi » des actions à réaliser en matière de développement commercial : elle incarne l'idéal à poursuivre, oriente les décisions, mobilise les parties prenantes et assure que l'ensemble des efforts convergent vers un but commun.

La vision définie dans la Politique traduit les aspirations collectives exprimées par les commerçants, les partenaires économiques, l'administration et les élus municipaux à travers l'ensemble du processus. Elle s'énonce comme ci :

« Fort de la complémentarité de ses différents pôles, le secteur commercial de Gatineau est dynamique et attractif, s'intégrant durablement et enrichissant les milieux de vie de ses citoyens. »

3.3. Principes directeurs

En appui à la vision, aux orientations et aux objectifs de la Politique et aux attentes du milieu, la Ville a défini cinq principes directeurs transversaux. Ces principes agissent comme des balises pour guider la mise en œuvre de la Politique et traduisent les valeurs que la Ville souhaite mettre de l'avant dans son approche du développement commercial.

Les principes directeurs sont les suivants :

- **Intégration du développement durable** : Intégrer les principes du développement durable dans toutes les dimensions du développement commercial, en veillant à ce que les initiatives contribuent à l'adaptation aux changements climatiques, à l'équité sociale et à la prospérité économique.
- **Favoriser la résilience des commerces** : Maintenir des conditions d'exploitation accessibles et abordables, afin de soutenir la diversité commerciale et encourager l'entrepreneuriat local.
- **Cohérence territoriale et urbanistique** : Assurer l'alignement du développement commercial avec les planifications territoriales et urbanistiques, en tenant compte des besoins locaux et des priorités d'urbanisation.
- **Valorisation de l'identité des secteurs** : Préserver et mettre en valeur l'identité propre de chaque secteur en soutenant le développement de pôles commerciaux distinctifs et complémentaires
- **Collaboration et synergie avec les partenaires** : Travailler en étroite collaboration avec les partenaires du milieu afin d'offrir un soutien à forte valeur ajoutée, adapté aux besoins des commerçants et aux dynamiques locales.

4. AXES STRATÉGIQUES

Les orientations et les objectifs de la Politique se structurent autour de deux grands axes stratégiques.

4.1. Axe 1 – Promouvoir l'occupation et la vitalité des pôles commerciaux afin de favoriser leur complémentarité, leur dynamisme et leur attractivité

Le premier axe de la Politique vise à renforcer l'occupation et la vitalité des pôles commerciaux sur le territoire de la Ville de Gatineau. Il repose sur le principe que des pôles bien structurés, complémentaires, dynamiques et mis en valeur constituent un levier essentiel pour stimuler l'activité économique locale, soutenir le développement d'une offre commerciale diversifiée répondant aux besoins de la population, et créer des milieux de vie et d'affaires attrayants tant pour les citoyens que pour les entreprises.

Cet axe s'articule autour de deux grandes orientations, chacune accompagnée d'objectifs concrets :

4.1.1. Orientation 1.1 – Favoriser un développement commercial stratégique aligné avec la planification urbanistique et les besoins de la population

Cette orientation vise à assurer une cohérence entre les interventions commerciales et les priorités d'aménagement du territoire. Elle encourage une approche fondée sur les données, la planification intégrée et la connaissance fine des besoins locaux.

| Objectifs | Indicateurs |
|--|--|
| 1.1.1 Prendre des décisions éclairées en renforçant l'utilisation stratégique des données | Pourcentage des recommandations s'appuyant sur des données |
| 1.1.2 Coordonner les interventions municipales en ciblant les pôles prioritaires de développement (ex. centre-ville, secteurs encadrés par un PPU) selon une analyse approfondie des besoins et les priorités d'urbanisation | Taux de mise en œuvre des projets dans les pôles ciblés |
| 1.1.3 Contribuer à une mixité commerciale cohérente et à l'augmentation des taux | Taux de vacance commerciale dans les pôles ciblés |

d'occupation en mettant en œuvre des stratégies de prospection et d'attraction

4.1.2. Orientation 1.2 – Créer des pôles commerciaux plus attrayants et dynamiques

Cette orientation vise à renforcer l'attractivité des pôles commerciaux en misant sur l'animation, la mobilisation du milieu et la valorisation des espaces commerciaux existants notamment les rues commerciales traditionnelles. Elle reconnaît le rôle des associations commerciales et des acteurs locaux dans la création de milieux vivants et engageants.

| Objectifs | Indicateurs |
|--|---|
| 1.2.1 Favoriser le développement économique et l'animation urbaine en soutenant les associations commerciales et en encourageant la mobilisation du milieu à travers un nouveau cadre de soutien | Variation du chiffre d'affaires dans les pôles ciblés |
| 1.2.2 Contribuer à la revitalisation et à la mise en valeur des rues commerciales traditionnelles | Amélioration perçue de l'attractivité |
| 1.2.3 Rehausser l'identité et le sentiment d'appartenance des commerçants et des consommateurs envers les pôles commerciaux | Amélioration perçue de l'attractivité |

4.2. Axe 2 – Créer un environnement de soutien favorable à la croissance des commerces.

Le deuxième axe de la Politique vise à renforcer la capacité de la Ville à soutenir les commerçants dans leurs démarches, leur implantation et leur croissance sur le territoire. Il s'appuie sur le principe que les actions municipales constituent un levier

essentiel pour favoriser l'entrepreneuriat local, stimuler l'investissement et assurer la vitalité et la pérennité des commerces.

Cet axe se décline en trois orientations complémentaires, chacune traduite en objectifs concrets.

4.2.1. Orientation 2.1 – Faciliter les démarches des commerçants auprès de la Ville

Cette orientation vise à simplifier l'expérience des commerçants et des entrepreneurs dans leurs interactions avec l'administration municipale. Elle met l'accent sur l'accueil, l'accompagnement et la simplification des démarches administratives.

| Objectifs | Indicateurs |
|--|--|
| 2.1.1 Offrir un accueil efficace, un accompagnement personnalisé et un suivi rigoureux des dossiers et projets des commerçants établis ou souhaitant s'établir sur le territoire | Taux de satisfaction des commerçants quant à l'accueil et à l'accompagnement reçus |
| 2.1.2 Simplifier les procédures administratives, notamment en ce qui concerne la gestion des permis d'affaires | Respect des délais d'émission des permis d'affaires |

4.2.2. Orientation 2.2 – Favoriser le démarrage et la croissance des commerces sur le territoire

Cette orientation vise à soutenir activement les projets d'implantation et d'expansion des commerçants, dans les pôles commerciaux et les secteurs d'activités identifiées, en misant sur l'accompagnement ainsi que la mise en place des leviers financiers, fiscaux, réglementaires et techniques adaptées. Secteurs d'activités seront à identifier

Objectifs**Indicateurs**

| | | |
|-------|--|--|
| 2.2.1 | Accompagner les projets d'implantation et d'expansion des commerçants dans les pôles commerciaux et les secteurs d'activités identifiées | Taux de satisfaction des commerçants accompagnés |
| 2.2.2 | Stimuler les projets d'implantation et d'expansion par la mise en place de politiques, plans et mesures incitatives financières et fiscales dans les pôles commerciaux et les secteurs d'activités identifiées | Mesure de l'impact économique de l'investissement et de l'emploi |
| 2.2.3 | Réduire les obstacles réglementaires en simplifiant les normes d'urbanisme applicables aux commerces | Respect des délais d'émission des permis d'affaires |

4.2.3. Orientation 2.3 – Encourager le développement et la coordination d'une offre de services arrimée aux besoins des commerçants

Cette orientation vise à structurer et bonifier l'offre de services en soutien aux commerçants par le renforcement de la capacité d'intervention municipale, tout en assurant une communication et une adaptation continue aux besoins du milieu.

Objectifs**Indicateurs**

| | | |
|-------|---|--|
| 2.3.1 | Renforcer la capacité d'intervention municipale en outillant les équipes internes et en assurant une veille continue sur les meilleures pratiques en développement commercial | Taux de satisfaction des commerçants quant à l'accueil et à l'accompagnement reçus |
|-------|---|--|

| | |
|--|--|
| 2.3.2 Améliorer l'efficacité des communications et la synergie entre la Ville, les commerçants et les partenaires | Taux de satisfaction des commerçants et partenaires quant à la qualité des communications municipales |
| 2.3.3 Encourager l'intégration de pratiques durables et les initiatives d'économie circulaire dans le secteur commercial | Nombre de commerces ou projets intégrant des pratiques de développement durable ou d'économie circulaire |

5. MISE EN ŒUVRE

5.1. Gouvernance

La mise en œuvre de la Politique de développement commercial est encadrée par une gouvernance claire, assurant une répartition transparente des rôles, des responsabilités et de l'imputabilité qui se répartit comme suit :

- Le conseil municipal demeure l'instance décisionnelle. Il est responsable de l'approbation des orientations stratégiques, de l'allocation des ressources et de la reddition de comptes liée à l'utilisation des fonds publics engagés dans le cadre de la Politique ;
- La Commission de développement économique est consultée selon les besoins évolutifs de la mise en œuvre et s'il y a lieu émet des avis et recommandations au conseil municipal.
- La direction générale, par l'entremise du Service de développement économique, est responsable de la coordination opérationnelle de la Politique. Ce service assure la planification, la mise en œuvre et le suivi des actions prévues, en plus de faire le lien avec la Commission de développement économique et les autres services municipaux concernés.

5.2. Déploiement

Le déploiement de la Politique de développement commercial repose sur une approche collaborative et agile. Elle vise à assurer une transition efficace entre les composantes stratégiques de la Politique et la mise en œuvre d'actions concrètes sur le terrain.

Afin de traduire les orientations et les objectifs de manière opérationnelle, un plan d'action est élaboré par l'administration municipale. Ce plan s'appuie sur les priorités organisationnelles de la Ville en lien avec les réflexions partagées par les parties prenantes internes et externes lors différentes activités de consultation menée tout au long du processus d'élaboration de la Politique.

Ce plan constitue l'outil de déploiement de la Politique. Il identifie les chantiers prioritaires, les responsables municipaux, les partenaires impliqués et les ressources nécessaires à leur réalisation.

Sa mise en œuvre repose notamment sur les éléments suivants :

- Une coordination interservices renforcée pour assurer l'intégration du développement commercial dans les différentes sphères d'intervention municipales;
- Une collaboration étroite avec ID à titre d'organisme délégataire des mesures de soutiens aux entreprises et avec les partenaires du milieu, organismes de soutien à l'entrepreneuriat appuyant le développement commercial;
- Une capacité d'adaptation continue, permettant d'ajuster les actions en fonction des opportunités et des besoins évolutifs du territoire et des commerçants.

5.3. Suivi et évaluation

Pour assurer la rigueur et la transparence du processus, des mécanismes de suivi et d'évaluation ont été mis en place. Ceux-ci permettent de mesurer l'avancement des actions, d'évaluer les résultats obtenus et d'ajuster les interventions au besoin. Les principaux outils de suivi et d'évaluation incluent notamment :

- Un tableau de bord de suivi des objectifs et de l'évolution des indicateurs;
- Un rapport d'évaluation à chaque 3 ans au conseil municipal;
- Au besoin, la CDE sera consultée si des ajustements sont requis à la politique;
- Des activités de consultation périodiques auprès des commerçants et des partenaires pour recueillir leurs perceptions et suggestions;

- Une réévaluation annuelle des actions du plan d'action selon les résultats obtenus ainsi que l'évolution du contexte et des besoins du milieu.

6. CONCLUSION

La Politique de développement commercial de la Ville de Gatineau constitue un jalon structurant dans l'évolution des interventions municipales en matière de vitalité économique locale. Elle officialise la reconnaissance du secteur commercial comme un levier essentiel de développement, tant sur le plan économique que social, et affirme la volonté de la Ville d'agir de manière cohérente et concertée.

Reposant sur une vision partagée, des orientations stratégiques claires, des principes directeurs fondamentaux et un plan d'action concret, cette politique traduit l'ambition municipale de bâtir un environnement commercial prospère.

Fruit d'une démarche rigoureuse et participative, elle reflète les aspirations des commerçants, des partenaires économiques, de l'administration municipale et des élus. Elle propose un cadre d'intervention évolutif, adapté aux réalités du territoire.

En mettant en œuvre cette politique, la Ville de Gatineau affirme son leadership ainsi que son rôle de facilitatrice et de partenaire stratégique du développement commercial. Elle s'engage à travailler de concert avec les acteurs du milieu pour créer les conditions favorables à l'émergence, à la croissance et à la pérennité d'un secteur commercial créateur de retombées positives pour l'ensemble de la communauté gatinoise.

7 SIGNATURES



Isabelle Veilleux
Directrice
Bureau du développement économique



Simon Rousseau
Directeur générale
Direction générale

8 ANNEXES

8.1. Annexe 1 : Plan de travail de la démarche d'élaboration de la Politique

L'élaboration de la Politique de développement commercial s'est appuyée sur une démarche structurée et participative, articulée autour de quatre grandes étapes clés :

Étape 1 : Diagnostic et identification des enjeux (février – avril 2025)

La première phase a consisté à réaliser un portrait de la situation commerciale actuelle sur le territoire de la Ville, en identifiant les principaux enjeux, besoins et priorités. Elle a débuté par un travail de recensement et d'analyse des informations, des données et des travaux existants, permettant de produire un état des lieux préliminaire.

Ce diagnostic a été enrichi par une série d'activités de participation publique réalisées entre mars et mai 2025, mobilisant plus d'une centaine de commerçants et de partenaires locaux. Ces activités comprenaient :

- Un questionnaire en ligne, diffusé du 10 au 31 mars, visant à recueillir la perception des commerçants sur le développement commercial et leurs attentes en matière de soutien municipal ;
- Quatre ateliers sectoriels, tenus durant les semaines du 31 mars et du 7 avril, dans différents secteurs de la Ville, afin de mieux comprendre les spécificités locales et les enjeux propres à chaque milieu.

Par ailleurs, les membres de la Commission de développement économique (CDE) ont été rencontrés à deux reprises au cours de cette étape : une première rencontre tenue le 13 février a permis d'échanger sur leur lecture des enjeux, tandis qu'une seconde, le 10 avril, a servi à leur présenter et discuter l'état de situation consolidé.

Étape 2 – Élaboration du cadre stratégique (avril – juin 2025)

À la suite du diagnostic réalisé, un atelier de réflexion a été mené le 23 avril 2025 avec des employés issus de différents services municipaux. Cet exercice visait à identifier les enjeux prioritaires, à réfléchir à la vision souhaitée pour le développement commercial, ainsi que de cerner les grands champs d'intervention que la Ville devrait poursuivre. Cette démarche interne a permis de croiser les perspectives opérationnelles et stratégiques de l'administration municipale, tout en assurant une cohérence avec les besoins exprimés par les acteurs du milieu.

À l'issue de cet atelier, une première version préliminaire du cadre stratégique (soit la vision, les axes, les orientations et les objectifs) de la Politique a été élaborée. Cette base de travail a été soumise lors d'un atelier collaboratif tenu le 26 mai, réunissant les principales parties prenantes du développement commercial sur le territoire. Cet atelier a permis de présenter le cadre stratégique préliminaire et de le bonifier collectivement grâce aux échanges avec les participants. Il a également constitué une occasion de pousser la réflexion plus loin en identifiant et en priorisant des pistes d'action concrètes susceptibles d'être mises en œuvre dans le cadre du futur plan d'action accompagnant la Politique.

Étape 3 – Validation institutionnelle (juin – juillet 2025)

Le cadre stratégique bonifié et les propositions élaborées lors des phases précédentes ont été soumis à la validation de la Commission de développement économique ainsi que du comité plénier au cours du mois de juillet. Cette étape a permis de d'ajuster à nouveau certains éléments de la Politique en fonction des commentaires formulés, tout en assurant l'adhésion des instances décisionnelles à l'égard des orientations proposées.

Étape 4 – Rédaction et adoption (juillet – septembre 2025)

La dernière étape du processus a consisté en la rédaction de la Politique de développement commercial, en vue de son adoption officielle par le conseil municipal le 2 octobre 2025.

8.2. Annexe 2 : Résumé des consultations publiques

8.2.1 Synthèse des résultats du questionnaire en ligne diffusé du 10 au 31 mars 2025

Plus de 100 entreprises et partenaires, dont Quarante-quatre commerçants, ont répondu au questionnaire en ligne diffusé du 11 au 31 mars 2025. Celui-ci visait à recueillir leur perception du développement commercial sur le territoire ainsi que leurs attentes en matière de soutien.

Les principaux constats recensés, qui corroborent avec les données recueillis lors des ateliers sectoriels, sont les suivants :

- Au cours des deux dernières années, plus de la moitié des commerçants ayant répondu au questionnaire ont observé un recul du dynamisme commercial dans leur secteur ;
- En plus d'observer une dévitalisation, le manque de caractère distinctif et l'absence d'attractivité touristique ressortent comme les principales perceptions négatives associées à leur environnement immédiat ;
- Du côté des éléments positifs, les commerçants ont souligné la facilité d'accès en voiture, le développement de leur secteur ainsi que la bonne accessibilité piétonne comme principaux atouts de leur environnement immédiat ;
- Pour stimuler le dynamisme commercial, les commerçants estiment qu'il est nécessaire d'élargir l'offre commerciale, de renforcer les efforts de promotion, d'améliorer l'esthétisme des zones commerciales et d'accroître l'animation ;
- Les principales préoccupations exprimées par les commerçants concernent la hausse des coûts de l'immobilier et des coûts d'opération, l'accessibilité au financement, l'incertitude du contexte économique ainsi que le manque de liquidités ;
- De manière générale, les commerçants se disent satisfaits des services et du soutien offerts par la Ville et ses partenaires de soutien sur le territoire, à l'exception du Service de l'urbanisme et du développement durable, qui suscite moins de satisfaction ;
- Les commerçants expriment notamment des attentes à l'égard d'une simplification des démarches administratives, d'un renforcement du soutien aux entreprises, d'une amélioration des communications ainsi que d'une réduction des délais de traitement de la part de la Ville et de ses partenaires ;
- En matière de services de soutien, les commerçants souhaitent une bonification des services liés au démarrage d'entreprise, à la visibilité, à la recherche de financement, à la relève entrepreneuriale ainsi qu'à l'accès à l'information et au référencement.

8.2.2 Synthèse des réflexions des quatre ateliers sectoriels, tenus durant les semaines du 31 mars et du 7 avril 2025

Une soixantaine de commerçants et partenaires en soutien à l'entrepreneuriat ont participé aux quatre ateliers de travail organisés en avril 2025 dans les 5 secteurs de la ville. Pour chaque secteur, les participants ont procédé à une analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces, ont priorisé les enjeux identifiés et ont proposé des pistes de solution potentielles pour y répondre.

Ces ateliers ont permis de mettre en lumière l'identité propre, les caractéristiques distinctives et la complémentarité des différents secteurs comme des leviers stratégiques pour le développement commercial de Gatineau, qu'il convient de préserver et de valoriser. Tout en reconnaissant ces spécificités, les échanges ont également révélé des enjeux et attentes communes parmi les commerçants, ainsi qu'un désir partagé de voir le développement commercial s'inscrire dans une vision globale, cohérente et intégrée à l'échelle du territoire.

Les principaux enjeux communs exprimés sont les suivants :

- Pression financière importante pour les commerces ;
- Soutien insuffisant pour le démarrage et la croissance des commerces ;
- Complexité administrative à la Ville, en particulier avec le Service de l'urbanisme et du développement durable ;
- Difficultés de communication avec la Ville ;
- Ville peu facilitatrice pour soutenir les entrepreneurs et les commerces ;
- Manque de valorisation des entreprises et des secteurs commerciaux ;
- Manque de dynamisme de certains secteurs ;
- Taux de vacance élevé dans certains secteurs ;
- Défis en matière de mobilité et d'accessibilité dans certains secteurs ;
- Diminution du sentiment de sécurité dans certains secteurs ;
- Manque de données commerciales pour appuyer les décisions ;
- Impact des changements dans les habitudes de consommation de la population sur les commerces de proximité ;

- Leadership flou et manque de clarté dans les rôles et responsabilités des différents acteurs en matière de développement commercial ;
- Manque de coordination et d'arrimage entre les acteurs de l'écosystème ;
- Vision peu claire du développement commercial à l'échelle du territoire et de ses secteurs.

8.2.3 Synthèse des réflexions de l'atelier collaboratif tenu le 26 mai 2025

Environ trente commerçants et partenaires œuvrant en soutien à l'entrepreneuriat et en appui au développement commercial ont participé à l'atelier collaboratif tenu le 26 mai. Cet atelier visait à valider le cadre stratégique préliminaire de la nouvelle Politique — incluant la vision, les axes, les orientations et les objectifs — afin de s'assurer qu'il reflète fidèlement les besoins et attentes exprimés lors des précédents ateliers.

De manière générale, les participants ont confirmé leur adhésion à la vision, aux axes et aux orientations proposés, tout en apportant des précisions utiles quant aux attentes et à la portée des objectifs. L'activité a également permis aux participants de bonifier et de prioriser la liste des champs d'action envisageables pour soutenir l'atteinte des objectifs,