

Étude de positionnement commercial du secteur du Village
Présentation publique
Lundi 29 mars 2010 à 19 h

Compte-rendu des interventions des citoyens invités à commenter la présentation livrée par la firme DAA IBI suite à leur étude de positionnement commercial du secteur du Village

1. **Ouvrir le parc linéaire à la raquette, la randonnée pédestre et le ski de fond en période hivernale.** La conseillère Mme Roxanne Lacasse indique qu'un comité a été formé par la MRC et qu'une recommandation a été faite afin d'ouvrir le parc linéaire pour la pratique du ski de fond. Les autres activités précitées sont difficilement compatibles avec le ski de fond.
2. **Paver le parc linéaire.** Le maire Pierre Pilon indique que ce projet est à l'étude et que cela coûte cher. Des demandes de subvention ont été adressées.
3. **Favoriser un partenariat avec la Station Mont Tremblant pour vendre le village :** 1) recevoir au Village les journalistes qui vont à la Station Mont Tremblant 2) mettre en place un circuit de la Station Mont Tremblant vers les différents secteurs avec des navettes.
4. **Favoriser une densification résidentielle du village.** Pour ce, accorder des subventions à des projets et logements. Le maire Pierre Pilon indique qu'il y a quelques projets à l'étude mais qu'il ne souhaite pas y implanter des logements à prix modique.
5. **Construire davantage de logements au village pour y mettre de la vie.** Ça prend de la vie dans un village. Pour attirer de nouveaux résidents/de nouvelles familles, faire un projet rassembleur comme construire une école privée. Il faut promouvoir le village comme lieu de résidence.
6.
 - **Conserver le village d'antan.**
 - **La Ville doit assumer ses responsabilités à l'égard de la signalisation, de la promotion et du transport.**
 - Le village est saturé en restauration.
7. **Développer l'aspect artistique, convertir l'église en lieu de spectacle.**
8. **57 % des touristes qui vont à la Station Mont Tremblant ne connaissent pas le village.** Il s'agit d'un potentiel de clientèle à développer. Le consultant M. Grenier indique que pour attirer le tourisme il faut quelque chose de distinctif et afficher de la publicité à la montagne et sur les chemins entre Station Mont Tremblant et le Village.
9. Améliorer la **signalisation** de Station Mont Tremblant vers le Village.
10. **Trouver des attraits distinctifs pour le Village afin d'attirer une nouvelle clientèle** à Mont-Tremblant, ne pas viser la clientèle du centre-ville ni celle de Station Mont Tremblant.
11. Instaurer des **programmes spéciaux pour les commerçants du Village**, ce à quoi monsieur le maire Pierre Pilon répond que la Loi interdit l'application de taux de taxes différents.
12. La présentation que nous venons de recevoir confirme ce que nous pensions. Le village est un village touristique et un véritable livre d'histoire. Les commerces qui quittent ne sont pas destinés aux touristes. Le touriste veut s'amuser et se détendre, il faut par conséquent viser des commerces qui répondent à ces critères comme à la Station Mont Tremblant. Mais **ça prend des commerces qui se démarquent pour ne pas faire de compétition avec les autres pôles.** On pourrait **exploiter des activités autour du lac Mercier, mettre en valeur les plans d'eau** par des activités non motorisées, **ajouter de la musique pour animer la rue, paver le parc linéaire pour favoriser un va-et-vient entre le centre-ville et le village.** La piste multifonctionnelle est une piste pour les experts. **Il faut faire de la publicité** mais en même temps, il faut offrir quelque chose en retour.
13. Les recommandations du rapport ne sont pas toutes compatibles avec la vocation du village. Il ne faut pas imiter les deux autres pôles commerciaux mais plutôt être complémentaire, distinctif. Le Village pourrait **miser sur les arts et la culture.** On doit aussi faire attention à la clientèle que l'on veut attirer. **Les gens du village doivent se prendre en main.**

14.	Faire connaître notre existence aux touristes, s'ils savaient que le village existe on pourrait les attirer. Suggestions : un slogan, un site de réservations sur Internet . Ça prend une volonté politique et des investissements.
15.	C'est difficile d'augmenter l'offre dans les métiers d'art. Ça prend beaucoup de publicité et de lobbying, il serait intéressant de se faire connaître par les 57 % des touristes qui vont à la montagne et ne connaissent pas le village. Il faut miser sur l'authenticité du village, ce dont manque la Station Mont Tremblant. Les métiers d'art contribuent à cette authenticité.
16.	Merci de la présentation, les gens sont intéressés. Il est temps de poser des actions.
17.	Amener des événements internationaux comme le Cirque du Soleil. M. le maire Pierre Pilon indique que le conseil encourage les initiatives mais que ce n'est par le rôle de la ville de les initier. La ville a toujours appuyé les événements pour la période de démarrage mais qu'après le projet doit être autofinancé.
18.	Faire un sondage auprès des nombreux cyclistes qui empruntent le parc linéaire et qui s'arrêtent dans le village afin de savoir pourquoi ils fréquentent le village .
19.	Sa localisation enchâssée entre deux montagnes et son caractère d'antan sont des attributs importants pour le Village. Quoique son architecture soit difficile à qualifier, son bâti se distingue des autres secteurs de la Ville , il y a de vieilles maisons qui ont du caractère.
20.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pour les commerçants du village, la compétition réelle c'est avec Station Mont Tremblant. L'argent des touristes qui dépensent à la Station Mont Tremblant sort d'ici (location de condos en hébergement touristique) tandis que l'argent des touristes qui dépensent au village reste au village. Ça a un gros impact sur l'économie locale. ▪ Il y a plusieurs années de ça, un regroupement de petites auberges avait été créé pour faire de la publicité à l'extérieur de la province. Plutôt que de compétitionner entre elles, elles se sont partagé les coûts de la publicité.
21.	Confusion dans l'appellation « village » que les touristes croient, à tort, à la Station Mont Tremblant (village piétonnier). Se doter d'outils pour bien identifier ces 2 secteurs. Ne pas induire en erreur le touriste.
22.	Proposition d' augmenter la densité des logements (6 à 8) dans le village afin d'accroître le nombre de résidents.
23.	Suggestion pour augmenter l'achalandage : présenter une pièce de théâtre et offrir des forfaits souper – théâtre .
24.	Miser davantage sur la population permanente et les villégiateurs que sur le tourisme. Être plus indépendant vis-à-vis de celui-ci. Constate un manque de résidents au village, pour en augmenter le nombre, il faudrait avoir plus de services et/ou d'activités.
25.	Exploiter davantage la plage du lac Mercier par, par exemple, un concours de sculpture de sable, organiser une semaine de la musique, une semaine des arts, construire un jardin avec fontaine.
26.	Un comité de revitalisation du Village a été formé par la Chambre de commerce, prochaine réunion le 7 avril à 19 h. Les commerçants et citoyens doivent unir leurs efforts, établir un plan d'action à court et moyen terme et planifier pour le long terme.
27.	Le Service de l'urbanisme doit demeurer au 1875, du Village pour conserver son achalandage qui se répercute sur le dynamisme du Village.
28.	Nous sommes dans un processus identitaire c'est aux citoyens de se prendre en main sans attendre après la Ville ou un consultant.
29.	Il faut être en action, accélérer les choses y compris les étapes qui doivent passer au conseil municipal. Monsieur le conseiller Kevin Ratcliffe réplique à cette intervention qu'il roule en 6 ^e vitesse, qu'il a des projets relatifs aux arts et celui de faire le marché d'été en 2010 à l'intérieur du bâtiment laissé vacant par Toquade.

-
30. En conclusion, **le village doit devenir une destination**, le séjour des touristes être étiré et les 3 pôles commerciaux de la Ville ne doivent pas être en compétition mais plutôt être partenaires.
-
31. **La concertation c'est important, tout le monde doit s'impliquer.**
-

Résumé des éléments de discussion :

Parc linéaire : utilisation hivernale, pavage, lien entre le centre-ville et le village

Promotion : partenariat avec Station Mont Tremblant, développer la notoriété du village auprès de la clientèle de Station Mont Tremblant, trouver un slogan, produire un site web de réservations, investir dans la promotion et la publicité

Résidents : augmentation de la densification résidentielle, construire davantage de logements pour y mettre de la vie, miser davantage sur les résidents permanents que sur les touristes

Bâti : conserver le village d'antan, le cadre bâti et l'architecture sont distinctifs

Acheminement : améliorer la signalisation et le transport, confusion dans l'appellation « village »

Attraits : miser sur les arts et la culture, développer l'aspect artistique, convertir l'église en lieu de spectacle, trouver des attraits distinctifs pour le village et attirer une nouvelle clientèle, exploiter des activités autour du lac Mercier, mettre en valeur les plans d'eau, ajouter de la musique pour animer la rue, offrir des événements internationaux et des forfaits souper-théâtre

Commercial : mettre en place des subventions pour les commerçants, se regrouper pour mieux compétitionner, miser sur l'authenticité du village, ce dont manque la Station Mont Tremblant et les métiers d'art contribuent à cette authenticité, ça prend des commerces qui se démarquent pour ne pas faire de compétition aux autres pôles

Revitalisation : les gens du village doivent se prendre en main, il est temps d'être en action et d'accélérer les choses, faire un sondage auprès des nombreux cyclistes, la chambre de commerce a formé un comité de revitalisation, Le Service de l'urbanisme ne doit pas déménager, le Village doit devenir une destination.

Le 1^{er} avril 2010

F:\Documents\Urbanisme\urbanisme\Planification\Planification -varia\Étude de positionnement - Village\Rencontre mars 2010\2010-03-29 - compte rendu de présentation aux citoyens.doc