

# Plan de relance du cœur du centre-ville de Gatineau

Plan d'action préliminaire (recommandations)  
présenté au conseil municipal

Comité plénier - Mardi 28 septembre 2021

Coordonné par :



En collaboration avec :



**champ libre**

**enclume**

STRATÉGIES

## Coordination et rédaction - Rues principales

Catherine Craig-St-Louis, urbaniste, coordonnatrice de projets

Olivier Legault, urbaniste, directeur Service-conseil

## Soutien, conception et rédaction

Rues principales :

Charlotte Gagnon-Ferembach, coordonnatrice de projets

Florence Alain-Bouffard, architecte paysagiste jr., coordonnatrice de projets

Pierre-Aurélien Levallois, coordonnateur de projets

Champ libre stratégies :

Roselyne Clément, stratège en participation publique

Enclume (volet Sentier culturel) :

Pascale Lemire Gaumont, urbaniste

Mathilde Prud'Homme, designer urbain

## Remerciements

L'élaboration de ce document est le résultat d'un mandat octroyé par le comité de relance du centre-ville de Gatineau, et elle a été rendue possible grâce à la participation d'un grand nombre de parties prenantes. Nous pensons que cette feuille de route vers un centre-ville dynamique jette les bases d'une démarche porteuse au sein de la communauté.

Nous tenons à remercier :

[Le comité de relance](#)

Ville de Gatineau

Vision Centre-Ville

Tourisme Outaouais

Chambre de commerce  
de Gatineau

Ainsi que toutes les parties prenantes ayant participé à une ou plusieurs étapes de la démarche entre mai 2021 et septembre 2021 (groupes de discussion, entretiens semi-dirigés, sondage, plateforme en ligne).



# TABLE DES MATIÈRES

- 04** L'approche de Rues Principales
- 05** Mandat
  - Démarche
  - Périmètre identifié par le client
  - Consultation Cocoriko
- 13** Vision
  - Parcours d'ambiance
  - Orientations stratégiques
  - Synthèse du plan d'action
- 17** Préalables
  - Gouvernance et mobilisation
  - Réflexe « (cœur de) centre-ville »
- 21** Le Grand Laboratoire
  - Expérience 1 - Aménagement transitoire
  - Expérience 2 - Animation 4 saisons
  - Expérience 3 - Appui aux commerces
  - Expérience 4 - Occupation transitoire
  - Expérience 5 - Promotion ciblée
- 35** Chantiers généraux
  - Vitalité commerciale
  - Colonne vertébrale du centre-ville (est-ouest)
  - Pôle culturel
  - Grande place
  - Rue Eddy
  - Mobilité durable
  - Milieu de vie inclusif
  - Identité et promotion

# L'APPROCHE DE RUES PRINCIPALES

Rues principales est une organisation d'intérêt public qui œuvre au dynamisme des cœurs des collectivités. Notre objectif est de renforcer et de créer des centralités qui sont autant des pôles civiques et d'affaires uniques que des milieux de vie rassembleurs, prospères et attractifs.



## LES PILIERS D'UN COEUR DE COLLECTIVITÉ DYNAMIQUE

Rues principales se distingue par son approche globale combinant des compétences en organisation et mobilisation du milieu, en aménagement, en développement économique et en marketing du territoire. La considération de ces quatre piliers permet à la communauté de créer une vision de développement cohérente et de prioriser la mise en œuvre d'actions qui auront de l'impact. Enracinée dans un réseau de professionnels de terrain, d'acteurs académiques et gouvernementaux, l'expertise de Rues principales en fait le chef de file dans le développement des cœurs de collectivités.

### UN PROJET COLLECTIF

La dynamisation d'un cœur villageois est l'affaire de tous. Nous pensons qu'il est primordial d'amorcer un mouvement au sein de la communauté afin de créer ensemble un cœur villageois qui jouera son rôle dans la communauté, qui aura une ambiance attrayante et qui sera une vitrine de l'identité locale.

# MANDAT

COLLECTE DE DONNÉES

GROUPES DE DISCUSSION ET  
ENTRETIENS SEMI-DIRIGÉS

DIAGNOSTIC PRÉLIMINAIRE

SONDAGE AUX COMMERÇANTS

CONSULTATION PUBLIQUE  
VIA LA PLATEFORME COCORIKO

ÉCHANGES SUR LA VISION ET LES  
ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

REMISE DU PLAN D'ACTION  
PRÉLIMINAIRE  
(RECOMMANDATIONS)

REMISE DU RAPPORT FINAL

## OBJECTIF GÉNÉRAL DU MANDAT

*Mandat en deux volets octroyé au printemps 2021 :*

### **1) Plan de relance du cœur du centre-ville**

*(l'objet du présent document; rapport final à venir dans le courant de l'automne)*

### **2) Plan de pérennisation du Sentier culturel**

*(documentation spécifique à venir dans le courant de l'automne)*

# PÉRIMÈTRE IDENTIFIÉ PAR LE CLIENT



## CONSULTATION COCORIKO - en ligne

### OBJECTIF GÉNÉRAL

Connaître l'opinion de la population, des organismes et des gens d'affaires de Gatineau quant aux stratégies d'action à prioriser pour dynamiser le centre-ville et pérenniser le Sentier culturel.

**8067** Votes

**291** Participant.e.s

**93** Propositions au total

**56** Nouvelles propositions venant des citoyen.ne.s

**07** Thèmes

**02** Semaines pour voter et commenter

**01** Mur à idées

---

*Invitation du 25 août au 8 septembre !*

The logo for COCORIKO is a stylized orange shape resembling a megaphone or a speech bubble. It has a white circular area in the center where the word "COCORIKO" is written in bold, black, uppercase letters. To the right of the main shape are three orange horizontal bars of varying lengths, suggesting sound waves or rays of light.

**COCORIKO**

# CONSULTATION COCORIKO - en ligne

*Consultation ayant eu lieu en ligne entre le 25 août et le 8 septembre 2021.*

**Mur à idées**  
1 609 Votes

**Sentier culturel**  
584 Votes

**Climat d'affaires**  
1 193 Votes

**Identité et positionnement**  
630 Votes

**Communauté**  
1 152 Votes

**Animation, cultures et évènements**  
867 Votes

**Espaces publics**  
1 152 Votes

**Mobilité durable**  
993 Votes

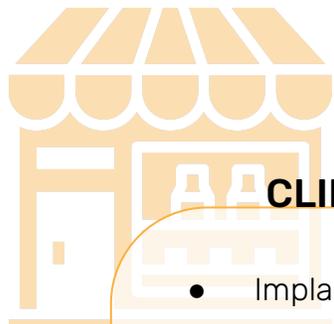
## CONSULTATION COCORIKO - top 10 des propositions / cote Cocoriko

1	● <b>Marché public</b>	160 points	98 % d'accord
2	● <b>Reverdissement du centre-ville</b>	157 points	97 % d'accord
3	● <b>Berges du ruisseau de la Brasserie</b>	155 points	95 % d'accord
4	● <b>Offre commerciale bonifiée</b>	155 points	97 % d'accord
5	● <b>Marché permanent</b>	154 points	97 % d'accord
6	● <b>Espaces inclusifs</b>	151 points	94 % d'accord
7	● <b>Rue Eddy</b>	151 points	95 % d'accord
8	● <b>Piétonnisation des rues</b>	149 points	90 % d'accord
9	● <b>Accès à la rivière des Outaouais</b>	149 points	91 % d'accord
10	● <b>Réseau d'activités</b>	147 points	95 % d'accord

● PROPOSITION SOUMISE PAR LES **CONSULTANTS** | ● PROPOSITION SOUMISE PAR LE **PUBLIC**

ÉVITER LA GENTRIFICATION

FAVORISER LA MIXITÉ SOCIALE

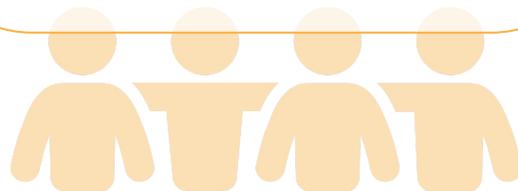


## CLIMAT D'AFFAIRES

- Implanter une épicerie.
- Encourager l'installation de commerces spécialisés.
- Favoriser l'installation de « magasins bannières » afin d'offrir une option abordable pour les ménages à bas revenus.
- Embellir et verdir la rue Eddy. Élargir les trottoirs. Piste cyclable. Stationnement pour vélos.

## COMMUNAUTÉ

- Implanter une épicerie.
- Le centre-ville est un milieu de vie avant tout, pas juste une destination.
- La relance du centre-ville passe par les familles.
- Assurer une offre de logements abordables pour les familles, pas juste des condos.
- Offrir des services aux familles. Piscine. Centre multi-sports.



## ESPACES PUBLICS

- Réaménager les berges du ruisseau de la Brasserie.
- Piétonniser certaines rues dans le respect des résidents et commerçants.
- Prévoir des parcs et sentiers pour personnes à mobilité réduite.
- Aménager un accès à la rivière des Outaouais / espace « plage ».
- Plus de toilettes publiques, zone pour les ados, parc à chiens, valoriser le parc Fontaine, etc.
- Reverdir le centre-ville.



## IDENTITÉ ET POSITIONNEMENT

### MOBILITÉ DURABLE

- Miser sur la continuité du réseau cyclable et sur des pistes fonctionnelles sécuritaires pour amener les gens au centre-ville.
- Le piéton et les autres usagers du transport actif = au cœur de la revitalisation du centre-ville.
- Offrir une desserte en autobus plus fréquente en soirée vers le centre-ville.
- Il faut rendre le centre-ville plus accessible et facile pour se stationner.

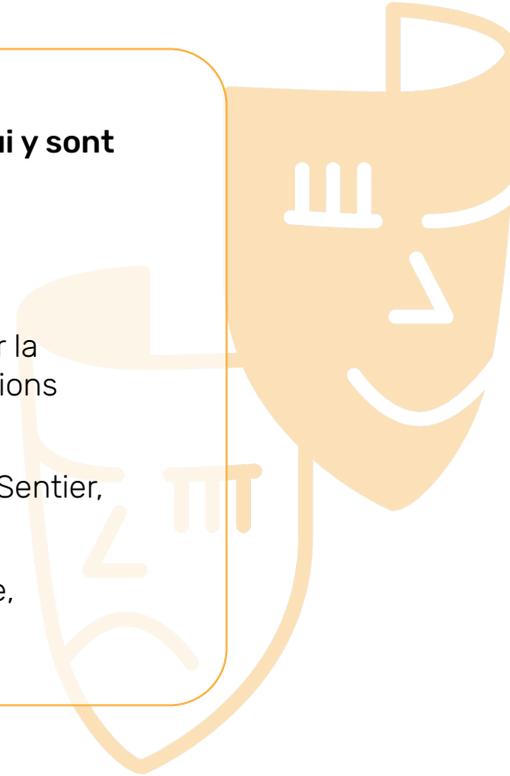
- Renforcer l'identité de pôle culturel pour le centre-ville en bonifiant l'offre artistique, festive et culturelle.
- Le plein air urbain devrait faire partie du centre-ville, mais il y a beaucoup de travail à faire, car n'est pas très présent en ce moment.
- Poursuivre le développement des liens entre Gatineau et Ottawa.
- Mieux aménager les portes d'entrée de Gatineau.
- Miser sur le patrimoine de Hull et sur son caractère insulaire.

### ANIMATION, CULTURE ET ÉVÉNEMENTS

- Aménager un marché public permanent (ou ponctuel la fin de semaine - pas la semaine).
- Maximiser l'utilisation des espaces culturels existants pour les rendre accessibles à de plus larges publics.
- Créer des partenariats avec les organismes culturels locaux afin de ne pas entrer en compétition avec eux.
- Mieux promouvoir les attraits et activités avec une signalétique claire et attrayante.

## SENTIER CULTUREL

- **Mieux promouvoir le Sentier ainsi que les activités qui y sont associées.**
- Le Sentier culturel est une excellente initiative et devrait continuer d'animer le centre-ville.
- Bonifier l'aménagement général du Sentier en misant sur la qualité des œuvres (et non la quantité) et plus d'installations permanentes.
- Inclure plus d'artistes professionnels dans la gestion du Sentier, pas seulement dans la création.
- Ajouter d'autres formes d'art au Sentier : musique, danse, théâtre.



# VISION

Cette section comprend une proposition schématique à plus long terme pour le cœur du centre-ville, ainsi que les orientations stratégiques qui guident la réflexion dans le cadre du présent document.

Une synthèse du plan d'action complète cette section.





# PARCOURS D'AMBIANCE

Projet Guertin

Parc Jacques-Cartier

Parc Fontaine

Musée canadien de l'histoire

Projet Fonderie

Ruisseau de la brasserie

Laval/Aubry

Projet Zibi



**Légende**

**Parcours d'ambiance**

- Colonne vertébrale
- Liens secondaires
- Liens tertiaires

**Lieux à connecter**

- Places publiques
- Grands projets urbains
- Parcs et espaces verts
- Lieux culturels d'intérêt
- Secteurs stratégiques
- Limite de la zone d'étude

# ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

## SOUTENIR UN RENOUVEAU COMMERCIAL

*Soutenir les commerçants et les initiatives innovantes pour garder le centre-ville dynamique et lui permettre de se démarquer de l'offre en périphérie*



## ASSURER UNE RELANCE FAVORABLE À LA POPULATION RÉSIDENTE

*Orienter l'offre commerciale, événementielle, récréative et de logements pour qu'elle réponde aux besoins de la population résidente*



## BONIFIER L'AMBIANCE DU CENTRE-VILLE

*Faciliter les connexions piétonnes entre les attraits du centre-ville à travers un réseau d'ambiance sécuritaire et convivial qui inclut des lieux pour s'asseoir, consommer et apprécier l'animation urbaine*



## RENDRE LE CENTRE-VILLE ACCESSIBLE ET CONFORTABLE POUR TOUS

*Faciliter les modes de déplacement durables et les alternatives à l'auto-solo pour désengorger et rendre plus accessible le centre-ville*



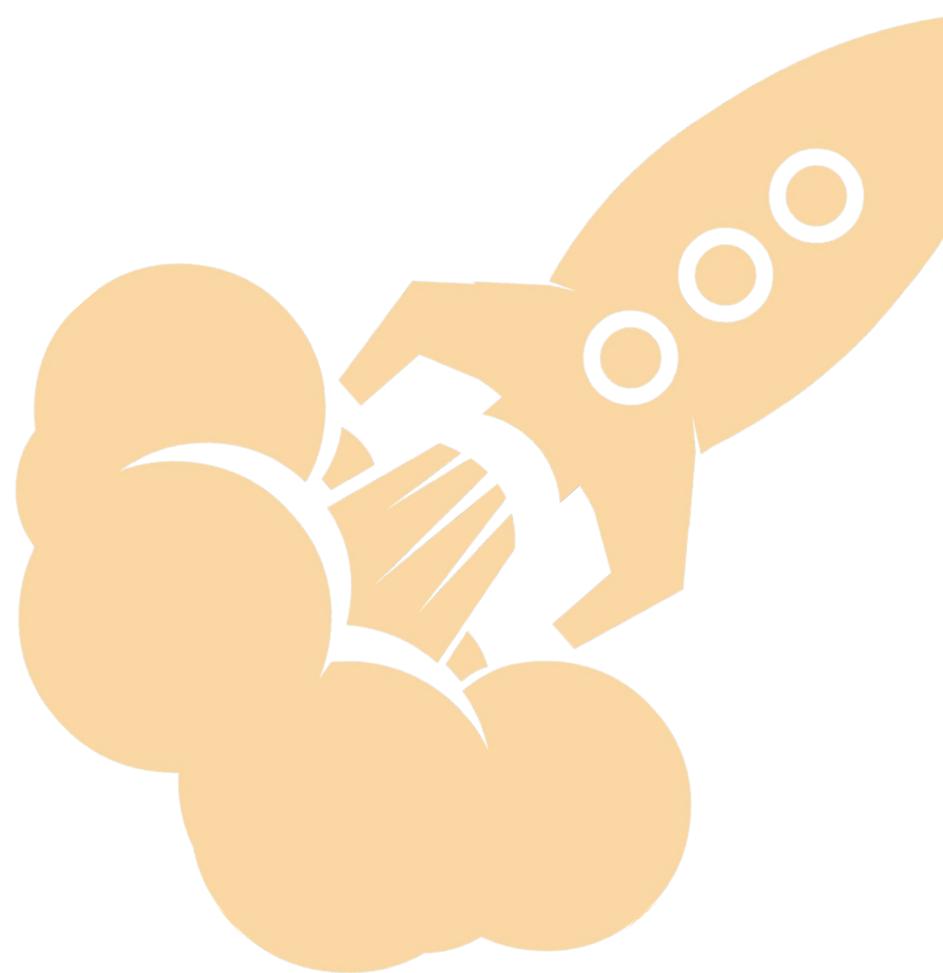
## DONNER UNE IMAGE DE MARQUE AU CENTRE-VILLE

*Faire du centre-ville une destination incontournable pour les touristes et accroître le sentiment d'appartenance pour la population locale*

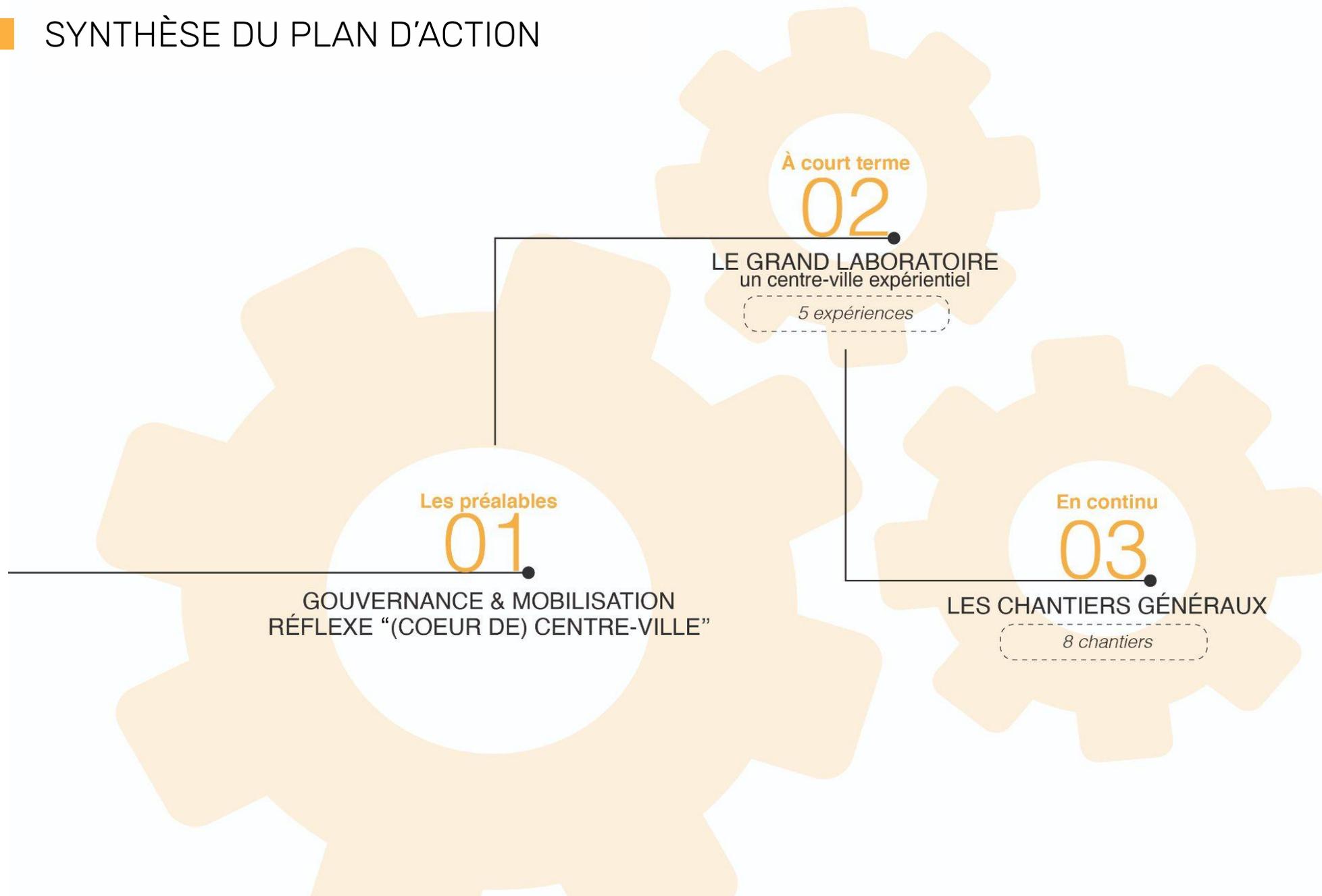


## DEVENIR AGILE

*Mettre en place une gouvernance agile et efficace pour la relance du centre-ville, et assurer une mobilisation grandissante de la communauté*



## SYNTHÈSE DU PLAN D'ACTION



# PRÉALABLES

Cette section vise à mettre de l'avant deux éléments qui apparaissent comme étant essentiels au succès de la démarche de relance du centre-ville : tout ce qui se rapporte aux notions de gouvernance et de mobilisation, ainsi que l'opportunité de se doter d'un réflexe « (cœur de) centre-ville » concerté à différents niveaux.



# GOUVERNANCE ET MOBILISATION

Extrait du texte utilisé pour présenter le mandat:  
Le **comité de relance**, composé de représentants et représentantes de la **Ville de Gatineau**, de **Vision Centre-Ville**, de **Tourisme Outaouais** et de la **Chambre de commerce de Gatineau**, a été formé dans l'objectif d'identifier des solutions pour renforcer l'attractivité du centre-ville, dans un contexte où la pandémie a eu un impact majeur sur la vitalité commerciale du secteur.

Le comité de relance du centre-ville de Gatineau est **une initiative proposée par le président de la Table de concertation du centre-ville**, le conseiller de Hull-Wright Cédric Tessier.

De **nombreuses parties prenantes sont impliquées ou à impliquer** : monde municipal (p. ex., conseil municipal, divers services), gouvernements du Québec et du Canada (incluant organismes publics et parapublics), population résidente (centre-ville, et Gatineau), milieu commercial et économique, communautaire, culturel et événementiel, éducation, environnement, habitation (p. ex., promoteurs et gestionnaires immobiliers, coopératives), loisirs et plein air, mobilité, patrimoine, santé, tourisme, etc.

## Objectifs principaux

- Mettre en place une gouvernance agile et efficace pour la relance du centre-ville
- Assurer une mobilisation grandissante envers la relance du centre-ville

## Orientations spécifiques

1. Affirmer un leadership et une volonté (politique et administrative) de la part de la Ville de Gatineau
2. Se doter d'une vision concertée pour la relance (p. ex., par et pour la communauté; référer à la culture, au plein air urbain, à la résilience du milieu, à une relance verte)
3. Canaliser l'enthousiasme du milieu et cultiver la mobilisation de la communauté
4. Clarifier les rôles et mandats des instances et partenaires existants
5. Arrimer les nombreuses initiatives publiques et privées

# GOUVERNANCE ET MOBILISATION (suite)

## À court terme

### 01 Définir les rôles et les responsabilités des différents partenaires

- Réaliser un diagnostic de la gouvernance et des chaînes décisionnelles pour les différents enjeux identifiés dans le cadre de l'étude de Rues principales (p. ex., promotion du centre-ville, concertation en événementiel, inclusion des populations marginalisées/service à la personne)
- Peaufiner les processus, clarifier les mécanismes de concertation et identifier les organisations aptes à prendre certains niveaux de décision
- Évaluer s'il est nécessaire d'ajouter/de bonifier des structures

### 02 Réviser le mandat de Vision Centre-Ville - *(Voir également chantier Vitalité commerciale)*

Évaluer l'opportunité de recentrer le mandat et le secteur d'intervention sur le cœur du centre-ville (voir carte du parcours d'ambiance à la section précédente) et ses rues commerciales

### 03 Bonifier le mandat de la table de concertation du centre-ville

- Conserver la table de concertation du centre-ville
- Bonifier son mandat (p. ex., lieu d'échange et de mobilisation)
- La mobiliser effectivement, c.-à-d. avec un calendrier de rencontres et une interpellation claire sur les sujets touchant le centre-ville (incluant la relance)
  - Identifier des projets pour lesquels un passage à l'action collective est requis

## En continu

### 04 Au sujet du centre-ville, poursuivre sur la voie de l'implication grandissante de la population résidente du centre-ville et de l'ensemble de la population *(Voir également chantiers Milieu de vie inclusif et Identité et promotion)*

### 05 Poursuivre et améliorer la collaboration transfrontalière (tourisme, économique, transport, etc.)

## RÉFLEXE « (COEUR DE) CENTRE-VILLE »

Cette gouvernance et cette mobilisation devront se baser sur une vision concertée de la relance. Cette vision doit passer par une définition claire des objets d'étude et d'intervention.

Les nombreuses parties prenantes impliquées ou à impliquer ont des conceptions variables du centre-ville vécu/ressenti (c.-à-d. son périmètre - centre-ville / village urbain / île de Hull / cœur du centre-ville).

Le parcours d'ambiance illustré à la section précédente précise l'aire d'intervention utilisée dans le cadre du présent document. Cette aire d'intervention reflète à la fois le périmètre identifié par les gens interpellés jusqu'à maintenant dans le cadre du mandat lorsqu'il était question du cœur du centre-ville, et à la fois l'espace que les consultants considèrent comme prioritaire (p. ex., celui qui rassemble les rues commerciales d'ambiance, potentiellement celui qui a le plus souffert de la pandémie avec le départ des fonctionnaires, celui qui correspond à un territoire marchable).

Cependant, de grandes lignes se dégagent des discours des nombreuses parties prenantes rencontrées dans le cadre du présent mandat (voir les pistes ci-contre).

### Recommandation principale

Oeuvrer à une reconnaissance du centre-ville et de son cœur, par l'ensemble des acteurs, comme territoires d'interventions prioritaires (voir bilan du PPU, et ajouter la réflexion par rapport au cœur)

### Exemples

Voir chantier Milieux de vie inclusif :

1. Développer un réflexe centre-ville pour les grands équipements communautaires, institutionnels et culturels (p. ex., évaluer la possibilité d'accueillir le futur hôpital, la bibliothèque centrale, ou des établissements d'enseignement postsecondaire)

Voir chantier pôle culturel :

2. Considérer le centre-ville dans la réflexion pour de nouvelles infrastructures culturelles d'envergure (p. ex. : salles de spectacles, grande bibliothèque)

Voir chantier Identité et promotion :

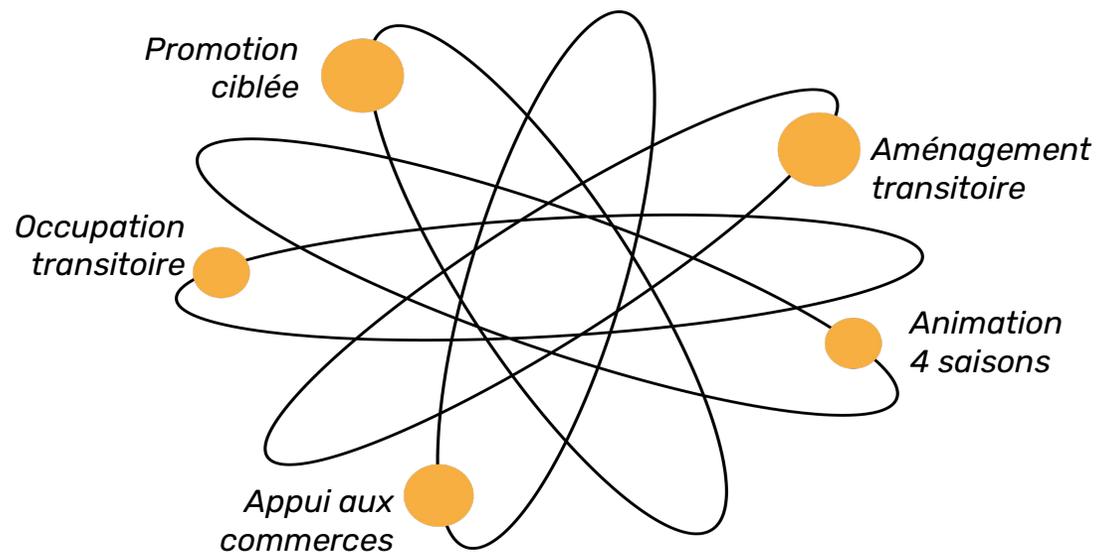
3. Assurer un réflexe centre-ville lorsqu'il est question de grands équipements attractifs pour le milieu du tourisme d'affaires (p. ex., Centre des Congrès)
4. Faciliter l'accueil d'une diversité de nouveaux types d'emplois au centre-ville, tant dans de plus gros projets (p. ex., une zone d'innovation), que via l'accueil de plus petits projets

# LE GRAND LABORATOIRE

## un centre ville expérimentiel

Cette section présente cinq expériences à débiter sans attendre, afin d'entamer les divers chantiers généraux présentés à la dernière section du présent document.

Qu'il soit question d'aménagement transitoire, d'animation, d'appui aux commerces et organismes ou encore de promotion ciblée : ces expériences ont pour objectif d'identifier ce qui fonctionne pour le cœur du centre-ville de Gatineau, et de co-créeer avec la communauté le devenir du milieu.



# EXP. 1

## AMÉNAGEMENT TRANSITOIRE



Expérimenter le potentiel du cœur du centre-ville pour y aménager des places, des rues conviviales et des pistes cyclables

Débordant de potentiels, le cœur du centre-ville de Gatineau doit mettre en œuvre d'importants changements pour développer ses réseaux actifs, mettre en place des leviers à l'animation urbaine, aménager des lieux de rassemblement et mettre en valeur ses rues commerciales. L'approche de l'aménagement transitoire est une approche par projets pilotes. Elle permet de mettre en place rapidement des actions imparfaites qui seront polies à l'usage. Surtout, cette approche démontre qu'un changement s'opère. Cette expérience s'articule autour de trois champs d'intervention :

### La Grande place

- Pôle événementiel de diffusion culturelle
- Marché public
- Espaces récréatifs et de rassemblement
- Symboles identitaires

### Rues conviviales

- Mise en place de la signature des rues commerciales
- Terrasses et autres formes d'occupation du domaine public par les commerçants
- Placettes, placotoirs et mesures de verdissement

### Pistes cyclables

- Projets pilotes de nouveaux axes cyclables



### FACTEURS DE SUCCÈS

- Faciliter l'occupation du domaine public par des organismes tiers, des commerçants et des promoteurs d'événements
- Planifier les ressources nécessaires à l'aménagement, la gestion des sites et la promotion
- Bien communiquer qu'il s'agit d'un projet pilote et consulter la population sur leur appréciation des changements



### INDICATEURS DE SUIVI

- L'achalandage piéton au centre-ville
- Le nombre d'événements organisés sur le domaine public par des organismes tiers
- L'impact sur l'expérience des usagers
- L'efficacité et l'acceptabilité sociale des mesures mises en œuvre

# ÉTAPES DE MISE EN ŒUVRE



## FOURCHETTE DE COÛTS

Entre 1,5 M \$ et 2 M \$



## RESSOURCES IMPLIQUÉES

Ville de Gatineau, Vision Centre-Ville, commerces, regroupements citoyens, promoteurs d'événements, organismes culturels

# 1

## Créer le cadre de référence pour les acteurs privés et paramunicipaux

- Identifier les types d'intervenants pouvant occuper le domaine public
- Identifier les types d'interventions pouvant être mises en œuvre par ces intervenants (terrasses, aménagement de places et placettes, placotoirs, mesures d'embellissement, etc.)
- En fonction de la nature du projet, redéfinir les règles et les processus d'approbation d'occupation saisonnière de l'espace public afin de faciliter les interventions et de réduire le temps requis pour approuver les demandes
- Rédiger un guide pour promouvoir le cadre de référence et encourager les intervenants visés à contribuer à l'ambiance du centre-ville (en complément du guide existant pour les placotoirs)

# 2

## Définir l'action publique

- Prioriser les actions publiques à mettre en œuvre dans le cadre de cette expérience en considérant l'ensemble des expériences du Grand Laboratoire et des chantiers généraux
- Octroyer l'autorisation d'occuper un espace situé dans le cœur du centre-ville (achat, location, entente particulière)

# 3

## Concevoir et planifier

- Faire appel à des professionnels de l'aménagement et de la gestion des espaces publics pour appuyer la Ville dans la mise en place des différentes interventions
- Planifier la mise en place, la gestion et l'entretien des différents sites

# 4

## Mettre en œuvre

# 5

## Faire le bilan

- Mettre en place des compteurs afin de mesurer l'évolution de l'achalandage des cyclistes et des piétons autour des sites d'intervention
- Engager une firme externe pour juger la qualité des interventions et leurs impacts sur l'expérience observée des usagers
- Évaluer l'acceptabilité sociale des différentes mesures

# EXEMPLES

«L'appel de projets pour la réalisation de places éphémères issues de la communauté vise à soutenir les initiatives de groupes intéressés à aménager et à animer une place publique éphémère ». La Ville met à la disposition des promoteurs de projets un soutien financier, pouvant atteindre 10 000 \$, un soutien technique et un soutien-conseil.



Espace centre-ville, l'organisation responsable de dynamiser la rue Lafontaine à Rivière-du-Loup, a mis sur pieds un projet phare pour occuper l'espace public différemment. Avec l'aide de nombreux collaborateurs, la reconfiguration de la rue a permis l'ajout de nombreuses terrasses, de lieux d'animation et d'éléments de décor.



Rivière-du-Loup

Programme de places éphémères issues de la communauté

Rues piétonnes et partagées



LaFestive : terrasses, animation et ambiance festive

Voies actives et sécuritaires

Bien que l'initiative des rues piétonnes et partagées date de quelques années, la Ville de Montréal a grandement assoupli ses règles pendant la pandémie pour l'établissement d'une terrasse sur le domaine public. Couplées à de multiples interventions pour verdir les rues commerciales et les rendre plus conviviales, ces initiatives furent très appréciées des commerçants et des usagers.

Montréal

Les voies actives et sécuritaires (VAS) sont des projets pilotes de liens cyclables entre des secteurs résidentiels, des parcs et des rues commerciales de proximité. Déployées rapidement, elles ont permis de tester le potentiel et l'acceptabilité sociale de nouveaux liens cyclables au cours d'un même été.

Montréal

# EXP. 2

## ANIMATION 4 SAISONS



Un calendrier bien rempli, un pôle créatif, des espaces vivants, un écosystème culturel et événementiel

Selon les informations communiquées à Rues principales, 19 des 26 événements organisés au centre-ville ont lieu entre le mois de juin et le mois de septembre. Ainsi, ce sont 73 % des événements qui se tiennent dans une période équivalant à 33 % de l'année. Alors que les commerçants reconnaissent l'immense contribution des événements organisés dans le centre-ville, il est proposé d'expérimenter la saisonnalité afin de stimuler l'achalandage tout au long de l'année.

Considérant le dynamisme de l'écosystème culturel et événementiel du centre-ville, les actions de la Ville et de Vision Centre-Ville devraient être orientées vers la création de leviers pour faciliter l'organisation d'événements et nourrir le développement du milieu culturel. Pour ce faire, une réflexion plus approfondie doit être menée avec les acteurs du milieu. Cette réflexion permettra d'établir la ligne directrice de la stratégie de vitalité culturelle et d'animation 4 saisons du centre-ville. Elle permettra également d'identifier les besoins en financement et en infrastructures des acteurs pour gagner en autonomie.

Afin d'alléger le processus d'approbation de la tenue d'événements dans l'espace public, les places publiques du centre-ville (voir Exp. 1) devraient être des lieux de diffusion événementielle et culturelle préapprouvés par la Ville. D'une stratégie d'animation basée sur l'événementiel, il est proposé de passer à une stratégie d'animation basée sur des espaces vivants et programmés de petits événements récurrents.



### FACTEURS DE SUCCÈS

- La mobilisation de l'écosystème événementiel et culturel
- La création de leviers pour faciliter l'organisation d'événements et le développement du milieu culturel
- Considérer les places comme des pôles d'animation et de diffusion



### INDICATEURS DE SUIVI

- Nombre d'événements organisés par des tierces parties (hors Ville et hors Vision Centre-Ville)
- Les retombées des événements financés par de l'argent public

# ÉTAPES DE MISE EN ŒUVRE



## FOURCHETTE DE COÛTS

Entre 2 M \$ et 2,5 M \$



## RESSOURCES IMPLIQUÉES

Ville de Gatineau, Vision Centre-Ville, promoteurs d'événements, organismes culturels

# 1

## Élaborer la stratégie de vitalité culturelle et d'animation 4 saisons du cœur du centre-ville

- Mobiliser le milieu événementiel et culturel du centre-ville
- Définir le cadre de référence devant guider la conversation (animation 4 saisons et rôle des places publiques)
- Définir les besoins communs aux différents acteurs et les leviers à mettre en place pour les autonomiser
- Prioriser les actions-phares
- Élaborer la vision et le plan d'action de la stratégie de vitalité culturelle et d'animation 4 saisons du centre-ville

# 2

## Définir l'action publique

- Prioriser les actions publiques à mettre en œuvre dans le cadre de cette expérience en considérant l'ensemble des expériences du Grand Laboratoire et des chantiers généraux
- Octroyer l'autorisation d'occuper un espace situé dans le cœur du centre-ville

# 3

## Organiser et mettre en œuvre les événements

Fournir l'appui nécessaire aux promoteurs d'événements et aux organismes

# 4

## Faire le bilan

Effectuer un suivi des retombées des événements financés (monitorage) : nombre d'événements, achalandage généré, retombées commerciales (impact sur les ventes), provenance des participants et nuitées dans les hôtels

# EXEMPLES

Le Petit théâtre du Vieux-Noranda intègre les technologies aux arts vivants. On retrouve également sous son toit les Laboratoires de création sur l'interactivité. C'est avant tout un écosystème créatif qui collabore avec la communauté et le milieu académique.



La corporation du centre-ville de Kénogami a développé toute une programmation culturelle qui s'ancre principalement au parc Ball, situé au cœur du centre-ville, mais également dans les petites placettes qui ponctuent le secteur. Ce sont plus de 30 prestations musicales et performances théâtrales qui ont contribué à l'animation des places du secteur.



Le Petit théâtre du Vieux-Noranda

Le Laboratoire de l'hiver

Les éphémères de Kénogami

Les stations hivernales

Le Laboratoire de l'hiver explore les possibles dans le but d'activer les espaces publics durant la saison froide et créer des réseaux d'ambiance hivernale dans les cœurs de collectivité.



À l'hiver 2021, le service du développement économique de Montréal a débloqué 650 000 \$ pour mettre en place 25 stations hivernales. Situé à proximité des rues commerciales, ces propositions de différentes équipes de designers ont donné tout autant de visions sur des manières de mettre en valeur l'hivernité.

Montréal 

# EXP. 3

## APPUI AU COMMERCE



Concrétiser la  
gestion  
commerciale en  
centre-ville

La dynamique économique du Vieux-Hull s'érode depuis plusieurs années. Cette tendance s'est accélérée avec la crise de la Covid-19, comme le confirment les sondages réalisés cette année. Ainsi, le taux de vacance commerciale, indicateur clé, a atteint un niveau critique. Or, les commerces sont essentiels à la vie du centre-ville de Gatineau.

En réponse à ces difficultés économiques et au manque d'attractivité, les actions publiques se multiplient. C'est dans ce contexte que la nécessité d'appuyer le centre-ville, en particulier dans sa dimension commerciale, s'est imposée à court terme. L'objectif de cette expérience est de mettre en place un dispositif de gestion du centre-ville concrétisé par une application stricte, mais flexible, des règlements d'urbanisme. Il s'agit d'identifier des porteurs de projets promouvant l'animation commerciale, la qualité de vie et l'accompagnement tant des commerces existants que des nouveaux projets.



### FACTEURS DE SUCCÈS

- Opter pour un service compétent en matière d'urbanisme commercial
- Coordonner les documents réglementaires
- Communiquer sur les actions et les aides auprès des commerçants existants
- Agir comme un centre-ville expérientiel, utiliser l'appui au commerce comme effet levier, inciter les projets innovants



### INDICATEURS DE SUIVI

- Diminution de la vacance commerciale
- Nombre de nouveaux arrivants/commerçants
- Satisfaction des commerçants et des consommateurs
- Dynamisme général en centre-ville

# ÉTAPES DE MISE EN ŒUVRE



## FOURCHETTE DE COÛTS

Entre 800 000 \$ et 1,2 M \$



## RESSOURCES IMPLIQUÉES

Ville de Gatineau, autres paliers de gouvernement (Québec, Canada), porteur de projets à identifier (responsable du commerce pour le centre-ville), Vision Centre-Ville

# 1

### Observer : Connaître les forces, les faiblesses et l'évolution du commerce

- Diagnostiquer l'activité commerciale
- Mettre en place un « Laboratoire du commerce »
- Identifier et mobiliser les acteurs ressources
- Faire appel à des organisations spécialisées en urbanisme commercial

# 2

### Agir : Coordonner les documents d'urbanisme, les outils réglementaires

- Utiliser les dispositifs d'aides pour mettre en œuvre la stratégie de relance
- S'appuyer sur des exemples d'application innovants des réglementations
- Maîtriser l'évolution du tissu commercial
- Usages conditionnels / Taxe sur le coefficient d'occupation au sol

S'inspirer des villes québécoises ayant eu recours à des montages innovants en matière de réglementation pour éviter d'entrer en contradiction avec le cadre législatif

# 3

### Piloter : Se doter des structures et des équipes pour gérer le centre-ville

- Organiser le développement du centre-ville
- Identifier un porteur de projets et définir son rôle
- Fixer des objectifs (% de vacance à atteindre, etc.)

*Voir chantier Vitalité commerciale*

# 4

### Accompagner : Proposer un service d'aide à l'ensemble des commerçants

- Aider financièrement les commerçants à la location d'espaces commerciaux (application de l'article 85.2 de la Loi sur l'aménagement et l'urbanisme (LAU); voir exemple de Granby ci-après)
- Proposer une trousse d'accueil aux nouveaux commerçants

# 5

### Faire le bilan

- Mesurer le taux de vacance commerciale en centre-ville
- Évaluer le nombre de nouveaux arrivants
- Consulter les commerçants et les consommateurs
- Communiquer sur les objectifs atteints

# EXEMPLES

La Ville de Trois-Rivières offre 7 000 \$ en gratitudes et services professionnels aux commerçants et gens d'affaires qui s'implantent dans un périmètre prédéfini en centre-ville (incitatifs à la location, aide à la création d'emplois, vitalité urbaine).



La Ville de Laval procède à la planification de son centre-ville, une occasion de doter la ville d'un centre fort et attractif. Cette planification devrait permettre de traduire la vision d'avenir du milieu dans un Programme particulier d'urbanisme (PPU), qui propose des outils d'encadrement spécifique à l'image du Bureau du développement du centre-ville dédié au dynamisme commercial.



Trousse d'accueil des nouveaux arrivants

Taxe sur le coefficient d'occupation au sol



Bureau du développement du Centre-ville

Programme de rénovation

Aide financière à la location d'espaces commerciaux

À travers son document établissant le taux de taxes annuelles, la Ville de Saint-Brigitte-de-Laval a ajouté une taxe sur le coefficient d'occupation au sol à l'article 13. Cette taxe s'applique aux locaux non résidentiels et pourrait être utile dans un programme de diminution du taux de taxation pour les petits commerces.



Afin de réduire les impacts négatifs liés aux travaux de revitalisation du centre-ville, la Ville de Granby propose un programme d'accompagnement pour soutenir les projets et les initiatives locales (développement d'une boutique en ligne, publicité sur le web ou dans les journaux, création d'outils promotionnels).

Une aide financière à la location d'espaces commerciaux est également disponible afin de stimuler une zone commerciale précise à l'intérieur du périmètre du PPU (art. 85.2 LAU).



# EXP. 4

## OCCUPATION TRANSITOIRE



Les locaux vacants comme leviers de développement

La vacance commerciale et l'inoccupation dans un sens large ont des conséquences négatives sur la santé urbaine. Cette inoccupation entrave le dynamisme d'un territoire, particulièrement lorsqu'elle se situe en centre-ville. Elle peut se traduire par une diminution de la valeur socio-économique, rendant difficiles la vente ou la valorisation des espaces à plus long terme.

L'enjeu consiste donc à transformer la vacance en atout afin de générer des gains d'attractivité pour des lieux centrés sur la création. Il s'agit de mettre en place une acupuncture urbaine comme modèle de développement territorial qui serait basée sur un programme d'occupation transitoire des locaux vacants. Le défi demeure de développer des mécanismes souples, flexibles et agiles à court terme et qui pourraient devenir des catalyseurs de développement à plus long terme.



### FACTEURS DE SUCCÈS

- Recenser et récolter des données : identifier les lieux inoccupés et dégradés
- Mettre des lieux et les informations réglementaires et techniques nécessaires à disposition des porteurs de projets
- Appuyer un porteur de projet auprès d'un propriétaire, des assureurs et des services techniques
- Communiquer sur le projet, fédérer les acteurs autour d'une nouvelle forme de gouvernance



### INDICATEURS DE SUIVI

- Respect du temps de l'occupation
- Poursuite des actions : les anticiper et les évaluer
- Impact positif sur la résorption de la vacance commerciale en centre-ville et sur le marché local
- Degré de satisfaction des propriétaires et des occupants

# ÉTAPES DE MISE EN ŒUVRE



## FOURCHETTE DE COÛTS

Entre 1 M \$ et 1,5 M \$



## RESSOURCES IMPLIQUÉES

Propriétaires, Ville de Gatineau, occupants, population résidente (bénévolat, adhérents), porteur de projets à identifier (responsable du commerce pour le centre-ville), financeurs (mécénat, subventions)

# 1

## Recenser : Établir la liste des lieux vacants

- Diagnostiquer les lieux vacants publics et privés (bâti, mixte, non bâti), commerciaux ou à autre usage
- Identifier les lieux privilégiés, capables d'accueillir techniquement et juridiquement un projet transitoire

# 2

## Agir : Mettre à disposition les lieux vacants

- Modifier la réglementation au besoin
- Se placer comme interlocuteur principal auprès des investisseurs, assureurs, propriétaires (rassurer les acteurs)
- Mettre aux normes les lieux vacants dans le respect des lois

# 3

## Déléguer : Travailler avec une structure spécialisée

- Monter un appel à projets
- Sélectionner un organisme qui répond aux ambitions « innovantes » établies dans la vision générale
- Fixer un cadre et établir une relation privilégiée avec les parties prenantes

P. ex., partenariats à explorer avec des organismes comme la Coopérative de développement régional Outaouais-Laurentides et l'Incubateur en économie sociale de l'Outaouais afin que les locaux vacants soient mis à disposition de nouvelles coopératives désirant démarrer

# 4

## Communiquer : Appuyer médiatiquement les acteurs dans la démarche

- Assurer la réussite du projet en mobilisant les équipes communication et marketing autour du/des projets d'occupation transitoire
- S'assurer de faire le lien entre les porteurs de projets et les propriétaires/gestionnaires d'immeubles

# 5

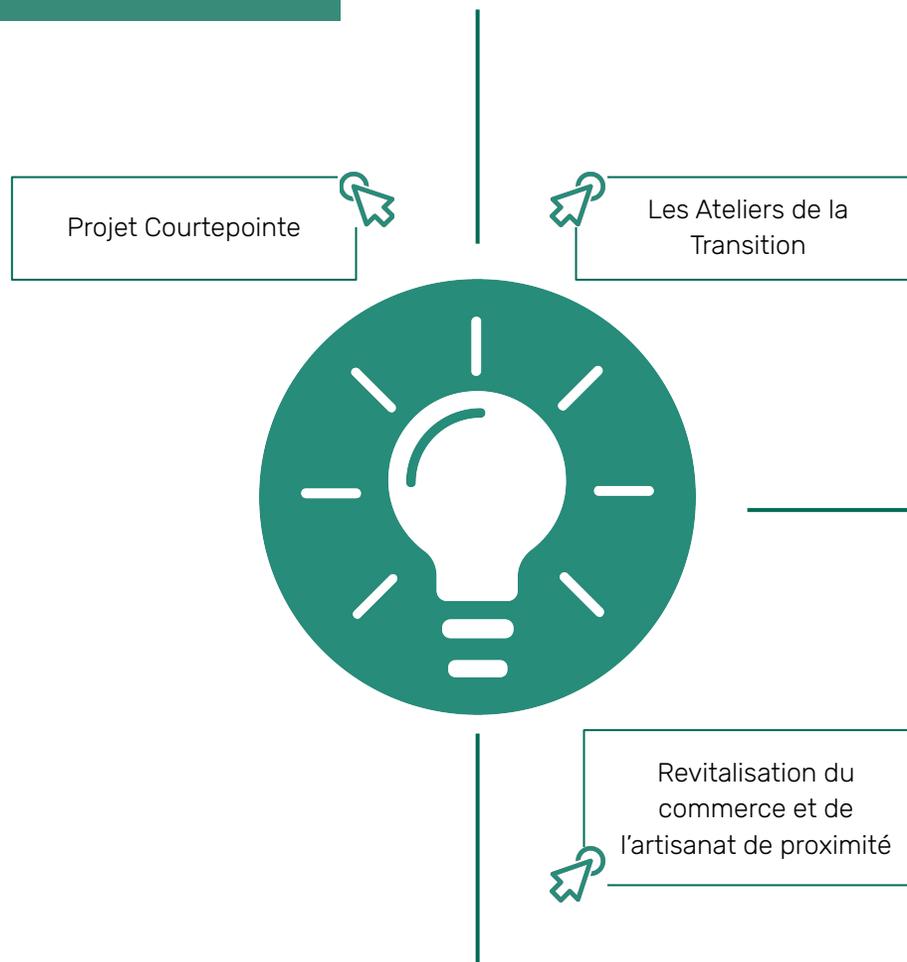
## S'assurer de la clôture du projet et faire le bilan

- S'assurer de la remise des lieux/locaux à leur propriétaire à la date et heure entendues
- Accompagner les porteurs de projets dans l'occupation d'un local à « long terme » en centre-ville
- Mesurer les retombées économiques

# EXEMPLES

*Entremise est une entreprise d'économie solidaire qui accompagne les acteurs publics, les propriétaires immobiliers et les communautés dans la planification et le développement stratégique des espaces en attente de requalification en proposant des projets d'occupation transitoire.*

*Situés dans le centre du vieux Pointe-aux-Trembles, rue Notre-Dame, six immeubles attendent d'être démolis. Il reste un an à la Société de développement Angus avant d'entamer la construction d'une centaine de logements et d'une dizaine de commerces. Entre temps les locaux sont vides. C'est là qu'intervient Entremise à travers son projet Courtepointe. Ce dernier vise à occuper deux des locaux de façon transitoire, ici ce sont des organismes communautaires et des entreprises en démarrage qui ont été sélectionnés.*



*Situés au cœur de la Petite-Patrie à Montréal, Les Ateliers de la Transition sont des espaces communs occupés de manière transitoire par un panel d'organisations. Ce projet offre au quartier un lieu innovant qui accueille des bureaux de travail autour d'espaces communs (salle de réunion, cuisine, atelier de réparation de vélos, etc.). Il s'agit d'un autre exemple innovant d'occupation transitoire de locaux vacants.*



*La SEMAEST est une société d'économie mixte de la Ville de Paris qui favorise l'installation de commerçants et artisans dans d'anciens locaux vacants. Au final, l'organisation acquiert les locaux, les rénove et les louent aux porteurs de projets pour le compte de la Ville de Paris tout en favorisant l'innovation et les démarches éthiques et durables. Grâce à son action, plus de 650 locaux commerciaux ont déjà été réaffectés.*



# EXP. 5

## PROMOTION CIBLÉE



Expérimenter  
l'image de marque  
du centre-ville



La marque «Très  
Trois-Rivières»



Crédit : Ville de Trois-Rivières

L'identité du centre-ville de Gatineau est à définir et affirmer. Une démarche doit être entamée pour trouver les bases communes de l'identité à mettre de l'avant afin de bâtir une image de marque qui rejoindra autant la population de Gatineau, celle de la région métropolitaine d'Ottawa-Gatineau et les visiteurs de l'extérieur. Dans le cadre de cette expérience, il est non seulement nécessaire de promouvoir le Grand Laboratoire, mais les activités de promotion devraient être l'occasion de tester différentes identités pour le centre-ville.

Voir le chantier général Identité et promotion à la section suivante pour aller plus loin.



### FACTEUR DE SUCCÈS

- Être capable de bien communiquer l'idée derrière le Grand laboratoire
- Créer une plateforme de consultation citoyenne



### INDICATEURS DE SUIVI

- La performance des outils de communication
- La réalisation d'un plan de communication partagé par les différents acteurs chargés de la promotion du centre-ville



# LES CHANTIERS GÉNÉRAUX

Cette section présente les chantiers suggérés pour que les expériences du Grand laboratoire s'inscrivent dans une vision à plus long terme (en continu!) du devenir du centre-ville.

# 1

## VITALITÉ COMMERCIALE

### Objectif principal

Créer les conditions nécessaires au maintien et au développement commercial

### Orientations spécifiques

1. Coordonner les acteurs
2. Soutenir techniquement et financièrement les commerçants actuels et les projets
3. Développer l'offre de commerces de proximité
4. Soutenir l'innovation commerciale pour consolider l'identité commerciale du centre-ville
5. Assurer une continuité commerciale
6. Se démarquer de l'offre en périphérie
7. Veiller à l'équilibre commercial sur l'ensemble du territoire

### À court terme

01

#### Assurer un suivi de la vitalité commerciale

Avoir un diagnostic clair du niveau de vitalité commerciale et assurer une relation entre la Ville et les commerçants

- Identifier un porteur de projets dans une structure existante pour assurer le monitoring
  - Effectuer une veille de données telles que la vacance commerciale, l'indice de loyers, l'évaluation de la santé commerciale des différentes artères
  - Distinguer les commerces qui ont pignon sur rue et ceux qui sont situés dans les galeries marchandes, afin de leur assurer un soutien adapté à leurs besoins respectifs
  - Effectuer le bilan et ajuster les actions en conséquence
- Analyser le rôle de Vision Centre-Ville et évaluer l'opportunité de le réviser pour y affirmer un mandat commercial plus fort (les alternatives : créer une structure locale dédiée au commerce ou identifier un porteur de projets dans une autre structure existante)
- Former un comité commercial réunissant les acteurs du commerce de détail et les acteurs publics
  - Connaître la clientèle du centre-ville et son évolution (via veille et bilan commerciaux, veille des projets immobiliers, etc.)
  - Veiller au maintien et au développement commercial
- Définir et animer une politique locale du commerce\*

\*Pour en savoir plus :  
Charte de développement  
commercial de Drummondville



## À court terme

02

**Soutenir techniquement et financièrement le maintien des commerces existants et le renouveau commercial au centre-ville**

Soutenir les commerces à risque et développer l'identité commerciale du centre-ville

Voir les expériences 3 et 4 à la section précédente (et se référer à la Loi sur l'interdiction de subventions municipales et la Loi sur l'aménagement et l'urbanisme) pour plus de détails :

- Définir un budget destiné à accompagner les commerçants dans leur projet de relance (aide directe, exonération temporaire de taxes foncières, aide à la rénovation)
- Mettre sur pieds un programme d'occupation transitoire des locaux vacants au centre-ville, de manière à faire du centre-ville une zone d'innovation commerciale
- Accompagner davantage les entrepreneurs dans la mise en œuvre de leur projet au centre-ville (guichet unique pour les projets commerciaux au centre-ville, trousse d'accueil aux nouveaux commerçants)

03

**Générer de la fréquentation dans le centre-ville en proposant une offre alimentaire de qualité**

Faire du centre-ville un « pôle gourmand » d'envergure régionale, un lieu de destination et de création de flux

À l'aide des expériences d'aménagements transitoires et d'animation 4 saisons dans un premier temps, puis de façon plus permanente ensuite :

- Créer des événements autour de l'univers de la gastronomie, dans des lieux tendances et atypiques (p. ex., Fonderie, Place du Centre ou Parc du Portage)
- Développer un marché local permanent de type « halles gourmandes », soit avec le Marché de l'Outaouais ou un autre partenaire (p. ex., Time Out Market)
- Favoriser les projets de produits frais en réseau dans les dépanneurs (localisme), s'inspirer de l'histoire du siècle dernier, avec la livraison par les épiciers dans le Vieux Hull
- Proposer un programme de fidélité/rabais pour résidents et employé.e.s (p. ex., projet pilote de chèque-restaurant)
- Reproduire des campagnes d'achat comme le Défi 100% local

## À moyen et long termes

04

**Définir un périmètre de protection renforcé (zonage) dans les documents réglementaires**

Veiller à établir un équilibre au niveau de l'offre en locaux commerciaux qui favorise le centre-ville

- Limiter les possibilités d'extension des zones commerciales
- Se baser sur les données commerciales recueillies et mises à jour pour justifier l'ajout de superficies commerciales dans les nouveaux projets immobiliers

05

**Anticiper les mutations et adapter l'offre commerciale à la demande des futurs habitants**

06

**Travailler l'effet vitrine et assurer une continuité commerciale sur des rues ciblées**

- Aide à l'amélioration des devantures et des façades
- Charte d'enseigne (recherche d'une cohérence esthétique en centre-ville)

07

**Mobiliser du foncier à des fins commerciales**

- Développer des opérations mixtes nouvelles (habitats/commerces)
- Adapter les surfaces existantes pour permettre une adaptation de l'offre et attirer les locomotives
- Acquérir les fonds de commerces (p. ex., le Quartier Petit Champlain à Québec : achat d'immeubles en copropriété via une coopérative)

Pour en savoir plus :  
Quartier Petit Champlain



08

**Optimiser les liens entre le circuit touristique et le circuit commercial**

Réaliser une rétrospective des actions mises en place à travers le plan de relance et fixer des objectifs viables autour de la question de la redynamisation du commerce au centre-ville

**Objectif principal**

Bonifier l'ambiance du centre-ville de manière à créer des parcours naturels, sécuritaires et conviviaux qui maximisent une expérience piétonne positive

**Orientations spécifiques**

1. Formaliser un « parcours » permettant de relier les principaux attraits du centre-ville d'**est en ouest**
2. Mitiger les impacts de la circulation automobile
3. Créer des placettes et parcs de voisinages à proximité des bureaux et zones commerciales qui permettent de s'asseoir, jaser et consommer de la nourriture, ainsi qu'une place publique centrale apte à accueillir des événements de grande envergure
4. Mettre en valeur les vues vers les cours d'eau et vers Ottawa en misant sur les accès aux berges et sur la topographie du centre-ville
5. Réduire les ruptures d'échelle causées par la transition rapide des hauteurs et la présence de vastes stationnements de surface et de terrains vacants

**À court terme**

01

**Créer une place publique centrale**

Voir chantier Grande place

02

**Réaménager certains tronçons de rues de façon prioritaire**

- Réaménager pour des trajets piétons et cyclistes sécuritaires et invitants les tronçons permettant de lier Laurier et le secteur Laval/Aubry, soit les rues Hôtel-de-Ville et/ou Victoria, incluant une option claire de cheminement via le parc du Portage et la Place Gatineau pour la vie
- Réaménager pour des trajets piétons et cyclistes sécuritaires et invitants les tronçons permettant de lier Montcalm et le secteur Laval/Aubry, soit les rues Wellington et/ou Wright
- D'ici au réaménagement permanent des rues Montcalm et Taylor, réaliser des opérations temporaires pour offrir des trajets piétons et cyclistes sécuritaires et invitants sur les tronçons permettant de lier le Théâtre de l'Île et le secteur de la Fonderie, soit les berges du ruisseau de la Brasserie

## À court terme

## À moyen et long termes

03

**Porter une attention particulièrement au fait de rythmer le parcours à l'échelle du piéton**

- Encourager et permettre l'affichage commercial et artistique pour animer les vitrines des locaux commerciaux vacants
- Inciter la mise en place de projets d'occupation transitoire extérieurs
  - Permettre la réallocation d'espaces de stationnement sur rue pour en faire des placotoirs ou terrasses
  - Faciliter l'accès à des permis d'occupation transitoire pour favoriser l'occupation de terrains et bâtiments vacants (voire de terrains de stationnement de surface) par la communauté, notamment sur des terrains appartenant à la Ville
  - Évaluer la possibilité de racheter des terrains vacants situés sur les rues du réseau d'ambiance pour en faire des places, placettes ou parcs de voisinages
- Végétaliser les rues fortement minéralisées et en bordure des trottoirs pour réduire le bruit et augmenter le confort climatique

04

**Faire rayonner le ruisseau de la Brasserie**

- En attendant le réaménagement des rues Montcalm et Taylor, et les travaux de décontamination des berges du ruisseau de la Brasserie, mettre en place de concert avec la CCN des aménagements éphémères en bordure du ruisseau (supports à hamacs, tables, bancs, etc.)
- Poursuivre les efforts de collaboration avec la CCN pour la réalisation des travaux nécessaires (décontamination) à la concrétisation du réaménagement permanent des berges du ruisseau

05

**Étendre l'identité de plein air urbain de la ville de Gatineau à son centre-ville**

- Mettre en valeur un réseau de plein air urbain au centre-ville et le connecter efficacement aux réseaux cyclable et piétonnier environnants (berges de la rivière des Outaouais, berges du ruisseau de la Brasserie, sentier de l'Île)
- Intégrer des stations d'exercice, de créativité ou de jeu dans les parcs
- Éventuellement, pour le ruisseau de la Brasserie décontaminé : faciliter les activités nautiques non-motorisées, renaturaliser les berges, réaménager l'espace vert informel de la rue Montcalm, et soigner les vues sur le ruisseau

## À moyen et long termes (suite)

06

**Réviser les outils urbanistiques pour assurer un encadrement intéressant des rues**

- Limiter l'impact visuel des stationnements, notamment en favorisant les stationnements souterrains et étagés
- Bonifier l'encadrement visant l'harmonisation des nouvelles constructions au cadre bâti existant, pour adoucir les ruptures d'échelle, particulièrement à proximité de bâtiments à valeur patrimoniale

07

**Renouveler l'accès actuel aux berges de la rivière des Outaouais**

Créer une promenade continue et illuminée sur les rives de la rivière des Outaouais et du ruisseau de la Brasserie qui soit connectée au parcours d'ambiance et dont l'aménagement serait bonifié à chaque année pour offrir de nouvelles expériences aux visiteurs

08

**Améliorer l'expérience et la sécurité en bordure des voies de circulation**

- Évaluer les impacts d'une réduction de la vitesse de circulation autorisée sur les rues commerciales
- En attendant une possible interdiction de l'accès aux camions de transit sur la rue Montcalm, entamer les discussions pour l'encadrement des heures de livraison

09

**Assurer des raccordements solides avec les grands projets qui auront lieu en pourtour**

Par exemple, réaménagement des terrains de la Fonderie et des terrains de l'aréna Robert-Guertin

# 3

## PÔLE CULTUREL

### Objectif principal

Consacrer le centre-ville en tant que pôle culturel

### Orientations spécifiques

1. Participer à rattraper le retard économique de l'Outaouais dans le domaine de la culture
2. Aider le centre-ville à se démarquer, tant auprès des gens de Gatineau que des touristes, par une programmation 4 saisons, incluant la pérennisation du Sentier culturel et sa capacité d'assurer une relève artistique
3. Soutenir les projets en lien avec le maintien et l'attraction d'artistes au centre-ville (p. ex., logements et espaces d'ateliers)

### À court terme

## 01

### Consolider l'offre en infrastructures culturelles au centre-ville Mettre en valeur l'existant et créer des lieux complémentaires de formation, de création, de diffusion artistiques

- Soutenir des projets comme les Ateliers du Ruisseau (centre multifonctionnel en arts visuels, en métiers d'art et en arts numériques)
  - En complémentarité avec des logements abordables comme la coopérative d'habitation des artistes et travailleurs culturels (voir chantier Milieux de vie inclusif)
- Assurer l'implantation du siège social du musée régional au centre-ville
- Considérer le centre-ville dans la réflexion pour de nouvelles infrastructures culturelles d'envergure (p. ex. : salles de spectacles, grande bibliothèque)
- Promouvoir et assurer la mise en réseau de lieux et initiative existants :
  - P. ex., Filature, Théâtre de l'île, parc de la Francophonie, Espace René-Provost, salle de spectacle du Minotaure, salle Jean-Després, bibliothèque de la Maison du Citoyen, Musée canadien de l'Histoire, et les autres parcs
- Pérenniser le Sentier culturel (voir pages suivantes - fait l'objet d'un volet spécifique dans le cadre du présent mandat)

**Vision :**

Le Sentier culturel crée des dialogues, en constante évolution, entre les artistes, les citoyens et les visiteurs. Les œuvres présentées s'imprègnent et soulignent l'unicité des composantes urbaines, des activités et des résidents du secteur. Le Sentier est reconnu pour la qualité et la singularité de son offre artistique et contribue à la renommée du centre-ville de Gatineau.

**Sentier culturel**

Un tracé d'œuvres d'art pour diffuser la culture et animer le centre-ville

**Objectifs :**

- Le rayonnement de la culture et des artistes locaux
- Une offre artistique renouvelable, originale, unique et professionnelle
- Un Sentier ancré dans l'unicité du centre-ville de Gatineau
- Un levier de développement économique

**Facteurs de succès :**

- Changer la structure et la gouvernance : sous forme d'un organisme à but non lucratif
- Dédier un plus grand financement
- Améliorer la visibilité et la diffusion
- Développer une vision unique

**Indicateurs de suivi :**

- Le nombre d'œuvres d'art
- Le nombre de participants
- Les retombées pour la communauté et le centre-ville

**Sentier culturel**

Un tracé d'œuvres d'art pour diffuser la culture et animer le centre-ville (suite)

**PLAN D'ACTION SOMMAIRE - LES GRANDES ORIENTATIONS ET LES ACTIONS PROPOSÉES**

1. **Assurer une direction artistique claire et la présence d'artistes professionnels de la région**
  - Faire appel à des commissaires
  - Inclure des artistes et des membres d'organismes culturels sur le CA
  
2. **Viser une croissance importante en termes de nombre et de qualité des œuvres d'art**
  - Augmenter le nombre et les montants des demandes de financement
  - Utiliser une stratégie de partenariat artistique pour financer des œuvres d'art et des installations urbaines
  
3. **Diffuser le projet du Sentier culturel pour le faire connaître auprès de la population locale et des visiteurs**
  - Créer un site internet pour le Sentier
  - Utiliser davantage les réseaux sociaux pour faire la promotion du Sentier
  - Allouer un budget pour la création de contenu promotionnel et d'espace de diffusion adapté au public visé
  
4. **Ancrer le Sentier dans le cadre urbain du centre-ville et participer à son aménagement**
  - Créer un parcours changeant à chaque année et qui met en valeur des éléments distinctifs du centre-ville
  - Assurer une ambiance agréable et distinctive aux abords du Sentier

**Objectif principal**

Aménager une place publique multifonctionnelle et permanente dans un lieu à déterminer

**Orientations spécifiques**

1. **Créer un pôle d'animation urbaine 4 saisons** : une place à l'aménagement flexible pouvant à la fois accueillir des événements et servir de lieu de rassemblement au quotidien
2. **Pérenniser un lieu ayant la capacité d'accueillir de grands événements**
3. **Marquer le cœur du centre-ville** : un repère, le moment fort de l'expérience du centre-ville et du Sentier culturel
4. **Assurer la continuité du parcours d'ambiance**

**À court terme**

01

**Identifier un lieu pour accueillir une grande place**

À l'aide des expériences d'aménagements transitoires et d'animation 4 saisons (section précédente), et en complément d'une éventuelle place publique dans le sud de l'île (quartier Zibi)

02

**Aménager une place transitoire sur ce lieu**

Tester différentes dispositions potentielles de la place publique et agir rapidement pour la dynamisation du secteur

- Marquer la place d'une centralité et d'un symbole représentant l'image de marque du centre-ville.
- Verdir abondamment
- Installer des kiosques permettant d'offrir des services alimentaires de base et de tenir des événements de nature gastronomique et un marché public
- Aménager des espaces de rassemblement et de détente équipés de mobilier urbain coloré et ludique
- Expérimenter une version hivernale de la place

## À court terme

03

**Animer la Grande place**

Faire de la Grande place l'un des principaux moments forts d'une promenade dans le centre-ville

- Miser sur une stratégie d'animation axée sur de petits événements récurrents et alignés sur les principaux thèmes définis lors de la réflexion sur l'image de marque du secteur
- Faire de la Grande place l'un des moments forts du Sentier culturel

## À moyen et long termes

04

**Aménager la version permanente de la Grande place**

- Suite aux expériences menées à court terme, raffiner le concept d'aménagement et la programmation événementielle afin de préciser les besoins et envisager un réaménagement permanent du secteur
- Évaluer les opportunités d'acquisition de terrains

05

**Envisager l'expansion du pôle événementiel**

Considérer les liens à faire avec des espaces d'expansion potentielle à proximité, afin de gagner en flexibilité pour accueillir les événements de plus grande envergure (c.-à-d. mettre les espaces en réseau)

**Objectif principal**

Confirmer la rue Eddy comme étant la rue principale de proximité pour la population vivant dans le secteur du Vieux-Hull

**Orientations spécifiques**

1. Mener un processus participatif pour dynamiser la rue Eddy
2. Soutenir le développement commercial du secteur
3. Attribuer davantage d'espace pour « prendre le temps » sur la rue Eddy
4. Dégager un budget pour embellir la rue
5. Faciliter l'occupation du domaine public par les commerçants
6. Assurer la connection de la rue Eddy aux réseaux de transport actif

**À court terme**

01

**Aménager une signature pour la rue Eddy**

Renouveler l'expérience de la rue Eddy et lui donner une identité graphique qui la distingue

En concordance avec la réflexion sur l'identité, l'image de marque du cœur du centre-ville et les publics cibles prioritaires :

- Par des gestes inspirés des initiatives d'aménagement transitoire, ajouter des placettes, du mobilier urbain, des éléments de décor renforçant l'image de marque et les infrastructures nécessaires à la mise en place de concepts de mise en lumières interactifs
- Durant la période estivale, retirer une voie dédiée au stationnement et permettre la mise en place de terrasses, de placottoirs et des espaces de verdissement

02

**Intégrer la rue Eddy à la stratégie d'animation du centre-ville, à l'initiative d'occupation transitoire des locaux vacants et aux efforts de promotion du secteur**

Ajouter la rue Eddy à l'offre du centre-ville

- Identifier des partenaires avec qui travailler pour mettre en œuvre le programme d'occupation transitoire des locaux vacants sur la rue Eddy
- Promouvoir la nouvelle signature de la rue Eddy et le vent de renouveau qu'on y retrouve auprès des publics cibles prioritaires identifiés spécifiquement pour ce sous-secteur

## À court terme

03

**Amorcer un processus de dynamisation en prenant soin de mobiliser la communauté et les différentes parties prenantes gravitant autour de la rue Eddy**

Initier un mouvement au sein de la communauté et se doter d'un plan d'action à long terme spécifique à la rue Eddy

- Raffiner le positionnement à renforcer pour la rue Eddy : définition des publics cibles prioritaires, complémentarité avec les autres rues commerciales du Vieux-Hull
- Appuyer le développement d'une offre commerciale aligné avec ce positionnement
- Envisager un réaménagement permanent de la rue Eddy et définir les orientations devant guider ce projet

## À moyen et long termes

04

**Élaborer un plan de dynamisation spécifique à la rue Eddy en collaboration avec la communauté et les parties prenantes du secteur**

05

**Élaborer un plan d'action de mise en valeur du secteur**

06

**Planifier le réaménagement de la rue pour en faire une réelle rue d'ambiance de quartier**



**Objectif principal**

Rendre le centre-ville accessible et confortable pour tous les usagers

**Orientations spécifiques**

1. Prioriser la mobilité durable au centre-ville
2. Offrir des alternatives efficaces à l'automobile pour accéder au centre-ville
3. Sécuriser les traverses piétonnières sur les routes principales
4. Compléter en priorité un réseau de voies cyclables utilitaires au centre-ville (incluant pour y accéder)
5. Accroître la perméabilité du corridor du Rapibus (entre Montcalm et Alexandre-Taché)
6. Réaliser une étude de stationnement pour orienter l'offre et la gestion de la demande

**À court terme**

01

**Ajuster le transport collectif**

- Accroître la desserte en transport collectif en dehors des heures de pointes et lors d'évènements majeurs
- Créer des incitatifs à l'utilisation du transport collectif lors d'évènements par la remise de titres de transport gratuits (voire intégration du tarif au billet d'évènement)

02

**Compléter les liens cyclables**

- Aménager les liens cyclables à l'étude pour l'été 2021 et rénover les liens existants (notamment le sentier du ruisseau de la Brasserie) en y ajoutant un éclairage adéquat
- Ajouter une signalétique claire sur les pistes cyclables afin de bien localiser les activités/infrastructures à proximité
  - P. ex., annoncer le centre-ville à partir du lac Leamy; sur le sentier de l'Île (à la sortie du tunnel Amherst, à l'intersection avec Allumettières, etc.); sur la rue Taylor vis-à-vis la Filature; éventuellement à la l'intersection sentier des voyageurs/pont William-Commanda rénové; etc.)

03

**Réaliser une étude sur le stationnement**

Réaliser une étude de stationnement pour obtenir un portrait complet de l'offre et de la demande au centre-ville

## À court terme

04

**Améliorer la sécurité et l'expérience pour les transports actifs (priorité : piéton)**

- Piétonnisation ponctuelle de rues
- Durant les chantiers, assurer une signalétique et des détours clairs pour les usagers des transports actifs
- Réduire la rupture causée par la ligne de Rapibus
  - Créer un lien piétonnier supplémentaire traversant le corridor du Rapibus, p. ex. pour relier la rue Jean-Dallaire et le boulevard Saint-Joseph
- Réaménager prioritairement les intersections suivantes (et leurs abords) :
  - Alexandre-Taché/Montcalm ;
  - Alexandre-Taché/Saint-Joseph ;
  - Laurier/Eddy et Portage/Eddy ;
  - Montcalm/A50 ;
  - Montcalm/Lois ; et jusqu'au
  - carrefour giratoire Montcalm/Saint-Joseph

## À moyen et long termes

05

**Donner suite à l'étude de stationnement dans l'objectif de faire la gestion tant de l'offre que de la demande**

À la suite de l'étude de stationnement, opérer une gestion de l'offre de stationnement en faveur de la mobilité durable en privilégiant :

- l'aménagement de stationnements en structure (étagés/souterrains)
- la mutualisation des espaces de stationnements
- une signalétique efficace qui permet de localiser facilement les cases disponibles
- la localisation optimale des cases pour minimiser l'impact sur l'ambiance des rues locales, et des rues commerciales et achalandées, voire envisager la localisation de stationnements en pourtour du cœur du centre-ville pour y bonifier l'expérience piétonne
- une approche d'écofiscalité si la nécessité d'une taxe doit être considérée : p. ex., taxation du parc de stationnement non-résidentiel privé d'un secteur spécifique pour financer le transport collectif

06

**Formaliser une gare d'autobus interrégionaux au centre-ville**

07

**Promouvoir les liens cyclables vers les destinations à proximité**

À partir du centre-ville, compléter et préciser les circuits pour le tourisme sportif (p. ex., monter le belvédère), se rendre à la marina d'Aylmer, à Chelsea, à Wakefield, etc.

**Objectif principal**

Assurer une relance favorable à la population résidente

**Orientations spécifiques**

1. « Repeupler et densifier le centre-ville » (voir bilan du PPU)
2. « Créer un milieu de vie de qualité et un réseau de parcs et d'espaces publics » (voir bilan du PPU)
3. Assurer l'accès à des produits frais
4. Faciliter la cohabitation et le vivre ensemble

**À court terme**

01

**Faciliter l'accès à un logement et à un local de qualité**

- Assurer un loyer abordable et de qualité tant aux résidents qu'aux organismes qui les desservent
- Appuyer les organismes communautaires en soutien aux populations vulnérabilisées dans leurs recherches et leur démarchage (p. ex. dans la recherche de locaux pour haltes-fraîcheur/chaieur - voir n°5 à la page suivante)

02

**Assurer l'accès à des produits frais**

Voir également chantier Vitalité commerciale

- Renforcer un réseau de produits frais dans les dépanneurs et marchés actuellement présents sur le territoire
- Favoriser le retour d'un marché public
- Soutenir les initiatives venant en aide aux plus démunis (préparation et distribution de repas)
- Appuyer la coopérative de solidarité de l'Épicerie de l'île de Hull dans la mise en oeuvre de sa démarche
- Selon l'effet cumulé des projets immobiliers à venir (nouveaux logements/ménages), monter une stratégie de recrutement d'au moins une épicerie pour le secteur sud de l'île

## À court terme

03

**Créer des lieux d'échange ad hoc**

Créer et entretenir un lien de confiance entre la population et les partenaires du milieu

- Créer une table de médiation pour rassembler les parties prenantes afin de discuter et trouver des solutions à la cohabitation sonore entre résidents et événements
- Initier des espaces de discussion respectueux au sujet de l'urbanisme, de la densification et du développement économique au centre-ville
  - P. ex., explorer davantage les notions d'abordabilité du logement, de gentrification, de marché immobilier/de l'emploi

04

**Revégétaliser le centre-ville**

De forêt de pins, à ville industrielle, à centre-ville de fonctionnaire, le centre-ville devient une centralité verdoyante et nourricière

- « Utiliser les espaces verts et l'eau pour structurer la trame urbaine » (voir bilan du PPU)
- Entamer la réflexion avec les services municipaux et partenaires au sujet des aménagements comestibles

05

**Encourager la mixité sociale**

Remettre sur pied un programme de médiation sociale pour répondre aux préoccupations des places d'affaires du centre-ville ainsi que les sensibiliser en matière de situation d'itinérance et de consommation

En continu

06

**Appliquer un filtre inclusif au centre-ville**

- Intégrer une diversité d'aménagements (p. ex., mobilier urbain adapté, éclairage) et de mesures (p. ex., limitation de vitesses dans certaines zones, animation de parcs et d'espaces publics) permettant de répondre aux besoins spécifiques d'une diversité d'utilisateurs, peu importe leur âge, leurs capacités ou leur genre
- Mettre en valeur la diversité culturelle en misant sur des activités de mise en commun et de partage
- Assurer l'utilisation et l'appropriation des espaces publics par tous
  - P. ex., développer une portion d'animation des parcs et espaces publics pour des publics-cibles marginalisés afin d'assurer leur confort et leur aise à utiliser l'espace

07

**Reconnaître et mettre en valeur l'histoire et la contemporanéité autochtone**

Tisser des liens au jour le jour avec les communautés présentes sur les territoires pour assurer une meilleure compréhension et une meilleure intégration des préoccupations et des aspirations autochtone pour le lieu

08

**Développer un réflexe centre-ville pour les grands équipements communautaires, institutionnels et culturels**

Par exemple, évaluer la possibilité d'accueillir le futur hôpital, la bibliothèque centrale, ou des établissements d'enseignement postsecondaire



**Objectif principal**

Développer la destination  
-  
Promouvoir le centre-ville

**À court terme****Orientations spécifiques**

1. Accroître la collaboration entre les partenaires engagés dans la promotion du centre-ville et adopter une stratégie de communication cohérente et efficace
2. Mener une réflexion de fond sur l'identité propre du secteur et se doter d'une image de marque forte et partagée par les différents partenaires
3. Prioriser la localisation du cœur du centre-ville lorsqu'un projet vient renforcer l'identité du secteur (p. ex., lieu de diffusion culturelle majeur)
4. Promouvoir l'offre commerciale, événementielle, culturelle et récréative du centre-ville et les actions qui seront mises en œuvre dans le cadre du plan de relance
5. Améliorer la signalétique au centre-ville

01

**Développer une image de marque du centre-ville**

Rallier la communauté autour d'une image qui représente l'identité forte du centre-ville

- Animer une table de concertation intégrant les différents acteurs impliqués dans la relance du centre-ville et faire affaire avec des professionnels en communication pour déterminer une appellation fixe du centre-ville qui soit communément partagée
- Reconnaître le caractère distinct du centre-ville de Gatineau et y accorder un budget de promotion et événementiel supplémentaire en conséquence
- Coordonner les efforts de promotion du centre-ville par la réalisation d'un plan de communication commun et partagé par les différentes organisations responsables de cette tâche

02

**Élaborer une stratégie de communication commune aux principaux acteurs responsables de la promotion du secteur**

Promouvoir l'offre commerciale, événementielle, culturelle et récréative du centre-ville et les actions qui seront mises en œuvre dans le cadre du plan de relance

- Renforcer les liens entre les médias numériques des différents partenaires incluant le Sentier culturel pour diriger les visiteurs vers d'autres plateformes et partager les contenus performants (p. ex., publications, carte interactive, photo)
- Élaborer des indicateurs de suivi de la pertinence et de la portée des différentes plateformes numériques de communication et de leurs publications afin de soutenir une amélioration en continu

## À court terme

03

**Travailler une signalétique complète**

Assurer le cheminement ininterrompu et sécuritaire des visiteurs au cœur du centre-ville

- Arrimer l’affichage fait et prévu par les différents acteurs gouvernementaux et organisationnels (fédéral, provincial, municipal et Vision Centre-Ville) dans la mise en valeur de la porte d’entrée qu’est le centre-ville de Gatineau
- Développer un réseau de signalisation permanent permettant aux visiteurs de naviguer facilement vers et au sein du centre-ville
  - Sans nécessairement s’arrimer sur la forme, s’assurer d’identifier quels arrimages physiques sont nécessaires vis-à-vis du projet de Wayfinding d’Ottawa (p. ex., minimalement aux extrémités où les deux systèmes pourraient référer l’un à l’autre)
  - Identifier l’arrivée au centre-ville sur le boulevard Maisonneuve dans les deux directions, et développer une signalétique pour que les visiteurs qui souhaitent se rendre au centre-ville soient guidés à partir de Maisonneuve avant de passer/après être passés sous les édifices de Portage
  - Idem pour l’intersection A50/Montcalm (en attendant une révision plus complète selon l’évolution du secteur de la Fonderie, entre autres)

04

**Mettre en valeur le patrimoine bâti**

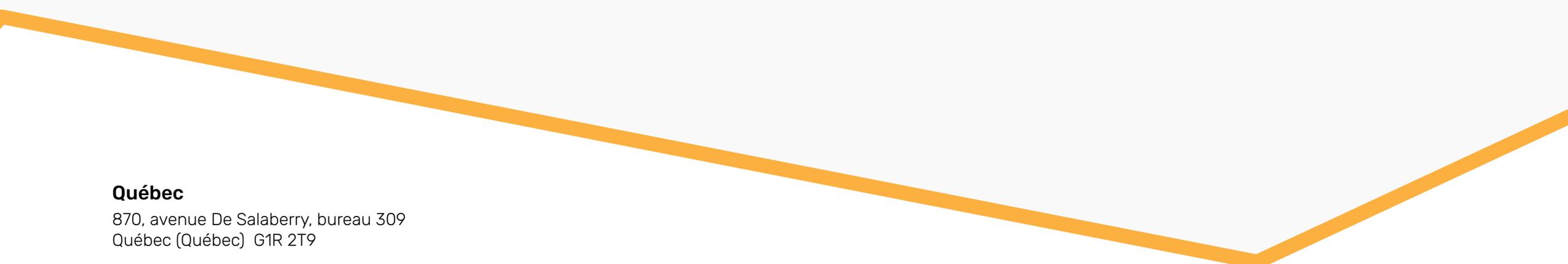
- Reconduire et bonifier le programme d’aide à la rénovation des bâtiments d’intérêt au centre-ville
- Développer des partenariats avec des instances de recherche pour faciliter et promouvoir la rénovation écologique des bâtiments (p. ex., s’informer au sujet des nouvelles technologies au Québec pour nettoyer et réutiliser les briques)

## En continu

05

**Affirmer le rôle économique du centre-ville**

- Assurer un réflexe centre-ville lorsqu’il est question de grands équipements attractifs pour le milieu du tourisme d’affaires (p. ex., Centre des Congrès)
- Faciliter l’accueil d’une diversité de nouveaux types d’emplois au centre-ville
  - Tant dans de plus gros projets (p. ex., une potentielle zone d’innovation), que via l’accueil de plus petits projets



## **Québec**

870, avenue De Salaberry, bureau 309  
Québec (Québec) G1R 2T9

## **Montréal**

50, rue Sainte-Catherine Ouest, bureau 480  
Montréal (Québec) H2X 3V4

418 694-9944  
[ruesprincipales.org](http://ruesprincipales.org)