

Ministère des Transports, de la Mobilité durable
et de l'électrification des transports (MTMDET)

***RAPPORT DE SUIVI SOCIOÉCONOMIQUE 5 ANS
(PHASE III)
VOIE DE CONTOURNEMENT – ROUTE 117***

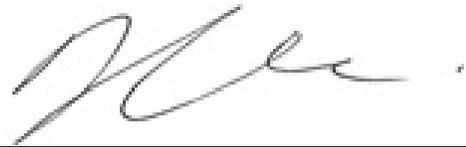
Ville de Rivière-Rouge

046-P-0012475-0-01-001-EN-R-0200-1A

Juin 2018

Signataire

Approuvé par :



Jean-François Aubin, M. A.
Analyse des politiques
Chef de projet, Direction des études
environnementales et sociales
Englobe

| Registre des émissions | | |
|------------------------|------------|---|
| N° de révision | Date | Description |
| 0A | 2017-11-17 | Émission du rapport préliminaire |
| 0B | 2018-03-16 | Émission du rapport préliminaire révisé |
| 1A | 2018-06-26 | Émission du rapport final |

Propriété et confidentialité

« Ce document est destiné exclusivement aux fins qui y sont mentionnées. Toute reproduction ou adaptation, partielle ou totale, est interdite sans avoir préalablement obtenu l'autorisation du Client. »

Table des matières

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | INTRODUCTION | 1 |
| 1.1 | Contexte | 1 |
| 1.2 | Objectifs et mandat | 1 |
| 1.3 | Situation géographique | 2 |
| 2 | RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE AUPRÈS DES ÉTABLISSEMENTS | 3 |
| 2.1 | Méthodologie et programme de travail | 3 |
| 2.2 | Questionnaire | 3 |
| 2.3 | Établissements enquêtés | 3 |
| 2.3.1 | Identification de la structure commerciale sensible | 3 |
| 2.3.2 | Validation des établissements participants | 5 |
| 2.4 | Compilation des résultats de l'enquête sur les établissements | 7 |
| 2.4.1 | Opinion générale déclarée par les commerçants et ses liens avec la présence d'une clientèle de transit | 7 |
| 2.4.2 | Évolution du chiffre d'affaires et de la masse salariale | 8 |
| 2.4.3 | Influence de la saisonnalité sur les résultats des commerces | 8 |
| 3 | RESULTATS DE L'ENQUETE AUPRES DE LA CLIENTELE | 9 |
| 3.1 | Méthodologie | 9 |
| 3.2 | Questionnaire | 9 |
| 3.3 | Établissements enquêtés | 10 |
| 3.4 | Compilation des résultats de l'enquête clients | 11 |
| 3.4.1 | Présentation générale des résultats | 11 |
| 3.4.2 | Provenance et patrons de déplacement | 12 |
| 3.4.3 | Motifs et moyens de transport utilisés | 14 |
| 3.4.4 | Habitude de fréquentation des commerces et profil des dépenses | 15 |
| 3.4.5 | Opinion sur l'impact de la voie de contournement | 17 |
| 3.4.6 | Influence de l'affichage | 18 |
| 4 | ANALYSE DES RÉSULTATS TENANT COMPTE DES TENDANCES NATURELLES OBSERVÉES DANS LE MILIEU | 21 |
| 4.1 | Méthodologie | 21 |
| 4.2 | Facteurs sociodémographiques | 21 |
| 4.3 | Facteurs économiques | 22 |
| 4.3.1 | Structure économique | 22 |
| 4.3.2 | Développement touristique et commercial | 23 |
| 4.3.3 | Offre commerciale sur la rue de L'Annonciation | 23 |
| 4.3.4 | Bilan des acteurs interrogés | 24 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 5 | RECOMMANDATIONS DU MILIEU SUR LES MESURES D'ATTÉNUATION ET LES STRATÉGIES FUTURES | 27 |
| 5.1 | Bonifier l'affichage | 27 |
| 5.2 | Stimuler l'attractivité et le leadership des communautés | 27 |
| 5.3 | Encourager l'adaptation des commerces | 28 |
| 5.4 | Revoir les stratégies d'urbanisme et commerciales aux entrées | 28 |
| 5.5 | Tendre vers une stratégie globale..... | 29 |
| 6 | CONCLUSION | 31 |
| 7 | BIBLIOGRAPHIE..... | 33 |

Tableaux

| | | |
|------------|---|----|
| Tableau 1 | Catégories d'établissements commerciaux..... | 4 |
| Tableau 2 | Types de commerces selon leur secteur d'activité dans la ville de Rivière-Rouge (2017)..... | 5 |
| Tableau 3 | Liste des établissements enquêtés lors de chacune des phases du suivi économique | 6 |
| Tableau 4 | Liste des établissements enquêtés lors de chacune des phases du suivi économique | 10 |
| Tableau 5 | Nombre de répondants et taux de participation | 11 |
| Tableau 6 | Nature de la clientèle et évolution | 13 |
| Tableau 7 | Origine des déplacements..... | 13 |
| Tableau 8 | Destination des déplacements | 13 |
| Tableau 9 | Moyens de transports utilisés..... | 14 |
| Tableau 10 | Motif des déplacements..... | 15 |
| Tableau 11 | Fréquence des visites..... | 16 |
| Tableau 12 | Profil des dépenses | 17 |
| Tableau 13 | Fréquence des achats dans les autres municipalités | 17 |
| Tableau 14 | Avis sur la voie de contournement | 17 |
| Tableau 15 | Impact de la voie de contournement sur la fréquentation des commerces..... | 18 |
| Tableau 16 | Clients en transit ayant mentionné avoir remarqué certains éléments de signalisation et ayant été influencés par ceux-ci pour arrêter dans les commerces de la municipalité | 19 |
| Tableau 17 | Données sociodémographiques..... | 22 |
| Tableau 18 | Nombre de commerces à Rivière-Rouge selon le type..... | 24 |

Figure

| | | |
|----------|--|---|
| Figure 1 | Nombre de commerces de chaque type à la ville de Rivière-Rouge (2017)..... | 4 |
|----------|--|---|

Annexes

| | |
|----------|---|
| Annexe A | Questionnaire auprès des commerçants |
| Annexe B | Liste des commerces de la municipalité de Rivière-Rouge |
| Annexe C | Questionnaire auprès de la clientèle |

1 Introduction

1.1 Contexte

Le Bureau d'audiences publiques sur l'environnement (BAPE) recommandait en 2003 le projet de contournement de la route 117 à Rivière-Rouge (L'Annonciation). Au terme de son analyse, le BAPE en arrivait à la conclusion que le projet était acceptable du point de vue environnemental. Il permettrait de résoudre les problèmes de fluidité de la circulation en réduisant l'ampleur, la fréquence et la durée des épisodes de congestion, tout en augmentant la sécurité de l'ensemble des usagers dans le secteur urbanisé.

Dans son rapport, le BAPE était d'avis que le contournement serait défavorable à certains types de commerces. L'amélioration de la circulation routière pourrait créer des opportunités de développement dans le noyau urbanisé. Le projet de contournement permettrait d'améliorer la qualité de vie des citoyens et d'accroître l'attrait de la rue Principale.

Pour être en mesure de suivre l'évolution des effets socioéconomiques sur les commerces du milieu, le ministère des Transports, aujourd'hui le ministère des Transports, de la Mobilité durable et de l'Électrification des transports du Québec (MTMDET), a proposé la réalisation d'un protocole de suivi socioéconomique auprès des commerçants les plus susceptibles d'être affectés et de leur clientèle. Cet outil a été jugé des plus appropriés par le BAPE, d'autant plus que cette évaluation pourrait servir de référence aux futurs projets de contournement.

Le décret gouvernemental 401-2004 autorisant le projet de contournement de la route 117 sur le territoire de la ville de Rivière-Rouge (L'Annonciation) stipule ainsi que le MTMDET doit assurer un suivi socioéconomique de la construction de la voie de contournement de la route 117 dans la ville.

Un premier suivi socioéconomique servant à établir l'état de référence (phase I) a été réalisé avant l'ouverture de la voie de contournement en 2010 (an 0). Un nouveau suivi a été réalisé en 2014 (phase II), soit deux ans après l'ouverture.

1.2 Objectifs et mandat

Le protocole de suivi a pour objectif la réalisation d'une enquête terrain auprès des établissements commerciaux les plus susceptibles d'être affectés par la voie de contournement ainsi que de leur clientèle. La situation des commerces et de leur clientèle est documentée à partir de questionnaires standards utilisés pour chaque phase d'enquête afin de permettre un suivi et une comparaison des données entre les années. En plus de documenter l'état des commerces et de la clientèle, le protocole vise aussi à revoir les mesures d'atténuation adoptées, mises en place ou planifiées dans l'optique d'en évaluer les résultats ou d'en proposer de nouvelles.

Dans le cadre du suivi socioéconomique 5 ans (phase III), le MTMDET a demandé à ce que les résultats obtenus soient mis en lien avec des tendances observables à l'échelle du milieu (facteurs sociodémographiques et économiques) et à ce que soient proposées, le cas échéant, des mesures additionnelles tenant compte de la dynamique globale dans laquelle s'insère la voie de contournement réalisée.

Le mandat de réalisation du protocole de suivi socioéconomique 5 ans (phase III) a été confié par appel d'offres à l'équipe spécialisée en milieu humain de la direction des études environnementales et sociales d'Englobe.

Le programme de travail pour la réalisation de l'enquête auprès des commerçants et des clients a été présenté lors d'une rencontre de démarrage avec le MTMDET le 24 février 2017. Il comprenait trois grandes étapes : l'accomplissement des activités préparatoires, l'exécution de l'enquête terrain et l'analyse des résultats, y compris la production des livrables.

À la suite de la rencontre de démarrage auprès du Ministère, un premier contact a été effectué par Englobe auprès de la Ville afin de l'informer du démarrage du mandat et d'obtenir une liste à jour des commerces et pour les informer de la réalisation du protocole de suivi 5 ans. Une lettre officielle a également été transmise par le Ministère à la Ville.

Le présent rapport présente donc les résultats obtenus lors de la phase III du suivi socioéconomique de la ville de Rivière-Rouge, 5 ans après l'ouverture de la voie de contournement de la route 117.

1.3 Situation géographique

La zone d'étude correspond au secteur L'Annonciation de la ville de Rivière-Rouge, situé dans la MRC d'Antoine-Labelle et dans la région des Laurentides.

La région des Laurentides, située au nord de Montréal, est bordée à l'ouest par l'Outaouais et à l'est par Lanaudière. La région se caractérise par la présence de nombreux lacs et cours d'eau. Majoritairement située dans les basses-terres du Saint-Laurent, elle bénéficie également d'un relief montagneux créé par la naissance du Bouclier canadien. On y accède par l'axe routier principal formé de l'autoroute 15 et de la route 117 à partir de Sainte-Agathe-des-Monts. Cet axe routier relie les régions de Montréal et de l'Abitibi-Témiscamingue, il revêt donc une importance capitale pour le transport des personnes et des marchandises.

La MRC d'Antoine-Labelle représente 73 % de la superficie totale de la région des Laurentides. Ce territoire est parsemé de lacs, de rivières et de montagnes. La ville de Rivière-Rouge a une superficie de 499,50 km² (MAMOT, 2016). Elle est formée des anciennes municipalités de L'Annonciation, Sainte-Véronique et Marchand. Ses principales voies de circulation locales sont la rue de L'Annonciation et la rue du Pont. Parmi les points d'intérêt géographique, on y retrouve la Rivière-Rouge qui traverse le cœur du village, ainsi que le parc Liguori-Gervais.

2 Résultats de l'enquête auprès des établissements

2.1 Méthodologie et programme de travail

L'identification des commerces pour l'enquête auprès des établissements a débuté en consultant la liste des commerces de la Ville rendue disponible.

Par la suite, la consultation des rapports de suivi des phases I et II, ainsi que les informations à jour reçues sur les commerces ont permis d'élaborer un plan d'enquête détaillé déterminant les commerces ciblés.

La méthodologie de l'enquête auprès des établissements de Rivière-Rouge s'est donc déployée de la façon suivante :

- ▶ envoi d'une lettre expliquant l'enquête à la ville de Rivière-Rouge ;
- ▶ sélection des commerces et confirmation de leur participation ;
- ▶ réalisation des entrevues (téléphoniques ou en personne) ;
- ▶ saisie des données et analyse des résultats ;
- ▶ analyse de la situation et comparaison avec les données précédentes des phases I et II.

L'enquête auprès des commerçants de Rivière-Rouge a été réalisée entre le 27 mars 2017 et le 31 mai 2017.

2.2 Questionnaire

Le questionnaire d'enquête pour les établissements a été développé à partir de celui fourni par le Ministère et utilisé pour les suivis des phases I et II. Des mises à jour ont été suggérées au Ministère et acceptées afin qu'il s'adapte au contexte actuel. Le questionnaire auprès des commerçants (annexe) visait à récolter les informations suivantes :

- ▶ description générale de l'entreprise ;
- ▶ fréquentation et profil de clientèle ;
- ▶ chiffre d'affaires annuel du commerce ;
- ▶ répercussions du contournement de la route 117 ;
- ▶ autres commentaires.

2.3 Établissements enquêtés

2.3.1 Identification de la structure commerciale sensible

Les premiers travaux ont consisté à effectuer une classification des établissements commerciaux de la ville (Liste complète des commerces de Rivière-Rouge présentée en annexe).

Tableau 1 Catégories d'établissements commerciaux

| TYPE DE COMMERCE | DÉFINITION |
|--------------------------------|--|
| Courants | Commerces offrant des biens et services de première nécessité, dont la fréquentation se fait sur une base quasi-quotidienne. Ex : épicerie, pharmacies et stations-service. |
| Semi-courants | Commerces offrant des biens et services consommés fréquemment, mais qui incitent les consommateurs à comparer les prix et les qualités de service. Ex : quincaillerie, vêtements et coiffure. |
| Réfléchis | Commerces offrant des biens et services consommés peu fréquemment et qui impliquent généralement un investissement plus grand. Ex : bijoux, concessionnaire automobile et meubles. |
| Restauration et divertissement | Commerces impliquant une consommation sur place. Ex : restaurants, salles de spectacles, cinéma et hôtel. |

En effet, les études précédentes sur des cas de voie de contournement démontrent que certains types de commerce peuvent être davantage affectés. Les commerces les plus sensibles correspondent aux commerces de type courant ou encore aux commerces de la catégorie restauration et divertissement. Ce type de commerce est particulièrement sensible aux modifications de la clientèle de transit en ce qui a trait au chiffre d'affaires.

La figure 1 présente ainsi le nombre de commerces par type. Cette figure indique que les commerces de type semi-courant sont en majorité, suivis des commerces de type restauration et divertissement.

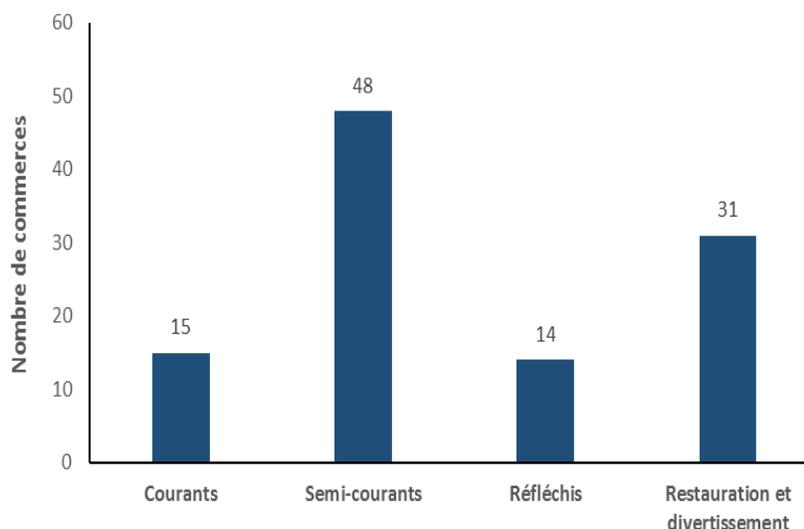


Figure 1 Nombre de commerces de chaque type à la ville de Rivière-Rouge (2017)

Le tableau 2 présente quant à lui le nombre de commerces par type et par secteur d'activités.

Tableau 2 Types de commerces selon leur secteur d'activité dans la ville de Rivière-Rouge (2017)

| SECTEUR D'ACTIVITÉ | TYPES DE COMMERCES | | | |
|------------------------|--------------------|---------------|-----------|--------------------------------|
| | COURANTS | SEMI-COURANTS | RÉFLÉCHIS | RESTAURATION ET DIVERTISSEMENT |
| Services bancaires | 2 | | | |
| Station-service | 2 | | | |
| Garage/concessionnaire | | 15 | | |
| Magasins/artisans | | 16 | 8 | |
| Esthétisme | | 14 | | |
| Dépanneurs/épicerie | 8 | | | |
| Restauration | | | | 16 |
| Hébergement | | | | 10 |
| Divertissement | | | | 5 |
| Autres | 3 | 3 | 6 | 1 |
| Total | 15 | 48 | 14 | 31 |

2.3.2 Validation des établissements participants

Les établissements participants à l'enquête représentent donc des établissements commerciaux qui sont, a priori, identifiés comme sensibles à un détournement de la clientèle de transit.

Comme dans le cadre des suivis précédents, à des fins de comparaison des résultats, les commerces situés dans le secteur des rues L'Annonciation Nord et L'Annonciation Sud sont ceux considérés comme pouvant être les plus affectés par le contournement. Les secteurs d'activités touchés comprennent ainsi les magasins d'alimentation et les dépanneurs, les stations-service, les services de restauration, les hébergements et les autres commerces de détail.

La revue des établissements ayant participé à l'enquête des phases I et II a par la suite permis d'identifier les établissements des secteurs courants et de restauration ou de divertissement qui avaient participé aux deux suivis précédents à des fins de comparaison des résultats.

Une dernière mise à jour a été apportée à la liste pour tenir compte de changements récents (par exemple le déménagement ou la fermeture de commerces). Le tableau 3 présente la liste finale des établissements enquêtés.

La plupart des entreprises sondées ont affirmé qu'elles étaient en activité sur le site actuel avant 2010, soit l'année de la mise en service de la voie de contournement de la route 117. Les deux entreprises faisant exception sont le IGA Marché Raymond et le Tim Hortons. Le IGA Marché Raymond a déménagé sur le site actuel en 2011, puisqu'il s'agissait d'un bon emplacement, et le Tim Hortons en 2013, le lieu ayant été déterminé en fonction des études de marché réalisées par l'entreprise. Les deux commerces sont situés près de la sortie sud menant à la route 117. Il est aussi à noter que l'enseigne du Tim Hortons est visible de la route 117 lorsque les automobilistes sont engagés dans le carrefour giratoire.

Tableau 3 Liste des établissements enquêtés lors de chacune des phases du suivi socioéconomique

| ÉTABLISSEMENT | PHASE I (2010) | PHASE II (2014) | PHASE III (2017) | EXPLICATION (PHASE III) |
|--|-------------------|--------------------|---------------------|--|
| A. Magasin d'alimentation et dépanneur | | | | |
| Le Dépanneur Raymond (Le Marché Raymond) | x | x | x | |
| Tabagie Raymond | x | x | x | |
| IGA Marché Raymond (Provigo Distribution) | x | x | x | |
| Dépanneur Super Gem | x | x | | Refus de participer (nouveaux propriétaires) |
| Biscuiterie L'Annonciation | x | x | x | |
| Boulangerie Pâtisserie L'Annonciation | x | x | x | |
| Société des Alcools du Québec (S.A.Q.) | x | x | x | |
| La Source enr. | | x | x | |
| B. Station-service | | | | |
| Dépanneur Maxi-Service Shell | x | x | | Fermé pour rénovations (durant les enquêtes) |
| Station Pétro-T (anciennement Les Pétroles Therrien Inc. & Dépanneur ABL) | x | x | x | |
| C. Service de restauration | | | | |
| Resto-Bar-Motel Le Pub (anciennement Brasserie Le Château) | x | x | x | |
| Restaurant Legault | x | x | | Non disponible pour ce volet |
| Café-Resto Tutto in Bocca | x | x | x | |
| Restaurant Pizzeria Le Soleil | x | x | x | |
| Subway | x | x | x | |
| La Patate de la Rouge | x | x | | Refus de participer |
| Patate Ma-Nie | x | x | | Fermé (incendie) |
| Aux délices du Gourmet | x | x | | Fermé |
| Tim Hortons | | x | x | |
| Bell Bar | x | x | x | |
| Le Roxy Bar | x | x | | Fermé |
| E. Autres commerces | | | | |
| Le Boisé du Fou du Roi – Camping | x | x | x | |
| Centre de distribution Robidoux | x | x | | Fermé |
| Daudelin Sports inc. (Intersport) | x | x | | Type réfléchi |
| Tigre Géant | x | x | x | |
| Total | 23 | 25 | 16 | |

2.4 Compilation des résultats de l'enquête sur les établissements

Parmi les 22 établissements ciblés pour l'enquête auprès des commerçants, un total de 16 gestionnaires ou propriétaires de la ville de Rivière-Rouge ont accepté de participer à ce volet de l'enquête pour un taux de réponse de 73 %.

Les raisons évoquées pour expliquer le refus de participer variaient entre le manque de temps, le désintérêt lié à l'impossibilité de changer ce qui a déjà été fait.

Cependant, la plupart des répondants n'ont pas répondu à toutes les questions du questionnaire, ce qui affecte la précision des résultats de certaines questions. Il s'agit notamment du cas des propriétaires du Bell Bar et de la Biscuiterie L'Annonciation, qui ont refusé de répondre à la presque totalité des questions, mais qui souhaitent faire part de leur insatisfaction par rapport au contournement étant donné les impacts négatifs sur leur commerce. Les résultats de l'enquête auprès des commerces sont présentés dans les sections suivantes.

2.4.1 Opinion générale déclarée par les commerçants et ses liens avec la présence d'une clientèle de transit

Les enquêtes auprès des commerçants ont permis d'établir que 9 établissements, soit 56 % des répondants, considèrent avoir vu leurs activités commerciales affectées négativement à la suite du contournement de la route 117. En contrepartie, 1 établissement a affirmé que ses activités commerciales ont été affectées positivement et 5 commerces, soit 31 % des répondants, ont mentionné ne pas avoir été affectés par le contournement.

Les raisons évoquées pour expliquer l'impact négatif de la voie de contournement sur leur commerce sont :

- ▶ le manque de visibilité de leur commerce par les automobilistes ;
- ▶ le fait que leur commerce est moins accessible directement à partir de l'artère de transit, et que, par le fait même, il y ait désormais moins de passants dans le village ;
- ▶ un manque d'appui de la part des élus municipaux.

Selon les résultats obtenus lors de l'enquête auprès des commerces, la clientèle en transit représente une proportion importante de la clientèle totale fréquentant les commerces enquêtés. Bien que les commerçants affirment que cette proportion est très variable d'un commerce à l'autre, on observe qu'en moyenne, la clientèle de transit représente approximativement 30,7% de la clientèle totale du commerce (moyenne pour 14 répondants) en 2015 et 2016. Un commerce a mentionné que la clientèle en transit représentait 100 % de sa clientèle totale. Deux commerces ont mentionné qu'elle représentait 50 % ou plus. Ces derniers résultats exposent une limite méthodologique : la difficulté pour les répondants de faire la distinction entre la clientèle en transit de la clientèle extérieure qui n'est pas en transit.

Par ailleurs, 7 répondants (43,8 %) ont observé une amélioration de la qualité de vie dans la ville de Rivière-Rouge. Les motifs venant justifier cette amélioration sont principalement le sentiment d'être plus en sécurité sur la rue principale, la facilité des déplacements et la diminution du trafic. Les deux premiers motifs sont intrinsèquement liés au troisième. Un total de 6 répondants (37,5 %) ont pour leur part affirmé ne pas avoir observé de changement quant à la qualité du milieu de vie de la ville.

2.4.2 Évolution du chiffre d'affaires et de la masse salariale

Les masses salariales déclarées par les commerçants de la ville de Rivière-Rouge varient selon le type de commerce. Des données sont non disponibles, car certains répondants ont refusé de répondre ou ne connaissaient tout simplement pas la réponse (dans certains cas, les répondants étaient des gestionnaires de plancher).

Les commerces enquêtés appartiennent à différentes catégories de chiffres d'affaires entre moins de 99 999 \$ et plus de 750 000 \$. Trois commerces ont toutefois refusé de répondre aux questions relatives au chiffre d'affaires.

Pour ce qui est de l'évolution du chiffre d'affaires des commerces enquêtés au cours des cinq dernières années, 7 répondants affirment avoir vu leur revenu diminuer, soit 43,8 % ; 6 répondants, au contraire, ont expérimenté une augmentation de leur chiffre d'affaires, soit 37,5 %. Les trois autres commerces, soit 19,75 % des répondants, ont répondu avoir expérimenté une stabilité de leur chiffre d'affaires.

2.4.3 Influence de la saisonnalité sur les résultats des commerces

Le phénomène de la saisonnalité se fait fortement sentir dans les activités des commerces enquêtés. D'après les réponses recueillies, l'achalandage varie considérablement en fonction des saisons et de la température et tous les répondants ont mentionné bénéficier d'un achalandage plus important entre la fin juin et le début septembre. En effet, les données obtenues en ce qui concerne la moyenne de clientèle journalière en basse saison (hiver) était de 229 clients par commerce par jour. Cette moyenne pouvait grimper jusqu'à 425 clients par commerce par jour en haute saison (été), ce qui correspond au double de la moyenne en basse saison (données compilées auprès de 13 répondants)¹.

La majorité des commerces fonctionnent durant toute l'année. Un commerce est ouvert pour la saison estivale seulement et un autre commerce a pour sa part mentionné être fermé durant le mois de janvier, mais ouvert le reste du temps.

La clientèle locale représente la clientèle la plus importante pour la majorité des commerces en basse saison. En haute saison, les clients locaux représentent un peu plus de la moitié de la clientèle (63,8 % selon les résultats de l'enquête) tandis que le reste se partage entre la clientèle extérieure n'étant pas en transit et la clientèle en transit. Cela dit, comme mentionné précédemment, il était difficile pour la plupart des répondants de faire la distinction entre la clientèle en transit et la clientèle extérieure n'étant pas en transit.

¹ Les commerces suivants possèdent des statistiques de fréquentation élevées, ce qui explique les moyennes journalières élevées (Basse saison/Haute Saison) : Station Pétro-T (400/ 600), SAQ (250/ 500), IGA Marché Raymond (800/1200), Tim Horton (800/1500).

3 Résultats de l'enquête auprès de la clientèle

3.1 Méthodologie

L'enquête auprès de la clientèle a été réalisée entre le 1^{er} juin et le 17 juin 2017. Cette enquête a pris la forme de courtes entrevues auprès des clients des commerces.

Les périodes de présence au sein des commerces ont été déterminées en collaboration avec les propriétaires des commerces en respect de la méthodologie fixée, c'est-à-dire que les enquêteurs devaient être présents dans chacun des commerces pour quatre périodes non consécutives de deux heures, pour un total de huit heures de présence au cours d'une même semaine.

Le lieu de l'enquête a été établi avec le gestionnaire du commerce afin de minimiser le dérangement auprès de la clientèle. La répartition des heures de présence a été effectuée en fonction des heures d'ouverture des commerces et de l'affluence de la clientèle. Ainsi, dans le cas des services de restauration, la clientèle a été sondée lors des périodes d'achalandage du matin, du midi et du soir. L'enquête s'est également déroulée la fin de semaine afin de s'assurer de questionner la clientèle de transit.

Un plan d'enquête détaillé répondant à l'ensemble des critères a été soumis au Ministère le 6 avril 2017 et accepté.

Afin de réaliser l'enquête auprès de la clientèle des commerces, les étapes suivantes ont été effectuées :

- ▶ élaboration du plan d'enquête en collaboration avec les commerces visés ;
- ▶ réalisation des entrevues auprès de la clientèle ;
- ▶ saisie des données et analyse des résultats ;
- ▶ analyse de la situation et comparaison avec les données précédentes des phases I et II.

3.2 Questionnaire

Le questionnaire utilisé pour recueillir l'information a été repris des phases I et II du suivi. Quelques améliorations ont été nécessaires afin de l'adapter au contexte actuel et aux besoins particuliers du suivi 5 ans. Le questionnaire (annexe) permettait de recueillir les informations suivantes :

- ▶ profil du client ;
- ▶ nature de son déplacement ;
- ▶ habitudes de consommation et de fréquentation dans l'établissement enquêté ;
- ▶ impact du contournement de la route 117 sur ses habitudes de fréquentation de l'établissement ;
- ▶ opinion sur le contournement de la route 117 ;
- ▶ autres commentaires et suggestions.

3.3 Établissements enquêtés

Le tableau 4 présente la liste des établissements enquêtés pour le volet d'enquête auprès de la clientèle. Il est à noter que certains établissements avaient accepté de participer à l'enquête auprès des établissements, mais pas à l'enquête auprès de la clientèle.

Tableau 4 Liste des établissements enquêtés lors de chacune des phases du suivi économique

| ÉTABLISSEMENT | PHASE I (2010) | PHASE II (2014) | PHASE III (2017) | EXPLICATION (PHASE III) |
|---|-------------------|--------------------|---------------------|---|
| A. Magasin d'alimentation et dépanneur | | | | |
| Le Dépanneur Raymond (Le Marché Raymond) | x | x | x | |
| Tabagie Raymond | x | x | x | |
| IGA Marché Raymond (Provigo Distribution) | x | x | x | |
| Dépanneur Super Gem | x | x | | Refus de participer (nouveaux propriétaires) |
| Biscuiterie L'Annonciation | x | x | | Refus de participer |
| Boulangerie Pâtisserie L'Annonciation | x | x | x | |
| Société des Alcools du Québec (S.A.Q.) | x | x | x | |
| La Source enr. | | x | x | |
| B. Station-service | | | | |
| Dépanneur Maxi-Service Shell | x | x | | Fermé pour rénovations (durant les enquêtes) |
| Station Pétro-T (anciennement Les Pétroles Therrien Inc. & Dépanneur ABL) | x | x | | Refus de participer (ne pas déranger la clientèle) |
| C. Service de restauration | | | | |
| Resto-Bar-Motel Le Pub (anciennement Brasserie Le Château) | x | x | | Refus de participer |
| Café-Resto Tutto in Bocca | x | x | x | |
| Restaurant Pizzeria Le Soleil | x | x | | Refus de participer (ne pas déranger la clientèle) |
| Subway | x | x | x | |
| La Patate de la Rouge | x | x | | Refus de participer |
| Patate Ma-Nie | x | x | | Fermé (incendie) |
| Restaurant Legault | x | x | x | |
| Aux délices du Gourmet | x | x | | Fermé |
| Tim Hortons | | x | x | |
| Bell Bar | x | x | | Refus de participer |
| Le Roxy Bar | x | x | | Fermé |
| E. Autres commerces | | | | |
| Le Boisé du Fou du Roi – Camping | x | x | x | |
| Centre de distribution Robidoux | x | x | | Fermé |
| Daudelin Sports inc. (Intersport) | x | x | | Non-Ciblé (catégorie réfléchie) |
| Tigre Géant | x | x | x | |
| Total | 23 | 25 | 12 | |

3.4 Compilation des résultats de l'enquête clients

3.4.1 Présentation générale des résultats

Un total de 377 répondants ont accepté de participer à l'enquête lors de cette opération parmi les 12 commerces participants. La répartition de ces répondants est indiquée dans le tableau 5. Un nombre approximatif de répondants potentiels correspondant au nombre de clients total, incluant ceux n'ayant pu être enquêtés ou ayant refusé de participer, est également indiqué à titre informatif.

Tableau 5 Nombre de répondants et taux de participation

| ÉTABLISSEMENT | NOMBRE DE RÉPONDANTS | NOMBRE DE RÉPONDANTS POTENTIELS (APPROXIMATIF) | TAUX DE PARTICIPATION (APPROXIMATIF) |
|--|----------------------|--|--------------------------------------|
| Magasins d'alimentation | 178 | 584 | 30% |
| Dépanneur Raymond (Marché Raymond) | 40 | 143 | 28 |
| Tabagie Raymond | 13 | 45 | 29 |
| IGA Marché Raymond | 49 | 211 | 23 |
| Boulangerie-Pâtisserie L'Annonciation | 23 | 42 | 55 |
| Société des Alcools du Québec (S.A.Q.) | 36 | 110 | 33 |
| La Source Enr. | 17 | 33 | 34 |
| Restauration | 150 | 580 | 26% |
| Café Resto Tutto In Bocca | 18 | 49 | 37 |
| Subway | 40 | 88 | 45 |
| Restaurant Legault | 61 | 118 | 52 |
| Tim Horton | 31 | 325 | 10 |
| Autres commerces | 49 | 214 | 23% |
| Boisé du Fou du Roi – Camping | 2 | 2 | 100 |
| Tigre Géant | 47 | 212 | 22 |
| TOTAL | 377 | 1 378 | 27 |

3.4.2 Provenance et patrons de déplacement

La clientèle était en majorité d'origine locale (51,73 %) ou en provenance d'une autre municipalité de la région administrative des Laurentides (25,74 %). Parmi la clientèle extérieure, on retrouvait surtout des résidents de la grande région de Montréal. Quelques répondants ont mentionné résider dans d'autres régions du Québec et un répondant provenait des États-Unis (Tableau 6).

Parmi la clientèle extérieure, une partie (17,58 %) était présente en tant que villégiateur propriétaire d'une résidence secondaire à Rivière-Rouge ou à proximité. D'autres répondants ont affirmé être des touristes en séjour dans la région (10,91 %) ou présents à d'autres fins. Seuls 23 répondants ont mentionné être en transit, soit 13,94 % de toute la clientèle extérieure et 6,1 % de l'ensemble des répondants.

La proportion de clientèle en transit à Rivière-Rouge a baissé de façon importante depuis l'ouverture de la voie de contournement, passant de 22 % en 2010 à seulement 6 % en 2017. Ceci a pour conséquence d'augmenter la part que représentent les résidents de la ville et de la région dans le bassin total de clientèle des commerces locaux. Cette part avait significativement augmenté entre 2010 et 2014, puis entre 2014 et 2017 elle a diminué. En ce qui a trait à la clientèle touristique, celle-ci semble être demeurée stable depuis l'ouverture de la voie de contournement (5 % des résultats à chacune des phases).

Cela dit, outre l'effet de voie de contournement, on peut penser que le choix des dates d'enquête et la température aient pu affecter les résultats. En effet, la saison touristique 2017 a probablement commencé plus tardivement que d'autres années en raison des faibles températures et de l'importance des précipitations (mai 2017).

Tableau 6 Nature de la clientèle et évolution

| NATURE DE LA CLIENTÈLE | NOMBRE DE RÉPONDANTS | % DES RÉPONDANTS | 2014 (%) | 2010 (%) |
|---|----------------------|------------------|----------|----------|
| Résidents de Rivière-Rouge | 194 | 51,73 | 58 | 41 |
| Résidents d'un village voisin | 88 | 23 | 17 | 25 |
| Villégiateurs propriétaires d'une résidence secondaire à Rivière-Rouge ou proche de Rivière-Rouge | 29 | 8 | 9 | 7 |
| Touristes en séjour dans la région | 18 | 5 | 5 | 5 |
| Usagers en transit | 23 | 6 | 8 | 22 |
| Travailleurs | 6 | 2 | N.A. | N.A. |
| Autres | 1 | <1 | 3 | <1 |
| Non déterminé | 18 | 5 | 1 | <1 |

* Données de WSP, 2014. Programme de suivi économique Phase II – Voie de contournement de Rivière-Rouge – Secteur de l'Annonciation – Route 117 – Rapport final, 2014

** Données de GENIVAR, 2010. Programme de suivi économique Phase I – Voie de contournement de Rivière-Rouge – Secteur de L'Annonciation – Route 117 – Rapport Synthèse, 2010

L'origine et les destinations des déplacements s'avèrent plutôt de nature locale ou régionale, avec plus de 80 % des déplacements ayant pour origine ou destination finale Rivière-Rouge et les municipalités voisines (Tableaux 7 et 8). Un très faible pourcentage des déplacements avait pour origine ou destination des localités situées à l'extérieur de la région.

Tableau 7 Origine des déplacements

| | NOMBRE DE RÉPONDANTS | % DES RÉPONDANTS |
|---|----------------------|------------------|
| Lieu de résidence habituelle (Rivière-Rouge ou autre) | 312 | 83 |
| Municipalités voisines (sans être le lieu de résidence) | 47 | 12 |
| Région de Montréal | 16 | 4 |
| Autres (province de Québec) | 1 | <0 |
| Autres (hors Québec) | 1 | <0 |

Tableau 8 Destination des déplacements

| | NOMBRE DE RÉPONDANTS | % DES RÉPONDANTS |
|-----------------------------|----------------------|------------------|
| Rivière-Rouge | 313 | 83 |
| Municipalités voisines | 45 | 12 |
| Région de Montréal | 5 | 1 |
| Autres (province de Québec) | 13 | 3 |
| Autres (hors Québec) | 1 | <0 |

3.4.3 Motifs et moyens de transport utilisés

Les moyens de transport utilisés renseignent sur le type de déplacement effectué et sur les habitudes de transport des clients des commerces enquêtés (Tableau 9). La voiture individuelle reste le moyen de transport privilégié par la majorité des clients (78,61 %), suivie par le camion léger ou lourd (11,76 %). Le transport actif, soit la marche et le vélo, représente 5,61 % des déplacements et est surtout utilisé pour se rendre aux magasins d'alimentation, commerce d'usage très courant.

Tableau 9 Moyens de transports utilisés

| MOYEN DE TRANSPORT | NOMBRE DE RÉPONDANTS (374 RÉPONDANTS) | % DES RÉPONDANTS (2017) | 2014 (%)* | 2010 (%)** |
|---|--|----------------------------|--------------|---------------|
| Auto/moto | 294 | 78,61 | 73 | 84 |
| Magasins d'alimentation | 145 | 49,32 | – | – |
| Service de restauration | 107 | 36,39 | – | – |
| Autres commerces | 42 | 14,29 | – | – |
| Véhicule récréatif | 11 | 2,94 | 1 | 2 |
| Magasins d'alimentation | 2 | 18,18 | – | – |
| Service de restauration | 8 | 72,73 | – | – |
| Autres commerces | 1 | 9,09 | – | – |
| Camion léger ou lourd | 44 | 11,76 | 16 | 7 |
| Magasins d'alimentation | 14 | 31,82 | – | – |
| Service de restauration | 26 | 59,09 | – | – |
| Autres commerces | 4 | 9,09 | – | – |
| À pied ou à vélo | 21 | 5,61 | 8 | 6 |
| Magasins d'alimentation | 15 | 71,43 | – | – |
| Service de restauration | 4 | 19,05 | – | – |
| Autres commerces | 2 | 9,52 | – | – |
| Autre (grue, autocar, autobus, etc.) | 4 | 1,07 | – | <1 |
| Magasins d'alimentation | 0 | 0 | – | – |
| Service de restauration | 4 | 100 | – | – |
| Autres commerces | 0 | 0 | – | – |
| Non déterminé | – | – | 2 | 1 |

* Données de WSP, 2014. Programme de suivi économique Phase II – Voie de contournement de Rivière-Rouge – Secteur de l'Annonciation – Route 117 – Rapport Final, 2014

** Données de GENIVAR, 2010. Programme de suivi économique Phase I – Voie de contournement de Rivière-Rouge – Secteur de L'Annonciation – Route 117 – Rapport Synthèse, 2010

Le principal motif de déplacement vers les commerces enquêtés est le commerce lui-même, avec 54 % des répondants ayant déclaré s'être déplacé spécifiquement vers ce lieu (Tableau 10). Le deuxième motif de déplacement est la fréquentation d'autres destinations dans la ville (23 %), typiquement pour y faire un ensemble d'achats dans divers commerces ou pour se rendre à des rendez-vous, par exemple de type médical. Il est à souligner que Rivière-Rouge possède un Centre de services hospitaliers (CSSS d'Antoine-Labelle) comptant plusieurs

unités de soins, dont les soins intensifs, l'unité de médecine et les soins palliatifs. Plusieurs répondants ont affirmé s'y rendre ou encore y travailler.

Depuis 2010, la proportion des déplacements ayant pour motif le travail a légèrement augmenté, alors que les déplacements pour le loisir ont diminué.

Tableau 10 Motif des déplacements

| MOTIF DU DÉPLACEMENT | NOMBRE DE RÉPONDANTS | % DES RÉPONDANTS (2017) | 2014 (%) | 2010 (%) |
|---|----------------------|-------------------------|-----------|-----------|
| Spécifique pour ce commerce | 204 | 54 | 70 | 60 |
| Magasins d'alimentation | 100 | 49,02 | – | – |
| Service de restauration | 76 | 37,25 | – | – |
| Autres commerces | 28 | 13,73 | – | – |
| Travail | 49 | 13 | 9 | 9 |
| Magasins d'alimentation | 16 | 32,65 | – | – |
| Service de restauration | 30 | 61,22 | – | – |
| Autres commerces | 3 | 6,12 | – | – |
| Loisir | 36 | 10 | 8 | 15 |
| Magasins d'alimentation | 13 | 36,11 | – | – |
| Service de restauration | 18 | 50 | – | – |
| Autres commerces | 5 | 13,89 | – | – |
| Arrêt vers une autre destination | 87 | 23 | – | – |
| Magasins d'alimentation | 48 | 54,55 | – | – |
| Service de restauration | 28 | 32,95 | – | – |
| Autres commerces | 11 | 12,50 | – | – |
| Autres/Non déterminé/Pas de motifs | 1 | <1 | 14 | 14 |

* Données de WSP, 2014. Programme de suivi économique Phase II – Voie de contournement de Rivière-Rouge – Secteur de l'Annonciation – Route 117 – Rapport Final, 2014

** Données de GENIVAR, 2010. Programme de suivi économique Phase I – Voie de contournement de Rivière-Rouge – Secteur de L'Annonciation – Route 117 – Rapport Synthèse, 2010

3.4.4 Habitude de fréquentation des commerces et profil des dépenses

Les résultats concernant les habitudes de fréquentation des commerces enquêtés ne présentent pas de variations importantes entre 2010 et 2014 (Tableau 11). Il est toutefois possible de constater une certaine diminution de la fréquentation occasionnelle des commerces de Rivière-Rouge entre 2010 et 2014 (baisse de 7,05 %) et une augmentation dans la fréquentation hebdomadaire des commerces (hausse de 11,65 %).

Cette hausse dans la fréquentation hebdomadaire peut être liée à certains dires des répondants comme quoi il est beaucoup plus aisé de se déplacer au centre, ce qui entraîne une fréquentation plus régulière des commerces.

Les habitudes de fréquentation varient grandement d'un type de commerce à l'autre. Les services de restauration sont généralement fréquentés sur une base moins régulière que les commerces de type courant.

Tableau 11 Fréquence des visites

| FRÉQUENCE DES VISITES | NOMBRE DE RÉPONDANTS (358 RÉPONDANTS) | % DES RÉPONDANTS (2017) | 2014 (%)* | 2010 (%)** |
|-------------------------|--|----------------------------|--------------|---------------|
| La première fois | 13 | 3,63 | 5 | 6 |
| Magasins d'alimentation | 3 | 23,08 | – | – |
| Service de restauration | 10 | 76,92 | – | – |
| Autres commerces | 0 | 0 | – | – |
| Occasionnelle | 75 | 20,95 | 17 | 28 |
| Magasins d'alimentation | 13 | 17,33 | – | – |
| Service de restauration | 58 | 77,33 | – | – |
| Autres commerces | 4 | 5,33 | – | – |
| Mensuelle | 61 | 17,04 | 19 | 20 |
| Magasins d'alimentation | 28 | 45,90 | – | – |
| Service de restauration | 23 | 37,70 | – | – |
| Autres commerces | 10 | 16,39 | – | – |
| Hebdomadaire | 167 | 46,65 | 46 | 35 |
| Magasins d'alimentation | 101 | 60,48 | – | – |
| Service de restauration | 37 | 22,16 | – | – |
| Autres commerces | 29 | 17,37 | – | – |
| Quotidienne | 42 | 11,73 | 10 | 10 |
| Magasins d'alimentation | 22 | 52,38 | – | – |
| Service de restauration | 15 | 35,71 | – | – |
| Autres commerces | 5 | 11,90 | – | – |
| Non déterminé | – | – | 2 | 2 |

* Données de WSP, 2014. Programme de suivi économique Phase II – Voie de contournement de Rivière-Rouge – Secteur de l'Annonciation – Route 117 – Rapport Final, 2014

** Données de GENIVAR, 2010. Programme de suivi économique Phase I – Voie de contournement de Rivière-Rouge – Secteur de L'Annonciation – Route 117 – Rapport Synthèse, 2010

Le profil des dépenses des clients interrogés suit un patron relativement similaire à celui des phases précédentes du suivi socioéconomique (Tableau 12). Une baisse dans la moyenne des dépenses par client avait été constatée pour les magasins d'alimentation en 2014, mais semble s'être stabilisée. Les « autres commerces » sont les établissements où la moyenne des dépenses est plus élevée, celle-ci ayant considérablement augmenté depuis 2010.

De plus, bien que les services de restauration soient en dernière position pour la moyenne des dépenses par client, le montant dépensé a augmenté depuis 2010.

Tableau 12 Profil des dépenses des personnes questionnées dans le commerce le jour de l'enquête

| COMMERCE | DÉPENSES TOTALES (\$) (2017) | DÉPENSES MOYENNES (\$) | | |
|-------------------------|---------------------------------|------------------------|-------|-------|
| | | 2017 | 2014 | 2010 |
| Magasins d'alimentation | 5 990,79 | 36,38 | 29,00 | 37,00 |
| Service de restauration | 2 493,84 | 23,44 | – | – |
| Service Complet | N.A. | N.A. | 14,00 | 17,00 |
| Service Spécial | N.A. | N.A. | 7,00 | 8,00 |
| Autres commerces | 2 749,00 | 57,27 | 14,00 | 29,00 |

D'autre part, les habitudes de fréquentation des commerces situés à l'extérieur de la ville ont été affectées par la mise en place de la voie de contournement (Tableau 13). En plus de considérer qu'environ 1 résident sur 3 de Rivière-Rouge effectue des achats dans les autres municipalités (peu importe la fréquence) comme l'indique le tableau 15, 10% des clients habitants Rivière-Rouge ont mentionné par ailleurs se déplacer plus fréquemment à l'extérieur de la ville pour faire des achats comparativement à la situation avant la voie de contournement.

Tableau 13 Fréquence des achats dans les autres municipalités

| | 1 OU 2 FOIS PAR SEMAINE | 1 OU 2 FOIS PAR MOIS | MOINS D'UNE FOIS PAR MOIS |
|----------------------------|----------------------------|-------------------------|------------------------------|
| Résidents de Rivière-Rouge | 33,33 % | 38,56 % | 28,10 % |
| Non-résidents | 41,56 % | 24,68 % | 33,77 % |

3.4.5 Opinion sur l'impact de la voie de contournement

Les enquêtes ont démontré que les avis sont partagés quant à l'effet (positif ou négatif) de la voie de contournement (Tableau 14). Le plus grand nombre de répondants a affirmé que l'effet était plutôt positif, tant pour la clientèle locale (42 %) qu'extérieure (43 %). Beaucoup de répondants ont aussi affirmé être incertains et ont reconnu à la fois des effets positifs et négatifs à la voie de contournement.

Tableau 14 Avis sur la voie de contournement

| | 2017 | | |
|------------|---------|---------|---------|
| | TOTAL | LOCAL | EXT. |
| Positif | 40,97 % | 40 % | 41,90 % |
| Négatif | 21,83 % | 21,58 % | 22,35 % |
| Incertain | 31,27 % | 32,63 % | 29,61 % |
| Pas d'avis | 5,93 % | 5,79 % | 6,15 % |

Par ailleurs, la majorité (72,75 %) des clients ont affirmé que la voie de contournement n'a eu aucun impact sur leurs habitudes de fréquentation des commerces (Tableau 15). Cette affirmation peut être attribuable au profil des répondants, à majorité locale et régionale, qui mentionnaient souvent ne pas avoir le choix de continuer à faire leurs achats ; leurs habitudes n'ont pas changé.

Certains répondants (12,68 %) ont affirmé se rendre plus souvent au centre-ville depuis l'instauration de la voie de contournement. Les raisons généralement évoquées sont la sécurité et la qualité du milieu à la suite de la diminution du trafic. Cette question n'a pas été compilée lors des autres études de suivi économique.

Tableau 15 Impact de la voie de contournement sur la fréquentation des commerces

| | NOMBRE DE RÉPONDANTS (367 RÉPONDANTS) | 2017 (%) | 2014 (%) | 2010 – PRESENTI (%) |
|--|--|--------------|-------------|------------------------|
| Pas d'impact | 267 | 72,75 | 78 | 76 |
| Magasins d'alimentation | 140 | 52,43 | – | – |
| Service de restauration | 96 | 35,96 | – | – |
| Autres commerces | 31 | 11,61 | – | – |
| Fréquentation moindre | 72 | 19,62 | 19 | 15 |
| Magasins d'alimentation | 23 | 31,94 | – | – |
| Service de restauration | 35 | 48,61 | – | – |
| Autres commerces | 14 | 19,44 | – | – |
| Fréquentation accrue | 28 | 7,63 | – | – |
| Magasins d'alimentation | 12 | 42,86 | – | – |
| Service de restauration | 13 | 46,43 | – | – |
| Autres commerces | 3 | 10,71 | – | – |
| Choix d'un commerce plus accessible | – | – | 2 | 8 |
| Non déterminé | – | – | 1 | 1 |

3.4.6 Influence de l'affichage

Afin de mesurer l'efficacité des mesures d'atténuation implantées par le Ministère, des questions spécifiques à l'affichage ont été posées à la clientèle de transit seulement.

Pour toute la clientèle de transit ayant participé à l'enquête (peu importe le commerce dans lequel elle a été enquêtée), il leur a été demandé si elle avait remarqué lors de son passage l'une ou l'autre de l'affichage identifiée au tableau 16. Pour les clients de transit ayant mentionné avoir remarqué l'affichage, il leur a ensuite été demandé si le fait d'avoir remarqué l'affichage avait influencé leur choix de visiter le commerce.

Les résultats présentés au Tableau 16 démontrent donc que la signalisation des différents éléments présents dans la ville est remarquée par une bonne proportion de la clientèle en transit. Toutefois, les passagers ne semblent pas particulièrement influencés par cet affichage.

Tableau 16 Nombre de clients en transit ayant mentionné avoir remarqué certains éléments de signalisation et ayant été influencés par ceux-ci pour arrêter dans les commerces de la ville

| | ONT REMARQUÉ | | ONT ÉTÉ INFLUENCÉS | |
|--|--------------|-------|--------------------|-------|
| | NB | % | NB | % |
| Ville de Rivière-Rouge | 53 | 79,10 | 5 | 9,26 |
| Réserve Faunique Rouge-Matawin et Papineau-Labelle | 51 | 78,46 | 3 | 5,77 |
| Hôtel et golf Nomingue | 32 | 49,23 | 2 | 3,85 |
| Bureau d'accueil touristique, hôpital ou CLSC de Rivière-Rouge | 38 | 57,58 | 2 | 3,85 |
| Services de carburant et de restauration | 36 | 55,38 | 6 | 11,54 |
| Route verte | 27 | 41,54 | 4 | 7,55 |
| Autres attraits touristiques ou commerces | 25 | 40,98 | 2 | 4,17 |

4 Analyse des résultats tenant compte des tendances naturelles observées dans le milieu

4.1 Méthodologie

Dans le cadre du suivi socioéconomique de phase III, un volet complémentaire a été ajouté à l'étude des établissements et de la clientèle afin d'obtenir un regard plus élargi concernant la situation sociale et économique dans laquelle évolue la ville et les commerces de Rivière-Rouge. Une analyse sommaire de facteurs démographiques et économiques a donc été effectuée à partir d'activités de documentation et d'entrevues semi-dirigées auprès d'acteurs du milieu afin d'évaluer comment ces éléments du contexte peuvent interagir avec les résultats observés dans le cadre de l'enquête. La documentation consultée est identifiée dans la bibliographie.

De façon à ne pas influencer le travail de suivi réalisé auprès des commerces et de la clientèle, ces travaux complémentaires ont été réalisés à la suite de l'enquête terrain.

4.2 Facteurs sociodémographiques

Les résultats de l'enquête indiquent que certains des établissements les plus sensibles (catégorie des commerces courants, restauration et divertissement) ont observé une baisse de leur clientèle de transit. Cette baisse n'a pu être compensée par un apport accru de la clientèle locale, malgré un accès plus facile au centre-ville de la ville et aux commerces et les efforts d'attractivité du noyau villageois. Il faut dire que certains facteurs sociodémographiques de Rivière-Rouge représentent un défi pour l'ensemble de la structure commerciale de la ville, peu importe les effets associés à la voie de contournement.

Des données sur le contexte sociodémographique de la MRC d'Antoine-Labelle et de la ville de Rivière-Rouge sont présentées au tableau 17.

La croissance de la population a un effet direct sur le nombre de clients potentiels pour les commerces. La population de la ville de Rivière-Rouge était de 4 322 individus selon le recensement de la population de 2011. Entre 2011 et 2016, une diminution de 7 % de la population a été constatée, alors que la MRC d'Antoine-Labelle affichait un taux de croissance légèrement positif (0,2 %).

La population de la ville de Rivière-Rouge est cependant beaucoup plus importante en saison estivale que durant le reste de l'année. En effet, plusieurs résidences secondaires et activités estivales se trouvent et se tiennent sur le territoire de la ville. Il existe une dichotomie marquée sur le plan du pouvoir d'achat entre la population vivant à Rivière-Rouge à l'année longue et celle y possédant une résidence secondaire.

Les revenus disponibles et l'âge de la population sont également des facteurs associés aux habitudes et à la capacité de consommation des consommateurs locaux.

L'âge moyen de la population se situe à 50 ans, ce qui est plus élevé que l'âge moyen de la MRC (47,7) et de celui du Québec (41,9). Lors du recensement de 2011, l'âge médian de la

population de Rivière-Rouge était moins élevé (44,9). Cette variation démontre un vieillissement de la population important. Les résidents de la ville de Rivière-Rouge sont en grande majorité de langue maternelle française.

En ce qui concerne les revenus, on constate que le revenu moyen des particuliers et des ménages de la MRC d'Antoine-Labelle sont plus faibles que ceux de la province. Le pourcentage d'individus sans revenus d'emploi (près de 40 %) est par ailleurs plus élevé que le pourcentage de la MRC (près de 34%) ou que la moyenne provinciale (24,5%).

Tableau 17 Données sociodémographiques

| | RIVIÈRE-ROUGE | DIVISION DE RECENSEMENT MRC D'ANTOINE-LABELLE | PROVINCE DE QUÉBEC |
|--|---------------|---|-----------------------|
| Population en 2016 | 4 322 | 35 243 | 8 164 361 |
| Population en 2011 | 4 645 | 35 159 | 7 903 001 |
| Variation de la population de 2011 à 2016 | -7,0 % | 0,2 % | 3,3 % |
| Âge moyen | 50,0 | 47,7 | 41,9 |
| Population ayant indiqué le français comme langue maternelle | 96,86 % | 97,26 % | 78,16 % |
| Revenu moyen (particuliers) | 31 931 \$ | 33 037 \$ | 42 546 \$ |
| Pourcentage d'individus sans revenus d'emplois | 39,3 % | 33,8 % | 24,5 % |

Données tirées de Statistique Canada, 2017. Enquête nationale auprès des ménages et Statistique Canada, 2016. Profil de recensement.

* Données tirées de Statistique Canada, 2011. Enquête nationale auprès des ménages et Statistique Canada, 2011. Profil de recensement.

4.3 Facteurs économiques

4.3.1 Structure économique

La région des Laurentides possède une structure économique semblable à celle du Québec. Le secteur tertiaire occupe la majorité des travailleurs, même si on y trouve moins d'emplois liés aux services publics. La fabrication occupe une place importante dans l'économie de la région (12 %). Elle est principalement tournée vers la transformation complexe, comme le matériel de transport, l'impression, les machines ou le matériel médical. Trois pôles d'excellence sont identifiés par le ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation pour la région des Laurentides : le transport, l'industrie du bois, ainsi que le tourisme et la villégiature (MESI, Région Laurentides).

La MRC d'Antoine-Labelle possède une économie basée essentiellement sur le secteur primaire, dont le principal moteur économique est l'agriculture. Le secteur tertiaire, ou des services, demeure toutefois le principal employeur dans la MRC (MRC d'Antoine-Labelle, 1999, mise à jour en 2006).

L'employeur le plus important de la ville de Rivière-Rouge est le centre hospitalier et de réadaptation d'Antoine-Labelle où travaillent plusieurs résidents. Plusieurs pertes d'emplois dans cet établissement expliquent la baisse de population des dernières années.

4.3.2 Développement touristique et commercial

La région des Laurentides bénéficie d'un développement touristique important qui entraîne des retombées économiques majeures. Cependant, celles-ci sont inégalement distribuées entre les municipalités et elles se concentrent surtout autour de la Station du Mont-Tremblant.

La ville de Rivière-Rouge présente de nombreux éléments d'intérêt touristique, particulièrement liés au plein air. Elle est située à proximité de plusieurs lacs et cours d'eau. La chasse, la pêche, le canot, la randonnée pédestre et le ski de fond sont parmi les activités de plein air couramment pratiquées. Le parc linéaire « Le P'tit Train du Nord » est une piste de 232 km entre Bois-des-Fillion et Mont-Laurier. Elle peut être parcourue à vélo, en patins à roues alignées, en skis de fond, ou à motoneige. Elle permet donc d'explorer les différents villages qu'elle croise à toutes les saisons. En saison estivale, elle constitue un potentiel important pour le créneau du cyclotourisme. Finalement, le site d'observation ornithologique « l'Oie Zoo » est également situé à Rivière-Rouge (Bureau d'information touristique des Laurentides).

Le MTMDET reconnaît la ville de Rivière-Rouge en tant que Village-relais, soit un lieu d'arrêt offrant des services, des attraits touristiques et des aménagements de qualité. Les services offerts dans la ville de Rivière-Rouge incluent un motel, un restaurant, un camping, une épicerie, une pourvoirie et une station-service (Fédération des Villages-Relais du Québec). Ce positionnement comme village-relais offre un positionnement plus avantageux pour attirer la clientèle de transit.

4.3.3 Offre commerciale sur la rue de L'Annonciation

La ville de Rivière-Rouge constitue le principal centre de services pour les municipalités situées entre Mont-Tremblant et Mont-Laurier, ainsi que pour les automobilistes en transit dans ce secteur. Elle dessert, entre autres, les localités de Nominique, L'Ascension et La Macaza.

Lors des études de suivi socioéconomique précédentes, deux atouts majeurs ont été identifiés concernant la ville de Rivière-Rouge (GENIVAR, 2010 ; WSP, 2014) :

- ▶ l'éventail de produits et de services inégalés par d'autres municipalités entre Mont-Tremblant et Mont-Laurier. Par exemple, Rivière-Rouge est la seule ville du secteur à bénéficier d'un centre hospitalier d'envergure. D'autres services et commerces de différentes natures sont également présents ;
- ▶ la localisation géographique à l'entrée de deux réserves fauniques représente un potentiel intéressant pour la clientèle touristique et de villégiature.

Depuis 2010, l'offre commerciale a subi de nombreux changements structurels comme le montre le tableau ci-dessous pour s'ajuster aux besoins locaux. On observe une augmentation de commerces offrant des services professionnels et spécialisés, une croissance de l'offre de restauration et hôtellerie et une croissance du nombre d'établissements dans le secteur des divertissements. On observe également un recul dans le nombre de commerces liés à l'automobile.

Tableau 18 Nombre de commerces à Rivière-Rouge selon le type

| TYPE DE COMMERCE | 1997 | 2002 | 2010 | 2013 | 2016 |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| Services professionnels et spécialisés | 37 | 35 | 35 | 44 | 41 |
| Restauration et hôtellerie | 19 | 16 | 18 | 12 | 26 |
| Soins personnels et vêtements | 16 | 13 | 18 | 17 | 14 |
| Automobile | 11 | 11 | 5 | 6 | 2 |
| Alimentation | 10 | 10 | 8 | 7 | 8 |
| Véhicules récréatifs et articles de sport | 3 | 5 | 6 | 4 | 0 |
| Divertissement | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| Autres | 13 | 12 | 13 | 17 | 12 |
| Total | 109 | 102 | 103 | 107 | 108 |

4.3.4 Bilan des acteurs interrogés

Certains constats se dégagent des discussions avec les acteurs du milieu. D’abord, ils ont tous reconnus que la voie de contournement avait eu un impact positif sur la qualité de vie des citoyens. Cela dit, bien qu’elle soit un atout pour la population, elle ne l’est pas nécessairement pour les commerçants et elle est rapidement pointée du doigt comme le facteur principal de la « dévitalisation économique » dans la ville de Rivière-Rouge.

Bien que cette dévitalisation économique soit considérée comme le résultat de l’implantation de la voie de contournement, les acteurs rencontrés ont tous souligné qu’il existait plusieurs autres facteurs attribuables à cette dévitalisation :

- ▶ crise économique survenue en même temps que la voie de contournement ;
- ▶ crise de la foresterie ;
- ▶ virage touristique difficile à prendre ;
- ▶ difficulté à entrer dans le commerce moderne (p. ex. hausse de la vente en ligne) ;
- ▶ vieillissement de la population (p. ex. les commerces vieillissants ferment et peu de nouveaux ouvrent).

Tous ont affirmé qu’un assouplissement des dispositions législatives du Ministère sur l’affichage pour que la Ville et les commerces soient autorisés à s’afficher et à augmenter leur visibilité aurait probablement aidé. La route 117 n’étant pas une autoroute, il n’est pas permis d’y afficher des commerces spécifiques. Un acteur a également mentionné qu’il aurait fallu mieux outiller les commerçants en vue du contournement, ce qui mène à un constat faisant consensus auprès des acteurs interrogés : des travaux de réflexion en amont du projet, mobilisant citoyens et commerçants, aurait permis de mieux se préparer. Ces travaux de réflexion auraient notamment pu porter sur la définition de la personnalité commerciale de la Ville.

Outre ces idées sur ce qui aurait pu être fait en amont, plusieurs autres solutions sont envisagées par les acteurs interrogés :

- ▶ création d'un poste en développement économique à la Ville de Rivière-Rouge² ;
- ▶ ouverture d'une station-service à l'entrée nord de la ville, pouvant entraîner une certaine clientèle en transit ;
- ▶ encourager les commerces à réviser leurs modèles d'affaires et à se questionner sur leur clientèle ;
- ▶ attirer l'implantation de commerces de destination ;
- ▶ revoir la localisation des commerces ;
- ▶ continuer la route à 4 voies entre Labelle et Rivière-Rouge ;
- ▶ accroître les canaux de communication afin d'afficher davantage dans la ville (afficher les festivals, les activités, les ventes-trottoirs, etc.).

² Il est à noter que ce poste fût créé à cause de la nouvelle loi sur l'autonomie des Municipalités et non suite au contournement.

5 Recommandations du milieu sur les mesures d'atténuation et les stratégies futures

5.1 Bonifier l'affichage

L'enjeu de l'affichage a été fortement mentionné par les commerçants, les clients et les acteurs du milieu comme un élément central devant être amélioré à la suite de la mise en place de la voie de contournement de la 117.

À juste titre, un affichage attractif, complet et positionné stratégiquement est une composante reconnue des stratégies d'atténuation des effets d'une voie de contournement pour les commerces sensibles. L'affichage permet d'identifier et de rappeler l'offre commerciale ou événementielle pour attirer la clientèle de transit vers le noyau villageois et les commerces présents. En suscitant l'intérêt et en rendant l'information accessible, elle agit donc comme un premier facteur d'attractivité.

À titre de village-relais, la ville possède également un affichage et une visibilité additionnelle en regard de l'affichage local ou dans les vitrines web de référence pouvant être utilisées par les automobilistes.

À Rivière-Rouge, plusieurs commerçants et autres intervenants ont mis de l'avant la nécessité de compléter l'affichage existant en permettant l'affichage directement sur la route 117.

La législation provinciale actuelle ne permet pas cette intervention. Le ministère est invité à revoir cette pratique.

5.2 Stimuler l'attractivité et le leadership des communautés

La construction de la voie de contournement de la 117 avait comme effets attendus la diminution du trafic au centre-ville et l'amélioration de l'aspect esthétique de la ville. Ces aspects ont été mentionnés comme importants et ayant réellement été améliorés à la suite de la construction de la voie de contournement.

La mise en valeur des noyaux villageois auprès de la clientèle est également un facteur significatif d'atténuation des voies de contournement. Si l'affichage permet d'informer sur la présence de commerces elle n'est cependant pas garante de leur attractivité pour le client.

Les améliorations apportées ont cependant eu peu d'effets sur les habitudes de consommation de la clientèle locale, qui a conservé une fréquentation similaire des commerces au cours des années enquêtés. Bien que l'embellissement de la ville ait été nommé comme un facteur facilitant de développement touristique, cet apport de nouvelle clientèle touristique ne se fait pas encore sentir dans les résultats des enquêtes.

Les efforts réalisés localement semblent donc, pour le moment, avoir eu peu d'effet sur la revitalisation commerciale. Comme mis en lumière dans l'étude, la population locale n'a pas modifié de façon notable ses habitudes de consommation, tandis qu'une part importante de la

clientèle de transit n'a pas repris ses habitudes de consommation à Rivière-Rouge comme lorsqu'elle y était davantage captive.

Puisque les résultats sont observables à plus long terme, les stratégies de revitalisation des noyaux villageois doivent être adressées le plus en amont possible de toute voie de contournement. Le Ministère ne peut se substituer ici à la responsabilité des communautés locales qui doivent faire preuve de proactivité. Par contre, **le Ministère peut jouer un rôle d'initiateur pour favoriser la mobilisation des municipalités et des acteurs économiques en leur suggérant des approches ou l'accès à des ressources. La production et la diffusion de guides, de calendrier, de listes de ressources régionales ou gouvernementales ou encore d'exemples inspirants pourraient faciliter l'exigeant travail de mobilisation et de leadership que devront assumer les communautés locales pour pallier les effets à court terme d'un projet de contournement.**

5.3 Encourager l'adaptation des commerces

La capacité d'adaptation des commerces les plus sensibles à une voie de contournement (courant, restauration et divertissement) est un autre facteur important central de résilience pour atténuer les effets négatifs potentiels.

À Rivière-Rouge comme ailleurs, la situation initiale des commerces peut varier significativement selon l'intérêt du propriétaire, la structure de la clientèle du commerce ou encore la capacité d'accès à des ressources spécialisées. Par ailleurs, plusieurs commerces et acteurs du milieu ont aussi souligné que ce ne sont pas non plus tous les commerces qui possèdent la capacité financière pour investir et accroître leur attractivité, et ce, indépendamment de leur volonté.

Il est d'abord possible d'adresser de façon beaucoup plus proactive cet enjeu de capacité individuelle d'adaptation des commerces dans le cadre de la réalisation de l'étude d'impact du projet sur le milieu humain. De cette connaissance pourrait surgir des idées en amont pour encourager l'adoption de démarche proactive auprès des propriétaires d'établissements commerciaux les plus susceptibles de subir des effets négatifs.

Une meilleure diffusion des ressources locales et régionales disponibles pour appuyer le développement de stratégies au sein des commerces aiderait également. Les commerçants devraient être encouragés à s'investir de façon graduelle, en amont de la réalisation de la voie de contournement, plutôt que d'agir lorsque les problématiques plus aiguës surviennent. **Certains commerçants ont un accès plus limité aux ressources requises (temps ou capacité financière) pour mettre en œuvre une stratégie.** Il serait pertinent de mettre en place des mesures ou des moyens pour faciliter l'accès aux ressources locales et régionales afin de maximiser le nombre de commerces pouvant s'adapter à la voie de contournement.

5.4 Revoir les stratégies d'urbanisme et commerciales aux entrées

La mise en valeur des entrées d'un noyau villageois en amont de la voie de contournement participe à réduire les effets négatifs d'un contournement. Bien souvent, la mise en valeur des entrées est abordée sous l'axe de l'attractivité visuelle et de l'identité de la ville afin d'attirer la clientèle à profiter des commodités du milieu.

Sans rejeter cette conception, une stratégie d'atténuation efficace devrait combiner la notion de paysage avec le positionnement stratégique de certains types de commerces à forte valeur attractive à l'entrée du noyau villageois pour encourager la circulation sur la route villageoise en ciblant les usagers de la route qui sont des clients potentiels pour les commerces locaux. Par la suite, cette clientèle de transit, détournée de la voie de contournement, est davantage susceptible de profiter de l'ensemble de l'offre commerciale locale avant de reprendre sa route principale. L'objectif ne serait pas de revenir à un niveau de circulation routière antérieur à la construction de la voie de contournement, mais plutôt d'attirer les usagers de la route intéressés par une offre contrôlée de biens et services attractifs en bordure des entrées ou sorties du contournement. **Des approches combinées d'urbanisme commercial peuvent ainsi être développées. La question des infrastructures doit y être adressée tout comme celle de la propriété des terrains.**

5.5 Tendre vers une stratégie globale

Malgré les efforts du milieu pour capitaliser davantage sur le secteur de la villégiature et du récréatif pour aider les commerces existants et encourager le développement d'une nouvelle offre commerciale, les résultats du suivi socioéconomique (phase III) révèlent que les résultats positifs ne pourront être observés qu'à plus long terme.

Afin de permettre au milieu de tirer profit des nouvelles opportunités et de limiter les effets négatifs à plus long terme, une stratégie multilatérale pourrait être envisagée pour joindre la participation de divers acteurs du milieu avec l'appui de ministères clés ou d'autres intervenants. Le leadership d'une telle stratégie doit demeurer au sein de la collectivité locale et pourrait jouer un rôle déterminant à moyen et long terme. **Une telle stratégie multilatérale pourrait, entre autres, s'inspirer de programmes de développement économique existants dans d'autres ministères (p. ex. Affaires municipales et occupation du territoire ou autres).**

En agissant de la sorte, on s'assure de pallier à long terme les effets inhérents au type de municipalité et à sa structure économique et sociodémographique, qui sont des facteurs qui influencent directement l'importance des effets ressentis par une voie de contournement.

6 Conclusion

Les résultats de ce rapport de suivi socioéconomique 5 ans (phase III) démontrent que l'objectif du projet de l'implantation d'une voie de contournement de la route 117 a été atteint : les problèmes de congestion et de sécurité dans le noyau villageois en raison du nombre élevé de la circulation de transit et de camionnage ont été résolus, ce qui contribue à la qualité de vie générale des résidents du secteur.

Un grand nombre de personnes interrogées au cours de l'enquête (autant les clients que les commerçants) a mentionné être d'avis que la voie de contournement a grandement contribué à l'amélioration de la qualité du milieu de vie des résidents de la ville. Les principaux aspects positifs listés par les clients et acteurs interrogés sont :

- ▶ la diminution du trafic, l'augmentation de la fluidité de la circulation ;
- ▶ l'amélioration de la sécurité ;
- ▶ l'embellissement du centre-ville ;
- ▶ l'amélioration des infrastructures pour le transport à pied et à vélo ;
- ▶ moins de bruit et plus de tranquillité.

Les résultats confirment cependant que les commerces qui correspondent aux 2 types de commerces les plus susceptibles d'être affectés par la construction d'une voie de contournement (courant ou restauration et divertissement) ont subi des effets économiques depuis la réalisation du projet en raison de la baisse de la fréquentation de la clientèle en transit depuis 2010. Pour 6 établissements commerciaux de type courants ou de type restauration et divertissement, les chiffres d'affaires ont diminué et des effets sont aussi observés sur leur masse salariale (retombées locales de leur activité). Certains commerces ont aussi fermé leurs portes depuis la construction de la voie de contournement. Ceci explique pourquoi les commerçants enquêtés conservent une opinion généralement plus négative de la réalisation de la voie de contournement.

Entre les retombées positives associées au projet et les conséquences négatives réelles vécues chez certains commerces faisant l'objet du suivi, le rapport de suivi socioéconomique 5 ans offre ainsi des conclusions nuancées. Par exemple, malgré que 6 commerces enquêtés aient subi une réduction de leur chiffre d'affaires, 3 ont connu une augmentation et 3 sont demeurés stables. Il est également à noter que la diminution des chiffres d'affaires observée chez certains commerces entre 2014 et 2017 est faible (perte 2 %) comparativement à celle constatée entre 2010 et 2014 (perte 14 %), bien qu'elle s'y additionne.

Le rapport indique par ailleurs que d'autres facteurs que la réalisation du projet de voie de contournement peuvent avoir affecté le dynamisme économique et commercial dans le milieu depuis le dernier suivi socioéconomique (phase II / 2 ans). Ces facteurs ont non seulement été abordés dans ce rapport (section 4), mais ils ont été mentionnés par différents acteurs régionaux lors de l'enquête. Ces autres facteurs pouvant être à la source de difficultés vécues par certains secteurs commerciaux sont notamment :

- ▶ le vieillissement de la population et le départ des jeunes vers les grands centres urbains ;
- ▶ les nouvelles dynamiques de l'économie, comme la vente en ligne ;
- ▶ les difficultés économiques vécues depuis 2008, les difficultés de secteurs économiques traditionnels de la région comme la foresterie ;

- ▶ la présence d'une population à faible revenu et l'absence de grands projets d'infrastructure.

Qui plus est, on associe aussi à la réalisation du projet des opportunités de développement économique et commercial à plus long terme pour le milieu

Par exemple, la diminution de la congestion routière peut faciliter les arrêts dans les commerces locaux pour la clientèle intéressée à y consommer. De plus, la construction de la voie de contournement rend les commerces plus attractifs pour les résidents, car l'environnement est moins bruyant et moins congestionné et le transport actif peut en être facilité. La fluidité des transports alliée à la proximité de la route 117 est une situation prisée par les entreprises et pour de nouveaux résidents, ce qui pourrait jouer un rôle dans le développement démographique du milieu.

Néanmoins, ce rapport formule des recommandations importantes pour aider à réduire les effets négatifs associés à la voie de contournement. Les moyens proposés découlent de l'analyse des résultats du rapport et s'inspirent d'autres bonnes pratiques observées. Certaines recommandations sont envisageables à court ou moyen termes, alors que d'autres se veulent à plus long terme. Elles s'adressent à la fois à la collectivité locale et au Ministère en fonction de leur champ de compétence et de responsabilité dans le cadre d'une intervention globale et structurante. Il est souhaitable que ces recommandations soient étudiées conjointement pour une application éventuelle.

Les cinq recommandations identifiées à la suite de l'étude de suivi socioéconomique 5 ans (phase III) à Rivière-Rouge sont :

- ▶ **bonifier l'affichage** : déterminer des conditions permettant l'affichage directement sur la route 117;
- ▶ **stimuler l'attractivité et le leadership des communautés** : développer des outils gouvernementaux de sensibilisation et de soutien comme la production et la diffusion de guides, de calendrier, de listes de ressources régionales ou gouvernementales ou encore d'exemples inspirants qui pourraient faciliter l'exigeant travail de mobilisation et de leadership que devront assumer les communautés locales pour pallier les effets à court terme d'un projet de contournement.
- ▶ **encourager l'adaptation des commerces** : adopter une approche proactive de mise en place de mesures d'adaptation (admissibilité à des programmes d'appui) avant qu'un commerce ne vive des difficultés majeures et faire connaître les ressources locales et régionales pouvant aider les commerces à élaborer des stratégies;
- ▶ **revoir les stratégies d'urbanisme et commerciale aux entrées** : revoir les dispositions d'aménagement et d'urbanisme afin de permettre un développement contrôlé aux entrées des voies de contournement (commerce très attractif et visible). L'objectif n'est pas ici de retourner à la situation prévalant avant le contournement, ni à créer d'effets pervers aux accès.
- ▶ **tendre vers une stratégie globale** : mettre en place une stratégie d'accompagnement multilatérale pouvant, entre autres, s'inspirer de programmes de développement économique existants dans d'autres ministères (p. ex. Affaires municipales et occupation du territoire ou autres) qui soit en mesure d'appuyer les efforts concertés à l'échelle locale, ainsi qu'avec les différents ministères pouvant appuyer les efforts locaux de redéfinition économique inhérents à la réalisation d'une voie de contournement.

7 Bibliographie

MAMOT, RÉGIONS ADMINISTRATIVES. [En ligne] <http://www.mamrot.gouv.qc.ca/organisation-municipale/organisation-territoriale/regions-administratives/laurentides/>, page consultée le 14 mars 2017.

MAMOT. 2016. *Superficies des entités inscrites au Répertoire des municipalités répertoire des municipalités*. [En ligne] http://www.mamot.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/repertoire/superficies_2016.pdf.

MESI, RÉGION LAURENTIDES. [En ligne] <https://www.economie.gouv.qc.ca/pages-regionales/laurentides/portrait-regional/structure-economique/>, page consultée le 14 mars 2017.

STATISTIQUE CANADA. 2017. *Rivière-Rouge, V [Subdivision de recensement], Québec et Antoine-Labelle, MRC [Division de recensement], Québec (tableau). Profil du recensement*, Recensement de 2016, produit n° 98-316-X2016001 au catalogue de Statistique Canada. Ottawa. Diffusé le 8 février 2017 [En ligne] <http://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/prof/index.cfm?Lang=F>, site consulté le 21 mars 2017).

[En ligne] <http://www.laurentides.com/fr/membres/ville-de-riviere-rouge>.

[En ligne] <http://www.mrc-antoine-labelle.qc.ca/territoire>.

[En ligne] <http://www.villages-relais.qc.ca/Laurentides/Riviere-Rouge>.

MRC ANTOINE-LABELLE. 1999. *Schéma d'aménagement et de développement*. [En ligne] <http://www.mrc-antoine-labelle.qc.ca/schema-amenagement>.

Annexe A Questionnaire auprès des commerçants

**Formulaire d'enquête
auprès des COMMERCES**

Protocole de suivi économique Phase III – Contournement de Labelle et Rivière-
Rouge de la Route 117

Formulaire d'enquête auprès des COMMERCES

| | | | | | |
|---|-----------|-------------|-----------------------|-----------|-----|
| Nature de l'entrevue : | Téléphone | En personne | Par Internet/courriel | | |
| | | | | | |
| Date de l'entrevue (JJ/MM/AAAA) | / / | | | | |
| SECTION 1 – IDENTIFICATION DE L'ENTREPRISE | | | | | |
| Nom de l'établissement | | | | | |
| Adresse | | | | | |
| Nom du Propriétaire | | | | | |
| Téléphone | | | | | |
| Catégorie d'entreprise (Code SCIAN) | | | | | |
| Précision sur produits vendus/services rendus | | | | | |
| SECTION 2 – DESCRIPTION GÉNÉRALE DE L'ENTREPRISE | | | | | |
| Depuis quand l'entreprise est-elle en activité sur le site actuel? (année) | | | | | |
| Si après 2010 , pourquoi avez-vous choisi de créer votre entreprise à cet emplacement? | | | | | |
| L'entreprise fonctionne-t-elle toute l'année? (cochez la réponse applicable) | | | Oui | Non | |
| | | | | | |
| Si Non , quelles sont vos saisons d'ouverture? (cochez la réponse applicable) | | Automne | Hiver | Printemps | Été |
| | | | | | |
| Pour quels jours de la semaine l'établissement est-il en activité? Et quelles sont les heures d'ouvertures? | | | | | |

| SECTION 3 – CLIENTÈLE DE L'ENTREPRISE | | |
|--|--------------|--------------|
| Avez-vous une clientèle (nombre de clients moyen par jour) plutôt stable à l'année? <i>(cochez la réponse applicable)</i> | Oui | Non |
| | | |
| Si Oui , combien avez-vous en moyenne de clients par jour? | | |
| Si Non , combien avez-vous en moyenne de clients par jour en basse et haute saison? | Basse saison | Haute saison |
| | | |
| Nature et provenance de la clientèle (en %) en basse et haute saison : | Basse saison | Haute saison |
| - Clientèle locale | | |
| - Clientèle en transit | | |
| - Clientèle extérieure n'étant pas en transit | | |
| Total | 100% | 100% |

| SECTION 4 – FONCTIONNEMENT INTERNE DE L'ENTREPRISE : EMPLOIS ET CHIFFRES D'AFFAIRES | | | |
|---|------------------------------|---------|-------------|
| Nombre de salariés employés | | Annuels | Saisonniers |
| | Temps plein | | |
| | Temps partiel | | |
| Quelle est la masse salariale annuelle de votre entreprise? (\$CAD) | | | \$ |
| Dans quelle fourchette se situait votre chiffre d'affaires annuel au cours des deux dernières années fiscales? (\$CAD) <i>(cochez la réponse applicable)</i> | | 2014 | 2015 |
| | Moins de 99,999\$ | | |
| | Entre 100,000\$ et 249,999\$ | | |
| | Entre 250,000\$ et 499,999\$ | | |
| | Entre 500,000\$ et 749,999\$ | | |
| | Plus de 750,000\$ | | |
| Quelle est la part de ces chiffres d'affaires provenant d'une clientèle en transit ? | | % | % |
| Au cours des 5 dernières années, comment qualifieriez-vous l'évolution de votre chiffre d'affaires? | Augmenté | Stable | Diminué |
| | | | |
| Si évolution , de combien en moyenne par an? / Caractérissez cette évolution | | | |

| | | | | |
|--|--|-----------------------------|-----------------------------|------------|
| | | | | |
| SECTION 5 – CONTOURNEMENT DE LA ROUTE 117 | | | | |
| Selon vous, les activités commerciales de votre entreprise ont-elles été affectées suite au contournement de la route 117 en 2012? | | Oui positivement | Oui négativement | Non |
| | | | | |
| Pourquoi? | | | | |
| Suite au contournement de la route 117, avez-vous observé une amélioration de qualité de vie pour la municipalité de Labelle ou de Rivière-Rouge en général? | | | Oui | Non |
| | | | | |
| Si Oui , lesquelles? | <ul style="list-style-type: none"> - Disponibilité des stationnements - Trottoirs plus larges et accessibles pour marcher et magasiner - Meilleures conditions atmosphériques sur la rue Principale - On se sent plus en sécurité qu'avant sur la rue principale | | | |
| Quelles seraient vos suggestions pour diminuer les possibles impacts négatifs du contournement de la route 117? | | | | |
| Nous autorisez-vous à procéder à une rapide enquête complémentaire auprès de votre clientèle au sein de votre établissement? <i>Cette enquête aura lieu en mai-juin 2016. Des enquêteurs viendront questionner avec un rapide formulaire d'une page vos clients sur quatre (4) périodes de deux (2) heures, réparties sur une semaine, pour un total de huit (8) heures d'enquête dans votre commerce. Vous serez avisé en avance de leurs présences.</i> | | | Oui | Non |
| | | | | |
| SECTION 6 – COMMENTAIRES ADDITIONNELS | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Vous déplacez-vous plus souvent au centre-ville depuis que la voie de contournement a été construite? - Trouvez-vous le parcours convivial/accessible pour sortir de la municipalité? - Trouvez-vous que la municipalité est plus accessible en voiture depuis que la voie de contournement est implantée? - Quel type d'achats effectuez-vous dans votre municipalité (épicerie, quincaillerie, restauration, gazoline, etc) - À quelle fréquence allez-vous faire des achats dans les municipalités voisines? Y allez-vous plus souvent depuis la mise en service de la voie de contournement? <p style="margin-left: 40px;">Selon vous, en quoi la voie de contournement est ou n'est pas un facteur de développement économique?</p> | | | | |

Annexe B Liste des commerces de la ville de Rivière-Rouge

| | Téléphone | Courants | Sémi-courants | Réfléchis | Restauration et divertissement |
|--|--------------|----------|---------------|-----------|--------------------------------|
| Air Mont-Laurier 1985 inc. | 819 275-2794 | | | | x |
| Cowboy Paintball | 819 275-1415 | | | | x |
| Expéditions Wolf | 819 275-1601 | | | | x |
| Maryvonne Musculation et Étirements | 514 730-1663 | | | | x |
| Salon de quilles Saboca | 819 275-2732 | | | | x |
| Bisculterie L'Annonciation enr. | 819 275-2886 | | | | x |
| Boulangerie Pâtisserie L'Annonciation enr. | 819 275-3787 | | | | x |
| Buffet de la Rouge | 819 275-3958 | | | | x |
| Épicerie Sainte-Véronique - Marché Omni | 819 275-3233 | x | | | |
| IGA Marché Raymond | 819 275-3521 | x | | | |
| La Source enr. (épicerie) | 819 275-7667 | x | | | |
| Animalerie Chez Yougo enr. | 819 275-3099 | | x | | |
| Toilettage Line Lusignan | 819 278-5772 | | x | | |
| Atelier d'entretien L. Grève | 819 278-7188 | | x | | |
| Atelier Jean-Yves Larose Enr. | 819 275-5554 | | x | | |
| Automobile Boileau Ltée | 819 275-2104 | | x | | |
| Automobiles Gaétan Gargantini inc. | 819 275-3191 | | x | | |
| Automobiles M. Coursol Inc. | 819 275-0386 | | x | | |
| Brooks Normand | 819 275-1245 | | x | | |
| Centre du pneu de Rivière-Rouge | 819 275-2602 | | x | | |
| Centre Raytint | 819 429-0607 | | x | | |
| CMM Sport | 819 275-3730 | | x | | |
| Multi Mécanique | 819 275-1232 | | x | | |
| Garage Les pneus Sarrazin | 819 275-2247 | | x | | |
| Jean-Pierre Latreille Peinture enr. | 819 275-7471 | | x | | |
| M. Coursol Automobile inc. | 819 275-1193 | | x | | |
| Pièces d'autos Rivière-Rouge inc. | 819 275-2576 | | x | | |
| Audio T.V. enr. | 819 275-2926 | | x | | |
| Bijouterie M. Marcotte enr. | 819 275-2623 | | | x | |
| Boutique du Brasier Ardent | 819 278-7692 | | x | | |
| Daudelin Sports inc. (Intersport) | 819 275-3332 | | x | | |
| Delphine Boutique Cadeaux | 819 275-8709 | | x | | |
| Électro Meubles Denis | 819 275-2584 | | | x | |
| Librairie Mille Feuilles | 819 275-1414 | | x | | |
| Marché aux puces de la Rouge s.e.n.c. | 819 275-7226 | | x | | |
| Savonnerie Sensoriel | 819 275-7373 | | x | | |
| Société des Alcools du Québec | 819 275-2882 | x | | | |

| | Téléphone | Courants | Semi-courants | Réfléchis | Restauration et divertissement |
|---|--------------|----------|---------------|-----------|--------------------------------|
| Tabagie Raymond inc. | 819 275-2817 | x | | | |
| Tigre Géant L'Annonciation inc. | 819 275-3777 | | x | | |
| Coiffure 1 ^{er} Reflet s.e.n.c. | 819 275-2447 | | x | | |
| Coiffure Cybel enr. | 819 275-7746 | | x | | |
| Coiffure Le Duo | 819 275-3864 | | x | | |
| Coiffure Vénus | 819 275-1442 | | x | | |
| Concept Bo-T | 819 275-2333 | | x | | |
| Douce Détente enr. | 819 275-2553 | | x | | |
| Eveline Lachaine Esthéticienne-Electrolyste | 819 421-1755 | | x | | |
| Esthétique À bon Pore | 819 421-1755 | | x | | |
| Salon de coiffure le Duo enr. | 819 275-3864 | | x | | |
| Salon pour lui | 819 275-7326 | | x | | |
| Soins Esthétiques Linda | 819 278-5164 | | x | | |
| Studio d'Esthétique Danièle | 819 275-3948 | | x | | |
| Stylvie Coiffure s.e.n.c. | 819 275-1771 | | x | | |
| Au Vieux Marteau enr. | 819 275-9056 | | x | | |
| Bois K M S Itée | 819 275-2240 | | x | | |
| Centre de distribution Robidou inc. | 819 275-2273 | | x | | |
| Ébénisterie André Lacasse | 819 275-5685 | | x | | |
| Fenomax | 819 623-1271 | | | x | |
| Quincaillerie Sainte-Véronique | 819 275-2146 | | x | | |
| Ventes et Services Ste-Marie enr. | 819 275-2591 | | | x | |
| Dépanneur Maxi-Service enr. | 819 275-1450 | x | | | |
| Dépanneur Supper Gem | 819 275-3211 | x | | | |
| Le Dépanneur Raymond 2013 | 819 275-0480 | x | | | |
| Les Pétroles Therrien inc. & Dépanneur ABL | 819 341-4903 | x | | | |
| Station-service Ultramar | 819 275-3249 | x | | | |
| Cigarettes Électroniques | 819 429-0604 | | x | | |
| Jardins d'Éden de la Rouge | 819 275-3610 | | | x | |
| La Petite Buanderie enr. | 819 275-5181 | x | | | |
| Le Kriss-Tou enr. | 819 278-1562 | | | x | |
| Les Serres de la Vallée | 819 275-2507 | | | x | |
| Les Serres Frank Zyromski | 819 275-5156 | | | x | |
| Maisons usinées Côté | 819 275-1470 | | | x | |
| Mini Entrepôts Rivière-Rouge | 819 275-5858 | | | x | |
| Ornements Jonathan | 819 275-1679 | | x | | |
| Auberge Le Saint-Bohème | 819 275-2796 | | | | x |

| | Téléphone | Courants | Sémi-courants | Réfléchis | Restauration et divertissement |
|---|--------------|----------|---------------|-----------|--------------------------------|
| Camping de la Plage | 819 275-7757 | | | | x |
| Camping Le Fou du Roi enr. | 819 275-2086 | | | | x |
| Camping Sainte-Véronique | 819 275-2155 | | | | x |
| Motel Manoir sur le lac | 819 275-3514 | | | | x |
| Motel O'Charcoal | 819 275-1066 | | | | x |
| Pourvoirie Cargair Itée | 819 275-7478 | | | | x |
| Pourvoirie Cécaurel | 819 275-2386 | | | | x |
| Pourvoirie Club Rossignol enr. | 819 688-6167 | | | | x |
| Pourvoirie Le Gîte du Nounours | 819 275-1216 | | | | x |
| Banque Nationale du Canada | 819 275-2202 | x | | | |
| Caisse Desjardins de la Rouge | 819 275-2472 | x | | | |
| Informatique des Vallées enr. | 819 275-3414 | | | x | |
| L'Envol Studio Photo | 819 275-5369 | | | x | |
| Lunetterie Versant Nord | 819 275-0550 | | | x | |
| Ordinateurs Laval | 819 275-2117 | | | x | |
| Bell Bar | 819 275-2355 | | | | x |
| Café-Resto Tutto In Bocca enr. | 819 275-7266 | | | | x |
| La Terrasse resto-bar | 819 275-5888 | | | | x |
| Le Pub, resto-bar | 819 275-2020 | | | | x |
| Les Arpents Verts | 819 275-1221 | | | | x |
| Les Cafés Marie-Dan | 819 275-5151 | | | | x |
| Les Services Alimentaires Génik | 819 275-5794 | | | | x |
| Patate de la Rouge | 819 275-0515 | | | | x |
| Patate Ma-Nie enr. | 819 275-7948 | | | | x |
| Restaurant Legault s.e.n.c. | 819 275-2164 | | | | x |
| Restaurant Pizzeria le Soleil de L'Annonciation | 819 275-1515 | | | | x |
| Subway | 819 275-7688 | | | | x |
| Tim Hortons | 819 275-5556 | | | | x |
| Familiprix Maxim Charland | 819 275-0303 | x | | | |
| Pharmacie Jean Coutu Santé-Beauté | 819 275-3711 | x | | | |
| Boutique Atmosphère enr. | 819 275-7822 | | x | | |
| Boutique Marianne inc. | 819 275-2772 | | x | | |
| Confection Denyse s.e.n.c. | 819 275-2324 | | x | | |
| Escarpins et Vilebrequins | 819 275-3555 | | x | | |
| Patate Pierrette | | | | | x |

Annexe C Questionnaire auprès de la clientèle

Formulaire d'enquête auprès des CLIENTS

| | | | | |
|---|---|--|------------------------------------|------------|
| Nom de l'enquêteur | <i>Enquêteur 1</i> | <i>Enquêteur 2</i> | Date de l'entrevue (JJ/MM/AAAA) | / / 2016 |
| Nom du Commerce | | | Heure (HH :MM) | |
| SECTION 1 – PROFIL DU CLIENT | | | | |
| Résidez-vous à Labelle ou Rivière-Rouge à l'année? <i>(cochez la réponse applicable)</i> | Oui | | Non | |
| Si Non , dans quelle municipalité résidez-vous à l'année? | | | | |
| Si Non , êtes-vous? <i>(cochez la réponse applicable)</i> | (1) Résident d'un village voisin | | | |
| | (2) Villégiateur propriétaire d'une résidence secondaire à Labelle ou proche de Labelle | | | |
| | (3) Touriste en séjour dans la région | | | |
| | (4) Usager en transit | | | |
| | (5) Autre, précisez : | | | |
| Quel <u>type</u> de véhicule avez-vous utilisé pour venir à ce commerce? <i>(cochez la réponse applicable)</i> | (1) Auto/Moto | | | |
| | (2) Véhicule Récréatif | | | |
| | (3) Camion (léger ou lourd) | | | |
| | (4) À pied ou à vélo | | | |
| | (5) Autre, précisez : | | | |
| <u>ORIGINE</u> : Si l'origine de votre trajet n'est pas votre lieu de résidence habituel, de quelle municipalité êtes-vous parti pour vous rendre dans ce commerce? | | | | |
| <u>DESTINATION</u> : Si Labelle ou Rivière-Rouge n'est pas votre destination finale, où allez-vous? | | | | |
| SECTION 2 – HABITUDES DE CONSOMMATION | | | | |
| Combien d'argent avez-vous dépensé dans ce commerce aujourd'hui? | | | \$ | |
| Pour combien de personnes avez-vous payé? | | | Pers. | |
| Sur quelle base fréquentez-vous ce commerce? | | Si applicable, précisez la fréquence : | | |
| (1) Quotidienne | | Nb de fois par jour? | | |
| (2) Hebdomadaire | | Nb de fois par semaine? | | |
| (3) Mensuelle | | Nb de fois par mois? | | |
| (4) Occasionnelle | | Nb de fois par an? | | |
| (5) C'est la première fois | | | | |
| Vous êtes-vous déplacé spécifiquement pour venir dans ce commerce? <i>(cochez la réponse applicable)</i> | | | Oui | Non |
| Si Non , quel est le motif principal de votre déplacement? <i>(cochez la réponse applicable)</i> | | Travail | | |
| | | Loisir | | |
| | | Autre, précisez : | | |
| Comment considérez-vous l'impact de la voie de contournement de la route 117 sur vos habitudes de fréquentation des commerces de Labelle ou de Rivière-Rouge? <i>(cochez la réponse applicable)</i> | | | | |
| | Pas d'impact | Pourquoi? | | |
| | Fréquentation moindre | | | |
| | Fréquentation accrue | | | |

| | |
|--|---|
| <p>Pour vous, le contournement de la route 117 à Labelle ou Rivière-Rouge, est-il</p> <p>Positif Négatif Incertain / positif & négatif Pas d'avis</p> | <p>Pourquoi?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Disponibilité des stationnements - Trottoirs plus larges et accessibles pour marcher et magasiner - Meilleures conditions atmosphériques sur la rue Principale - On se sent plus en sécurité qu'avant sur la rue principale |
| <ul style="list-style-type: none"> - Vous déplacez-vous plus souvent au centre-ville depuis que la voie de contournement a été construite? - Trouvez-vous le parcours convivial/accessible pour sortir de la municipalité? - Trouvez-vous que la municipalité est plus accessible en voiture depuis que la voie de contournement est implantée? <p>Quel type d'achats effectuez-vous dans votre municipalité (épicerie, quincaillerie, restauration, gazoline, etc)</p> <ul style="list-style-type: none"> - À quelle fréquence allez-vous faire des achats dans les municipalités voisines? Y allez-vous plus souvent depuis la mise en service de la voie de contournement? - Selon vous, en quoi la voie de contournement est ou n'est pas un facteur de développement économique? | |
| <p>Avez-vous des suggestions/avis sur des mesures qu'il faudrait mettre en place pour limiter l'impact négatif sur les commerces lié contournement de la route 117?</p> | <p>Proposition solutions et autres commentaires :</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> |

