

Rapport

# Diagnostic sur l'identité et le sentiment d'appartenance au centre-ville de Gatineau

*Entrevues individuelles auprès de résidents de Gatineau et de municipalités avoisinantes*

*Rapport préparé pour :*



DATE 01-11-2023 NUMÉRO DE PROJET 16648-004

Leger



# LeSger

LA PLUS GRANDE FIRME  
DE SONDAGE, DE RECHERCHE  
MARKETING ET ANALYTIQUE  
À PROPRIÉTÉ CANADIENNE

MONTRÉAL • QUÉBEC

TORONTO • WINNIPEG • EDMONTON • CALGARY

VANCOUVER • PHILADELPHIE

# Table des matières

<b>— APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE</b>	<b>4</b>
<b>— CONSTATS CLÉS</b>	<b>6</b>
<b>— RÉSULTATS DÉTAILLÉS</b>	<b>9</b>
1. Une situation géographique à clarifier	10
2. Une perception dure qui tend à s'adoucir	12
3. Multiples secteurs, multiples habitudes de fréquentation	14
4. Une appréciation mitigée, un consensus sur le potentiel	18
5. Un besoin de réfection et de diversification	20
6. Des suggestions nombreuses et variées	23
<b>— ÉQUIPE</b>	<b>25</b>



# APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

# APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

<b>CONTEXTE</b>	<p>La Ville de Gatineau a retenu les services de Léger pour réaliser des entrevues individuelles auprès de résidents de Gatineau et des alentours dans le but de recueillir les perceptions et l'appréciation des citoyens à l'égard du centre-ville. L'objectif de cette étude était de valider certains constats tirés d'une précédente phase quantitative menée sur le même sujet et d'en approfondir les conclusions. Elle visait également à présenter une vision authentique et variée des sentiments et des opinions de différents profils de citoyens concernant le centre-ville et fournir des pistes d'améliorations que la Ville pourrait considérer pour le revitaliser.</p>
<b>MÉTHODE</b>	<p><b>15 entrevues individuelles en ligne</b> ont été menées avec des résidents de Gatineau et de municipalités avoisinantes:        8 participants qui résident ou travaillent au centre-ville, 5 autres qui ne travaillent pas au centre-ville et qui résident dans d'autres secteurs de la ville (4 dans Gatineau et 1 dans Aylmer), et 2 participants qui sont de municipalités situées à l'extérieur de Gatineau (un de Chelsea et l'autre de Cantley).        Les entrevues se sont tenues en français.</p>
<b>RECRUTEMENT</b>	<p>Le recrutement a été réalisé par CRC Recherche, le partenaire de recrutement de Léger. Pour être recrutés, les participants devaient être âgés de 18 ans ou plus, fréquenter le centre-ville de Gatineau au moins 5 à 6 fois par année, demeurer à Gatineau ou dans une ville avoisinante, et ne pas occuper un emploi, ni avoir des proches travaillant pour la Ville de Gatineau, ni dans le domaine de la recherche, du marketing ou des communications.</p>
<b>QUAND / OÙ</b>	<p>Les entrevues individuelles ont été réalisées en ligne du <b>25 septembre au 13 octobre 2023</b> via la plateforme Microsoft Teams.</p>
<b>DURÉE</b>	<p>Approximativement 30 minutes par entrevue.</p>
<b>ANIMATION</b>	<p>L'animation des entrevues a été effectuée par <b>Noémie Blanchet-Garneau</b> et <b>Hugo Fluet</b>, analystes de recherche chez Léger.</p>

## NOTES AU LECTEUR

### VERBATIMS

*De réelles citations de participants (verbatim) sont présentées en italique à côté des constats dans les résultats détaillés du rapport de recherche. Les verbatims peuvent avoir été légèrement altérés, sans en changer le sens, pour faciliter la lecture.*



# CONSTATS CLÉS

## CONSTATS CLÉS



### UN CENTRE-VILLE AU STATUT AMBIGU QUI PEINE À SE REMETTRE DE LA PANDÉMIE

En début d'entrevue, de nombreux participants n'arrivaient pas à définir clairement le centre-ville. En règle générale, ils le pensaient soit plus petit que le territoire défini par la Ville, soit ils étaient d'avis que Gatineau compte plus d'un centre-ville. On constatait une absence de sentiment d'appartenance à son égard. L'étendue de la ville de Gatineau et sa division en plusieurs secteurs, ainsi que les noyaux commerciaux associés aux anciennes villes parfois perçus comme étant mieux aménagés et plus animés que le centre-ville désigné par la Ville, ne contribuent pas à la distinction de ce dernier ni à l'acceptation générale de son statut officiel.

Si plusieurs des participants ont mentionné que le centre-ville était déjà en perte de vitesse avant la pandémie, il semble y avoir un consensus sur le fait que l'importante diminution de l'achalandage, causée principalement par la désertion des travailleurs en faveur du télétravail, est un facteur affectant négativement la vitalité du secteur et la volonté des Gatinois de le fréquenter.



### UN CENTRE-VILLE ATTRAYANT ET ACCESSIBLE POUR LES JEUNES ET LES FAMILLES

On observe un consensus autour du fait que le centre-ville n'a actuellement que très peu à offrir aux jeunes et aux familles. Certains parents ont mentionné que ce n'est pas un endroit où ils emmèneraient leurs enfants, justifiant souvent ceci par le manque criant d'infrastructures, d'activités et de loisirs destinés aux jeunes et aux familles. Certains déploraient, par exemple, le manque d'infrastructures sportives, d'espaces verts ou d'aires de jeux. Ainsi, certains participants réclament que les familles soient positionnées au cœur des efforts de revitalisation du centre-ville et que les actions mises en place par la Ville soient réfléchies en fonction de leurs besoins, ainsi que de ceux des adolescents et des jeunes adultes.



### REPENSER L'OFFRE DE RESTAURATION, DE COMMERCE ET DE DIVERTISSEMENT

Si l'offre gastronomique du centre-ville a souvent été mentionnée comme étant un de ses points forts, les participants souhaitent tout de même qu'elle soit révisée. Ils souhaitent qu'on y retrouve encore plus de restaurants et de cafés de qualité faisant la promotion de produits locaux, plutôt que des grandes chaînes commerciales. Ils désirent aussi voir apparaître plus de petites boutiques faisant la promotion de produits, d'artistes et d'artisans de la région. De plus, plusieurs participants ont exprimé le souhait de voir l'offre de divertissement et d'événements spéciaux être significativement élargie, par exemple avec l'ajout de festivals, de marchés (publics, de Noël, etc.) et d'autres événements culturels qui permettraient de stimuler l'intérêt, de créer un meilleur tissu social et de renforcer le sentiment d'appartenance à l'égard du centre-ville. Le boulevard St-Joseph et la rue Laval étaient souvent mentionnés comme des exemples de réussites qui devraient être étendus à davantage de secteurs.

## CONSTATS CLÉS | Suite



### REPENSER L'ACCESSIBILITÉ

La circulation au centre-ville était vue positivement par certains et négativement par d'autres. Bien que la facilité de se rendre au centre-ville et de s'y déplacer soit considérée comme un élément positif pour certains, la difficulté de circuler dans le centre-ville, notamment aux heures de grande fréquentation par les travailleurs, soulevait plusieurs préoccupations pour d'autres. En effet, quelques participants évitent tout simplement de se rendre dans certains secteurs à des moments précis, soit parce que la circulation y est trop dense ou qu'ils savent qu'il leur sera difficile de stationner leur voiture. Pour d'autres, le casse-tête est associé à une signalisation compliquée et à la présence de nombreux ronds-points et sens uniques, notamment sur le boulevard des Allumettières.

Certains pourraient se laisser convaincre d'utiliser le transport en commun si l'offre leur permettait de faire le trajet entre le centre-ville et leur domicile dans un temps raisonnable, ce qui n'est actuellement pas le cas pour plusieurs. Le service de Rapibus semble toutefois très apprécié des participants qui l'ont utilisé.



### PLUSIEURS INTERVENTIONS PRIORITAIRES SONT ATTENDUES DE LA VILLE

Les participants insistent sur le fait qu'ils s'attendent à des actions rapides et significatives de la part de la Ville de Gatineau, notamment pour contrer l'itinérance et la présence de campements de fortune qui suscitent un sentiment d'insécurité chez plusieurs, la réfection des immeubles du centre-ville et sa propreté en général, ainsi qu'une aide aux commerçants pour éviter davantage de fermetures.



### L'INTÉRÊT EST PRÉSENT, MAIS IL FAUDRA INFORMER LES CITOYENS

Malgré ces critiques, au fil des discussions, il était toutefois possible de sentir une réelle implication des participants dans la formulation de pistes d'améliorations et de suggestions. Ils sont généreux dans la transmission de leurs idées, et, lorsqu'on compare avec le début des entrevues, on pouvait finalement sentir de l'attachement pour la ville de Gatineau et son centre-ville.

Pour cette raison, il sera important pour la Ville de communiquer ses intentions (vision et projets concrets) aux citoyens ainsi que les améliorations à mesure qu'elles seront réalisées, afin de leur donner l'envie d'en profiter. Il sera aussi nécessaire de faire une promotion mieux ciblée de la programmation des activités et des événements futurs.



RÉSULTATS DÉTAILLÉS

# 1. UNE SITUATION GÉOGRAPHIQUE À CLARIFIER



Comme l'ont démontré les résultats du sondage réalisé au mois de juin dernier auprès de la population gatinoise, l'emplacement du centre-ville, tel qu'identifié dans les outils de planification de la Ville, n'est pas connu de tous. On note une certaine confusion dans la perception des participants rencontrés en entrevues individuelles, mais pour la plupart, il s'agit avant tout d'une méconnaissance de l'étendue réelle du territoire couvert par le centre-ville. Il est à noter que contrairement aux résultats du sondage, ayant été fait auprès d'un échantillon représentatif de la population de la ville de Gatineau, les résultats obtenus via la méthodologie qualitative des entrevues individuelles ne sont pas généralisables à l'ensemble de la population.

## L'ÎLE DE HULL, LE CŒUR DU CENTRE-VILLE

D'entrée de jeu, afin de lancer la discussion à propos du centre-ville et de comparer les perceptions des participants aux résultats du sondage effectué plus tôt cette année, les interviewers ont demandé à chacun de décrire, selon eux, sa position géographique dans la ville de Gatineau à l'aide de noms de rues, de bâtiments ou de commerces.

Des quinze personnes rencontrées, onze le situent uniquement dans le secteur Hull, principalement sur l'île de Hull. On remarque toutefois que la perception de son étendue diffère, la plupart le croyant plus petit que la description qu'en fait la Ville. Par exemple, ceux qui le situent sur l'île de Hull vont utiliser la rue Eddy, le pont Alexandra, le boulevard des Allumettières, le boulevard Sacré-Cœur, le boulevard de Maisonneuve, le boulevard Alexandre-Taché et la rue Laurier pour l'encadrer. Plusieurs y ajoutent le Musée canadien de l'histoire, la Place du Portage et les édifices gouvernementaux à titre de références.

D'autres y greffent les boulevards Saint-Raymond et Saint-Joseph, en mentionnant la multitude de commerces et de services qu'on retrouve sur ce dernier. Une participante ajoute aussi à sa description que le centre-ville, pour elle, est l'endroit où elle peut tout trouver à une courte distance de marche.

### EXPRESSIONS UTILISÉES

- Vieux-Hull
- Hull
- Île de Hull
- Centre-ville
- Dans le vieux
- Downtown
- Portage

« Ce sont deux axes principaux qui se croisent, des Allumettières et Maisonneuve. Il y a le quartier du Vieux-Hull, qui est l'endroit où il y a le plus de vie sociale. »

« Où se trouvent les tours de bureaux du gouvernement, Place du Portage et autour, le Vieux-Hull. Entre des Allumettières, de Maisonneuve et Eddy. »

« C'est l'île de Hull. De l'intérieur de Saint-Joseph jusqu'à la rivière. »

« Hull, où il y a le boulevard Saint-Joseph, car tu peux trouver Walmart, Dollarama, tous les endroits et les restaurants les plus connus. C'est très proche des facilités comme la SAAQ. »

« Quand je pense au centre-ville, je pense à la place où je peux marcher et qu'en moins de 10 à 12 minutes, je me retrouve à une station d'essence, à une banque, à une épicerie, n'importe où. »

# 1. UNE SITUATION GÉOGRAPHIQUE À CLARIFIER | Suite

## DES HYPOTHÈSES POUR EXPLIQUER LA CONFUSION

Quatre participants ont exprimé une vision différente du centre-ville de Gatineau, soulignant qu'il existe plusieurs centres-villes à Gatineau, notamment dans les secteurs de Hull et de Gatineau. Pour l'un d'entre eux, chaque secteur a son propre centre-ville. Les interviewers ont ensuite partagé les résultats d'un récent sondage révélant la divergence d'opinions des habitants de Gatineau sur l'emplacement du centre-ville. Ils ont invité les participants à émettre des hypothèses expliquant cette confusion, parmi lesquelles quelques-unes se distinguent par leur fréquence :

### 1. La perception demeure inchangée depuis la fusion des cinq villes qui composent maintenant Gatineau.

Même si cette fusion a eu lieu il y a plus de 20 ans, bon nombre de Gatinois n'auraient toujours pas développé de sentiment d'appartenance à l'égard de la nouvelle ville de Gatineau et continuent d'associer « leur centre-ville » à ce qui est maintenant devenu leur secteur.

### 2. La dispersion des centres d'intérêt sème la confusion.

La multitude d'endroits où l'on retrouve des commerces, des activités, des attraits touristiques, des services et d'autres points d'intérêts signifie que peu d'entre eux seraient fréquentés par une grande majorité des résidents de Gatineau. Cette dispersion des points névralgiques contribuerait à la difficulté d'identifier avec précision un seul centre-ville.

### 3. La diminution de l'achalandage sur l'île de Hull contribuerait à l'incertitude autour de son titre de centre-ville.

Deux participants soulèvent la baisse importante d'achalandage que connaissent les commerces situés sur l'île de Hull. Pour le premier, ce constat est lié au fait que l'intérêt pour les restaurants et les bars serait moins grand qu'il y a plusieurs années. Pour le second, la pandémie a laissé un vide important lorsque les fonctionnaires ont déserté les tours à bureaux, et sans cette affluence, le secteur ne peut être considéré en tant que centre-ville.

*« Il y en a un aux Promenades à Gatineau. Il y en a un autre coin Saint-Raymond/Saint-Joseph. Il y a Portage, qui est considéré comme un centre-ville, mais qui ne l'est pas vraiment. Moi, quand je dis que je vais au centre-ville, je parle de Pointe-Gatineau. À Hull, il y en a deux ou trois. »*

*« Il y a plusieurs centres-villes. Aylmer, Hull, Gatineau, Buckingham, etc. Maintenant, le centre-ville pour moi c'est le quadrilatère Centre Slush Puppy, Place de la Cité, le centre sportif et le Cégep. »*

*« Moi j'habite dans l'Outaouais, mais mon secteur est Aylmer. Je n'habite pas dans la ville de Gatineau. »*

*« Il y a encore une mentalité que les secteurs sont séparés. La fusion a un peu été forcée sur les citoyens. Ce n'était pas une adhérence naturelle à ce changement-là. »*

*« Les points d'intérêts sont éparpillés et plusieurs événements se passent à différents endroits, alors on n'est plus sûrs de quel endroit précis est le centre-ville, c'est tout éparpillé. »*

*« Avec la pandémie, on a perdu la notion d'un centre-ville. L'île de Hull était un centre-ville, mais elle ne l'est plus depuis que les fonctionnaires n'y vont plus. »*

## 2. UNE PERCEPTION DURE QUI TEND À S'ADOUICIR

Suite à la lecture d'une description officielle du centre-ville ayant pour but que tous les participants aient le bon secteur en tête pour la suite de la discussion, les interviewers les ont invités à dire spontanément ce qui leur venait en tête lorsqu'ils pensent au centre-ville de Gatineau. Les mots qu'ils ont mentionnés et leur récurrence ont permis de former le nuage de mots ci-contre. On peut y observer que les mots *restaurant*, *bars*, *bureaux* et *commerces* se démarquent, tout comme les termes *stationnement*, *vide*, *laid*, *désuet* et *itinérance*, traduisant chez certains une perception liée à l'offre commerciale et aux immeubles, et une perception à connotation relativement négative chez d'autres. Les participants ont ensuite pu développer leur idée en décrivant le centre-ville, permettant à plusieurs d'expliquer, de nuancer ou d'adoucir leurs premiers propos. Les thèmes abordés dans les descriptions portaient surtout sur l'ambiance, l'esthétisme et le sentiment de sécurité.

### UNE DESCRIPTION QUI MET SURTOUT L'EMPHASE SUR L'ATMOSPHÈRE GÉNÉRALE DU CENTRE-VILLE

Plusieurs des participants rencontrés ont soulevé que l'ambiance s'était détériorée au fil des années, et de façon accélérée avec la pandémie. La désertion des tours à bureaux dans le secteur de Portage a des répercussions considérables sur l'achalandage des commerces qui s'y trouvent. Cette baisse d'achalandage se traduit par de nombreux locaux vides et des édifices gouvernementaux assez peu fréquentés. Par conséquent, cette baisse de fréquentation donne moins envie aux gens de s'y rendre.

Pour illustrer ce point, quelques-uns se remémoraient leurs sorties dans les bars et restaurants du centre-ville, souvenirs dans lesquels il était possible de percevoir une pointe de nostalgie d'une période où ce secteur était, selon eux, plus dynamique.

Néanmoins, aux dires d'un participant, le boulevard Saint-Joseph semble bénéficier d'un nouveau souffle grâce à la construction d'appartements, qui, amenant de nouveaux résidents, contribue à revigorer l'offre commerciale. Ces propos étaient appuyés par ceux d'une autre personne ayant remarqué, par le biais des réseaux sociaux, que ce secteur semblait connaître un regain de vie postpandémique.



« C'est urbain, mais ça semble désaffecté. Il n'y a pas la même énergie qu'avant, car c'est trop peu fréquenté, surtout depuis la pandémie, à cause de la diminution du nombre de travailleurs qui s'y déplacent. Ça donne moins le goût d'y aller, s'il y a moins de monde! Ça perd en attractivité. »

« Quand j'étais plus jeune, étudiant, c'est là qu'on sortait le soir pour aller dans les bars. »

« Il y a plus de monde parce qu'ils viennent de bâtir des appartements dans Saint-Joseph. Il y avait un centre commercial qui avait de la misère sur Saint-Joseph, il y en avait deux très proches et ils mouraient sur des décennies lentement. Là il commence à y avoir des magasins dedans. »

## 2. UNE PERCEPTION DURE QUI TEND À S'ADOUCCIR | Suite

### UN ESTHÉTISME QUI MANQUE D'UNIFORMITÉ

Sur le plan visuel, quelques participants décrivaient les disparités entre les secteurs, et parfois même, au sein d'un même secteur du centre-ville. Par exemple, certains dépeignaient l'île de Hull comme présentant un fort contraste entre des tours à condos et des maisons en mauvais état, accompagnés des édifices à bureaux du gouvernement fédéral.

D'un autre côté, quelques-uns faisaient mention des travaux de revitalisation effectués dernièrement au centre-ville, comme sur le boulevard Saint-Joseph ou dans le secteur de la rue Laval, qui, selon eux, l'embellissent et les rendent plus accueillants. Parmi les travaux effectués, ils ont notamment remarqué la verdure, les fleurs, les lumières, l'installation de bancs, le mobilier urbain et l'aménagement de trottoirs et d'espaces piétonniers. La beauté revampée de ces endroits les rend plus attractifs, mais contribue à creuser une disparité avec le Vieux-Hull sur le plan de l'esthétisme.

### PAUVRETÉ, ITINÉRANCE ET SENTIMENT D'INSÉCURITÉ

Spontanément, le terme itinérance est revenu à quelques reprises pour décrire le centre-ville de Gatineau. Ayant l'opportunité de développer cette idée davantage, on apprend des participants que les secteurs auxquels ils faisaient référence sont la rue Eddy et les alentours du Centre Robert-Guertin, surtout le soir. Ces secteurs seraient à éviter par les personnes circulant seules, car ils suscitent un sentiment d'insécurité. Certains sentiers et pistes cyclables étaient également mentionnés comme des endroits à éviter en raison des campements et de l'itinérance, comme la promenade bordant le ruisseau de la Brasserie. Si les participants étaient nombreux à évoquer l'urgence d'adresser les problèmes liés à l'itinérance à Gatineau, ils reconnaissaient cependant la complexité de cet enjeu et n'étaient pas en mesure d'apporter des pistes de solution pour y remédier.

*« Ce n'est pas beau, car il n'y a que des vieilles maisons ou des édifices du gouvernement. »*

*« C'est laid (Portage) parce que c'est brun années 70 ou 60, c'est monotone. Saint-Joseph, ça commence à être joli. Ils ont mis des fleurs et les magasins ont des belles enseignes neuves. »*

*« Sur le plan architectural, c'est complètement disparate. Le développement urbain est totalement anarchique. »*

*« Il faut faire attention dans le coin de la rue Eddy, surtout le soir. C'est dangereux là, depuis toujours. Il faut y aller en gang. Je n'aime pas beaucoup quand ma blonde va dans ce coin-là. »*

### 3. MULTIPLES SECTEURS, MULTIPLES HABITUDES DE FRÉQUENTATION

La plupart des personnes rencontrées n'habitaient pas au centre-ville. Il était donc pertinent de les questionner sur leurs habitudes de fréquentation, notamment sur la fréquence de leurs visites et les raisons de fréquentation ou de non-fréquentation de ce secteur. L'analyse de leurs réponses permet de tirer quelques conclusions. Notamment, les secteurs de la rue Laval, du Portage et du boulevard Saint-Joseph sont les plus fréquentés, alors que le Centre Robert-Guertin et ses alentours tendent à être évités. Les gens se rendent au centre-ville pour le travail, les sorties ou simplement pour se balader.

#### PLUSIEURS BONNES RAISONS POUR UNE VISITE

##### 1. Pour le travail

Ceux qui y travaillent se rendent au centre-ville entre deux et cinq fois par semaine, selon l'obligation de se trouver physiquement sur leur lieu de travail. Lorsqu'ils sont sur place, certains en profitent pour faire des achats dans les commerces situés près de leur lieu de travail, manger au restaurant et flâner en appréciant l'ambiance. Autrement, ils profitent de son offre commerciale et de divertissement sur une base moins régulière, de l'ordre de quelques fois par mois, ou n'y vont simplement jamais ou presque jamais pour le loisir.

##### 2. Pour les loisirs

Lorsque le motif de fréquentation du centre-ville n'est pas lié au travail, les participants disent généralement y aller une ou deux fois par mois.

Le centre-ville est grand et ON compte beaucoup de restaurants sur son territoire. Pour une participante, le boulevard Saint-Joseph est une destination de prédilection, car elle y retrouve une grande diversité de restaurants. Une autre explique qu'elle préfère se rendre au centre-ville qu'ailleurs, lorsqu'elle veut prendre un bon souper.

Quelques-uns se rendent aussi au centre-ville sans avoir de destination précise en tête, simplement avec l'idée de se balader en couple ou en famille et d'observer ce qui s'y passe, découvrir ce qui s'y construit et profiter de la belle température et de son aménagement. Si des commerces intéressants sont situés sur leur itinéraire improvisé, c'est tant mieux, car ils sont ouverts à la découverte. Ces balades se font à pied ou en vélo, selon le secteur visité. Le casino et ses environs étaient parfois mentionnés comme des endroits agréables à fréquenter.

*« J'y vais deux demi-journées par semaine pour le travail, et j'en profite pour flâner dans le centre-ville après. Je suis une fille de centre-ville, alors j'aime découvrir les choses et explorer. »*

*« Pour le travail, j'y vais deux fois par semaine. Pour le loisir, environ une à deux fois par mois. Surtout pour aller au restaurant avec des amis ou prendre un verre au Casino. »*

*« J'aime aller dans les restaurants. Le Olivia, le Opa grec, le Subway... Ils sont pas mal tous sur Saint-Joseph. C'est vraiment la rue qui fait tout Hull, et c'est quasiment constitué d'un restaurant sur deux au niveau des édifices. »*

*« Il y a des restos de meilleure qualité, des endroits qu'on aime fréquenter avec, par exemple, un meilleur cellier et plus de cachet. Des bons restaurants indépendants qui valent le détour. C'est plus gastronomique. »*

*« On part avec la poussette pour aller voir ce qui se construit de nouveau. Mon fils aime voir les constructions. On marche et on arrête dans les magasins qu'on aime. »*

## 3. MULTIPLES SECTEURS, MULTIPLES HABITUDES DE FRÉQUENTATION | Suite

### PLUSIEURS BONNES RAISONS POUR UNE VISITE (SUITE)

#### 3. Saint-Joseph et Laval, LES destinations commerciales

En plus de retrouver une offre de restauration diversifiée, sur le boulevard Saint-Joseph se trouve une grande variété de commerces en tous genres (quelques centres d'achats, des épiceries, Dollarama, pharmacies, etc.). Quelqu'un qui se déplace en transport en commun peut facilement y faire tous ses achats, selon une participante qui demeure dans le secteur Hull, mais à l'extérieur du centre-ville, et qui s'y rend au moins une fois par semaine pour magasiner et faire son épicerie. Par ailleurs, la rue Laval semble être estimée de plusieurs participants, particulièrement depuis sa piétonnisation, transformation appréciée même des participants ayant une perspective plus critique du centre-ville. L'ambiance, la variété des établissements de restauration ainsi que leur proximité semblent être les plus grands incitatifs à visiter ce secteur du centre-ville.

### MAIS AUSSI DES RAISONS D'ÉVITER CERTAINS SECTEURS

#### 1. Les enjeux d'itinérance

En plus de la rue Eddy et du Centre Robert-Guertin, précédemment évoqués comme étant des lieux où les personnes en situation d'itinérance sont très présentes, quelques participants nomment la piste cyclable qui longe le ruisseau de la Brasserie et la rue Laval parmi les lieux qu'ils évitent de fréquenter pour cette raison. La présence de personnes sans domicile fixe en grand nombre suscite un fort sentiment d'insécurité chez les participants qui ont abordé le sujet et rend les lieux moins propres et moins accueillants.

#### 2. Moins adapté aux familles

Parmi les participants qui ont des enfants, deux se sont saisis de ce pan de discussion pour mentionner qu'il peut être compliqué d'aller dans certains secteurs de l'île de Hull en famille, car beaucoup d'endroits ne sont pas adaptés pour accueillir de jeunes enfants, en raison d'un manque d'infrastructures adaptées.

« Je vais sur Saint-Joseph chaque fois que je vais magasiner parce qu'il y a un Maxi, un Walmart, un IGA et un marché frais. J'ai du choix pour ma bouffe. »

« La piétonnisation de la rue Laval, c'est super. Ça fait comme une grande terrasse et c'est très agréable! J'aime bien le concept, c'est convivial. »

« J'évite la piste cyclable qui longe le ruisseau, car il y a trop de campements et d'itinérants. On ne s'y sent pas en sécurité, surtout le soir, mais en journée aussi. »

« On évite rue Laval, où il y a les bars, avec les enfants. Autour de la rue Eddy, de l'aréna Guertin, je ne me promènerais pas là-bas. Il y a beaucoup d'itinérants dans ce coin-là. »

« Ce n'est pas un quartier attrayant pour les familles, il n'y a pas d'espaces naturels ou même de parcs, ni d'événement ou de choses pour les enfants. C'est plus urbain, avec des bars et tavernes parfois douteuses. Donc pas vraiment un endroit pour les familles. »

### 3. MULTIPLES SECTEURS, MULTIPLES HABITUDES DE FRÉQUENTATION | Suite

#### FACTEURS LIMITANT LES VISITES AU CENTRE-VILLE

##### 1. Stationnement et accessibilité

L'accessibilité et le stationnement ont été abordés par quelques participants en lien avec les secteurs à éviter, et, comme c'est un élément incontournable de tout centre-ville, la question a aussi été discutée avec tous les participants. À ce propos, force est de constater que les opinions diffèrent en fonction du mode de transport préconisé, des lieux visités et des périodes de fréquentation.

Se rendre au centre-ville est facile pour certains, mais une fois sur place, la circulation en voiture peut être compliquée en raison des sens uniques, des ronds-points et des fermetures de ponts. De plus, le trafic peut augmenter le temps de déplacement, incitant certaines personnes à éviter le centre-ville pendant les heures de pointe en semaine, en particulier dans les zones les plus fréquentées.

Finalement, une fois à destination, trouver un stationnement se fait aisément ou difficilement, selon l'endroit. Une participante dit éviter de se rendre au centre-ville les samedis et dimanches, parce qu'elle peine à trouver une place de stationnement, alors qu'une autre nuance en mentionnant qu'ailleurs au centre-ville, comme près du Casino, trouver du stationnement est plutôt facile.

Parmi les participants qui connaissent l'offre de transport en commun disponible au centre-ville, les avis sont très partagés. D'un côté, on retrouve des participants très satisfaits du nombre de trajets, des destinations desservies, de la fréquence de passage des autobus et du Rapibus.

À l'inverse, pour d'autres, la longueur du trajet qui leur permettrait de se diriger de leur domicile vers le centre-ville est beaucoup trop longue, si on compare avec la durée nécessaire en voiture.

L'opinion sur les pistes cyclable était divisée aussi parmi les participants. Si certains les voyaient d'un œil plutôt positif et disaient les utiliser, d'autres déploraient leur mauvais entretien, le fait que le parcours qu'elles tracent soit souvent interrompu brusquement, ainsi que la présence importante de campements et de population itinérante sur certaines sections.

*« Y aller c'est correct, mais une fois arrivé là-bas... Même le soir c'est compliqué de trouver du stationnement et de conduire dans le secteur. Il y a des sens uniques, des interdictions de stationner, etc. Ça devient trop compliqué et ça enlève le goût d'y aller. »*

*« Le boulevard Saint-Joseph, pendant le midi et l'après-midi, la circulation, c'est terrible. »*

*« Le stationnement incite à rester à Aylmer. Par exemple, la fin de semaine, quand il y a beaucoup de monde au centre-ville, on évite de s'y rendre parce ça va être trop compliqué. »*

*« Ce qui est plus problématique, c'est le stationnement, mais il faut faire une distinction entre le Vieux-Hull, où le stationnement est vraiment difficile, et le secteur du casino où c'est plus facile. »*

### 3. MULTIPLES SECTEURS, MULTIPLES HABITUDES DE FRÉQUENTATION | Suite

#### MOTIFS DE FRÉQUENTER OU NON LE CENTRE-VILLE, EN BREF :

##### MOTIFS DE FRÉQUENTATION

- Pour le travail
- Pour les restaurants et bars
- Pour faire des achats
- Pour se balader (à pied ou à vélo)
- Pour les spectacles ou les festivals

##### MOTIFS DE NON-FRÉQUENTATION (du centre-ville en général ou de certains secteurs)

- Pas adapté pour les sorties en famille
- L'itinérance (sentiment de sécurité et propreté)
- Les déplacements (circulation, stationnement et transport en commun)
- Limiter les sorties en raison du contexte inflationniste ou familial
- Préférer sortir ou faire ses emplettes à proximité de son domicile, lorsque c'est possible

#### FACTEURS LIMITANT LES VISITES AU CENTRE-VILLE (SUITE)

##### 2. Limiter les sorties par choix ou par contrainte

Certains participants expliquaient leur faible fréquentation du centre-ville par le fait qu'ils limitaient désormais leurs sorties. Parmi les raisons évoquées pour expliquer ceci, on retrouve notamment l'augmentation du coût de la vie et l'augmentation du prix des sorties (restaurant, stationnement, etc.), ainsi que la pénurie de main-d'œuvre qui rend l'expérience des sorties et du magasinage moins agréable. Bien que ces raisons ne soient pas nécessairement propres aux commerces du centre-ville, elles ont un impact sur sa fréquentation.

##### 3. Favoriser les achats de proximité

Finalement, comme on retrouve des restaurants et des commerces dans tous les secteurs de Gatineau, ceux qui n'habitent pas à Hull peuvent sortir et faire des achats près de leur domicile. Ils ne ressentent pas forcément la nécessité de se rendre au centre-ville lorsque le besoin peut être comblé à proximité.

*« On a maintenant le Rapibus, depuis quelques années, et j'ai vu une grosse différence entre le avant et le après Rapibus en termes de facilité de déplacement pour se rendre à l'île de Hull. C'est même plus rapide d'y aller en autobus qu'en auto! »*

*« J'y allais en transport en commun, avant, mais ils ont enlevé ma ligne express et le temps de transit a doublé à cause de tous les transferts que je dois faire maintenant. J'y vais donc en voiture maintenant. »*

*« Les coûts qui ont augmenté et le manque de personnel font que quand on sort, c'est un événement. On sort moins, mais on sort mieux. »*

*« Parce que ce que j'ai besoin de faire dans ma vie de tous les jours, j'essaie de le faire le plus possible à proximité de chez moi, et comme j'habite dans le secteur Gatineau, je retrouve la plupart des services dont j'ai besoin dans mon secteur. »*

## 4. UNE APPRÉCIATION MITIGÉE, UN CONSENSUS SUR LE POTENTIEL

*Apprécié à différents degrés par certains, dénigré sévèrement par d'autres, le centre-ville ne laisse personne indifférent et son appréciation est somme toute mitigée. Cependant, les participants sont tous d'accord sur une chose : c'est un endroit dont le potentiel pourrait être mieux exploité.*

### ASPECTS LES PLUS APPRÉCIÉS

Plusieurs éléments revenaient à maintes reprises lorsque les participants se prononçaient sur leur appréciation du centre-ville.

**L'offre gastronomique** semble particulièrement valorisée par les participants qui mentionnaient pouvoir y faire de nouvelles découvertes ou simplement manger mieux ou différemment qu'ailleurs dans la ville. Plusieurs d'entre eux aiment pouvoir se déplacer facilement d'un établissement à l'autre afin de pouvoir, par exemple, prendre l'apéro dans un premier établissement, manger dans un second, et terminer par un dessert ou un café dans un troisième avant de rentrer.

Des participants indiquaient apprécier particulièrement la **proximité et la facilité de se déplacer** d'un endroit à l'autre au centre-ville, sans avoir recours à la voiture. Certains mentionnaient que les travaux effectués dans les dernières années facilitaient les déplacements et les rendaient plus sécuritaires, notamment lorsqu'ils sont accompagnés de jeunes enfants.

En outre, **l'ambiance** de l'endroit en général était citée comme étant un facteur positif, compte tenu de la présence de multiples bars et restaurants, de boutiques et de magasins différents ainsi que de salles de spectacles. Certaines initiatives étaient évoquées comme des bons coups favorisant la bonne ambiance du secteur, comme la piétonnisation de rue Laval ou l'apparition du projet Zibi. Pour quelques-uns, les vieilles maisons et les bâtiments patrimoniaux donnent du charme au secteur, mais cette opinion ne fait pas l'unanimité.

*« C'est facile de se déplacer d'un endroit à l'autre. Par exemple, aller prendre un verre à un endroit, manger dans un autre et aller prendre café et dessert encore dans un autre endroit. C'est ce qu'on aime du centre-ville! »*

*« C'est assez sécuritaire. L'ambiance est pas mal bonne, les gens sont super gentils. Il y a beaucoup de touristes parce qu'Ottawa est juste à côté. C'est très amical. »*

*« Pour le travail, j'adore ça. Je préfère aller au centre-ville qu'aller à Ottawa, par exemple. Les petits parcs, ils ont des tables de pique-nique et on dîne là. »*

*« Ça s'en vient mieux. Saint-Joseph, ça s'en vient bien. »*

*« Je n'aime pas la banlieue avec ses maisons toutes pareilles. Au centre-ville, c'est l'accessibilité, la proximité. C'est pratique, tout se fait à pied ou presque, incluant aller à Ottawa à pied ou à vélo. »*

## 4. UNE APPRÉCIATION MITIGÉE, UN CONSENSUS SUR LE POTENTIEL | Suite

### POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES DU CENTRE-VILLE, EN BREF :

#### POINTS FORTS (+)

- Bonne ambiance
- Proximité et aisance de s'y déplacer à pied
- Bons restaurants, bars et cafés
- Cachet, charme du patrimoine bâti
- Événements et festivals, rue piétonne, offre culturelle et artistique

#### POINTS FAIBLES (-)

- Manque d'infrastructures et d'activités pour les familles
- Itinérance et sentiment d'insécurité
- Nombre de bâtiments vacants, abandonnés ou en décrépidité
- Étalement des points d'intérêts au sein du centre-ville
- Absence d'épicerie et d'offre pour le magasinage
- Manque de diversité dans l'offre de divertissement
- Difficulté d'y circuler en voiture

#### POINTS CONTROVERSÉS (+/-)

- Le stationnement
- La qualité des pistes cyclables
- Le réaménagement urbain (création de rues à sens unique, changements de signalisation, etc.)

### DES RÉSIDENTS SATISFAITS

Les participants qui résident au centre-ville ou qui y résidaient jusqu'à récemment sont généralement satisfaits de leur expérience. Ils mentionnaient le plaisir d'habiter en milieu urbain, d'être à proximité des commerces et des restaurants, la capacité de se déplacer à pied et le plaisir d'être dans un quartier architecturalement attrayant. Certains ont aussi expliqué y avoir déménagé afin de se rapprocher de leur travail, dont quelques-uns qui travaillent à Ottawa, mais qui désiraient demeurer en sol québécois, tantôt pour les logements plus abordables, tantôt pour rester dans un environnement francophone.

Au sujet de ce qui pourrait les inciter à quitter le centre-ville, ces participants ont mentionné l'éventualité où le prix des logements augmenterait drastiquement, si de nombreuses tours grises et immeubles à condos étaient bâtis en remplacement des maisons centenaires, ou la nécessité d'un logement plus spacieux en raison de l'arrivée d'un ou de plusieurs enfants dans leur ménage.

### UN POTENTIEL À EXPLOITER

En dépit des divergences de points de vue parmi les participants, il semble évident que tous partageaient un désir sincère que la Ville améliore le centre-ville et qu'elle exploite son plein potentiel. De fait, une vaste majorité de participants reconnaissaient qu'il pourrait être beaucoup plus attractif et partageaient le désir que des actions concrètes soient mises en place pour le revitaliser.

Bien que la confiance dans la capacité de la Ville à opérer des transformations majeures varie beaucoup d'un individu à l'autre, l'unanimité régnait parmi les participants quant à l'importance d'émettre des suggestions et d'identifier les problèmes prioritaires en vue de transformer le centre-ville de Gatineau en un endroit plus invitant pour tous.

*« C'est la proximité. C'est beau, ça a du cachet. Ce sont des vieilles maisons qui ont du charme, mais que la Ville doit entretenir ou aider à entretenir! »*

*« S'il y avait beaucoup plus de tours grises qui se bâtissaient au lieu des vieilles maisons, je serais tentée de quitter. Sinon, si les prix monteraient beaucoup trop. »*

## 5. UN BESOIN DE RÉFECTION ET DE DIVERSIFICATION

*En matière d'amélioration du centre-ville de Gatineau, de nombreuses idées et suggestions ont été mises de l'avant par les participants, dont certaines plus récurrentes que d'autres. Au cœur de ces suggestions se trouvent la réfection des immeubles du secteur et la diversification de l'offre commerciale du centre-ville, en prenant soin d'inclure des activités familiales.*

### LE DÉSIR D'UN CENTRE-VILLE VIVANT, AVEC PLUS D'ACTIVITÉS

Comme mentionné précédemment, de nombreux participants déploraient le peu d'activités disponibles au centre-ville, au-delà des bars et restaurants. Or, un point positif ayant été évoqué était la tenue d'activités ou d'événements spéciaux. En ce sens, plusieurs des personnes rencontrées indiquaient que la Ville devrait organiser plus de festivals pour attirer citoyens, touristes et familles au centre-ville. Pour galvaniser l'achalandage, plusieurs ont également proposé la piétonnisation de la rue Laval sur une plus grande distance ou en étendant ce concept à d'autres rues commerciales du secteur, comme la rue Eddy. D'autres proposaient l'organisation de marchés estivaux ou de marchés de Noël mettant en avant les produits locaux ainsi que le talent des artistes et artisans de la région.

La mise en place d'infrastructures et d'activités familiales revenait souvent dans les discussions, plusieurs participants réclamant la création d'espaces sportifs et récréatifs accessibles aux enfants et aux adolescents.

Plusieurs participants ont aussi mentionné les difficultés de se rendre au centre-ville et la nécessité de bonifier le service de transport en commun. Certains ont d'ailleurs ajouté que, faute de densification, l'instauration d'une navette pour se déplacer facilement et sans tracas au sein de la zone centre serait un bon ajout afin d'éviter des déplacements trop longs d'un point d'intérêt à l'autre à l'intérieur du centre-ville.

*« Des festivals. S'il y avait des festivals, tout le monde viendrait! »*

*« Aussi, plus d'événements spéciaux, un moins un par saison, qui seraient concentrés au centre-ville. Ça réunirait et attirerait les gens. Il faudrait aussi des marchés, des petites boutiques locales avec une offre unique. »*

*« La place piétonne vers Portage, c'est bien, mais c'est sur quelques centaines de mètres tout au plus. Il faudrait que ce soit beaucoup plus gros. »*

*« Parce que là, pour aller à un marché, on va à Ottawa parce qu'il y a le marché By, qui est à peine cinq minutes plus loin, mais si la ville arrivait à créer un marché attractif, les gens iraient là! »*

*« Il y aurait place à amélioration pour les jeunes familles. Si j'avais à dire à qui s'adresse le centre-ville, les activités, les restaurants, les services, je dirais que ça s'adresse aux jeunes adultes sans enfant. »*

*« Je veux pouvoir passer la journée là sans devoir déplacer mon véhicule. Couper les déplacements ou pouvoir se déplacer au centre-ville efficacement via les transports en commun ou une navette, par exemple! »*

## 5. UN BESOIN DE RÉFECTION ET DE DIVERSIFICATION | Suite

### LE DÉSIR D'UN CENTRE-VILLE VIVANT, AVEC PLUS D'ACTIVITÉS (SUITE)

Un autre aspect primordial pour la revitalisation du centre-ville mentionné souvent par les participants était la réfection des façades des maisons et des édifices du centre-ville. Certains suggéraient un plan d'aide ou de soutien aux propriétaires qui n'ont peut-être pas les moyens ou les connaissances requises pour faire appel à des entreprises spécialisées dans la réfection de maisons centenaires ou d'immeubles faisant partie du patrimoine de la ville. Pour plusieurs, il semblait prioritaire que la Ville intervienne rapidement pour résoudre ce problème et restaurer le lustre de ces quartiers.

### UNE OFFRE COMMERCIALE BONIFIÉE ET MIEUX PROMUE

Bien que les restaurants, bars et cafés aient été mentionnés souvent en tant qu'incitatifs à fréquenter le centre-ville de Gatineau, il est clair que les citoyens voudraient que l'offre gastronomique et commerciale du centre-ville se diversifie. Un grand nombre d'entre eux regrettent la diminution de l'offre alimentaire pour les travailleurs du centre-ville qui doivent se rabattre sur des chaînes de restauration commerciale comme *Subway* et *Starbucks*. Ils mentionnaient du même souffle le souhait de voir de nouveaux restaurants et cafés locaux et indépendants s'installer au centre-ville.

Plusieurs demandaient aussi que l'offre de divertissement soit plus diversifiée, donnant l'exemple de pubs ludiques ou d'endroits proposant des expériences immersives et des jeux d'évasion, entre autres pour attirer les plus jeunes. Plusieurs participants mentionnaient également le désir de voir des petites boutiques proposant des produits locaux et de l'artisanat local s'installer au centre-ville afin de bonifier l'ambiance, l'accès à des produits frais, ainsi que l'offre de magasinage, présentement très limitée dans certains secteurs du centre-ville.

*« Ça prendrait un programme de rénovation des maisons allumettes pour aider les habitants parce qu'actuellement, au centre-ville, c'est soit des condos ou des maisons en décrépitude. »*

*« Il manque de galeries d'art et de petites boutiques locales indépendantes, de petits cafés et boulangeries agréables où on entre spontanément en se promenant. »*

*« Il n'y a pas assez de ludique pour moi. Oui, il y a des bars et des pubs, mais il n'y a pas de laser quest, de escape rooms, de salles de réalité virtuelle, ou de bars à jeux de société. Ça donnerait tellement de vie et ça donnerait une raison autre que le magasinage d'y aller. »*

## 5. UN BESOIN DE RÉFECTION ET DE DIVERSIFICATION | Suite

### UNE OFFRE COMMERCIALE BONIFIÉE ET MIEUX PROMUE (SUITE)

Plusieurs participants ont aussi exprimé leur méconnaissance de l'offre commerciale, des restaurants et des autres attraits du centre-ville. Ils ont expliqué que leurs découvertes se faisaient généralement par le biais du bouche-à-oreille plutôt que par des efforts de promotion organisés. Certains d'entre eux évoquaient ne pas avoir une idée claire de ce que le centre-ville avait à offrir et avoir été surpris d'y faire de belles découvertes. En conséquence, il a été suggéré que des campagnes de promotion plus efficaces de la part des commerçants et de la Ville soient diffusées. Parmi les suggestions en ce sens, on retrouve : la publication d'un article relatant les améliorations apportées au centre-ville et celles qui sont à venir et une utilisation adéquate des médias pour cibler efficacement les clientèles, particulièrement des médias sociaux pour communiquer avec les plus jeunes.

Une participante a aussi avancé l'idée de mettre en place un « passeport centre-ville » qui offrirait des réductions pour explorer certains établissements.

### RÉTENTION DES TOURISTES : HÔTELS, EMBELLISSEMENT ET ACCOMPAGNEMENT

Les participants n'avaient pas l'impression que les touristes passent beaucoup de temps à Gatineau. En fait, ils évoquaient souvent ce qui semble pour eux être la seule attraction incitant les touristes à traverser le pont : le Musée canadien de l'histoire. Certains participants mentionnaient aussi que le bord de la rivière des Outaouais détient un très fort potentiel d'attraction qui n'est que très peu exploité et qui gagnerait à être mis en valeur, autant pour attirer les touristes que pour le bonheur et la fierté des citoyens.

De plus, l'amélioration de l'offre hôtelière au centre-ville a été évoquée, une participante ayant mentionné que les établissements hôteliers gagneraient à être remis au goût du jour.

*« Si tu veux faire de la promotion, fais-en sur les bonnes plateformes, dont Facebook, TikTok et Instagram. C'est les plateformes à utiliser pour attirer les jeunes. Pas la radio, parce que je n'écoute jamais la radio. La majorité des informations que je prends sur des activités, c'est sur Facebook, Instagram et TikTok. »*

*« Ça serait bien aussi une sorte de passeport centre-ville, où les gens pourraient, par exemple, acheter un passeport à 100 \$ avec une valeur de 150 \$ dans les commerces et restaurants locaux du centre-ville. Ça serait un bon incitatif à venir au centre-ville. »*

*« Des amis de l'extérieur sont venus dans un hôtel. Ils ont eu des punaises de lit et j'ai dû les relocaliser à Ottawa. Il n'y a pas assez d'hôtels et ils n'ont pas grand-chose, c'est gênant et peu reluisant. Ça devrait être modernisé et rénové, avec des belles salles de conférence, etc. Des nouvelles chaînes d'hôtels ou des hôtels boutiques seraient appréciés.*

## 6. DES SUGGESTIONS NOMBREUSES ET VARIÉES

### PRIORITÉS POUR LE CENTRE-VILLE, EN BREF

- Rendre l'endroit plus attrayant (verdissement, réfection des maisons et immeubles, propreté, etc.).
- Combattre la crise du logement et agir sur l'itinérance.
- Faire une meilleure promotion du centre-ville, de ses attraits et de ses activités.
- Aider les commerçants et améliorer l'offre commerciale du secteur, incluant l'ajout d'une grande épicerie.
- Améliorer l'offre pour les jeunes et les familles, notamment à l'aide d'infrastructures pertinentes.
- Bonifier le transport en commun pour se rendre au centre-ville, ainsi que pour s'y déplacer facilement.

### PLUSIEURS AXES PRIORITAIRES

Lorsqu'on leur demande quelle devrait être la priorité de la Ville en ce qui concerne le centre-ville, plusieurs enjeux distincts sont évoqués.

Tout d'abord, les participants jugent essentiel de rendre l'endroit plus attrayant en investissant dans le verdissement, la rénovation des maisons et des immeubles, et en maintenant la propreté. La crise du logement et la question de l'itinérance occupent aussi une place de premier plan avec un appel à l'action pour s'attaquer aux campements de sans-abris.

Soutenir les commerçants en difficulté et élargir l'offre commerciale, que ce soit en matière de divertissement, de boutiques ou de restauration est nécessaire. L'ajout d'une grande épicerie est une priorité mentionnée à plusieurs reprises dans les entrevues.

Il est également nécessaire d'améliorer l'offre pour les jeunes et les familles, que ce soit en développant des infrastructures appropriées ou en les considérant davantage dans l'offre de divertissement et de logements.

L'amélioration du transport en commun pour accéder au centre-ville et s'y déplacer facilement est aussi un point important pour favoriser la fréquentation de cette zone urbaine.

*« Il faut s'attaquer au problème de l'itinérance et aux campements. C'est un problème complexe, mais c'est la première chose que les gens voient en arrivant dans le secteur. »*

*« Il y a beaucoup de jeunes familles dans la région et il faut les mettre au centre des initiatives, leur donner le goût de sortir de chez eux et de participer aux activités. Il devrait y avoir plus d'événements pour eux. Il y a tellement peu d'offres pour eux. Il faudrait vraiment bonifier cela. »*

*« Être proactifs et aller de l'avant avec des décisions (ex. construction du centre hospitalier). Être plus efficaces dans l'avancement des projets. »*

---

## CONCLUSION

### DES CITOYENS ENGAGÉS ENVERS UNE REVITALISATION ACTIVE

En conclusion, les témoignages des participants reflètent une véritable volonté de voir le centre-ville s'améliorer et retrouver son dynamisme. Même si, au départ, on percevait un sentiment d'appartenance relativement faible, leur attachement à la ville était évident. Les discussions ont mis en lumière diverses préoccupations et aspirations pour la revitalisation de ce secteur, allant de la préservation du patrimoine à la promotion touristique, en passant par l'amélioration de l'offre commerciale et la qualité de vie pour les familles.

L'ensemble des commentaires recueillis sont encourageants pour la Ville et ses démarches. Les citoyens ont à cœur l'avenir de leur centre-ville et aspirent à ce qu'il devienne un endroit plus dynamique, accueillant et florissant. Si l'on se fie à leurs témoignages, ils seront présents pour profiter des améliorations mises en place.



ÉQUIPE

# ÉQUIPE

Pour plus d'information sur cette étude, veuillez contacter

**Cyntia Darisse**, Vice-Présidente, Québec

 [cdarisse@leger360.com](mailto:cdarisse@leger360.com)

 418-522-7467

## Équipe projet

**Noémie Blanchet-Garneau**, Analyste de recherche sénior

**Hugo Fluet**, Analyste de recherche

# NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ



Léger est membre du [Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien \(CRIC\)](#), l'association officielle de l'industrie des études de marché, des sondages et de l'intelligence marketing.



Léger est membre d'[ESOMAR](#) (European Society for Opinion and Market Research), l'association mondiale des professionnels des enquêtes d'opinion et des études marketing. À ce titre, Léger s'engage à appliquer le [code international ICC/ESOMAR](#) des études de marché, études sociales et d'opinion et de l'analytique des données.



Léger est aussi membre d'[Insights Association](#), l'association américaine pour la recherche marketing et l'analytique.



Léger est un commanditaire de [PAIM Canada](#), l'association officielle des professionnels agréés en analytique et intelligence marketing au Canada. PAIM respecte les normes du CRIC en matière de recherche marketing et de recherche sur l'opinion publique. PAIM Canada est approuvée à l'échelle internationale par ESOMAR et le MRII/Université de Géorgie.

# Léger

*Comprendre le monde*

