



CONCEPT URBANISTIQUE DU CENTRE-VILLE DE SAINT-FÉLICIEN

Présenté à la Ville de Saint-Félicien

2023-04-14



GESTION DE PROJET

Eulalie Vieillefosse, Coordinatrice de projets, Rues principales

Pier-Luc Dufour, urbaniste, Transfert Environnement et Société

Joé Dufour, Coordinateur de projets, Rues principales

CONCEPTION

Florence Alain-Bouffard, Coordinatrice de projets, Rues principales

DIRECTION

Olivier Legault, urbaniste, Directeur Principal, Rues principales

Louis-Michel Tremblay, Directeur de projets et associé, Transfert Environnement et Société

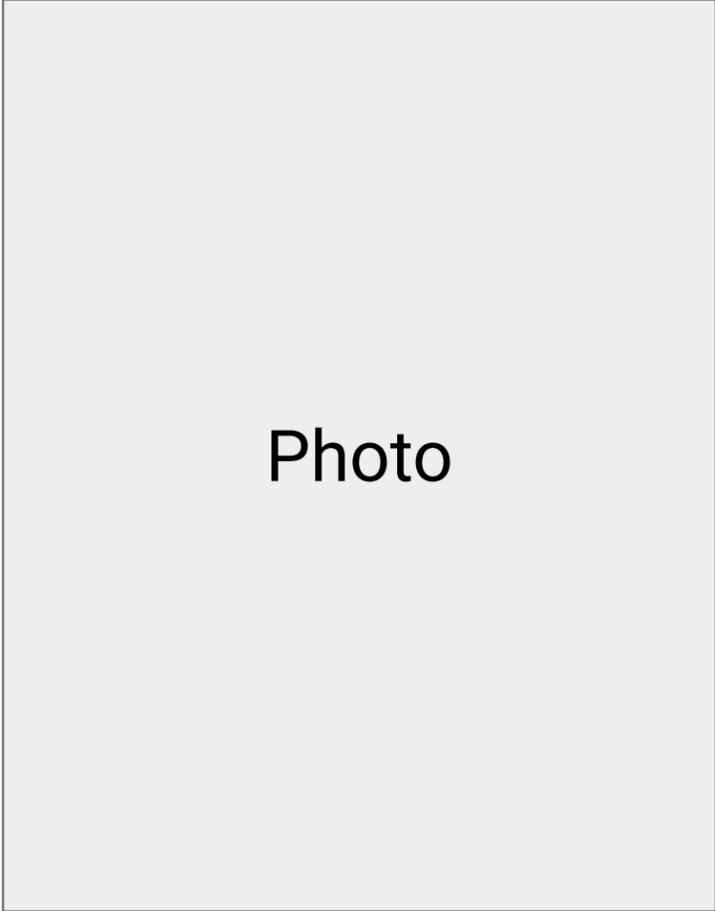
COMITÉ DIRECTEUR

L'élaboration de ce scénario a été possible grâce à la mobilisation exceptionnelle du comité directeur

Luc Gibbons, maire de Saint-Félicien

Dany Coudé, directeur général de la Ville de Saint-Félicien

Martin Belzile, inspecteur-chef des bâtiments, Ville de Saint-Félicien



Photo

À rédiger par monsieur le maire (Exemple de texte pour s'inspirer) :

Mon administration et moi-même sommes très fiers de présenter le Plan de dynamisation du centre-ville de notre municipalité. Ce plan s'inscrit dans une démarche afin de créer un pôle urbain dynamique et rassembleur à St-Félicien et de lui donner une signature unique...

Son aboutissement est le résultat d'activités de consultation et de mobilisation de la population et de nos commerçants. Il nous permet, comme collectivité, de poser un diagnostic et surtout, de définir nos orientations et de déterminer les prochaines actions qui permettront de faire rayonner et prospérer notre centre-ville!

Je tiens à remercier les membres du comité de dynamisation ainsi que tous les citoyens, commerçants, représentants d'organismes et élus qui ont contribué à l'élaboration de ce document. Sans oublier l'équipe de ... qui nous ont accompagnés tout au long du processus.

Je suis convaincue que la vitalité de notre centre-ville sera un atout majeur pour l'avenir de notre ville et pour la qualité de vie de nos citoyens. Bonne lecture!

Luc Gibbons
Maire de Saint-Félicien

TABLE DES MATIÈRES

- 05** Mise en contexte
- 06** Approche
- 08** Portrait-diagnostic du centre-ville de Saint-Félicien
- 46** Vision orientations stratégiques
- 53** Orientations stratégiques
- 55** Concept urbanistique
- 98** Annexe - Grandes lignes et profil des répondants des sondages effectués

MISE EN CONTEXTE

LA DÉMARCHE

La Ville de Saint-Félicien a entrepris à l'automne 2022 une vaste démarche de dynamisation de son centre-ville. La démarche devait répondre à des enjeux prioritaires identifiés par le conseil municipal et aussi par les acteurs socioéconomiques du milieu félicinois. Pour ce faire, elle a fait appel à Rues principales et Transfert Environnement et Société (Transfert) afin que leurs équipes secondent les ressources municipales ainsi que les acteurs d'influence dans l'élaboration d'un concept urbanistique.

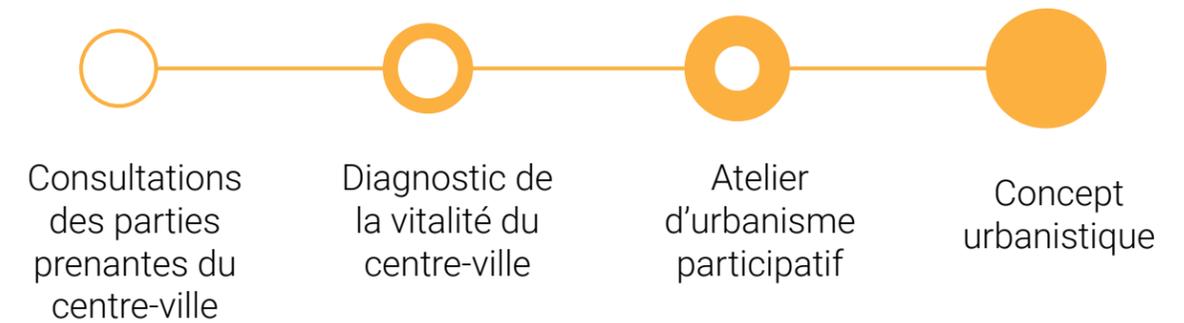
Afin de favoriser un développement local, Rues principales et Transfert ont accompagné la municipalité pour identifier ensemble, les leviers de développement et planifier des actions. Ce processus s'est fait grâce à une concertation d'acteurs locaux afin de renforcer la vitalité du centre-ville.

Plus spécifiquement, Rues principales et Transfert ont mis à profit leurs expertises respectives dans la réalisation d'un diagnostic du territoire menant à une planification stratégique. Ce diagnostic se fonde sur les connaissances et les perceptions des citoyennes et citoyens pour identifier les principes orientant le développement futur du centre-ville de Saint-Félicien.

OBJECTIF GÉNÉRAL

*Élaborer un concept urbanistique
visant à dynamiser
le centre-ville de Saint-Félicien*

LES PHASES DE LA DÉMARCHE



SYNTHÈSE DES ACTIVITÉS DE CONSULTATION

919	répondants au sondage	30	participants à la consultation ciblée
4	entrevues ciblées avec des intervenants clés du milieu	1	Atelier d'urbanisme participatif avec plus de X participants



L'APPROCHE DE RUES PRINCIPALES

LA MISSION

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

LES PILIERS D'UN CŒUR DE COLLECTIVITÉ DYNAMIQUE

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



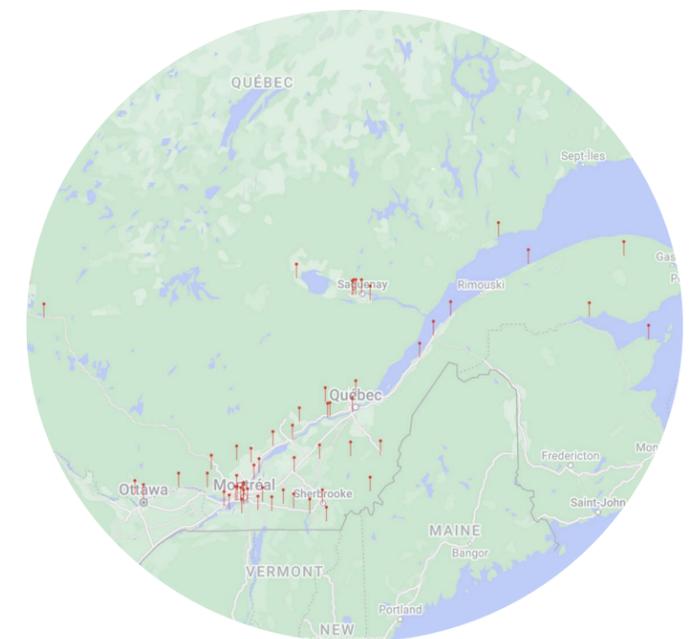
UN PROJET COLLECTIF

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

UN RÉSEAU PROVINCIAL

Comptant plus de 80 milieux, le réseau Rues principales regroupe des cœurs de collectivité partout à travers le Québec et le Nouveau-Brunswick. Par son réseau de professionnels de terrain, d'acteurs académiques et gouvernementaux, Rues principales est un point de rencontre entre les savoirs des milieux et les meilleures pratiques en matière de développement des cœurs de collectivités.

Afin de faire profiter l'ensemble des municipalités de l'expertise développée et des leçons apprises quant aux facteurs et conditions de succès d'un processus de revitalisation, Rues principales propose des événements et des activités d'échange et de maillage conçus spécialement pour les membres de son Réseau.



L'APPROCHE DE TRANSFERT ENVIRONNEMENT ET SOCIÉTÉ



Notre expertise : participation publique, médiation et relations avec les communautés



Plus de 35 ressources professionnelles



5 bureaux au Québec

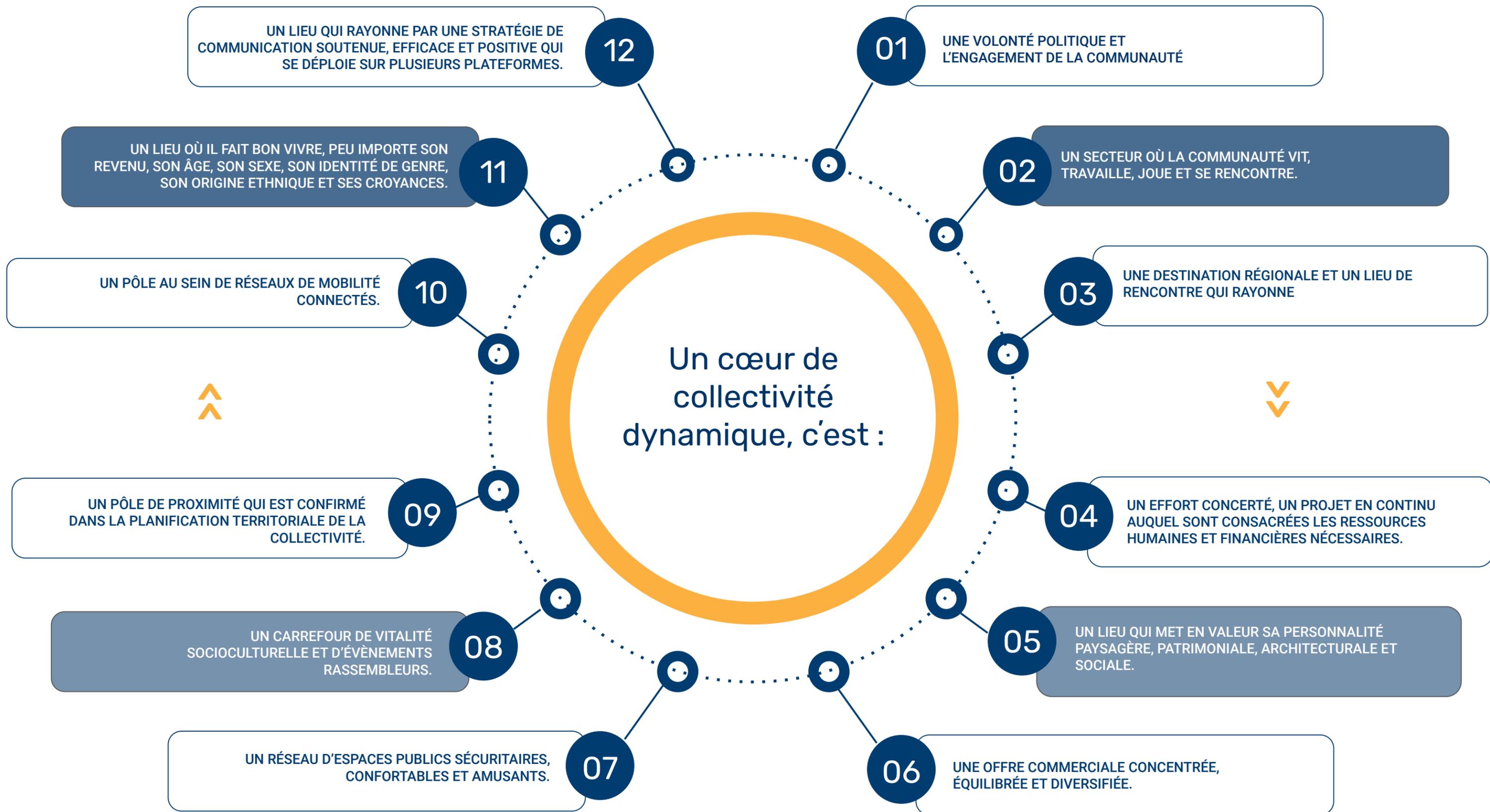
- Saguenay-Lac-Saint-Jean
- Montréal • Québec • Estrie
- Abitibi-Témiscamingue



Crédits : Pier-Luc Dufour

LE PORTRAIT-DIAGNOSTIC DU CENTRE-VILLE

À travers les cinq sphères d'analyse développées par Rues principales, nous présenterons, dans la section suivante, un diagnostic détaillé de la vitalité du centre-ville de Saint-Félicien. Pour chaque sphère, les données sont à la fois qualitatives et quantitatives et l'analyse sera basée sur un tableau de type : Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces (FFOM).



LA MÉTHODE D'ANALYSE

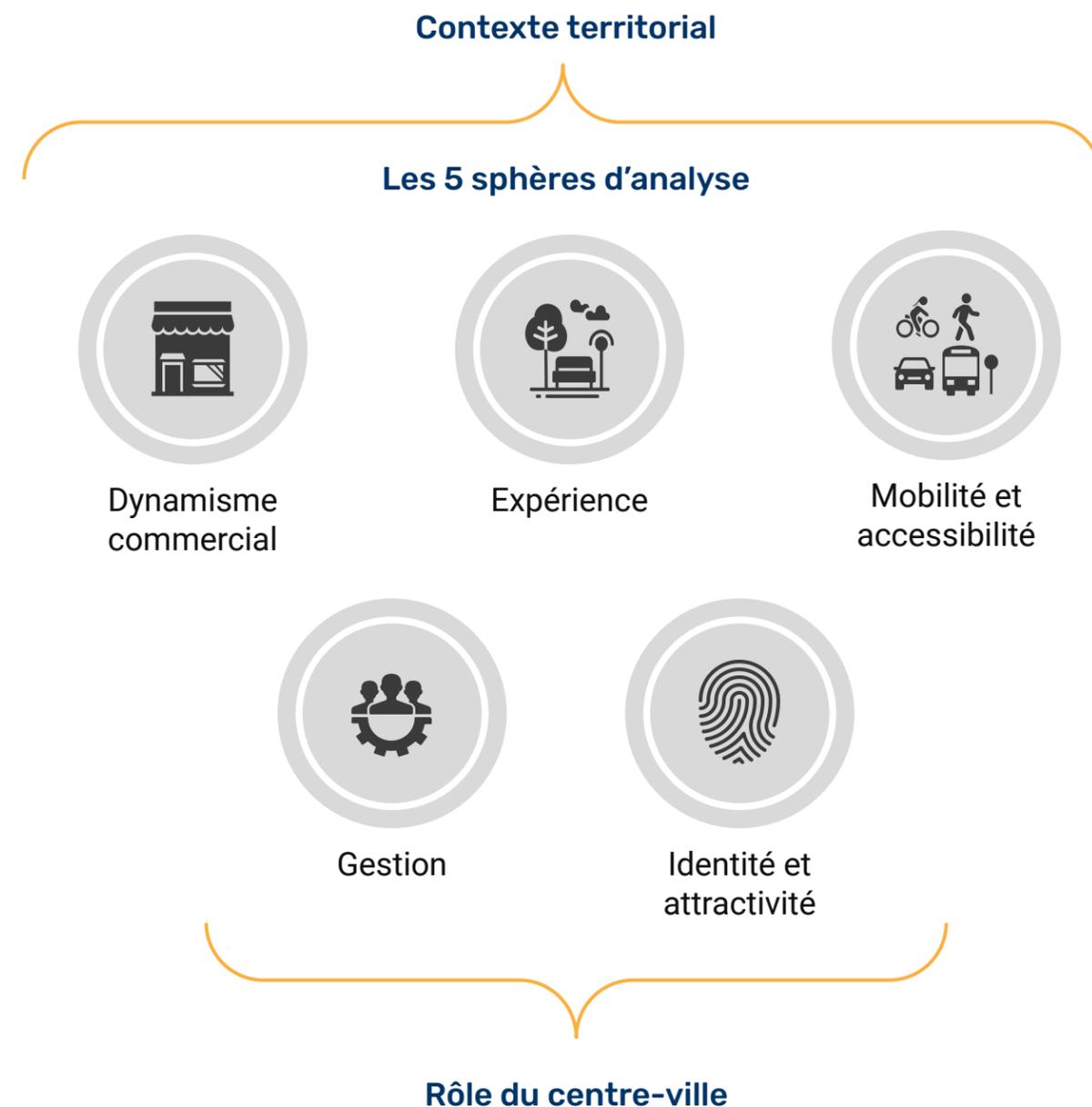
La synthèse qui suit collige les constats et faits saillants récoltés au cours de la collecte de données, des consultations et du sondage grand public. Certaines informations ont pu être ajustées au besoin à l'aide des documents partagés à Rues principales et Transfert par les représentants du comité de suivi, leurs équipes et leurs partenaires, ou encore à l'aide de la revue de presse. Fidèle à son approche globale, Rues principales a analysé le milieu à l'aide des cinq sphères ci-contre.

L'ANALYSE FORCES, FAIBLESSES, OPPORTUNITÉS, MENACES

Pour chacune des sphères d'analyse, un tableau de type FFOM (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) est intégré. Ce type d'analyse permet de tracer un portrait global de la situation et de mieux comprendre l'environnement et le positionnement de la municipalité face à différents éléments.

Les forces et les faiblesses sont des facteurs qui relèvent de l'environnement interne de la municipalité, tandis que les opportunités et menaces représentent des facteurs externes sur lesquelles la municipalité n'a pas de contrôle direct.

- **Forces** – Les forces internes de la municipalité, ses avantages concurrentiels, aptitudes, expertise, expérience, compétences, etc.
- **Faiblesses** – Les facteurs internes qui limitent la capacité d'action de la municipalité et limitent l'atteinte de ses objectifs de développement
- **Opportunités** – Facteurs externes à la municipalité qui relèvent de son environnement et dont on peut tirer profit
- **Menaces** – Obstacles externes qui peuvent représenter une contrainte ou compromettre l'atteinte des objectifs, par exemple, la rareté de main d'œuvre, l'arrivée d'un nouveau concurrent, un changement dans la conjoncture économique, etc.



LE CONTEXTE TERRITORIAL

PORTRAIT GÉNÉRAL

Située au nord-ouest de la région du Saint-Félicien-Lac-Saint-Jean, la municipalité de Saint-Félicien se retrouve à confluence de la rivière Ashuapmushuan et du Piékouagami (Lac Saint-Jean). Avec un territoire d'une superficie de 362 km² et une population 10 226 personnes en 2023, Saint-Félicien est l'un des deux pôles majeurs de la MRC du Domaine-du-Roy et plus largement de la région du Saint-Félicien- Lac-Saint-Jean.

La zone d'intervention qui représente le territoire du centre-ville est identifiée pour le concept urbanistique. Les limites de cette zone correspondent au nord-est par la rivière Ashuapmushuan, au nord-ouest par la rue St-Antoine, au sud-ouest par la voie ferrée et au sud-est par la rue Notre-Dame.

La zone d'étude qui représente le territoire de l'ensemble de Saint-Félicien. Cette délimitation permet de faire des analyses à l'échelle locale et de comparer les données globales par rapport au centre-ville.



1. LE DYNAMISME COMMERCIAL

Le centre-ville est la vitrine des commerces et de l'économie locale. Une trame dispersée et des locaux vacants au cœur de la communauté donnent une mauvaise image aux citoyens susceptibles de consommer localement, aux touristes, aux clients régionaux et aux investisseurs potentiels.



DYNAMISME COMMERCIAL

PRINCIPE D'UN COEUR DE COLLECTIVITÉ DYNAMIQUE :

- Une offre commerciale concentrée, équilibrée et diversifiée



FAITS SAILLANTS DES CONSULTATIONS

Fréquentation du centre-ville



L'activité commerciale correspond aux raisons principales des répondants à fréquenter le centre-ville de Saint-Félicien.



63 %

pour obtenir des services spécialisés ou services publics



35 %

pour le magasinage



34 %

Pour les bars ou les restaurants



En contrepartie, l'activité commerciale correspond également aux raisons principales qui limitent les répondants à fréquenter le centre-ville de Saint-Félicien.



67 %

lacune d'offre alimentaire et de restauration



63 %

Absence de commerces qui répondent à mes besoins

DYNAMISME COMMERCIAL

DES COMMERÇANTS ACCUEILLANTS MAIS UNE OFFRE DE RESTAURATION À DÉVELOPPER

La santé commerciale de la ville de Saint-Félicien jouit de la présence des commerçants mais l'offre correspond peu à la demande. Les citoyens souhaitent une variété des commerces et davantage de restaurants qui pourraient devenir des leviers plus importants pour le développement du centre-ville.

FAITS SAILLANTS DES CONSULTATIONS

Besoins de nouveaux commerces et services

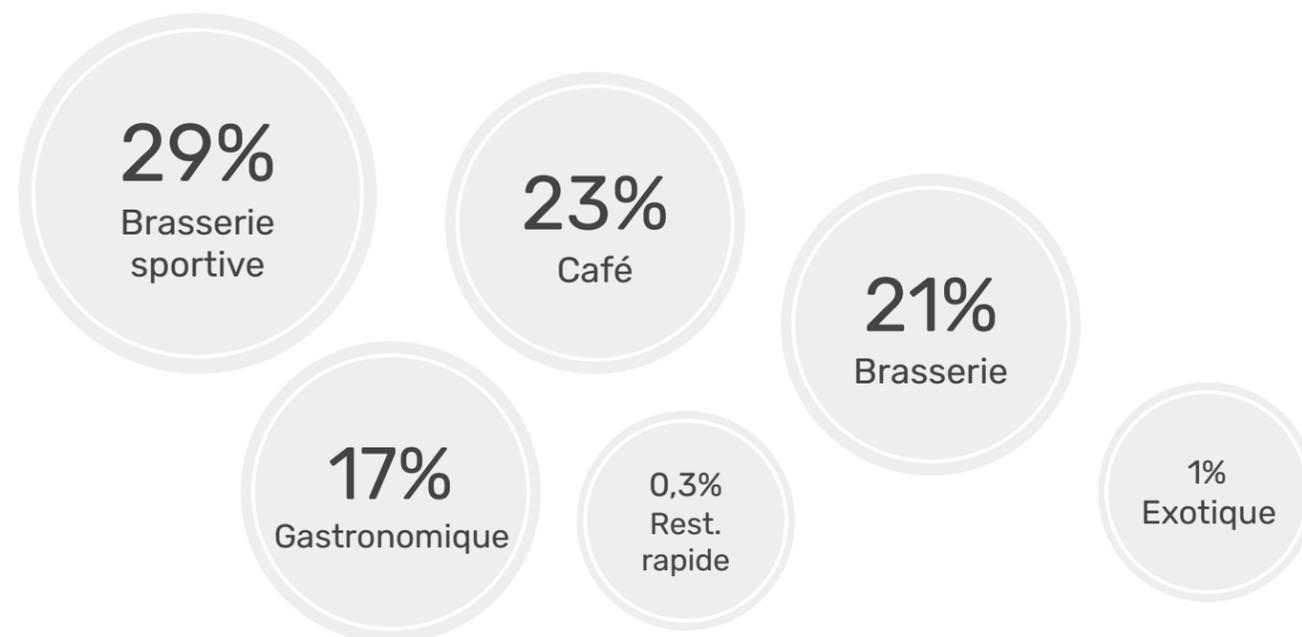
- #1** Restaurant (84% des répondants)
- #2** Café (54% des répondants)
- #3** Bar (51% des répondants)
- #4** Lieu de divertissement (50% répondants)
- #5** Salle de spectacle (37% répondants)

FAITS SAILLANTS DES CONSULTATIONS

Offre commerciale

- 96 %** des répondants et des répondantes trouvent la **variété des restaurants** passable et mauvais
- 91 %** des répondants et des répondantes trouvent la **qualité du service à la clientèle** bonne ou excellente
- 68 %** des répondants et des répondantes trouvent la **variété des commerces** passable et mauvais

Les types de restaurants souhaités pour le centre-ville



DYNAMISME COMMERCIAL

LA VACANCE COMMERCIALE

La vacance commerciale d'un centre-ville est en bonne santé en ayant habituellement un taux se situant entre 5% et 7%. Ce barème provincial considère qu'un équilibre se crée permettant un roulement naturel dans l'ouverture et la fermeture des commerces. Au-delà de 7%, la situation devient plus préoccupante. En effet, une trop grande concentration au même endroit de bureaux et de locaux vacants peut avoir un impact sur la perception générale de la santé commerciale et du dynamisme d'un centre-ville. Lors du décompte des locaux vacants en automne 2022, 18 locaux étaient vacants sur un total de 123 locaux, ce qui représente un taux de vacance avoisinant 15%. Des actions concrètes sont à prendre afin de contrer cette situation délétère pour l'armature commerciale.

GLOSSAIRE

Taux de vacance :

Représente le ratio des locaux vacants, qu'ils soient à louer ou non, sur l'ensemble des locaux disponibles de la zone ou du secteur étudié.

LES CHIFFRES DE LA VACANCE COMMERCIALE

18

Locaux vacants
dans le centre-ville de St-Félicien

>> 15 locaux
Boulevard du Sacré-cœur

>> 1 local
Rue St-Antoine

1 local
Rue Vaudreuil

15%

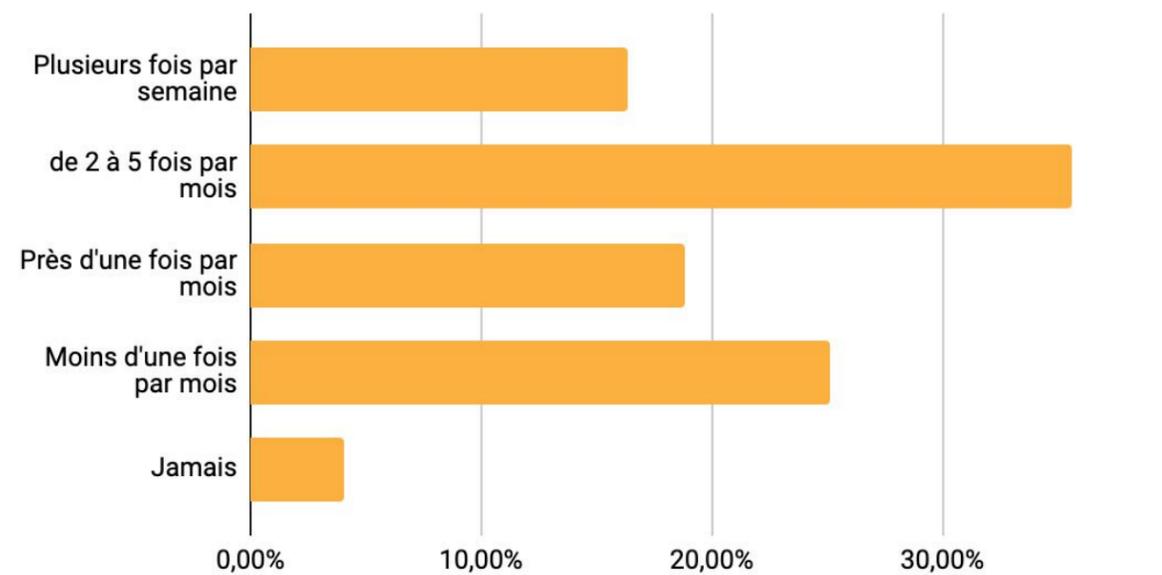
Taux de vacance commerciale dans le
centre-ville de St-Félicien

>> 1 local
Rue St-Christophe



DYNAMISME COMMERCIAL

LA FRÉQUENCE DES ACHATS AU CENTRE-VILLE



MOTIVATION D'ACHAT SELON LE TYPE DE COMMERCE DANS LE CENTRE-VILLE DE ST-FÉLICIEN

Services de santé	57%
Pharmacie	51%
Boutique d'articles de sport ou de plein-air	49%
Boulangerie, pâtisserie	43%
Bar	42%
Salon de coiffure ou d'esthétique	36%
Quincaillerie et centre de rénovation ou de jardinage	35%



DYNAMISME COMMERCIAL

DESTINATION D'ACHAT EN FONCTION DES TYPES DE COMMERCES

Produits / services les plus utilisés par destination, parmi les résidents qui utilisent ce service

AILLEURS À ST-FÉLICIEN

Boucherie	73%
Garage	72%
Cinéma	69%
Épicerie grande surface	67%
Fruiterie	59%
Épicerie petite surface	51%
Quincaillerie et centre de rénovation ou de jardinage	49%

AILLEURS AU LAC-ST-JEAN

Salle de spectacle	42%
Restaurant	34%
Boutique de chaussures	32%
Services de santé	21%
Bar	20%
Magasin de meubles et d'appareils ménagers	20%
Boutique de vêtements pour enfants	18%



ACHAT EN LIGNE

Boutique de vêtements pour femmes	21%
Boutique de chaussures	20%
Boutique de vêtements pour enfants	17%
Boutique de vêtements pour hommes	17%
Boutique de jouets, jeux et passe-temps	16%
Centre de décoration	13%
Boutique informatique ou de matériel photographique	12%

ANALYSE SYNTHÈSE - DYNAMISME COMMERCIAL

FORCES

- ❖ Présence d'une société de développement commercial (SDC)
- ❖ Présence de commerces de proximité pour les besoins quotidiens sur le boulevard du Sacré cœur (pharmacies, banques, bureau de poste, etc.)
- ❖ Offre de bâtiments commerciaux diversifiée et bien positionnée tout au long du boulevard du Sacré-cœur
- ❖ Présence de certains commerces bien ancrés dans le milieu et assurant un achalandage constant
- ❖ Présence de plusieurs bureaux professionnels et d'institutions financières dans le centre-ville

OPPORTUNITÉS

- ❖ Diversification de l'offre commerciale et touristique du boulevard Sacré-Coeur
- ❖ Ambiance et un style plus intéressant à la trame commerciale
- ❖ Attirer des commerces plus nichés pour répondre aux demandes des citoyens (commerces spécialisés, restaurants plus originaux, cuisine d'ailleurs...)
- ❖ Renforcer les missions de la SDC pour soutenir les jeunes entrepreneurs qui souhaitent s'implanter au centre-ville
- ❖ Promouvoir des terrasses végétalisées et dynamiques pour contribuer à l'ambiance
- ❖ Marché public : restauration diversifiée pour exploiter les produits locaux
- ❖ Améliorer la l'esthétisme des vitrines commerciales
- ❖ Présence d'étudiants du Cégep pour la main d'oeuvre et l'achalandage
- ❖ Besoin des citoyens de se «faire plaisir à petits prix » en temps de période économique difficile

FAIBLESSES

- ❖ Vacance des immeubles à bureaux qui influencent l'ambiance et la perception de la santé commerciale
- ❖ Difficulté à mobiliser les commerçants sur l'importance de mettre en place une vision concertée
- ❖ Peu de relève entrepreneuriale
- ❖ Limitation dans l'offre commerciale plus spécifique et expérientielle (café, micro-brasserie, pubs, etc.)
- ❖ Absence d'épicerie/fruiterie pour les résidents du secteur

MENACES

- ❖ Développement commercial d'artères aux pourtours de la ville (ex: épicerie à grandes surfaces)
- ❖ Pénurie de main-d'œuvre
- ❖ Évolution commerce électronique
- ❖ Le coût des loyers qui sont chers pour la majorité des entrepreneurs
- ❖ Lenteur de l'intégration et de la mise en valeur de nouvelles idées/projets
- ❖ Fuites commerciales vers Roberval ou Dolbeau-Mistassini
- ❖ Été : perte de main d'oeuvre en raison des étudiants qui rentrent dans leurs régions respectives



ANALYSE SYNTHÈSE - DYNAMISME COMMERCIAL

CE QU'ON RETIENT

Malgré plusieurs initiatives et institutions commerciales dynamiques, la vitalité commerciale du centre-ville de Saint-Félicien est relativement faible. On constate une proportion élevée de locaux vacants.

Plusieurs types d'achats courants se font en dehors du périmètre du centre-ville, essentiellement dans le pôle des centres-d'achat à l'intersection de la route 169 et du boulevard Hamel.

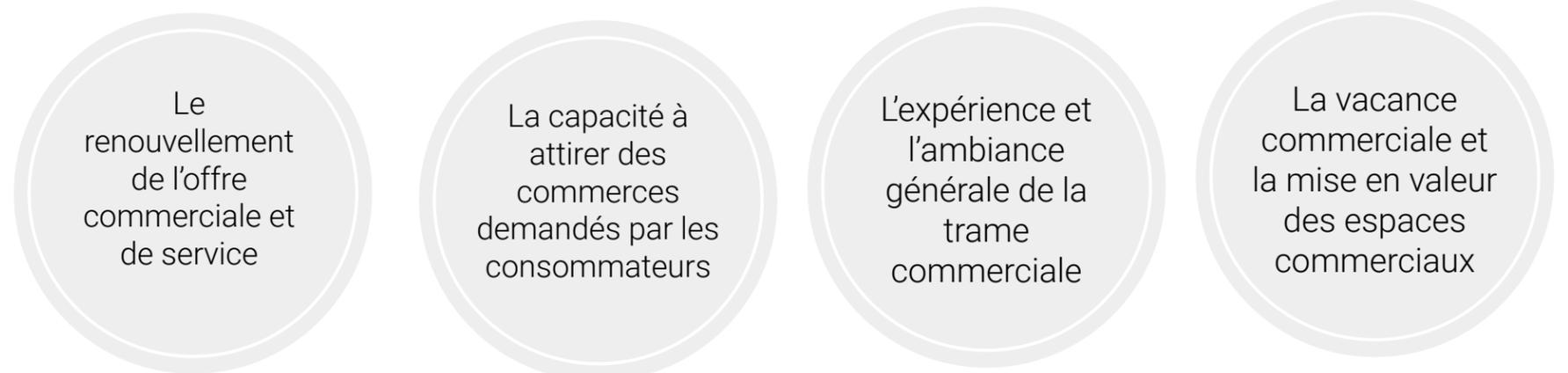
La concurrence régionale et suprarégionale influence également les habitudes de consommation des Félicinois. Le commerce en ligne quant à lui accapare une importante part des catégories de commerces traditionnellement dominant dans les centre-ville.

Un cœur de collectivité dynamique doit avoir une offre commerciale concentrée, équilibrée et qui satisfait ses différentes clientèles. Il faut donc miser sur le rétablissement d'une offre commerciale saine et sur une perception davantage positive des Félicinois face à leur centre-ville dans le but d'améliorer certains éléments des familles indicateurs.

L'ÉVALUATION DES FAMILLES D'INDICATEUR

FAMILLES D'INDICATEURS	POTENTIEL D'AMÉLIORATION		
	Faible	Moyen	Élevé
Profil commercial			
Mixité et diversité commerciale	○ ● ○	○ ○ ●	○ ○ ●
Locaux vacants	● ○ ○	○ ○ ○	○ ● ○
Habitudes de consommation	○ ● ○	○ ● ○	○ ● ○
Perception des commerces	○ ● ○	○ ○ ○	○ ○ ●
Identité de la trame commerciale	● ○ ○	○ ○ ○	○ ● ○
Concurrence	○ ● ○	○ ● ○	○ ● ○
Importance de la clientèle de proximité	○ ● ○	○ ○ ○	○ ○ ●

LES ENJEUX PRÉLIMINAIRES LIÉ AU DYNAMISME COMMERCIAL



2. L'EXPÉRIENCE

Un centre-ville se doit d'être un endroit où il y a une expérience à vivre à tout moment de la journée, de la semaine et de l'année. Ce doit être une source de fierté, un endroit rassembleur. Un centre-ville, c'est là où on met en valeur notre intelligence collective, notre créativité, notre évolution et nos aspirations.



EXPÉRIENCE

PRINCIPES D'UN CŒUR DE COLLECTIVITÉ DYNAMIQUE

- Un carrefour de vitalité socioculturelle et d'évènements rassembleurs tout au long de l'année
- Un réseau d'espaces publics sécuritaires, confortables et amusants



FAITS SAILLANTS DES CONSULTATIONS

Expérience

70%

des répondants fréquentent le centre-ville pour **se divertir, participer** à des événements, pour profiter des **espaces publics/parcs et se promener**

42%

des répondants fréquentent le centre-ville pour **se retrouver** et profiter des bars/restaurants

41%

des répondants pensent que la **valorisation patrimoniale et l'embellissement des façades/vitrines** doivent être des préoccupations vitales

UN CENTRE-VILLE À FÉDÉRER

Le centre-ville de Saint-Félicien doit permettre de faire vivre une expérience à ses visiteurs. Les citoyens se rassemblent par exemple à la Chouape ou sur la place publique derrière la maison de la culture, sur les rives de la rivière. Ce sont des lieux de rassemblement qui permettent de tisser de précieux liens sociaux.

En revanche, beaucoup de citoyens souhaitent que le centre-ville soit plus invitant et agréable. Il a beaucoup de potentiel pour devenir un lieu de vie où les travailleurs, habitants, étudiants et personnes âgées puissent se retrouver ensemble, dans des espaces publics uniques et sécuritaires..

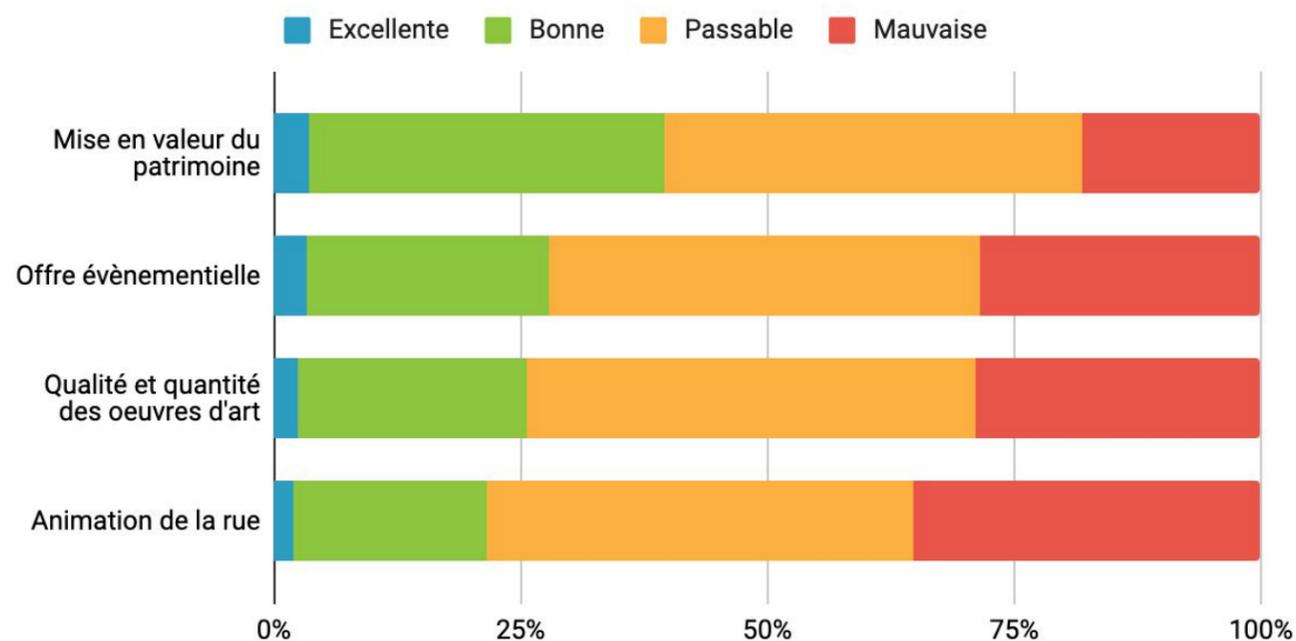
EXPÉRIENCE

UN OFFRE D'ANIMATIONS À REDÉFINIR

Le centre-ville de Saint-Félicien est le lieu de plusieurs événements comme les Régates, la Félicène et le festival de Country ainsi que divers spectacles et activités qui animent le milieu et bonifient l'attractivité de la Ville.

Pendant les fêtes comme Halloween ou Noël, un tronçon du boulevard du Sacré-cœur est fermé aux automobiles donnant une ambiance unique et sécuritaire pour les citoyens. Également, les animations estivales comme celles au parc du Sacré-Cœur permettent de créer un achalandage continu. Pourtant, malgré ces animations et les activités en place, le sondage montre une certaine insatisfaction des citoyens.

PERCEPTION DE LA VITALITÉ CULTURELLE



FAITS SAILLANTS DES CONSULTATIONS

Animations

84%

des répondants pensent que la **tenue d'événements, d'activités sur le boulevard Sacré-Cœur** doit être une préoccupation vitale ou prioritaire

82%

des répondants pensent **qu'un marché public des producteurs locaux** doit être une préoccupation vitale ou prioritaire

76%

des répondants pensent que le centre-ville devrait avoir comme vocation principale ou secondaire, **le divertissement**

52%

des répondants pensent que **plus d'offre culturelle, d'animations et d'événements** les inciteraient davantage à fréquenter le centre-ville



Crédit : Maurice Gagne

EXPÉRIENCE

L'ambiance d'un centre-ville à exploiter, c'est...

- ❖ Des lieux dédiés aux rassemblements de la communauté
- ❖ Le réaménagement des bords de la rivière au profit du centre-ville
- ❖ Un secteur de terrasses festives qui profite des trottoirs agrandis
- ❖ Une vitrine pour le savoir-faire local
- ❖ Un secteur ludique, lumineux et animé tout au long de l'année
- ❖ Un secteur chaleureux où l'on retrouve une variété de magasins et de restaurants pour toutes les tranches d'âges

FAITS SAILLANTS DES CONSULTATIONS

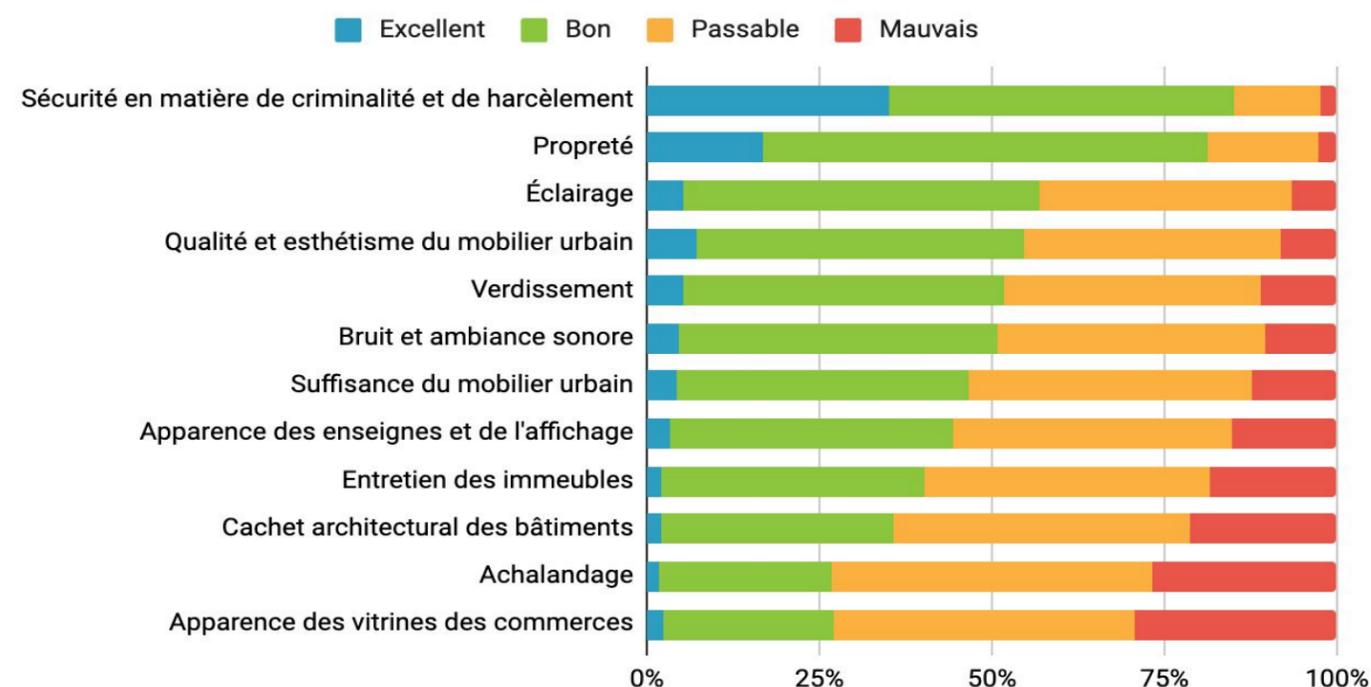
Ambiance

68% 68 des répondants pensent que **réaménager le boulevard Sacré-Cœur par des aménagements peu coûteux** doit être une préoccupation vitale ou prioritaire

77% des répondants pensent que **créer un lien avec la rivière** doit être une préoccupation vitale ou prioritaire

41% des répondants pensent que **l'ambiance est désuète** limitant la fréquentation du centre-ville

PERCEPTION DE L'AMBIANCE URBAINE



EXPÉRIENCE

PARCOURS D'AMBIANCE

L'analyse du parcours d'ambiance permet d'identifier le caractère invitant des lieux d'intérêt et la qualité des liens qui permettent d'y accéder.

UNE AMBIANCE DÉSÉQUILIBRÉE

Le centre-ville pourtant bordé par la rivière ne contribue pas à une meilleure ambiance.

Ce vide est expliqué par le manque de végétation mature, la largeur des trottoirs et le manque de valorisation des façades patrimoniales.

L'ambiance peu conviviale aux alentours du centre-ville peut être expliquée par la présence accrue de stationnements, leurs entrées/sorties étant insécurisantes pour les usagers actifs.

Il y a l'opportunité de créer un parcours d'ambiance qui relie le centre-ville aux lieux d'intérêt de Saint-Félicien : la rivière, les bâtiments identitaires (maison Banville, l'église..). De plus, un lien avec la rivière pourrait apporter une plus-value unique qui augmenterait le pouvoir d'attraction du centre-ville.

CRITÈRES D'ÉVALUATION DE L'AMBIANCE

- Appel aux sens (ouïe, vue, odorat)
- Caractéristiques des infrastructures piétonnes
- Animation
- Confort
- Sentiment de sécurité
- Entretien
- Échelle et rythme des façades
- Qualité architecturale
- Image et animation commerciale



ANALYSE SYNTHÈSE - EXPÉRIENCE

CE QU'ON RETIENT

L'expérience du centre-ville est un travail chronophage. L'emprise très large de la rue, le patrimoine non conservé et les alentours du boulevard du Sacré-Cœur, comme les grands espaces de stationnements, sont des éléments qui contribuent peu à une ambiance de qualité.

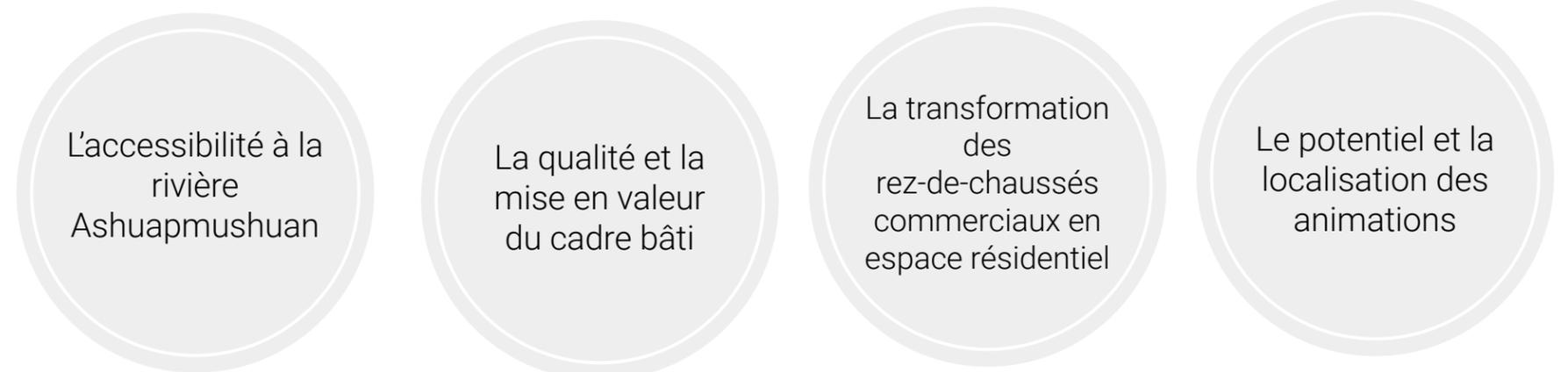
Un cœur de collectivité doit passer par un réseau sécuritaire d'espaces publics dynamiques, confortables et amusants. Il doit aussi y avoir une qualité de l'expérience piétonne et une bonne perception du cœur de collectivité.

De plus, l'offre culturelle, événementielle et récréative doit être bonifiée pour mieux correspondre aux envies des citoyens et satisfaire leur désir que le centre-ville devienne un lieu de rassemblement divertissant.

L'ÉVALUATION DES FAMILLES D'INDICATEUR

FAMILLES D'INDICATEURS	Faible Moyen Élevé	POTENTIEL D'AMÉLIORATION
Perception du cœur de collectivité	○ ● ○	○ ○ ●
Réseau d'espaces publics	○ ● ○	○ ○ ●
Calendrier de l'offre culturelle, événementielle et récréative	○ ● ○	○ ○ ●

LES ENJEUX PRÉLIMINAIRES LIÉS À L'EXPÉRIENCE



ANALYSE SYNTHÈSE - EXPÉRIENCE

FORCES

- ❖ Histoire et patrimoine culturel riches: belles bâtisses et église unique
- ❖ Programmation culturelle abordable
- ❖ Ecole de danse et théâtre dans le centre-ville
- ❖ La Maison de la Culture située dans le centre-ville
- ❖ Bon attachement et fierté des événements
- ❖ Rivière : sa proximité qui passe en plein centre-ville
- ❖ L'ambiance unique du parc du Sacré-Coeur
- ❖ Les citoyens se mobilisent collectivement face aux enjeux de la ville

OPPORTUNITÉS

- ❖ Intégrer les visiteurs dans la vision de l'expérience locale
- ❖ Mieux exploiter la maison de culture
- ❖ Miser sur les programmes du CÉGEP (art, lettres et communications)
- ❖ Avoir l'effet " WOW " (parc imposant et accueillant en entrée de la ville)
- ❖ Officialiser le carré des marcheurs
- ❖ Avoir un espace pour rassembler les générations
- ❖ Exploiter l'église pour des spectacles et concerts.
- ❖ Créer des espaces publics invitants sur les stationnements

FAIBLESSES

- ❖ Peu de services municipaux et communautaires: piscine, centre sportif, aréna, skatepark, maison des jeunes...
- ❖ L'aménagement du parc du Sacré-Coeur est " trop chargée " pour une meilleure appropriation l'espace
- ❖ Faible fleurissement des bâtisses
- ❖ Manque de communication pour les événements
- ❖ Maison de la culture fermée l'été
- ❖ Aucune mise en valeur de la rivière
- ❖ Connectivité et lisibilité difficile du parcours d'ambiance
- ❖ « La trame bâtie n'offre pas une unité architecturale bien affirmée. Incidemment cette trame montre parfois une belle valeur patrimoniale, parfois masquée par des rénovations qui en ont déparé les composantes. » (PPU)

MENACES

- ❖ Les plus gros festivals prenant beaucoup de budget et laisse moins de place aux initiatives locales de plus petite envergure
- ❖ Le chemin de fer provoquant une insécurité sur la rue Vaudreuil et une ambiance industrielle plutôt austère
- ❖ Manque de bénévoles pour la bonne conduite et le développement d'autres événements



3. LA MOBILITÉ

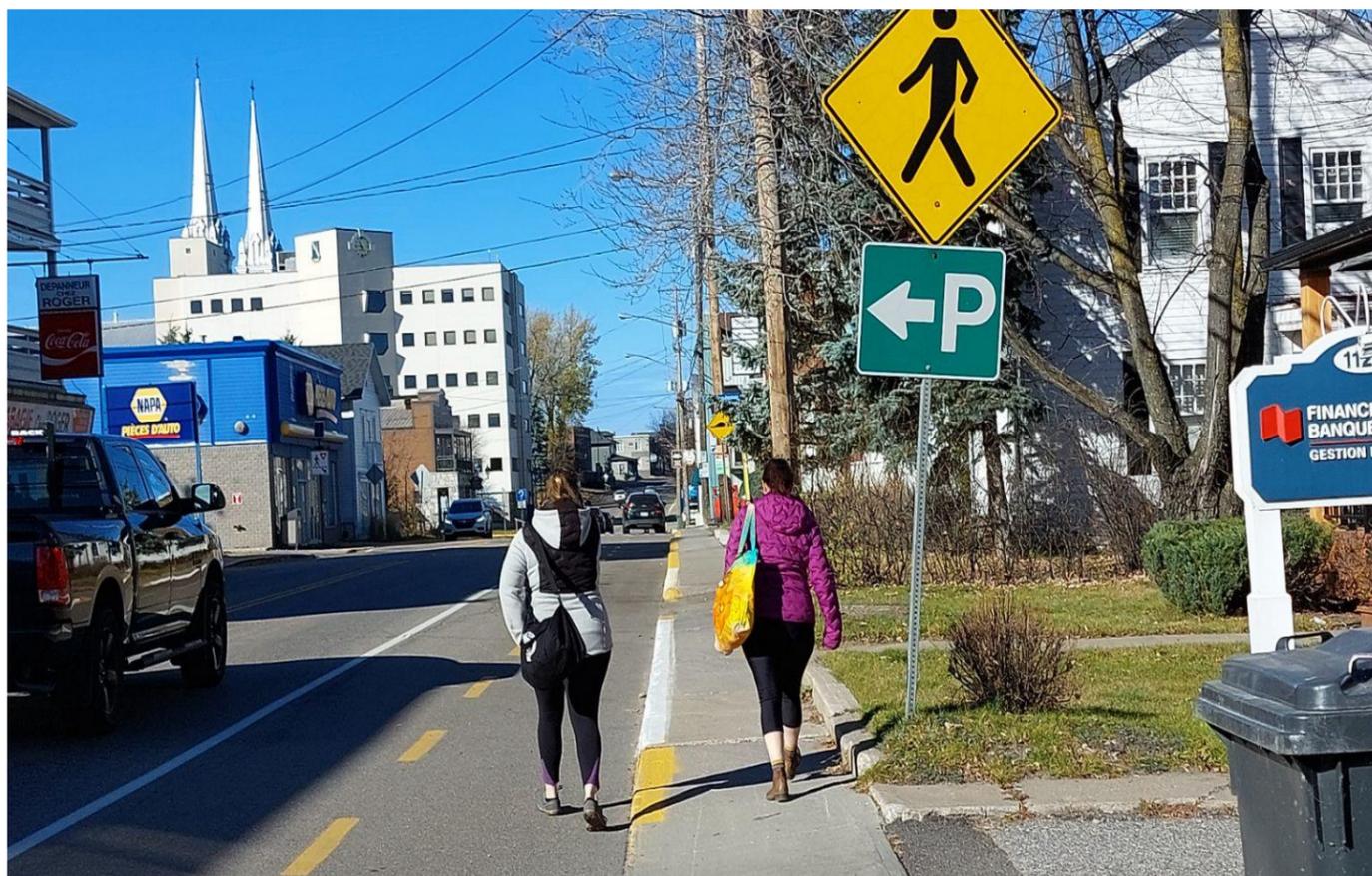
Le centre-ville au sein d'une communauté doit être facile d'accès et être le point focal des différents réseaux de transport. Elle doit être une plaque tournante en particulier au sein des réseaux de transport actif.



MOBILITÉ

PRINCIPES D'UN COEUR DE COLLECTIVITÉ DYNAMIQUE :

- Une centralité au sein des différents réseaux de transport
- Un secteur accessible, agréable et sécuritaire à marcher et à pédaler



FAITS SAILLANTS DES CONSULTATIONS

Les questions de mobilité, une priorité à géométrie variable



69 %

des répondants estiment que la réduction du bruit et de la vitesse sur la rue sont des actions semi-prioritaires ou non prioritaires pour le centre-ville



59 %

des répondants estiment que la sécurisation des traverses piétonnes sont des actions vitales ou prioritaires pour le centre-ville



58 %

des répondants estiment que l'élargissement des trottoirs est un action semi-prioritaire ou non-prioritaire pour le centre-ville

UNE RUE PRINCIPALE MOTORISÉE

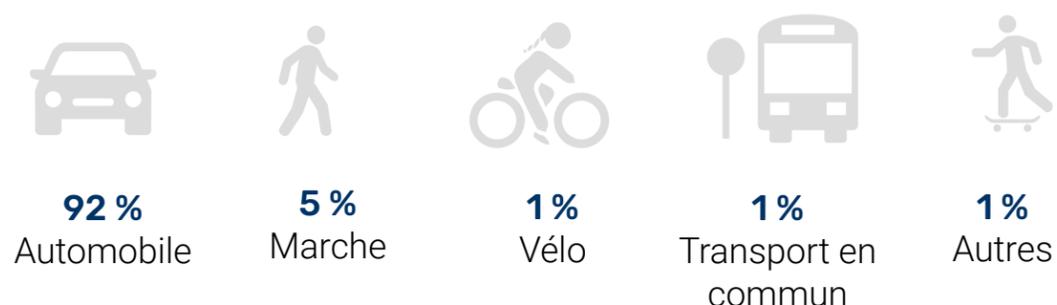
Au-delà d'être une rue commerciale, le boulevard du Sacré-Cœur constitue une voie de desserte qui permet de relier des routes à plus grand débit de circulation.

L'utilisation des transports actifs par les Félicinois pourrait être amenée à changer en raison d'une proximité du centre-ville aux nombreuses institutions et secteurs résidentiels à l'ouest de la centralité. Des nouveaux modes de transports actifs, qui sont de plus en plus accessibles, pourraient changer l'utilisation de plusieurs résidents (vélos électriques, trottinettes électriques).

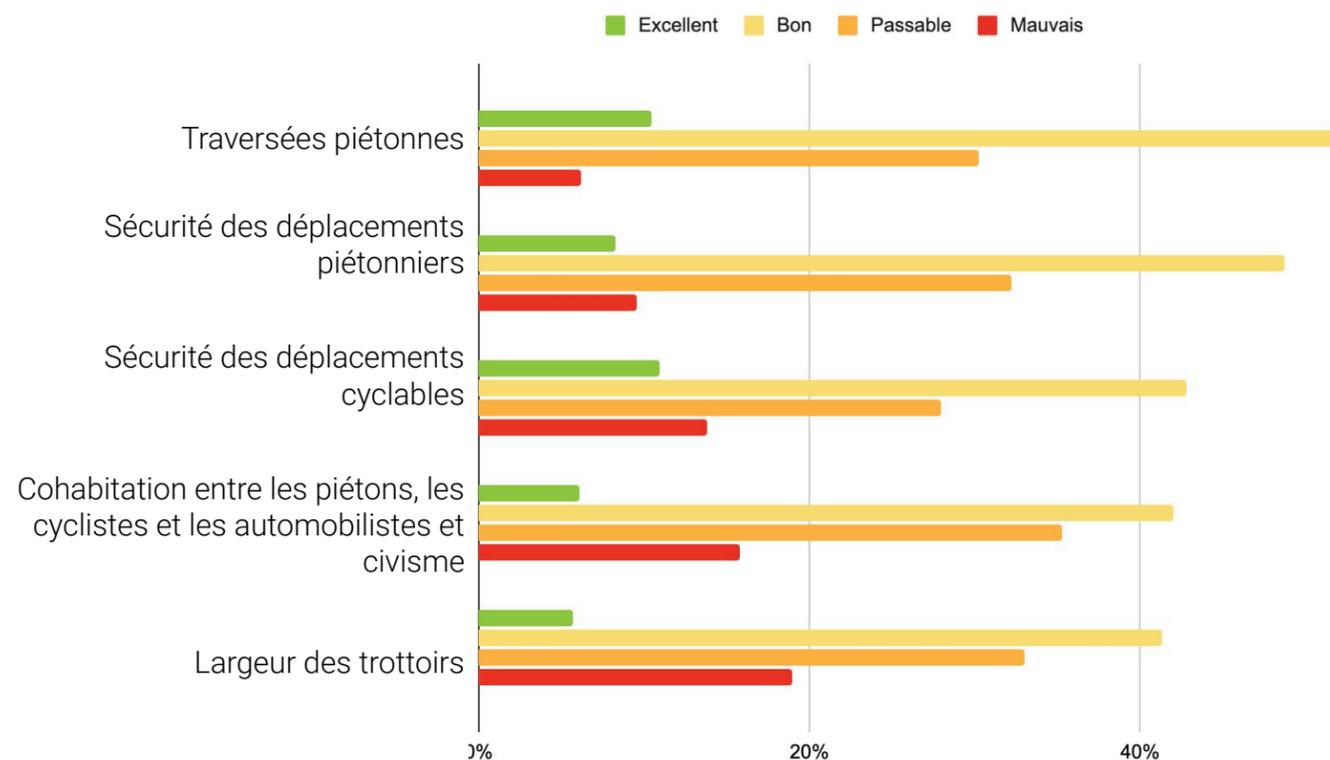
MOBILITÉ

LES PARTS MODALES DU TRANSPORT ACTIF

Principal mode de transport pour la navette pour la population active occupée de 15 ans et plus (Statistiques Canada, 2021)



LA PERCEPTION DE LA MOBILITÉ DANS LE CENTRE-VILLE



FAITS SAILLANTS DES CONSULTATIONS

La perception des stationnements

Le sondage permet d'affirmer que les questions entourant le stationnement ne sont pas des freins majeurs à l'accessibilité du centre-ville, ni même une priorité.



Seulement 10% des répondants considèrent que l'offre restreinte de stationnements est un frein qui limite leur fréquentation du centre-ville

Moins de 13% des répondants ont identifiés l'ajout de stationnement comme un facteur qui les inciterait à fréquenter davantage le centre-ville

57% des répondants ont une excellente ou une bonne perception à l'égard de la disponibilité du stationnement au centre-ville



ANALYSE SYNTHÈSE - MOBILITÉ

CE QU'ON RETIENT

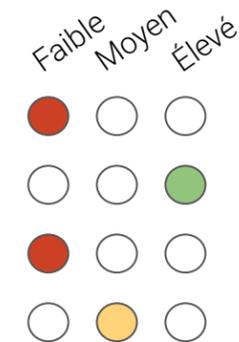
La part de l'automobile pour les déplacements quotidiens est très importante. La perception des résidents de Saint-Félicien quant aux infrastructures du secteur permettant la mobilité active est mitigée : la plupart considère la largeur et l'aménagement des trottoirs ou la cohabitation et le civisme entre les piétons, cyclistes et automobilistes comme étant passable ou mauvaise. Toutefois, la perception des traversées piétonnes et de la sécurité des déplacements piétonniers est majoritairement excellente ou bonne.

Un cœur de collectivité dynamique doit détenir une centralité au sein des différents réseaux de transport. Le centre-ville doit aussi être un secteur accessible, agréable et sécuritaire pour la marche et le vélo. Plusieurs lacunes sont détectées et une meilleure prise en compte des questions de mobilité pourraient avoir un effet significatif sur la vitalité du secteur.

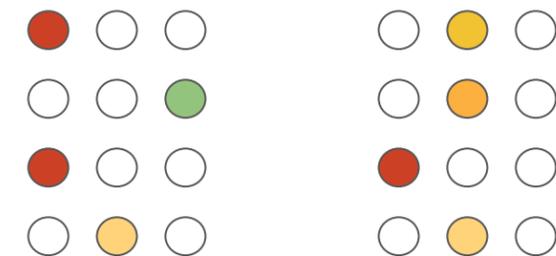
L'ÉVALUATION DES FAMILLES D'INDICATEUR

FAMILLES D'INDICATEURS

- Signalisation de l'entrée du centre-ville
- Stationnement
- Transports collectifs
- Transports actifs



POTENTIEL D'AMÉLIORATION



LES ENJEUX PRÉLIMINAIRES LIÉ À LA MOBILITÉ



ANALYSE SYNTHÈSE - MOBILITÉ

FORCES

- ❖ Piste cyclable dans le centre-ville
- ❖ Bonne offre de stationnement au centre-ville et les stationnements adjacents aux commerces
- ❖ Faible limitation de vitesse dans les axes plus urbains du centre-ville
- ❖ Réduction significative du trafic lourd en raison de la construction de la voie de contournement

OPPORTUNITÉS

- ❖ Bonification et encouragement des modes actifs pour les résidents du secteur du centre-ville par sa proximité aux principaux secteurs résidentiels
- ❖ Présence de la Véloroute des Bleuets en plein centre-ville
- ❖ Proximité des autres secteurs de la ville

FAIBLESSES

- ❖ L'étroitesse des trottoirs
- ❖ Les habitants utilisent principalement leur voiture pour se déplacer, même pour les courtes distances
- ❖ Les stationnements arrière ne sont pas optimaux, souvent désorganisés, non-sécuritaires et peu esthétiques
- ❖ Délimitation des pistes cyclables trop faible, manque de support à vélos
- ❖ L'offre faible en transport en commun interrégionale, inter-MRC et locale

MENACES

- ❖ Les espaces minéralisés et la création possible d'îlots de chaleur
- ❖ Les rails du chemin de fer qui sépare la ville en deux

4. L'IDENTITÉ ET ATTRACTIVITÉ

Un cœur de collectivité doit jouer sur plusieurs tableaux afin d'attirer une clientèle suffisante pour assurer la viabilité des commerces et des services, ainsi que des entrepreneurs et promoteurs qui sauront investir dans la communauté. Il s'agit de trouver une image qui reflète les atouts locaux.



IDENTITÉ ET ATTRACTIVITÉ

PRINCIPES D'UN CŒUR DE COLLECTIVITÉ DYNAMIQUE



- Un lieu qui rayonne par une stratégie de communication soutenue, efficace et positive qui se déploie sur plusieurs plateformes
- Un lieu qui met en valeur sa identité paysagère, patrimoniale, architecturale et sociale



Crédits : Ville de Saint-Félicien

FAITS SAILLANTS DES CONSULTATIONS *identité et attractivité*

- 76%** des répondants pensent qu'un programme pour attirer des commerçants doit être une préoccupation vitale et prioritaire
- 61%** des répondants pensent que la vocation touristique du centre-ville devrait être la 3e priorité
- 43%** des répondants s'informent sur le site Internet de la Ville

L'identité du centre-ville à exploiter, c'est...

- ❖ La nature à l'année
- ❖ La proximité de la rivière
- ❖ Le parc de l'église
- ❖ La conservation patrimoniale

UNE RENOMMÉE À ATTIRER VERS LE CENTRE-VILLE

Saint Félicien attire grâce au zoo qui en fait sa réputation. Les visiteurs viennent pour cette activité mais rien ne les attire dans le centre-ville.

Bien que le centre-ville ait une ADN propre avec ses valeurs, son patrimoine et sa communauté fière, il est difficile d'attirer des entrepreneurs.

Pour se faire, la Ville met à jour ses réseaux sociaux et son site pour informer sa population et faire rayonner la vitrine de la ville.

ANALYSE SYNTHÈSE - IDENTITÉ ET ATTRACTIVITÉ

FORCES

- ❖ Fierté de l' image de St Félicien bien connue (zoo et Cégep)
- ❖ Services publics attirant des habitants et des travailleurs
- ❖ Marina attirant des touristes et les plaisanciers locaux
- ❖ Zoo attirant les touristes du Québec et d'ailleurs
- ❖ Multiculturalisme grâce aux internationaux (étudiants et travailleurs)
- ❖ Importante offre d'hébergements touristiques

OPPORTUNITÉS

- ❖ Créer une image de marque attrayante du centre-ville pour attirer des entrepreneurs
- ❖ Créer des partenariats avec des objectifs afin d'avoir une vision claire pour la promotion du centre-ville
- ❖ Miser sur la renommée du zoo pour attirer les touristes vers le centre-ville
- ❖ Miser sur le personnel des hôtels pour communiquer sur les événements et faire du "bouche à oreilles"
- ❖ Attirer des futurs habitants
- ❖ Infrastructures pour créer des concerts, spectacles attirant visiteurs et locaux (église)

FAIBLESSES

- ❖ Méconnaissance de l'offre commerciale par les visiteurs
- ❖ Méconnaissance de l'histoire et l'ADN de Saint-Félicien
- ❖ Image centrée sur l'expérience du zoo et pas suffisamment celle du centre-ville
- ❖ L'absence de politique du patrimoine pour préserver l'histoire de la ville
- ❖ Les outils de communication dont Facebook ne s'adresse pas à tous les citoyens

MENACES

- ❖ Trouver un bon équilibre de cohabitation entre les visiteurs et les locaux
- ❖ L'attrait des autres centres-villes de la région
- ❖ Fuites des visiteurs (faible motivation de se déplacer vers le centre-ville)

ANALYSE SYNTHÈSE - IDENTITÉ ET ATTRACTIVITÉ

CE QU'ON RETIENT

La présence d'anciens bâtiments et de l'église dans le centre-ville participent au cachet de la ville. Ces éléments identitaires sont peu valorisés; ils sont pourtant significatifs du patrimoine et de l'histoire collective de la Ville.

Également, la rivière est une fierté pour la communauté et pourrait être exploitée devenant un paysage unique, aménagé attirant les citoyens et visiteurs.

Actuellement, Saint-Félicien est connu pour son zoo qui attire beaucoup de visiteurs. Pourtant, très peu viennent en centre-ville. Des événements ou activités permettent d'attirer des citoyens mais ils ne répondent pas toujours à la demande. En résumé, le centre-ville n'est pas assez mis de l'avant pour la tenue d'événements, ni dans la promotion.

L'ÉVALUATION DES FAMILLES D'INDICATEUR

POTENTIEL D'AMÉLIORATION

Éléments à caractères identitaires

Identité locale

Paysages typiques

Design urbain

Architecture

Art public

Éléments à caractères attractifs

Image de marque

Stratégie de communication

Performance des outils de communication

Faible
Moyen
Élevé

POTENTIEL D'AMÉLIORATION



LES ENJEUX PRÉLIMINAIRES LIÉS À L'IDENTITÉ ET L'ATTRACTIVITÉ

L'attraction du flux touristique vers le centre-ville

La mise en valeur des lieux identitaires

Le développement d'un «réflexe centre-ville»

Le sentiment d'appartenance et de fierté associé au centre-ville

5. LA GESTION DU CENTRE-VILLE

La gouvernance au sein d'un cœur de collectivité réfère aux forces vives présentes dans le milieu et à la manière dont elles travaillent de pair à la prise de décisions stratégiques, au financement et à la mise en œuvre de projets.



GESTION

La gouvernance au sein d'un cœur de collectivité réfère aux forces vives présentes dans le milieu et à la manière dont elles travaillent de pair à la prise de décisions stratégiques, au financement et à la mise en œuvre de projets.



PRINCIPES D'UN CŒUR DE COLLECTIVITÉ DYNAMIQUE

- Une volonté politique et l'engagement de la communauté
- Un effort concerté, un projet en continu auquel sont consacrées les ressources humaines et financières nécessaires

FAITS SAILLANTS DES CONSULTATIONS

Une priorité pour les citoyens

Par ailleurs, la population est mobilisée et intéressée par l'avenir de son centre-ville, comme l'illustre le nombre élevé de répondants au sondage où près de **89 %** des répondants trouvent la dynamisation de leur centre-ville très importante ou importante.

	Élu-es	Fonctionnaires	Chambre de commerce	SDC	Promoteurs événementiels	Groupes de la société civile	MRC	Institutions publiques
Responsabilité en lien avec le centre-ville	Définir et adopter les orientations	Recommander et accompagner les projets	Rôle de représentation du secteur économique du centre-ville (comité de travail)	Contribue au premier plan à la dynamisation du centre-ville. Responsable que le centre-ville soit attirant et attractif.	Organiser des activités au centre-ville et offrir des cours	Répondre aux besoins des différentes populations	Orienté le développement régional et accompagne la municipalité	Répondre aux besoins en service des différentes populations
L'impact de l'acteur dans le développement du centre-ville :	+++	+++	++	++	++	++	++	++
Potentiel d'impact de l'acteur dans le développement du centre-ville :	+++	+++	++	+++	+++	++	+++	+++



ANALYSE SYNTHÈSE - GESTION

FORCES

- ❖ Des organisations et des regroupements, comme la chambre de commerce, sont situées dans le centre-ville
- ❖ SDC et organismes investis dans la communauté
- ❖ La présence de plusieurs services professionnels au centre-ville a pour effets de créer des synergies en terme de réflexion, de planification et de vision

OPPORTUNITÉS

- ❖ L'implantation de nouveaux acteurs socioéconomiques
- ❖ Créer un comité décisionnel qui sera distinct de l'administration de la Ville et de la chambre de commerce
- ❖ Engager une personne qui sera capable de s'occuper à temps plein des initiatives concernant la vitalité et le dynamisme commercial et de la mobilisation des commerçants
- ❖ Révision, répartition des rôles et responsabilités des parties prenantes et du financement pour accomplir les tâches

FAIBLESSES

- ❖ Certains commerçants ne sont pas suffisamment impliqués dans le milieu et ne sont pas informés des dossiers concernant le centre-ville
- ❖ La relation entre commerçants, la communauté et la Ville
- ❖ Le manque de ressources humaines dédiés à la dynamisation du centre-ville
- ❖ Le manque de ressources financières associées spécifiquement au développement du centre-ville

MENACES

- ❖ Le manque de volonté politique qui pourrait aggraver la situation de dynamisation du centre-ville
- ❖ La perte de cohésion des acteurs de l'écosystème entrepreneurial du centre-ville

ANALYSE SYNTHÈSE - GESTION

CE QU'ON RETIENT

Les questions de la gouvernance et de la mobilisation des ressources humaines et financières représentent des enjeux importants du développement du centre-ville de Saint-Félicien.

La ville doit réfléchir à comment mettre en place les conditions nécessaires à la réalisation de ses ambitions. Les actions positives qu'elle mènera en matière de gouvernance, de ressources et de mobilisation lui permettront de réaliser l'ensemble des projets proposés dans la suite de ce plan.

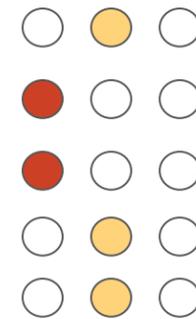
Malgré tout, des ressources financières et humaines supplémentaires doivent être octroyées pour permettre au boulevard du Sacré-Cœur et plus largement au centre-ville de Saint-Félicien, de se démarquer par un essor commercial, touristique, récréatif et culturel. La multitude de parties prenantes impliquées dans le dossier semble généralement motivée à faire aboutir le projet de dynamisation.

L'ÉVALUATION DES FAMILLES D'INDICATEUR

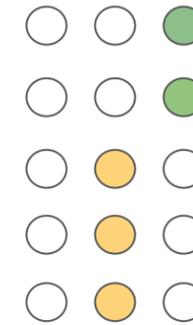
FAMILLES D'INDICATEURS

- Engagement du conseil et acteurs du centre-ville
- Clarté de la chaîne décisionnelle
- Allocation des ressources humaines
- Allocation des ressources financières
- Mécanisme de concertation

Faible
Moyen
Élevé



POTENTIEL D'AMÉLIORATION



LES ENJEUX PRÉLIMINAIRES LIÉ À LA GESTION

La mobilisation et la synergie entre les différentes parties prenantes ville/SDC/commerçants

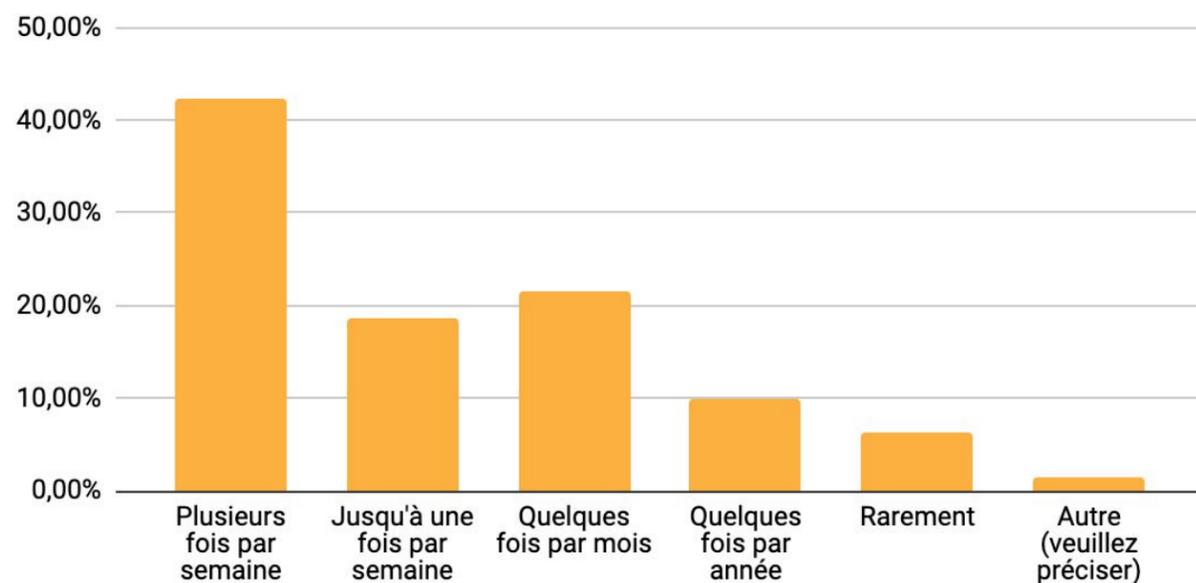
La prise en compte de l'importance vitale du centre-ville par les acteurs locaux

La clarté des rôles et responsabilités des différents acteurs œuvrant pour le développement du centre-ville

LE RÔLE DU CENTRE-VILLE DE ST-FÉLICIEN

Le dynamisme d'un cœur de collectivité tient en partie à sa capacité d'attirer les gens, que ce soit pour le travail, la qualité de certains de ses commerces, les loisirs, le tourisme, un événement particulier ou le rôle qu'il joue dans le quotidien des gens du quartier. Pour ce faire, un centre-ville doit être une destination, tant pour les visiteurs que les résidents ainsi qu'un secteur où la communauté vit, travaille, joue et se rencontre. Il doit également être un pôle bien défini dans les documents de planification.

Fréquence moyenne des visites au centre-ville de Saint-Félicien



LES CRÉATEURS D'ACHALANDAGE ET LEUR RÔLE DANS L'AIRE D'INFLUENCE DU CENTRE-VILLE

La fonction commerciale

Avec une offre diversifiée, l'aire d'influence de l'activité commerciale est essentiellement supra-locale. La présence de quelques commerces de destination (sports et plein air, informatique, microbrasserie) est à la source d'un achalandage d'une clientèle provenant de l'ensemble des municipalités de la MRC du Domaine-du-Roy.



Les services publics

La présence de l'Hôtel de ville, du bureau de poste et de divers organismes sociocommunautaires confère au centre-ville de Saint-Félicien une aire d'influence supra-locale (MRC). Cependant, la localisation excentrée de certaines grandes institutions, comme le CÉGEP, limite le potentiel d'achalandage au centre-ville.



LE RÔLE DU CENTRE-VILLE DE ST-FÉLICIEN

La provenance des travailleurs et des travailleuses

La présence de plusieurs bureaux de services professionnels (banques, assurances, autres services) au centre-ville permet de dynamiser le secteur et d'attirer des travailleurs et travailleuses des municipalités voisines.

Importance pour la vitalité du centre-ville	Potentiel de gains
++	+++

L'offre touristique

La présence du Zoo de Saint-Félicien est un élément unique dans la région du Saint-Félicien-Lac-Saint-Jean et constitue un facteur d'attraction important pour le tourisme Supra-régional et national. Cependant, le centre-ville ne semble pas bénéficier suffisamment de l'ensemble des retombées de cette destination touristique majeure.

Importance pour la vitalité du centre-ville	Potentiel de gains
+	+++

L'offre culturelle et événementielle

La tenue de certains événements au centre-ville confère une aire d'influence supra-locale. La présence d'écosystèmes culturels dynamiques à des centres-villes de Dolbeau-Mistassini (ex. lieux de diffusion culturelle), Roberval (événements et restaurations) et St-Prime (Vieux Couvent de St-Prime) rend plus difficile le positionnement de St-Félicien dans ce domaine.

Importance pour la vitalité du centre-ville	Potentiel de gains
+	++

FAITS SAILLANTS DES CONSULTATIONS

Une vocation du centre-ville arrimée aux perceptions des citoyens

Perception de la vocation actuelle du centre-ville de Saint-Félicien



- #1 : Vocation commerciale
- #2 : Vocation de divertissement
- #3 : Vocation touristique

Priorisation de la vocation du souhaitée du centre-ville de Saint-Félicien pour les 5 à 15 prochaines années



- #1 : Vocation commerciale
- #2 : Vocation de divertissement
- #3 : Vocation touristique



Crédits : Pier-Luc Dufour

LES ENJEUX

Un enjeu est ce qui peut être perdu ou gagné au cours d'une entreprise quelconque. Le portrait diagnostic du centre-ville de Saint-Félicien nous mène à identifier les 10 enjeux qui suivent, auxquels le concept urbanistique devra répondre.

Notez que les enjeux ne sont pas classés selon un ordre de priorité.

LES ENJEUX

LE RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE COMMERCIALE



Ce qu'il y a, à **perdre** pour le centre-ville :



Une accélération de la dynamique de dévitalisation causée par une diminution généralisée de l'attractivité de la trame commerciale.

LA VACANCE COMMERCIALE ET LA MISE EN VALEUR DES ESPACES ACTUELS



Ce qu'il y a, à **gagner** pour le centre-ville :



L'émergence de nouvelles initiatives entrepreneuriales ainsi que la transformation et l'actualisation de l'offre commerciale.

Une détérioration de l'ambiance urbaine accentuée par une activité commerciale discontinue et par une augmentation des transformations de rez-de-chaussé commercial en résidentiel.

La disponibilité et les coûts raisonnables des locaux vacants peuvent permettre l'émergence de nouveaux projets, augmentant ainsi la qualité de l'ambiance urbaine.

L'ACCESSIBILITÉ À LA RIVIÈRE ASHUAPMUSHUAN



Une sous-utilisation d'un élément paysager majeur dans l'identité de la ville et plus spécifiquement au centre-ville.

La mise en valeur d'une aménité naturelle exceptionnelle ainsi qu'une meilleure connexion à la nature pour la population.

LES ENJEUX

LA CONNECTIVITÉ DU CENTRE-VILLE AUX AUTRES SECTEURS DE LA VILLE



Ce qu'il y a, à **perdre** pour le centre-ville :



Un maintien de l'effet de barrière causé par la voie ferrée, ayant pour conséquence d'isoler le centre-ville aux autres secteurs à l'ouest de Saint-Félicien.

Ce qu'il y a, à **gagner** pour le centre-ville :



Une meilleure intégration du centre-ville à l'ensemble de Saint-Félicien et de meilleures conditions de déplacement pour les transports actifs.

LA PERCEPTION DE LA DISPONIBILITÉ DU STATIONNEMENT



Une demande toujours croissante de nouveaux espaces de stationnement causant la déstructuration du tissu urbain dense et à l'échelle humaine du secteur.

Une optimisation de l'utilisation des cases de stationnement et la possibilité de revoir l'aménagement ainsi que de verdir certains espaces actuellement asphaltés.

LA SYNERGIE ENTRE LES ACTEURS GRAVITANT AUTOUR DU DÉVELOPPEMENT DU CENTRE-VILLE



Une perte d'intérêts et des enjeux du centre-ville vis-à-vis d'autres secteurs commerciaux en croissance.

L'augmentation de la portée et de la qualité des projets développés par les parties prenantes du centre-ville ainsi qu'une réaffirmation du rôle de ce secteur névralgique dans la vie socioéconomique de Saint-Félicien.

LES ENJEUX

L'ÉPARPILLEMENT DES ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES À L'ÉCHELLE DE LA VILLE



Un effritement de la structure économique et de l'influence du centre-ville par le déplacement des activités économiques vers d'autres secteurs de la ville

Une plus grande synergie créée par la concentration des activités économiques créatrices d'idées et de richesse.

L'ATTRACTION DU FLUX TOURISTIQUE



Une faible captation des bénéfices liés à la présence des touristes à St-Félicien.

L'augmentation des retombées économiques du tourisme pour l'écosystème économique du centre-ville et une diversification de l'offre touristique.

LE SENTIMENT DE FIERTÉ LIÉ AU CENTRE-VILLE



Une offre événementielle ne reflétant pas la demande et l'identité de la communauté ainsi qu'une appropriation moindre de l'espace public par les citoyens.

Un attachement plus grand des citoyens et une prise en compte de l'importance du centre-ville comme lieux de rassemblement pour l'ensemble de la communauté.

LA QUALITÉ DE L'AMBIANCE URBAINE DU BOULEVARD DU SACRÉ-CŒUR



Une détérioration du cadre bâti et des infrastructures urbaines pouvant causer une diminution de l'ambiance et de la sécurité sur la rue principale.

La préservation du cadre bâti et la transformation du patrimoine félicinois en lieux de fierté.

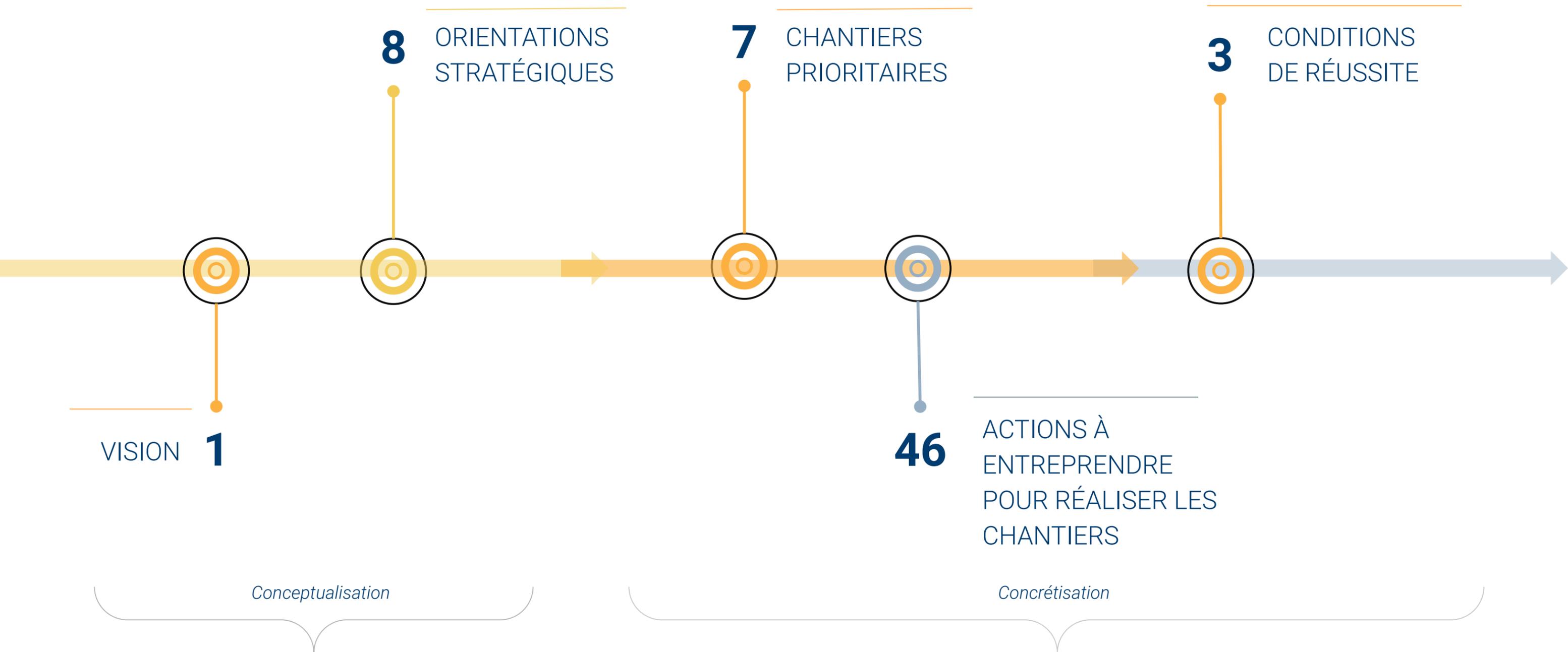


LE CONCEPT URBANISTIQUE

Le concept urbanistique est un processus qui découle des enjeux identifiés, du diagnostic, de la vision de développement et des orientations stratégiques. Le résultat du concept réunit toutes les conditions de réussite ainsi que les actions à entreprendre pour concrétiser le projet. Le concept est basé sur les divers échanges, idées et discussions ayant émané du processus.

LA STRUCTURE DU CONCEPT URBANISTIQUE

De la conceptualisation à la concrétisation d'une démarche de dynamisation



LA VISION D'AMÉNAGEMENT

Une vision d'aménagement pour le cœur de Saint-Félicien

La vision d'aménagement est une représentation du devenir souhaité du centre-ville. Elle permet de se doter d'une image globale de ce que la collectivité souhaite devenir dans dix ou quinze ans. Avec cet objectif en tête, il devient possible de déterminer le chemin à parcourir pour y parvenir.

Dans les prochaines années, la communauté félicinoise mettra tout en place pour développer un cœur de collectivité en symbiose avec son ADN : la boréale.

Un centre-ville boréal, c'est quoi ?

- un lieu de rencontre et festif pour la communauté des gens du Lac
- Un lieu expérientiel significatif et une ambiance urbaine qui mettent en valeur l'évolution des saisons ainsi que le patrimoine bâti, naturel et culturel de la boréale
- Un pôle économique prospère constitué d'une offre commerciale qui, parfois, met en valeur le savoir-faire et les produits de la Boréale
- Une centralité en relation avec la rivière Ashuapmushuan



LA VISION D'AMÉNAGEMENT

Une vision d'aménagement pour le cœur de Saint-Félicien

— Un lieu de rencontre et festif pour la communauté des gens du Lac

Dans les prochaines années, le centre-ville de St-Félicien sera un milieu de vie animé tout au long de l'année. Ce cœur de collectivité deviendra davantage accueillant grâce à la bonification des aménagements comme le parc du Sacré-Cœur, le pôle culturel ou l'accès à la rivière. Également, les occasions d'échanger et de se divertir seront plus nombreuses et rejoindront l'ensemble des Félicinoises et Félicinois. Quelque soit les générations, tous auront plaisir à se rassembler dans des lieux uniques reflétant la bonne ambiance de la ville. Fiers de l'histoire et de l'évolution de leur municipalité, les habitants joueront un rôle d'ambassadeur de leur centre-ville. Tout cela est possible par une communauté impliquée dans l'animation socioculturelle de leur milieu.

LE GRAND CARIBOU



St-Félicien - Concept de signalétique développé par Moment Factory pour le compte du Zoo de St-Félicien

LUMIN'ART



Vaudreuil-Dorion (crédit : Ville de Vaudreuil-Dorion)

AURORA



Gatineau - activité hivernale gratuite et pour tous les goûts avec une programmation extérieure (photo : Jack World)

LA VISION D'AMÉNAGEMENT

Une vision d'aménagement pour le cœur de Saint-Félicien

- **Un lieu expérientiel significatif et une ambiance urbaine qui mettent en valeur les saisons et le patrimoine de la boréale**

Dans les prochaines années, le centre-ville deviendra un lieu convivial pour tous les citoyens qui auront plaisir à vivre une expérience. Les accès pour se rendre en centre-ville seront facilités, tels que par la création de liens piétons officiels traversant le chemin de fer. Les familles se sentiront davantage en sécurité et viendront dans le cœur de collectivité pour profiter des parcs ou des berges aménagées. Bref, les déplacements piétons seront facilités et sécurisés, la circulation apaisée, la gestion des stationnements améliorée et le boulevard du Sacré-Cœur deviendra un lieu incontournable pour vivre une expérience urbaine. Quant aux touristes, le centre-ville de Saint-Félicien devenu plus attrayant, sera un lieu d'exploration qui aura pour effet de capter et de retenir les visiteurs.

SAGUENAY EN NEIGE



Saguenay-Lac-Saint-Jean - Sculptures sur neige, 11 jours d'activités



(tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean)



F.Viel, Photographe événementiel

ESPACE DUNHAM- BEERGARDEN & CIE



Dunham - Avec son offre alimentaire, son bar, ses activités et ses spectacles (photo : Boho hotel)

LA VISION D'AMÉNAGEMENT

Une vision d'aménagement pour le cœur de Saint-Félicien

- **Un pôle économique prospère mettant en valeur le savoir-faire et les produits de la Boréale**

Dans les prochaines années, Saint-Félicien attirera davantage d'entrepreneurs sensibilisés aux enjeux locaux et ayant pour valeurs : la dynamisation et l'actualisation de l'offre commerciale du centre-ville. L'arrivée de nouveaux joueurs dans le domaine de la restauration, tels qu'un café, un restaurant avec service de qualité supérieure assurera une meilleure attraction du centre-ville. Cette armature commerciale sera également solidifiée par le maintien et l'ajout d'activités de service, tant publique que privée ainsi que par le développement d'un espace de diffusion culturelle. Pour améliorer l'ambiance générale du centre-ville, les façades commerciales seront rénovées ce qui provoquera un sentiment de modernité, attirant ainsi les investisseurs. Cette ambiance renouvelée permettra au centre-ville d'améliorer son image et de se distinguer à travers la MRC et la région, en captant une plus grande part de marché. Par un meilleur arrimage entre la demande des citoyens, l'offre commerciale sera ainsi consolidée et diversifiée.

INSPIRATION POUR UN CENTRE-VILLE BORÉAL

BAL DES NEIGES



(Tom Auberge)



(Radio-Canada)

MON HIVER FORMIDABLE - ST-JEAN-SUR-RICHELIEU



(Ville de St-Jean-sur-Richelieu)

LA PETITE FLORIDE - MILE-END



LA VISION D'AMÉNAGEMENT

Une vision d'aménagement pour le cœur de Saint-Félicien

— Une centralité en relation avec la rivière Ashuapmushuan

Dans les prochaines années, les Félicinoises et Félicinois seront tout aussi attachés à leur rivière, représentant un atout naturel dont ils sont fiers. L'Ashuapmushuan jouera pleinement son rôle dans la vie des citoyens et des visiteurs et sera le trésor préservé issu du parcours d'ambiance reliant les principaux lieux d'intérêts du centre-ville et offrant une expérience sensorielle invitante. Ce parcours mettra en valeur la nature, les paysages urbains et son patrimoine. Cette transformation permettra de mieux profiter de l'ambiance et de la beauté du cœur de collectivité.

LE BAL DES NEIGES OTTAWA ET GATINEAU



(photo : Tom Auberge)

WINNIPEG



LE VILLAGE NORDIK - QUÉBEC



(Photo : Bonjour Québec)

AGORA DE ST-DAMIEN-DE-BUCKLAND



(photo : Municipalité de St-Damien-de-Buckland)

LA VISION D'AMÉNAGEMENT

Des orientations stratégiques pour faire le pont entre concept et concret

Les orientations stratégiques sont les chemins à parcourir pour répondre aux besoins du mandat et pour atteindre les objectifs de la vision. Ce sont les grandes lignes dans lesquelles, les actions à entreprendre devront s'inscrire. Afin de répondre aux enjeux soulevés et à l'objectif du mandat, le concept urbanistique du centre-ville de Saint-Félicien devra s'appuyer sur les 8 orientations stratégiques suivantes:

- Accroître la qualité du milieu de vie du boulevard du Sacré-cœur
- Développer un parcours d'ambiance reliant la rivière et les autres principaux lieux de rassemblement
- Réaménager et optimiser certains espaces de stationnement
- Assurer la connectivité entre les quartiers à l'ouest, la voie ferrée et le centre-ville
- Développer des programmes et incitatifs au développement commercial dans le centre-ville
- Mettre en place une gouvernance agile et concertée pour la dynamisation du centre-ville
- Développer l'attractivité du centre-ville en misant sur son identité et la rivière
- Consolider la fonction résidentielle au centre-ville



Crédits : Pier-Luc Dufour

LES CHANTIERS

Les chantiers qui suivent, découlent des enjeux identifiés dans le diagnostic et de la vision de développement élaborée en conséquence. Ils sont basés sur les quatre piliers d'intervention que sont l'aménagement et le design, le développement commercial, le marketing du territoire, et la mobilisation et l'organisation du milieu.

LES CHANTIERS

Les priorités à travailler pour la réalisation du concept urbanistique

- 1.** Mise en valeur du parc du Sacré-Cœur
- 2.** Dynamisation de la rue commerciale d'ambiance
- 3.** Création d'un pôle entrepreneurial
- 4.** Réaménagement du stationnement partagé
- 5.** Développement du pôle culturel
- 6.** Aménagement d'une ceinture boréale
- 7.** Consolidation du cadre bâti

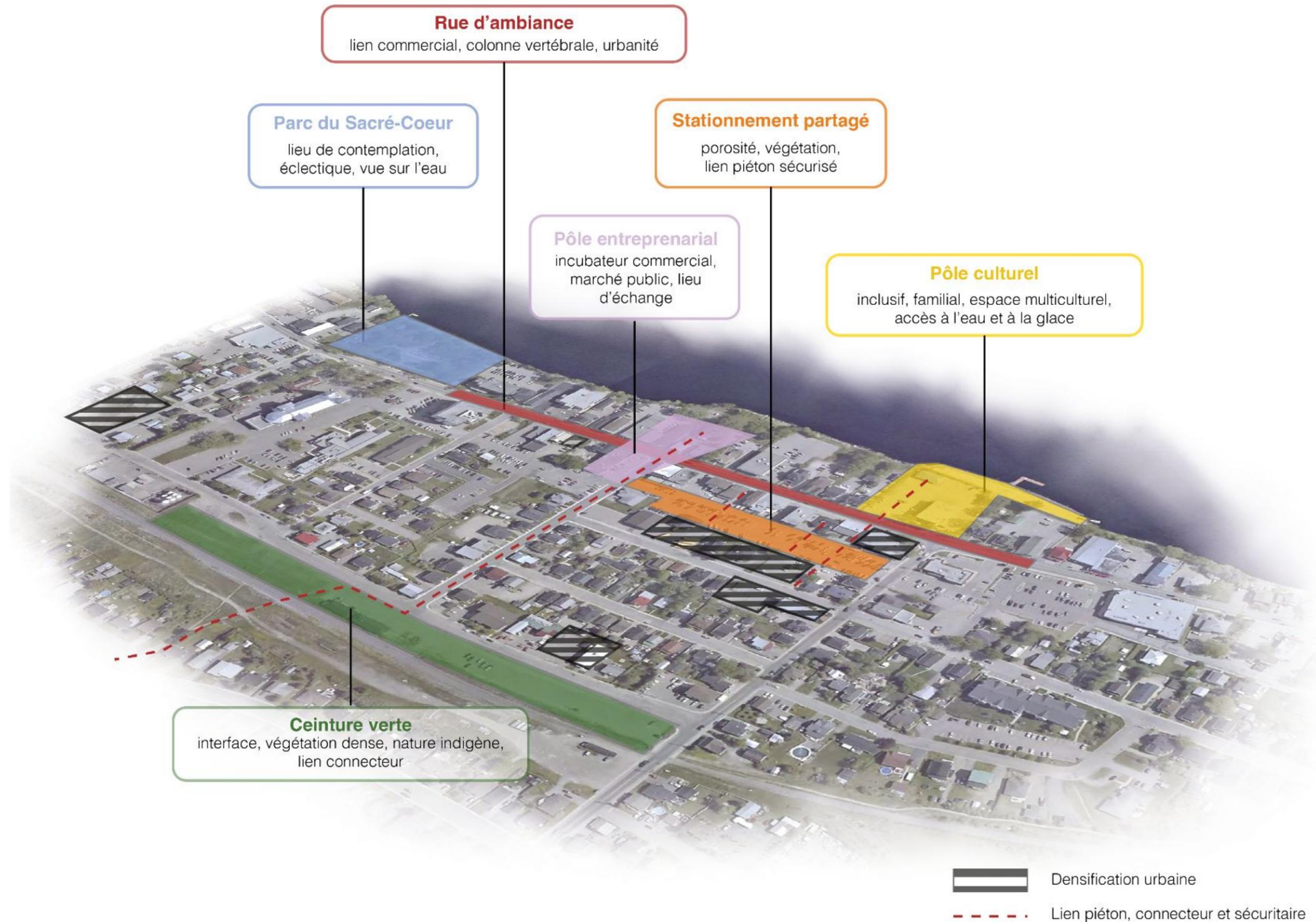
Classés ni par ordre chronologique ni par priorité



Crédits : Pier-Luc Dufour

LES CHANTIERS

Des chantiers aux quatre coins du centre-ville



LES TROIS CHANTIERS PRIORITAIRES



DYNAMISATION DE LA RUE COMMERCIALE D'AMBIANCE

La dynamisation de la rue principale permettra d'augmenter l'attractivité commerciale ce qui développera l'ambiance de la rue et séduira des entrepreneurs à investir dans des locaux vacants. Le résultat sera une émergence des nouveaux projets et donc, une actualisation de l'offre commerciale.



DÉVELOPPEMENT DU PÔLE CULTUREL

La zone autour de la maison de la culture est un atout du cœur de collectivité. C'est une porte d'entrée vers la rivière permettant une meilleure connexion avec la nature. Ce secteur sera valorisé et correspondra aux attentes et besoins des familles.



RÉAMÉNAGEMENT DU STATIONNEMENT PARTAGÉ

L'optimisation de l'espace de stationnement doit devenir sécuritaire tout en étant agréable pour les usagers. Étant au cœur de la collectivité, ce stationnement doit servir à la qualité du milieu de vie.



CHANTIER 1 : MISE EN VALEUR DU PARC DU SACRÉ-CŒUR

Un lieu phare à l'interface de la rivière et des grandes institutions publiques et religieuses



Parc du Sacré-Coeur

lieu de contemplation,
éclectique, vue sur l'eau



OBJECTIF DU CHANTIER

Moderniser les installations du parc du Sacré-Coeur afin qu'ils correspondent aux attentes des citoyens en termes d'événements d'ambiance générale.



ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- Accroître la qualité du milieu de vie du boulevard du Sacré-cœur
- Développer l'attractivité du centre-ville en misant sur son identité et la rivière

CHANTIER 1 : MISE EN VALEUR DU PARC DU SACRÉ-CŒUR

Un lieu phare à l'interface de la rivière et des grandes institutions publiques et religieuses



Crédits : Pier-Luc Dufour



VOCATION DU LIEU

- Lieu de contemplation (vue sur l'eau)
- Espace de rassemblement
- Espace festif estival
- Prolongement de l'identité patrimoniale avec l'église



AMBIANCE, EXPÉRIENCE ET VALEURS RECHERCHÉES

- Contemplation
- Calme, paisible
- Fédérateur

CHANTIER 1 : PLAN D'ACTION

PHASAGE	ACTIONS	GOUVERNANCE		COÛTS		
		PORTEUR	COLLABORATEUR	MOBILISATION ET VOLONTÉ POLITIQUE NÉCESSAIRE	RESSOURCES HUMAINES	RESSOURCES FINANCIÈRES
Court terme	Bonifier et rationaliser les aménagements en place (mobilier, décoration, etc.) afin de libérer de l'espace et de moderniser certains éléments du parc.	Ville (Travaux public)		++	+	\$
	Améliorer l'entretien hivernal du parc afin de le rendre accessible 12 mois par années. De plus, voir à l'ajout de certains éléments paysagers hivernaux (décoration des Fêtes, lumières, panneaux culturels, etc.) dans le but d'inciter une fréquentation continue.	Ville (Travaux public)	Ville (Loisirs et culture)	+	+	\$\$
Moyen terme	Identifier et aménager de nouvelles entrées au parc afin de diminuer l'effet de barrière causé par la clôture ceinturant l'espace.	Ville (Travaux public)		+	+	\$
	Augmenter la fréquence et le type d'activités culturelles dans le parc	Ville (Loisirs et culture)	Organismes	+	++	\$
	Aménager un espace de détente devant la rive de la rivière	Ville (Travaux public)	Ville (urbanisme)	++	+	\$\$\$
	Réaménager le tronçon du boulevard du Sacré-Cœur devant le parc pour en faire une rue apaisée et créer un effet de continuité entre le parvis de l'église, la scène, l'hôtel de ville et le parc du Sacré-Cœur.	Ville (Travaux public)	Ville (urbanisme)	+++	+	\$\$\$



UN CAS INSPIRANT

LA PLAGE DE PERCÉ - PROMENADE DE LA GRAVE - GASPÉSIE



Crédits : Mathieu Dupuis



Crédits : INT Design



Crédits : Ordre des Urbanistes du Québec

CHANTIER 2 : DYNAMISATION DE LA RUE COMMERCIALE D'AMBIANCE

Le boulevard du Sacré-Cœur, colonne vertébrale de l'armature commerciale de Saint-Félicien



OBJECTIF

Créer une ambiance dynamique sur la rue principale qui en fait un espace agréable pour magasiner, se retrouver et devenir la «colonne vertébrale » de la municipalité.



ORIENTATIONS STRATÉGIQUES CONCERNÉES

- Accroître la qualité du milieu de vie du boulevard du Sacré-cœur
- Développer l'attractivité du centre-ville en misant sur son identité
- Développer des programmes et incitatifs au développement commercial dans le centre-ville

CHANTIER 2 : DYNAMISATION DE LA RUE COMMERCIALE D'AMBIANCE

Le boulevard du Sacré-Cœur, colonne vertébrale de l'armature commerciale de Saint-Félicien



Crédits : Pier-Luc Dufour

>> VOCATION DU LIEU

- Lien entrepreneurial
- Lieu de consommation
- Axe de découverte
- Lieu vibrant et animé

>> AMBIANCE, EXPÉRIENCE ET VALEURS RECHERCHÉES

- Urbanité
- Fierté
- Identité
- Convivialité
- Dynamisme

CHANTIER 2 : PLAN D'ACTION

PHASAGE	ACTIONS	GOUVERNANCE		COÛTS		
		PORTEUR	COLLABORATEURS	MOBILISATION ET VOLONTÉ POLITIQUE NÉCESSAIRE	RESSOURCES HUMAINES	RESSOURCES FINANCIÈRES
Court terme	Mettre en place une stratégie de cohérence des enseignes commerciales et développer un programme de subvention pour appuyer les commerçants	Ville (urb)	SDC CCISF	+	+	\$
	Réévaluer les secteurs visés par le programme de revitalisation commerciale (Règlement 16-909 - Article 26) afin de concentrer les efforts et les ressources vers le secteur névralgique du centre-ville de St-Félicien	Ville (urb)	SDC	+++	+	\$
	Modifier la réglementation d'urbanisme afin de restreindre les types d'usages autorisés au rez-de-chaussée en privilégiant le commercial en limitant les espaces à bureaux et services à cet étage	Ville (urb)		+++	+	\$
Moyen terme	Concevoir une signalisation pour marquer les entrées des ruelles vers le stationnement partagé	Ville (urb)	SDC	+++	+++	\$
	Stratégie de verdissement pour faire valoir le végétal sur le minéral (ajout des pots plantés, verdissement des aménagements temporaires d'été, encourager les commerçants à verdir devant leur commerce, etc.)	Ville	SDC	++	+	\$\$
	Continuation de l'aménagement peu coûteux le long du boulevard Sacré-Cœur illustrant l'histoire de Saint-Félicien avec une emphase sur le noyau commercial (murales, canopée lumineuse, oriflammes, banderoles, etc.)	Ville (TP)		+	++	\$\$
Long terme	Développer un projet de réaménagement complet du boulevard Sacré-Cœur (trottoirs, saillies,	Ville (TP)	Ville (urb)	+++	+++	\$\$\$



UN CAS INSPIRANT

RUE SAINT-JEAN-BAPTISTE À BAIE-SAINT-PAUL
"Un bain de culture local"



La rue Saint-Jean-Baptiste, à Baie-Saint-Paul, est une artère mythique de la région. Grâce à l'enfouissement des fils électriques, l'architecture des bâtiments ainsi que la végétation abondante, la rue est une destination.. Ce projet de revitalisation a permis d'aménager une rue sécuritaire, conviviale et verdoyante sur plus de 2 km.

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS :

<https://destinationbaiestpaul.com/inspirations/la-rue-saint-jean-baptiste/>



Source :cimtchau.ca



Source :cimtchau.ca



Source :cimtchau.ca

UN CAS INSPIRANT

LE PROGRAMME DE COATICOOK

Édifice Lefebvre



Abattoir régional de Coaticook



Impression GB



UN CAS INSPIRANT

AIDE À L'IMPLANTATION DES FUTURS COMMERÇANTS



Certains milieux proposent des trousse d'accueil où sont rassemblées un ensemble d'informations pertinentes et de promotions permettant aux nouveaux entrepreneurs de faciliter leurs premiers pas dans le monde des affaires.

Que ce soit dans une SDC, un département municipal, un CLD ou un OBNL (association des commerçants), différents services conseils sont offerts gratuitement aux entrepreneurs pour leur permettre de bien planifier leur stratégie d'affaires. L'ensemble de ces offres ont pour unique but de bien former et outiller les marchands face aux défis du secteur et développer leurs réflexes d'adaptation aux changements.

Exemple d'actions et d'outils:

- Rédaction de plan d'affaires
- Recherche de local
- Mentorat
- Incitatifs au réseautage
- Formations et Colloques
- Événement promotionnel

Trousse du centre ville de Trois-Rivières



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

Trousse d'accueil des nouveaux arrivants



Guides Entreprendre Sherbrooke



À Sherbrooke, un guide d'implantation énumérant les étapes à suivre pour ne rien oublier avant une ouverture et un guide sur les baux commerciaux sont offerts pour familiariser les entrepreneurs avec l'environnement local.

Trousse d'accueil des nouveaux arrivants



CHANTIER 3 : CRÉATION D'UN PÔLE ENTREPRENEURIAL

Un catalyseur de projets innovants au cœur du pôle économique de Saint-Félicien



➤➤ OBJECTIFS

- Créer un lieu de rencontre entrepreneurial mettant en lien les artisans locaux avec les citoyens favorisant l'identité locale.
- Diminuer les nuisances visuelles et sonores créées par la présence d'un commerce de mécanique automobile en pleine rue commerciale traditionnelle.

➤➤ ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- Accroître la qualité du milieu de vie du boulevard du Sacré-cœur
- Aménager et optimiser certains espaces de stationnement
- Développer des programmes et incitatifs au développement commercial dans le centre-ville

CHANTIER 3 : CRÉATION D'UN PÔLE ENTREPRENEURIAL

Un catalyseur de projets innovants au cœur du pôle économique de Saint-Félicien



Crédits : Pier-Luc Dufour

>> VOCATION DU LIEU

- Lieu d'échange
- Lieu de collaboration
- Favoriser le circuit court

>> AMBIANCE, EXPÉRIENCE ET VALEURS RECHERCHÉES

- Dynamique
- Innovant
- Rassembleuse/Fédératrice

CHANTIER 3 : PLAN D'ACTION

PHASAGE	ACTIONS	GOUVERNANCE		COÛTS		
		PORTEUR	COLLABORATEUR	MOBILISATION ET VOLONTÉ POLITIQUE NÉCESSAIRE	RESSOURCES HUMAINES	RESSOURCES FINANCIÈRES
Court terme	Mise en place d'une structure de gouvernance pour le développement d'un pôle entrepreneurial au centre-ville de Saint-Félicien (nommé Pôle par la suite)	SDC et CCISF	Ville	+++	++	\$
	Effectuer des recherches de financements/programmes gouvernementaux pour ce type de projet	Pôle et CLD	SDC et CCISF, CLD	++	+	\$
	Réaliser des études d'opportunité et de marché ainsi que la consultation de l'écosystème entrepreneurial félicinois	Pôle et CLD	SDC, CCISF	++	+	\$\$
Moyen terme	Identifier un local ou un bâtiment adéquat pour la mise en place du projet de pôle entrepreneurial	Ville (urb.)	Pôle et CLD	+++	++	\$
	Définir une stratégie de relocalisation du bâtiment/local visé par le projet de pôle	Ville	Pôle et CLD	+++	++	\$\$
	Mettre en place une occupation transitoire d'une petite parcelle du terrain pour placer les premiers jalons d'un projet d'envergure	Pôle et SDC	Org. spécialisée en occupation transitoire (ex. Entremise)	++	++	\$
	Acquisition par droit de préemption par la Ville du terrain/bâtiment identifier	Ville (finances)	CLD, SDC, CCISF	++++	++	\$\$
	Créer un programme d'incubateur entrepreneurial	Pôle	MEI, SDC, CCISF, CLD	++	+++	\$
Long terme	Réaménager le bâtiment à l'intérieur pour en faire des lieux partagés dédiés à la production, la mise en marché et les services innovants	Pôle	MEI, SDC, CCISF, CLD	++	+++	\$\$\$
	Réaménager le site du bâtiment pour en faire un véritable lieu de convergence et un pivot dans le processus de dynamisation de la rue commerciale	Pôle	Ville, MEI	+++	+	\$\$\$



UN CAS INSPIRANT

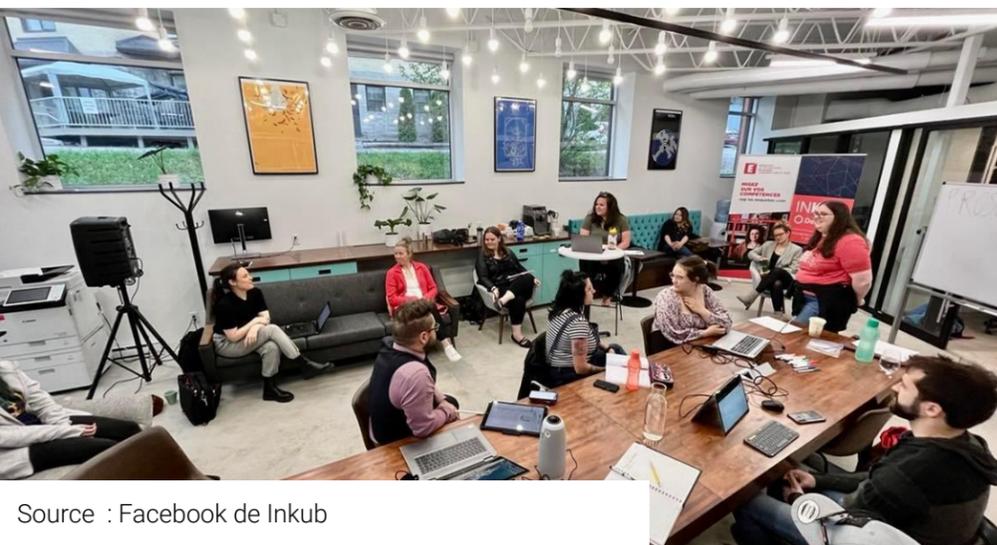
Incubateur de Chicoutimi (Inkub)



Lieu créatif où convergent entrepreneurs, experts, mentors qui permet aux entreprises en démarrage d'accéder à du mentorat, à des occasions d'investissements et à d'autres formes de soutien pour les aider à s'établir.

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS :

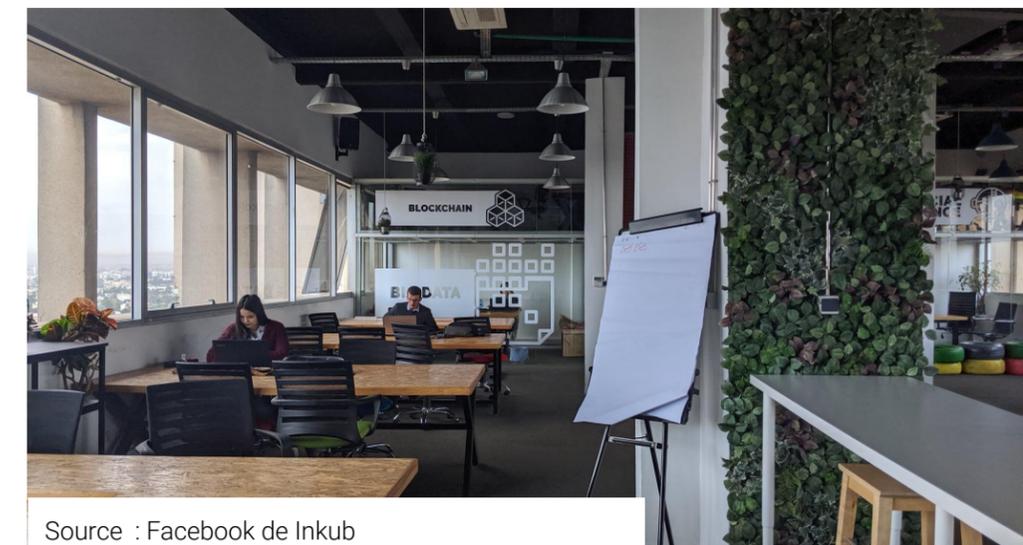
<https://inkub.ca/inkub/>



Source : Facebook de Inkub



Source : Facebook de Inkub



Source : Facebook de Inkub

UN CAS INSPIRANT

La boutique de Mon quartier Lévis



Mon Quartier de Lévis a pour mission d'œuvrer de manière durable et concertée avec la Ville de Lévis et les forces vives du milieu au développement commercial des quartiers traditionnels de Lévis. Ensemble, ils ont créé une boutique qui est un espace de vente au détail ouvert pour une période temporaire. Elle permet de mettre sur pied des projets entrepreneuriaux à moindre coût afin de compléter l'offre commerciale déjà existante et de combler des locaux vacants si les entrepreneurs décidaient d'investir à long terme dans le quartier.

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS :

<https://www.monquartierdelevis.com/boutique-du-quartier>



Source : <https://www.monquartierdelevis.com/>



Source : <https://www.monquartierdelevis.com/>



Source : <https://www.monquartierdelevis.com/>

CHANTIER 4 : RÉAMÉNAGEMENT DU STATIONNEMENT PARTAGÉ

Un espace de stationnement intégré, sécuritaire et invitant pour les clientèles du centre-ville



OBJECTIFS

- Optimiser l'espace de stationnement pour qu'il soit plus sécuritaire en clarifiant la délimitation des cases et qu'il embellisse la ville
- Créer des liens connecteurs piétons et sécuritaires (en pointillé rouge) du stationnement jusqu'au quartier résidentiel ou jusqu'au boulevard Sacré-cœur

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- Accroître la qualité du milieu de vie du boulevard du Sacré-cœur
- Aménager et optimiser certains espaces de stationnement

CHANTIER 4 : RÉAMÉNAGEMENT DU STATIONNEMENT PARTAGÉ

Un espace de stationnement intégré, sécuritaire et invitant pour les clientèles du centre-ville



Crédits : Pier-Luc Dufour

>> VOCATION DU LIEU

- Espace de stationnement public au centre-ville

>> AMBIANCE, EXPÉRIENCE ET VALEURS RECHERCHÉES

- Verdissement du stationnement
- Ambiance de stationnement davantage cadrée

CHANTIER 4 : PLAN D'ACTION

PHASAGE	ACTIONS	GOUVERNANCE		COÛTS		
		PORTEUR	COLLABORATEUR	MOBILISATION ET VOLONTÉ POLITIQUE NÉCESSAIRE	RESSOURCES HUMAINES	RESSOURCES FINANCIÈRES
Court terme	Renégocier la structure gouvernance pour le partage du stationnement et signature d'une entente	SDC	Ville	+++	+	\$
	Établir une collaboration avec les propriétaires des ruelles pour la mise en place d'un projet pilote d'occupation de l'espace.	Ville (loisirs et culture)	SDC	+++	+	\$
Moyen terme	<i>Designer</i> les aménagements temporaires et les implanter durant une ou deux saisons estivales	SDC	Firme	++	++	\$\$
	Réaliser les plans techniques du réaménagement du stationnement	Ville (TP)	Firme	+	+	\$\$
Long terme	Acquérir les ruelles par la Ville afin de pérenniser les aménagements des passages	Ville (finances)	SDC	+++	+++	\$\$\$
	Réaliser les travaux de réaménagement complet du stationnement	Ville (TP)	SDC	++	++	\$\$
	Évaluer les effets du réaménagement sur les espaces de stationnement disponibles et sur la perception des utilisateurs	SDC	Ville (urb.)	+	+	\$

LA PROPOSITION

Stationnement partagé intégré et invitant pour les visiteurs



LA PROPOSITION

1. Reconfiguration du stationnement



2. Verdissement du stationnement

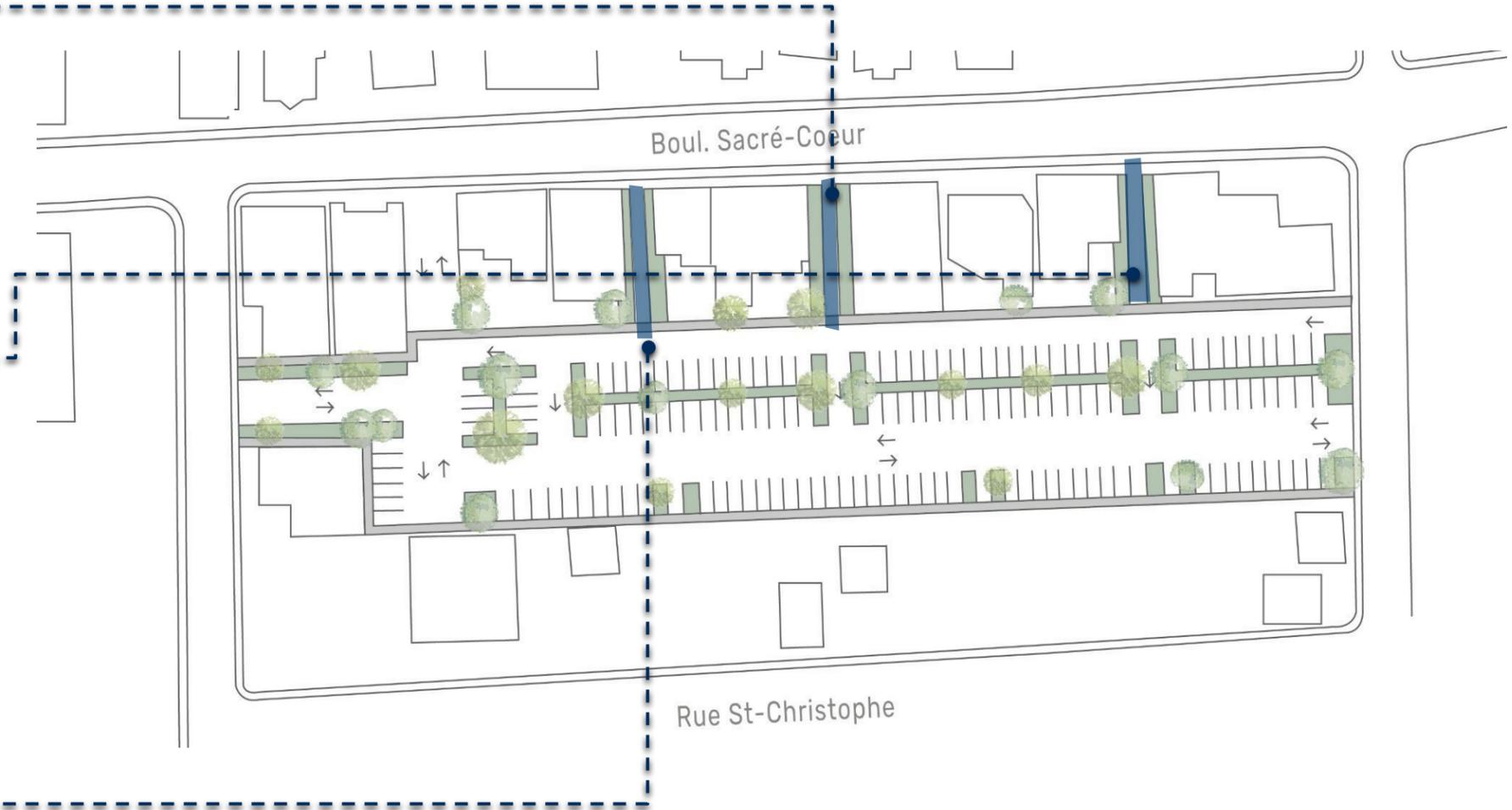
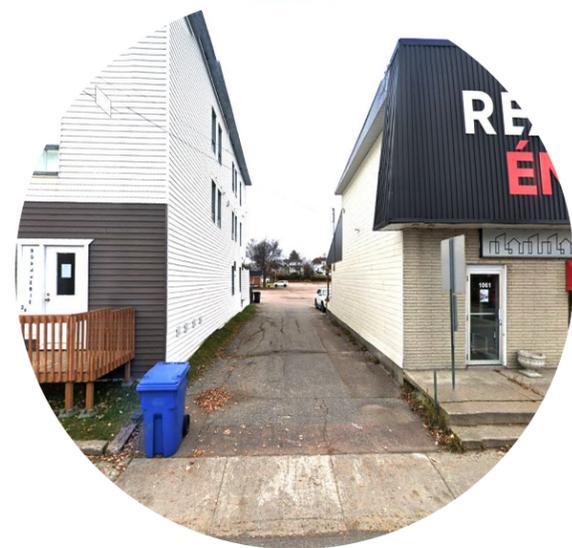


LA PROPOSITION

3. Délimitation des cours et du stationnement par l'ajout d'un trottoir



LA PROPOSITION



LA PROPOSITION

4. Création de liens connecteurs entre le stationnement et le boulevard Sacré-Cœur



LE CAS INSPIRANT DU STATIONNEMENT DE DRUMMONDVILLE

Carte du stationnement de Drummondville



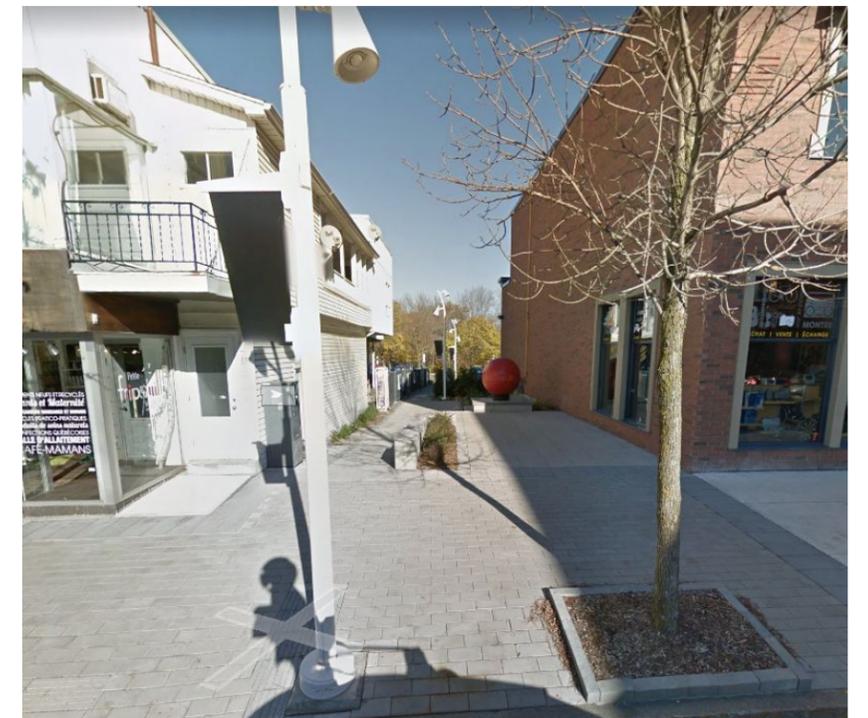
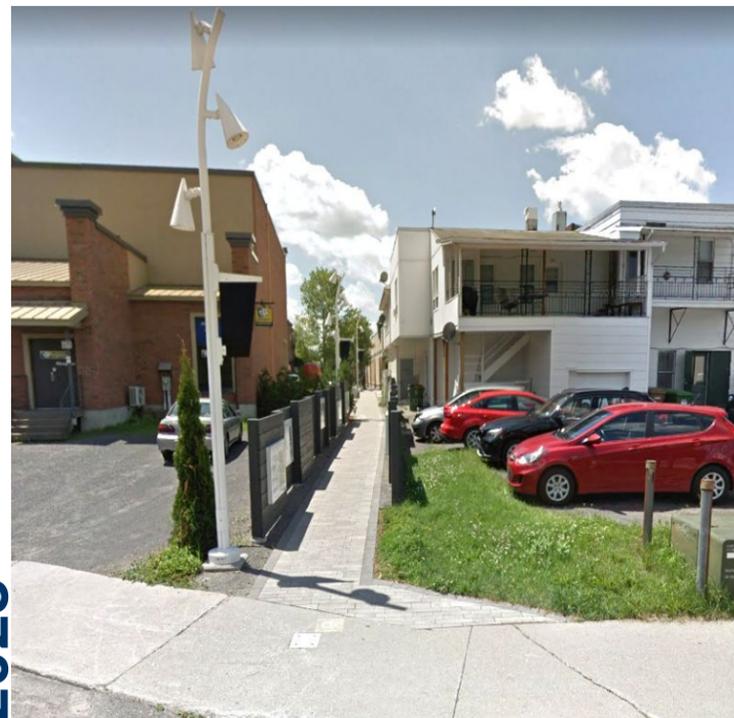
Transformation des liens connecteurs entre le stationnement et la rue commerciale



2011

Éléments de ressemblance St-Félicien / Drummondville

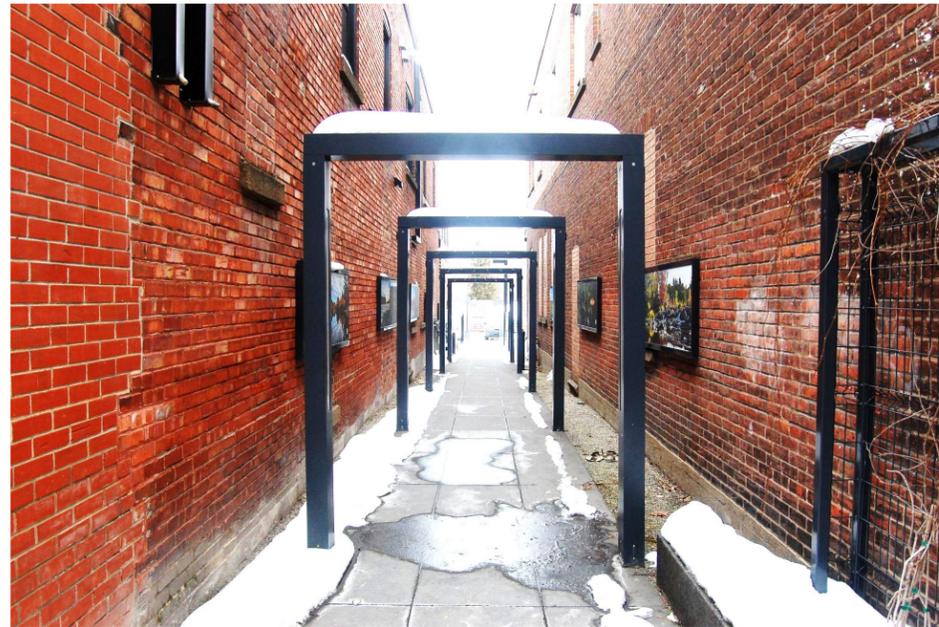
1. Stationnement public en arrière lot d'une rue commerciale traditionnelle
2. Espace longiligne et largeur disponible limitée
3. Présence de passages piétonniers entre les bâtiments



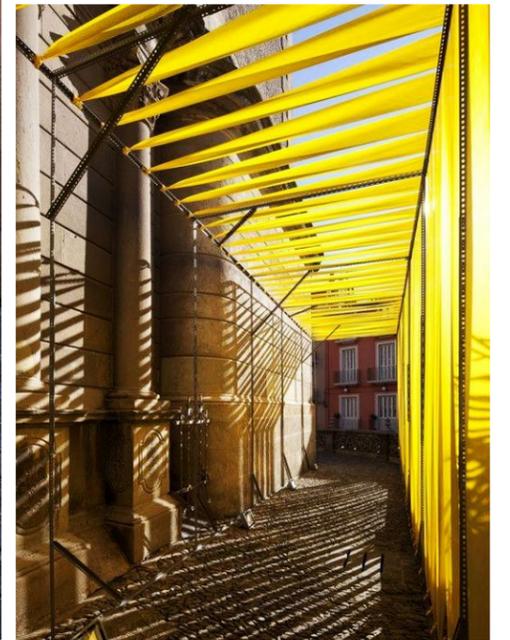
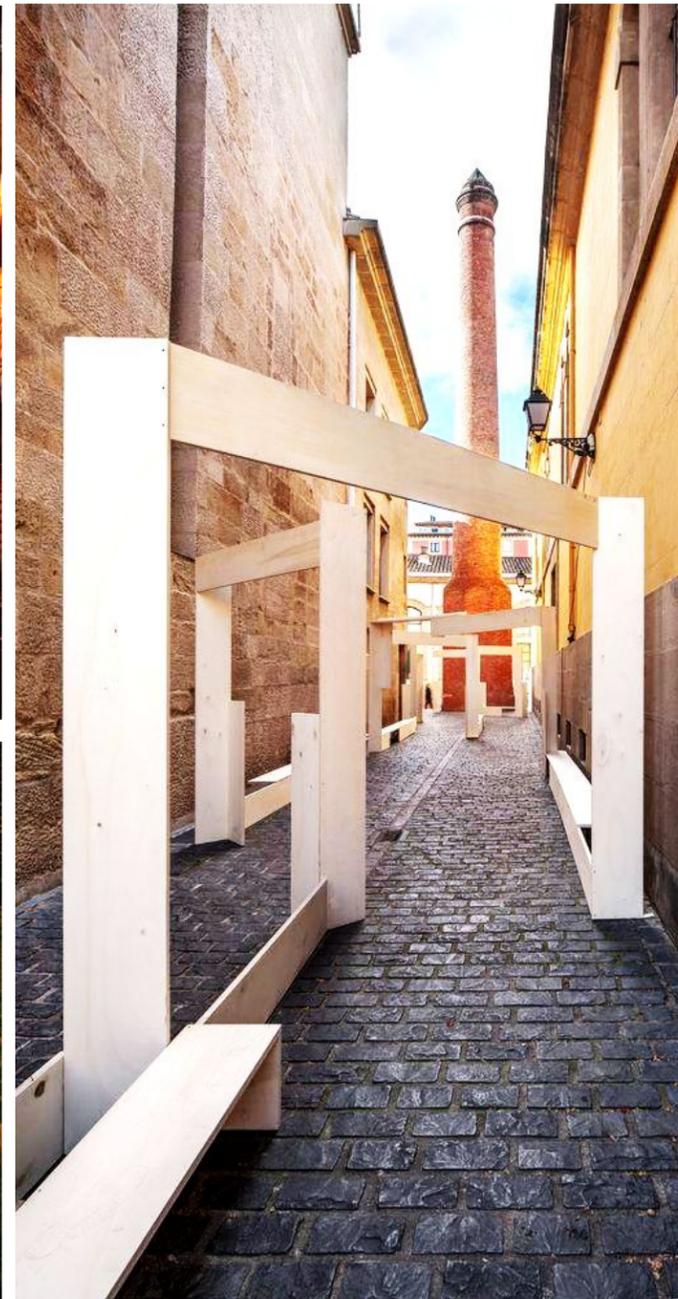
2023

LES CAS INSPIRANTS

Inspiration d'accès invitants - Drummondville



Inspiration d'accès invitants - Milieux variés



CHANTIER 5 : DÉVELOPPEMENT DU PÔLE CULTUREL

Un espace tourné vers la rivière comme lieu de rencontre des différentes cultures de la population félicinoise



➤➤ OBJECTIF

Valoriser la zone de la maison de culture afin qu'elle soit accueillante pour tous, (surtout les familles) et un appel vers le village boréal en saison.

➤➤ ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- Développer un parcours d'ambiance reliant la rivière et les autres principaux lieux de rassemblement
- Accroître la qualité du milieu de vie du boulevard du Sacré-cœur
- Développer l'attractivité du centre-ville en misant sur son identité et la rivière

CHANTIER 5 : DÉVELOPPEMENT DU PÔLE CULTUREL

Un espace tourné vers la rivière comme lieu de rencontre des différentes cultures de la population félicinoise



Crédits : Pier-Luc Dufour



VOCATION DU LIEU

- Lieu de diffusion et de création culturelle
- Espace de rassemblement pour les différentes cultures présentes à St-Félicien
- Appel paysager maritime
- Promotion du centre-ville en offrant un appel paysager identitaire



AMBIANCE, EXPÉRIENCE ET VALEURS RECHERCHÉES

- Dynamique et avant-gardiste
- Familiale
- Inclusive
- Rassembleuse/Fédératrice

CHANTIER 5 : PLAN D'ACTION

PHASAGE	ACTIONS	GOUVERNANCE		COÛTS		
		PORTEUR	COLLABORATEUR	MOBILISATION ET VOLONTÉ POLITIQUE NÉCESSAIRE	RESSOURCES HUMAINES	RESSOURCES FINANCIÈRES
Court terme	Aménagement de mobilier urbain éphémère pour créer une ambiance maritime selon les différentes saisons : placottoirs, espaces détentes, foyers	Ville (TP)	Ville (loisirs et cult.), SDC	+	+	\$
	Stratégie d'animation qui repose sur le micro-évènementiel pour compléter l'offre déjà présente en gros évènements	Ville (loisirs et cult.)	SDC	+	++	\$\$
	Marquer l'entrée du village boréal sur la rivière par une signalisation	Village boréal	Ville (TP)	+	+	\$\$
Moyen terme	Suppression du stationnement en cour latérale de la maison de la culture afin d'y faire un espace vert en lien avec le parc devant la rive et le quai	Ville (TP)	Organismes culturels	+++	+	\$
Long terme	Réaménagement permanent du quai (ajout de mobilier, espace prioritaire aux piétons)	Ville (TP)		++	++	\$\$\$

UN CAS INSPIRANT

LE SQUARE QUEEN - ARRONDISSEMENT DE LENNOXVILLE - SHERBROOKE



Crédits : Jocelyn Riendeau



Crédits : Jocelyn Riendeau



Crédits : Squarequeen.ca

PLACE DE LA TRAVERSÉE - VAL DES SOURCES



Crédit : Espace Dunham



Crédit : Espace Dunham



Source : Rues Principales

CHANTIER 6 : LE RÉAMÉNAGEMENT DES ABORDS FERROVIAIRES

Une ceinture verte comme interface reliant le cœur de collectivité aux secteurs de la ville



Crédits : Pier-Luc Dufour

➤➤ OBJECTIFS

- Créer une interface agréable et sécuritaire afin de diminuer l'effet "barrière" du chemin de fer
- Sécuriser les chemin piétonniers reliant le secteur résidentiel au cœur de collectivité.

➤➤ ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- Développer un parcours d'ambiance reliant la rivière et les autres principaux lieux de rassemblement
- Assurer la connectivité entre les quartiers à l'ouest, la voie ferrée et le centre-ville
- Consolider la fonction résidentielle au centre-ville

CHANTIER 6 : LE RÉAMÉNAGEMENT DES ABORDS FERROVIAIRES

Une ceinture verte comme interface reliant le cœur de collectivité aux secteurs de la ville



Ceinture verte
interface, végétation dense, nature indigène,
lien connecteur

>> VOCATION DU LIEU

- Interface
- Sécuritaire
- Diminue le bruit
- Lien connecteur
- Mobilité active

>> AMBIANCE, EXPÉRIENCE ET VALEURS RECHERCHÉES

- Sécuritaire
- Agréable
- Nature

CHANTIER 6 : PLAN D'ACTION

PHASAGE	ACTIONS	GOUVERNANCE		COÛTS		
		PORTEUR	COLLABORATEUR	MOBILISATION ET VOLONTÉ POLITIQUE NÉCESSAIRE	RESSOURCES HUMAINES	RESSOURCES FINANCIÈRES
Court terme	Négocier avec le Canadien National un droit de passage officiel	Ville		+++	+++	\$
	Maintenir la pression sur l'idée de relocaliser la gare de triage à l'extérieur du centre-ville	Ville	Cégep de St-Félicien	+++	+++	\$
	Mettre sur pied un comité de mise en œuvre en prenant en compte le travail et en intégrant les étudiantes et étudiants de la technique du milieu naturel du Cégep de Saint-Félicien	Ville (Urb.)	Cégep de St-Félicien	++	+	\$
Moyen terme	Végétaliser de façon importante les abords de la voie ferrée	Ville (TP)	CN, Cégep de St-Félicien	++	+	\$
	Poursuivre le travail de réaménagement de la rue Vaudreuil	Ville (TP)	CN	+	++	\$\$\$
Long terme	Aménager le lien piéton reliant les quartiers résidentiels au centre-ville (officialiser le lien, élargissement de la traverse, traverse ludique, bien marquer le fait que le lien soit principalement piéton)	Ville (TP)	CN, Cégep de St-Félicien	+++	++	\$\$

DES CAS INSPIRANTS

GARE PARC, MONTRÉAL
"Le passage à niveau Ogilvy"



Source : Ville de Montréal



Source : ville de Montréal

Montréal & FNX-Innov

BOUCHERVILLE
"Passage piéton sur la voie ferrée"



Source : Jean Décarie



Source : Gracieuseté/Arrondissement RDP-PAT

CHANTIER 7 : CONSOLIDATION DU CADRE BÂTI

Restructurer le centre-ville en maximisant les potentiels de densification



OBJECTIF

Optimiser sur les terrains vacants pour développer et densité de l'habitation



ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

- Réaménager et optimiser certains espaces de stationnement
- Consolider la fonction résidentielle au centre-ville

CHANTIER 7 : PLAN D'ACTION

PHASAGE	ACTIONS	GOUVERNANCE		COÛTS		
		PORTEUR	COLLABORATEUR	MOBILISATION ET VOLONTÉ POLITIQUE NÉCESSAIRE	RESSOURCES HUMAINES	RESSOURCES FINANCIÈRES
Court terme	Effectuer une analyse approfondie des différents terrains identifiés comme ayant du potentiel	Ville (urb.)		++	+	\$\$
	Établir une stratégie de densification en arrimant la vision des différents services municipaux	Ville (urb.)	Autres services	++	+	\$
	Contraindre davantage le développement et la croissance des secteurs commerciaux périphériques par l'application plus restrictive des outils d'urbanisme (zonage, lotissement, PIIA) et par des modifications aux planifications existantes (PU, SAD)	Ville (urb.)	MRC, CLD	+++	+	\$
	Démarcher activement des investisseurs favorables au développement du centre-ville	Ville et SDC	CLD	+++	++	\$\$
Moyen terme	Acquisition par la municipalité de certains terrains stratégiques au centre-ville propices au redéveloppement	Ville	SDC	+++	+	\$\$\$



LES CONDITIONS DE RÉUSSITE

CONDITIONS PRÉALABLES À LA RÉUSSITE DU CONCEPT

Portées sur la gouvernance et les ressources humaines/ financières

Pour la réalisation du concept, il est crucial de:

1. **S'assurer que les mécanismes de gouvernance et de concertation sont solides** (communication entre les employés de la Municipalité et les élus, vision commune, capacité d'organisation de consultations publiques au besoin, concertation entre les différentes parties prenantes)
2. **Prioriser les chantiers** à mettre en place en fonction de leur échéance, de leur coût et du budget de la Municipalité, et de leur impact pour la communauté (voir l'échéancier plus bas)
3. **Recruter une ressource humaine** qui travaillera à 50% - 80% au projet de dynamisation du centre-ville et qui servira de liaison entre toutes les parties prenantes des différents chantiers (internes et externes), de s'assurer du suivi du projet global et du respect de l'échéancier.



CONDITIONS PRÉALABLES À LA RÉUSSITE DU CONCEPT

La mise en place d'une nouvelle gouvernance axée sur le centre-ville

Afin de nourrir la réflexion sur la réforme de la gouvernance du centre-ville de Saint-Félicien, certaines solutions sont proposées. Ces solutions sont parfois faciles à mettre en place, ou plus complexes, mais chaque solution n'est pas définitive ou immuable.

Dans la perspective d'une nouvelle gouvernance, il est important de réfléchir aux balises décisionnelles qui peuvent motiver les choix de chacun des acteurs afin d'en venir à une vision et un objectif commun: dynamiser, de façon pérenne, le centre-ville de Saint-Félicien. Les référents individuels sont donc à éviter au profit des référents collectifs.

Finalités visées par la nouvelle gouvernance :

- 1) Instauration de structures de concertation
- 2) Maximisation des synergies
- 3) Capacité d'opérationnalisation du plan d'action
- 4) Clarification et complémentarité des rôles et des responsabilités des acteurs
- 5) Systématisation des redditions de comptes

À RETENIR!

Avec un modèle de gouvernance efficace, des collaborations et des partages de ressources humaines et financières sont possibles.

Ces économies d'échelle peuvent être réaffectées dans des projets de dynamisation.

Champs d'interventions prioritaires dans la dynamisation du centre-ville

AMÉNAGEMENT,
URBANISME ET
MOBILITÉ DURABLE

01

DÉVELOPPEMENT
COMMERCIAL ET
MARKETING
TERRITORIAL

03

PLACEMAKING,
ANIMATION ET
DÉVELOPPEMENT
CULTUREL

02

DÉVELOPPEMENT
SOCIAL ET
COMMUNAUTAIRE

04

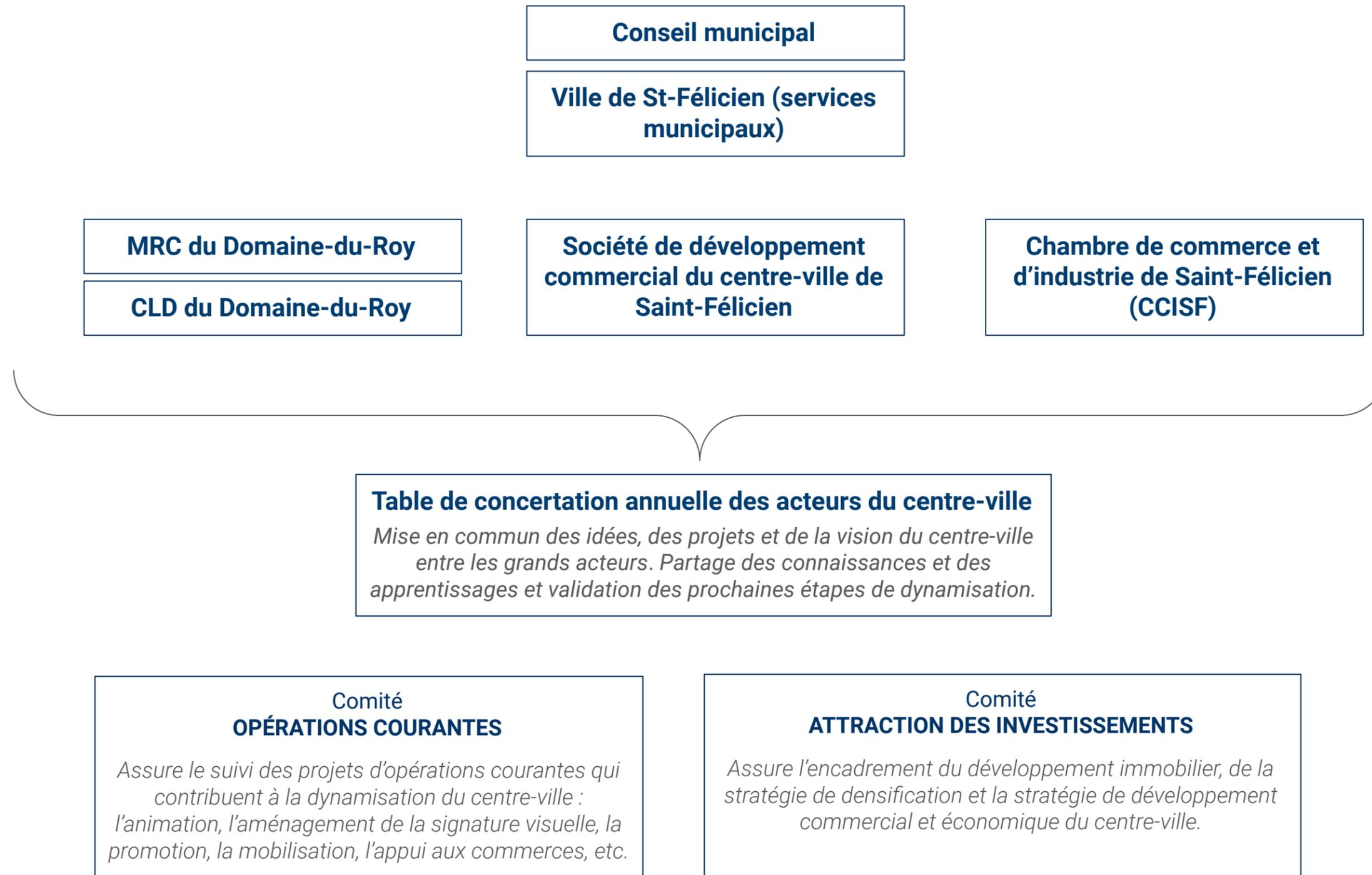
CONDITIONS PRÉALABLES À LA RÉUSSITE DU CONCEPT

L'échéancier de la nouvelle gouvernance à court, moyen et long termes

	0 À 6 MOIS	6 MOIS À 2 ANS	2 ANS À 5 ANS
STRUCTURATION ORGANISATIONNELLE	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'une table de concertation annuelle qui rassemble tous les acteurs du centre-ville Clarification des rôles et responsabilités de chacun 	<ul style="list-style-type: none"> Création d'une nouvelle instance de concertation - comité de suivi de la dynamisation du centre-ville 	<ul style="list-style-type: none"> Réalisation d'un bilan des actions réalisées et des nouvelles structures en fonction de la performance des indicateurs de suivi
FINANCEMENT ET RESSOURCES HUMAINES	<ul style="list-style-type: none"> Déterminer les ressources humaines existantes et aptes à contribuer aux efforts de dynamisation du centre-ville 	<ul style="list-style-type: none"> Engager une ressource responsable de l'attraction des investissements et de l'encadrement du développement immobilier au centre-ville. Intégrer cette ressource au service des territoires et de l'urbanisme. 	
MÉCANISMES DE SUIVI	<ul style="list-style-type: none"> Définition des indicateurs de suivi de la vitalité du centre-ville 	<ul style="list-style-type: none"> Collecte des données permettant de juger la vitalité du centre-ville 	

CONDITIONS PRÉALABLES À LA RÉUSSITE DU CONCEPT

Proposition d'une structure de gouvernance axée sur le centre-ville





JOÉ DUFOUR, urbaniste

Coordonnateur de projets

joe.dufour@ruesprincipales.org

EULALIE VIEILLEFOSSE

Coordonnatrice de projets

eulalie.viellefosse@ruesprincipales.org

QUÉBEC

870, avenue De Salaberry
bureau 201
Québec (Québec) G1R 2T9

MONTRÉAL

460, rue Sainte-Catherine ouest, bur. 611
Montréal (Québec) H3B 1A6

418 694-9944
ruesprincipales.org