



GroupeAltus

# Portrait et perspectives du secteur commercial sur le territoire

Saint-Jérôme (Québec)

Rapport final  
Janvier 2023

PRÉSENTÉ À:



Numéro de dossier: 23420.102206.000

## Table des matières

---

<b>Contexte de l'étude</b> .....	<b>4</b>
<b>Description des grandes tendances</b> .....	<b>5</b>
Les grandes innovations du 20 <sup>e</sup> siècle et l'évolution des formes commerciales.....	5
Évolution des ventes dans le commerce de détail .....	14
Évolution des ventes dans la restauration.....	16
Vieillesse de la population .....	19
Fragmentation des ménages.....	22
La stagnation des revenus des ménages.....	25
Le commerce de détail : une histoire de concentration.....	26
Commerce électronique .....	28
Nouvelles formes commerciales.....	31
<b>Découpage territorial retenu</b> .....	<b>34</b>
<b>Analyse de la demande</b> .....	<b>36</b>
Évolution de la population et des ménages.....	36
Caractéristiques sociodémographiques .....	38
Estimation du potentiel de marché des résidents des secteurs de Saint-Jérôme .....	43
Estimation du potentiel de marché par secteur commercial.....	49
<b>Analyse de l'offre commerciale</b> .....	<b>53</b>
Structure commerciale régionale.....	53
Principaux secteurs commerciaux de Saint-Jérôme .....	56
Provenance de clientèle des secteurs commerciaux .....	59
Inventaire commercial.....	67
Essenceries de Saint-Jérôme.....	83
<b>Enquête sur les comportements d'achats</b> .....	<b>86</b>
Méthodologie .....	86
Sommaire des résultats .....	88
Résultats par catégorie.....	93
Principaux constats dans l'adéquation entre l'offre et la demande .....	95
<b>Conclusions et recommandations</b> .....	<b>97</b>
Synthèse FFOM.....	97
Recommandations.....	99

## Annexes

---

Annexe A	Tableaux détaillés de potentiel de marché.....	106
----------	--	-----

## Contexte de l'étude

---

La ville de Saint-Jérôme a mandaté le groupe Altus afin d'obtenir une analyse et un diagnostic de ses activités commerciales. Cette étude a pour objectif de fournir à la ville de l'information qualitative et quantitative sur l'activité commerciale actuelle de son territoire afin d'établir les besoins pour les années à venir. Elle s'inscrit dans une démarche de la ville de Saint-Jérôme d'élaborer une stratégie qui assurera la desserte locale la plus adéquate ainsi que le meilleur positionnement sur l'échiquier régional du commerce de détail.

Actuellement, la structure commerciale en place dans la ville de Saint-Jérôme est concentrée dans l'ancienne ville de Saint-Jérôme, principalement dans des centres commerciaux tels que le Carrefour du Nord, et le Méga Centre Saint-Jérôme ainsi que les artères commerciales principales tels que Saint-Georges, Labelle, de Martigny et le secteur du Centre-ville.

Cette analyse a permis de mieux comprendre :

- L'offre commerciale de la ville de Saint-Jérôme :
  - L'inventaire commercial effectué durant des visites sur le terrain a permis de déterminer les typologies commerciales présentes en nombre d'établissements ainsi qu'en pieds carrés.
  - Le rayonnement des différents secteurs commerciaux de la ville de Saint-Jérôme basé sur l'analyse de provenance de clientèles.
  - La situation actuelle de l'offre en essenceries sur le territoire de la Ville de Saint-Jérôme ainsi que les perspectives dans ce secteur économique.
  
- La demande commerciale des résidents de la ville de Saint-Jérôme :
  - L'évolution de la population et des ménages dans la ville de Saint-Jérôme entre 2011 et 2031 les recensements de Statistiques Canada (2011 à 2021) ainsi que sur les données de la Ville de Saint-Jérôme et nos projections (2021 à 2031).
  - Les caractéristiques sociodémographiques de la population demeurant à Saint-Jérôme selon les secteurs de résidence (Recensement 2021).
  - Le potentiel de marché estimé en 2023, 2026 et 2031 pour chacun des secteurs de la Ville de Saint-Jérôme et des secteurs commerciaux.
  - Les comportements d'achats des résidents de Saint-Jérôme basé sur un sondage effectué auprès des résidents des différents secteurs. Cette analyse des comportements a permis de quantifier les fuites commerciales par typologie commerciale selon les lieux d'achat.
  
- Les principaux constats dans l'adéquation entre l'offre et la demande commerciale de la Ville de Saint-Jérôme.
- Les forces, faiblesses, menaces et opportunités de la structure commerciale actuelle de la Ville de Saint-Jérôme. Celle-ci a été développée dans une synthèse FFOM.

## Description des grandes tendances

La section qui suit présentera sommairement plusieurs grandes tendances dans le secteur du commerce de détail au Québec. Celles-ci contribueront à modifier d'une part les attentes des consommateurs, leur rapport à la technologie et l'aménagement même des commerces et de la structure commerciale.

Cette section s'appuiera en partie sur une revue de la littérature et traitera entre autres des sujets suivants :

- Évolution des ventes dans le commerce de détail ;
- Évolution des ventes en restauration ;
- Tendances démographiques et vieillissement de la population ;
- Impact du vieillissement sur les dépenses ;
- Fragmentation de la taille de ménages ;
- Stagnation des revenus ;
- Utilisation d'Internet, du téléphone intelligent et des médias sociaux ;
- Achats en ligne, « webrooming » et « showrooming »

## Les grandes innovations du 20<sup>e</sup> siècle et l'évolution des formes commerciales

La forme que prend le commerce de détail aujourd'hui sur le territoire est le résultat d'une longue évolution. Chaque époque a vu la montée, l'apogée, puis le déclin de certaines formes commerciales.

Les commerces qui nous entourent peuvent être perçus comme étant les vestiges de certaines époques. Ainsi les bandes commerciales, les centres commerciaux intérieurs, les magasins de grandes surfaces, voire même peut-être prochainement les points de dépôt pour les achats réalisés sur internet témoignent tous de modèles ayant dominés à une époque ou à une autre. Le schéma ci-contre présente les grandes innovations du 20<sup>e</sup> siècle, alors que celui de la page suivante présente l'évolution du système de commerce de détail urbain au Canada.

Le **supermarché**, à partir de 1930, qui amène le libre-service ainsi qu'une plus grande profondeur des assortiments, de plus grandes surfaces de ventes, une standardisation du design et de l'équipement, la rationalisation des effectifs, de nouvelles techniques de « packaging » et des prix inférieurs. Ce concept a été soutenu par certains facteurs externes comme le boom démographique de l'après-guerre, la croissance du pouvoir d'achat, la hausse du taux de possession des réfrigérateurs ainsi que la généralisation de l'automobile et le développement des banlieues.

Le **magasin-entrepôt et la grande surface spécialisée**, dont les premières manifestations prennent forme dans les **années 70**, poussent encore plus loin la formule du prix le plus bas. Dans le cas des magasins-entrepôts, on innove avec de très grandes surfaces de ventes aménagées dans des bâtiments de type « utilitaire », un assortiment large, mais avec une profondeur très réduite, des étalages en hauteur, le principe du libre-service poussé à l'extrême et des procédés raffinés pour réduire les coûts (localisation en zones industrielles, main-d'œuvre peu spécialisée, technologies de pointe dans la gestion, etc.). La grande surface spécialisée, ou « category killer » se distingue du magasin-entrepôt surtout par la très grande profondeur de son assortiment ainsi que, dans certains cas, par un type d'aménagement et un niveau de service qui se rapprochent davantage du commerce traditionnel.

1870

1930

1960

1970

Le **magasin à rayons**, apparu au Québec vers 1870 avec Dupuis et Frères, a inauguré les assortiments étalés sur plusieurs produits et la politique du prix unique et étiqueté. Plusieurs facteurs externes ont contribué à son écosion parmi lesquels figurent la production de masse, le transport ferroviaire continental, le développement du transport en commun (tramways et autobus) et le développement de la mode vestimentaire.

Le **magasin à escompte**, à partir de 1960, qui a raffiné le concept du magasin à rayons en proposant des prix inférieurs rendus possibles par un marketing de masse et une distribution à très hauts volumes. Ce concept a été supporté par le renforcement de la classe moyenne.

## Évolution du système de commerce de détail urbain canadien



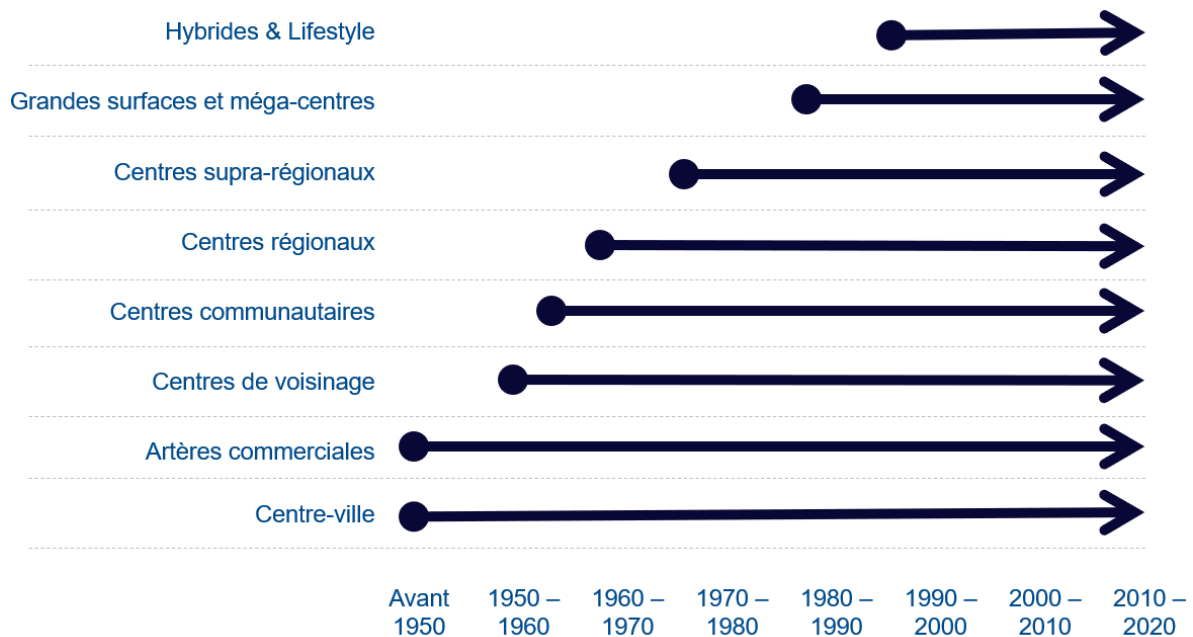
## Évolution des formes commerciales

Chaque époque a vu naître une forme commerciale justifiée par les préférences des consommateurs et par les possibilités technologiques du temps. Certaines implantations de ces nouvelles formes commerciales ont eu pour effet d'effacer certains lieux moins performants, mais généralement, ces ajouts se sont matérialisés en se superposant à la trame commerciale existante, de telle sorte que les premiers centres suprarégionaux construits au milieu des années 1960 n'ont pas complètement rasé l'armature commerciale précédente.

Nous observons donc aujourd'hui différentes formes commerciales sur le territoire, certaines issues de nouveaux concepts et d'autres basées sur une vision plus ancienne d'un même objectif : réaliser la transaction d'un bien ou d'un service avec un client.

Historiquement, si les artères commerciales des quartiers centraux ainsi que le centre-ville reposaient essentiellement sur une clientèle utilisant un mode de transport actif (marche) ou les transports en commun (tramway, autobus) puisqu'en 1951, seulement le quart des ménages montréalais avait accès à un véhicule. De plus, la densité des quartiers centraux a favorisé une certaine proximité des commerces pour les résidents de ces quartiers. La généralisation de l'automobile à partir des années 1960 a favorisé le développement des banlieues de 1<sup>ère</sup>, 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> couronnes sur un modèle de faible densité résidentielle. Au niveau commercial, cette faible densité induit le développement de pôles à des plus grandes distances des bassins de clientèles et a favorisé une très forte utilisation de l'automobile pour s'y déplacer. Récemment, la densification de certains pôles résidentiels en périphérie (ex : Place Montmorency, Solar unquartier, etc.) et la mise en service de réseaux de transport en commun structurant (métro, REM) pourraient rendre certains pôles commerciaux un peu moins tributaires de l'automobile.

### Arrivée et durabilité des formes commerciales depuis le 20<sup>e</sup> siècle





## Le concept des mégacentres

- Un regroupement de grandes surfaces originellement orientées sur les articles à rabais
- Des localisations capables de susciter des flux de clientèle importants
- Une mixité qui ne favorise pas vraiment la synergie
- Un coût immobilier moindre



*Exemple de mégacentre*

## « Lifestyle centre »

- Structure architecturale ouverte
- 150 000 à 500 000 pi<sup>2</sup>.
- Sans locomotive
- Architecture de classe supérieure
- Facilité de stationnement
- Axé sur les biens mode, les loisirs et la maison
- Un exemple de ce type : le Centropolis à Laval



*Le Centropolis, un exemple de centre de type Lifestyle*

## « Power Towns »

- Hybride : lifestyle et mégacentre
- 500 000 à 1 000 000 pi<sup>2</sup>. +
- Multifonctionnel
- Deux exemples au Québec : Quartier Dix30, Faubourg Boisbriand



*Exemple de centre de type Power Town*

Ces innovations formelles se sont traduites de façon très tangible dans le paysage commercial. Notamment, le développement du magasin à rayons et du supermarché, de pair avec le développement des banlieues, a donné le jour aux centres commerciaux. Dans ses premières formes, le centre commercial réunissait un ou deux magasins à rayons, un supermarché et un ensemble de boutiques et de services dans la partie centrale abritée (ou non) d'un mail. Dans la région montréalaise, le développement des centres commerciaux s'est amorcé en 1952 avec la construction du Centre Le Boulevard à l'intersection Pie-IX et Jean-Talon ainsi que les Jardins Dorval (1953). Leur cycle de vie s'est échelonné sur cinquante ans en fonction de quatre périodes : l'émergence (1950-1970), la croissance (1970-1980), l'adaptation (1980-1990) et la maturité (1990-2000). En fait, le dernier grand centre commercial régional à être construit dans la RMR de Montréal fut le Centre commercial Angrignon (1986).



C'est bien sûr durant la période de croissance que l'on a vu le plus grand nombre de centres commerciaux majeurs se construire dans la région montréalaise. D'un point de vue spatial, c'est la période de mise en place des acteurs sur les sites stratégiques en bordure et à l'intersection des grands carrefours autoroutiers. Dès lors apparaissent les premiers grands pôles régionaux de l'agglomération montréalaise :

- Pôle Anjou (A-40 / A-25), qui regroupe les Galeries d'Anjou, la Place Versailles et le Carrefour Langelier.
- Pôle A-440 / A-15, où se concentrent le Carrefour Laval, le Centre Laval et les Galeries Laval.
- Pôle St-Bruno (A-30 / Route 116), site du centre commercial Les Promenades Saint-Bruno.
- Pôle Fairview (A-40 / Saint-Jean), où le Centre Fairview Pointe-Claire a été construit.

Les autres centres commerciaux d'importance se construisent en bordure de voies rapides ou de grands axes régionaux : l'Autoroute 40 (Place Vertu, Centre Le Bazar, Centre Rockland, Galeries Rive Nord), le boulevard Taschereau (Mail Champlain), l'Autoroute 640 (Promenade Deux-Montagnes, Place Rosemère. Faubourg Boisbriand), L'autoroute 15 (Carrefour du Nord, SmartsCentre Saint-Jérôme, SmartsCentre Blainville, Premium Outlets Montréal à Mirabel).

Après 1990, le concept de centre commercial traditionnel atteint sa maturité. La superficie globale augmente peu. Cet essoufflement est essentiellement dû à trois facteurs :

- Les chaînes de magasins à rayons traditionnels, qui constituent les locomotives typiques des centres commerciaux, sont en perte de vitesse.
- Les coûts de construction et d'opération des centres avec mail sont devenus prohibitifs.
- L'apparition de formules plus performantes et plus abordables en termes de loyers : les mégacentres (et les grandes surfaces).

Le concept de grandes surfaces prend donc le relais. On la retrouve évidemment en aménagement autonome, le long des grandes artères à vocation régionale. Mais leur regroupement en pôle ou mégacentre est ce qui a le plus marqué le paysage commercial des récentes années.

Les pôles de grandes surfaces ne sont pas toujours planifiés par un promoteur ou un développeur. Parfois, les magasins s'installent un à un, au gré de l'évolution du marché, de la disponibilité des sites stratégiques ou des actions des concurrents, une grande surface attirant la venue d'une autre sous l'effet de la synergie et des avantages d'agglomération.

Le mégacentre est planifié par un promoteur ou un développeur. Il se caractérise par la présence de plusieurs grandes surfaces qui ne sont pas reliées entre elles par un mail. De façon typique, il s'articule autour d'une ou de plusieurs très grandes surfaces, souvent un magasin-entrepôt comme Costco, un centre de rénovation ou un magasin à rayons à escompte, comme Wal-Mart. Ces locomotives sont complétées d'un ensemble de moyennes ou grandes surfaces aménagées de façon isolée ou contiguë ainsi que de quelques petits établissements complémentaires : restaurants, banques, stations d'essence.

## L'apogée du modèle d'affaire de la grande distribution

La grande surface est l'aboutissement du modèle d'affaires de la grande distribution. Il repose sur une formule relativement simple : réduire les coûts, améliorer les pratiques de gestion et transmettre ensuite ces économies dans le prix et, ainsi, rehausser la compétitivité de l'entreprise. Les économies que permet la grande surface comme formule commerciale sont nombreuses :

- Les coûts de construction, avec des bâtiments utilitaires carrés, d'un seul étage, standardisés et sans ornementation architecturale.
- Les coûts d'aménagement, car les sites se trouvent très souvent à la périphérie des villes, près des carrefours autoroutiers où le prix des terrains est plus faible qu'en zone urbaine dense.
- La diminution du nombre de points de vente, une seule grande surface bien localisée pouvant desservir un marché qui, autrefois, était desservi par plusieurs petits magasins. Pour une chaîne, cela entraîne d'importantes économies sur le plan de la main-d'œuvre, des inventaires et des coûts d'acheminement de la marchandise (une partie des coûts de transport est ainsi refilée au consommateur).

Sans l'optimisation des systèmes d'approvisionnement, le modèle d'affaires de la grande distribution n'aurait pas connu un tel essor. Grâce à l'informatique, il est possible de structurer l'approvisionnement des réseaux à l'aide de quelques vastes centres de distribution qui acheminent les marchandises aux succursales en fonction des besoins quotidiens des détaillants. Selon ce principe du « just in time », les inventaires sont tenus au minimum, le camion assumant une partie de la fonction d'entreposage.

La centralisation des achats est une autre des grandes caractéristiques du modèle d'affaires de la grande distribution. Pour des chaînes d'importance, qui comptent plusieurs centaines ou plusieurs milliers de points de vente, cela peut se traduire par des économies d'échelle significatives : en raison de ses hauts volumes d'achat, le détaillant détient un bon pouvoir de négociation avec ses fournisseurs. Il peut ainsi bénéficier d'escomptes et/ou de prix unitaires plus bas. Ces économies sont relayées au consommateur en offrant des prix plus bas.

L'internationalisation des achats est également un phénomène important. L'ouverture des marchés asiatiques, notamment celui de la Chine, a permis à de nombreuses chaînes de s'approvisionner à meilleurs coûts. Ce phénomène, que l'on observait surtout dans les secteurs des biens mode et des jouets s'étendent aujourd'hui à la plupart des produits manufacturés, même haut de gamme.

Le développement massif des grandes surfaces depuis les 20 dernières années a également été soutenu par la hausse des coûts : le coût des terrains en zone centrale bien sûr, mais aussi le coût de location des emplacements en centre commercial. Aujourd'hui, de nombreux détaillants préfèrent ouvrir des magasins dans les mégacentres même si la productivité des ventes y est inférieure. Mais ces emplacements restent rentables, car le prix du loyer au pied carré y est souvent de deux fois inférieur à celui des centres commerciaux régionaux.

Émergence du commerce électronique : Vers la fin des années 1990, de nouveaux joueurs font leur apparition dans le commerce de détail dont le plus connu, Amazon. La montée en puissance de ces joueurs a forcé les détaillants traditionnels à intégrer une plate-forme de commerce électronique à leur stratégie commerciale. Cette stratégie omnicanale plait aux consommateurs, mais son déploiement a entraîné des coûts massifs auprès des détaillants traditionnels. De plus, la transparence des prix sur internet a mis des pressions substantielles sur les marges bénéficiaires de ceux-ci. Finalement, plusieurs détaillants

réfléchissent sur la nécessité de conserver le même nombre de magasins et/ou à réduire la superficie de leurs magasins.

Dématérialisation de certains produits : La montée en puissance d'internet a également favorisé la dématérialisation de certains produits et services (clubs vidéo, magasins de disques, librairies, jeux vidéo, une partie des services financiers, agences de voyages, etc.) ce qui a contribué en partie à la vacance de locaux commerciaux.

### Les centres de type life style et la transgression des genres

Un nouveau concept commercial s'est imposé à contre-courant du phénomène des grandes surfaces : les centres de type « lifestyle ». Une invention du développeur américain Poag & McEwen, le terme « lifestyle centre » réfère à un centre commercial sans mail intérieur regroupant des chaînes spécialisées et des restaurants offrant au consommateur une expérience d'achat adaptée aux styles de vie actuels. Ces centres présentent une architecture recherchée et savent créer une atmosphère et une ambiance agréable. De façon concrète, ils se caractérisent par :

- une localisation dans des secteurs démographiques avec une bonne concentration de ménages aux revenus supérieurs;
- une superficie locative brute globale se situant entre 150 000 et 500 000 pieds carrés;
- la présence d'une composante « divertissement », souvent un complexe cinématographique;
- la présence de plusieurs restaurants avec service complet (5,5 restaurants en moyenne);
- des éléments architecturaux et un mobilier urbain plus recherchés favorisant la promenade et le lèche-vitrine : fontaines, lampadaires, bancs et places publiques, jardins et plantations, etc. ;
- quelques grandes enseignes de biens mode pouvant agir comme locomotives (Zara, H&M, etc.) ;
- une partie de l'espace occupé par des chaînes offrant des produits de moyen à haut de gamme.

Le développement de ce concept a été significatif aux États-Unis. Alors qu'on en comptait une trentaine au milieu des années 90, il existe aujourd'hui environ 500 centres de type « lifestyle » (ICSC, 2017). Leur concept d'aménagement a d'ailleurs évolué au fil des ans, si bien qu'aujourd'hui, les centres américains de type « lifestyle » peuvent prendre plusieurs formes.

### Quelques exemples de centres de type lifestyle aux États-Unis



Source: ICSC. Spring Convention 2006. Breaking New Grounds. Life styles Centers, Past, Present and Future.

L'aménagement des centres de type lifestyle suivent une ou plusieurs de ces formules :

- Être intégrés à la grille urbaine ou reproduire une grille de rues comme le Market Common Clarendon à Arlington en Virginie ou encore le Easton Town Center de Columbus (Ohio).
- Reproduire une « rue principale » traditionnelle comme le centre Shop at Evergreen Walk de South Windsor au Connecticut ou le Bowie Town Center au Maryland.
- Être construit sur deux étages, comme un centre commercial régional, mais sans mail intérieur, comme le Short Pump Town Center de Richmond, en Virginie.
- Être replié autour d'une place centrale, les bâtiments formant une ceinture ou une demi-lune à l'exemple du Highland Park Village de Dallas ou du centre Avenue East Cobb d'Atlanta.
- Être le prolongement extérieur d'un centre commercial régional avec mail intérieur comme c'est le cas au Mall of Georgia at Mill Creek, en Georgie.

Au Canada, le développement de centres de type « lifestyle » n'a pas été aussi intensif. En fait, on ne dénombre que très peu d'exemples typiques à l'heure actuelle et dans la plupart des cas, il ne s'agit pas de reproductions totalement fidèles des « lifestyles » américains. Ils sont plutôt de vastes ensembles hybrides (power towns) où se côtoient une partie mégacentre avec des grandes surfaces de style « big box » et une autre de type « rue principale », à l'échelle plus humaine et avec des éléments de design et un mobilier urbain empruntés au style « lifestyle ». Le Quartier Dix 30, Centropolis et le Faubourg Boisbriand sont trois excellents exemples de cette juxtaposition des deux concepts et ont des superficies largement supérieures aux Lifestyles Américains. Ces trois centres de type lifestyle ou hybride dans la région métropolitaine de Montréal sont les seuls centres existants de ce type. À l'exception du projet Royalmount (partie mail – partie lifestyle), aucun autre projet de cette envergure n'est prévu sur le territoire de la région métropolitaine.

Les raisons les plus invoquées pour expliquer la rupture de tendance entre le Canada et les États-Unis sont bien entendu associées au climat : le magasinage en plein air peut être une activité des plus agréables à Los Angeles, Phoenix ou Fort Lauderdale, mais à Montréal, alors que le mercure tombe sous la barre du zéro durant quatre à cinq mois, les consommateurs préfèrent encore les environnements contrôlés des centres avec mail intérieur. Une exception cependant, le Quartier Dix/30 qui avec ses 2,8 millions de pieds

carrés et ses 25 millions de visites font de ce dernier le plus grand et le plus fréquenté de tous les centres commerciaux (toutes catégories confondues) au Québec.

Mais au-delà du climat, il faut également considérer qu'aux États-Unis, l'éventail des chaînes de détaillants est beaucoup plus vaste et diversifié.

Outre les raisons évoquées précédemment, une plus faible croissance démographique ne justifie plus l'ouverture de centres commerciaux (lifestyle, hybrides, mégacentres, mails) de grandes dimensions. La densification de type multiusage tel la Place Montmorency (Montoni), ainsi que les projets Solar Uniquartier et le centre-ville de Longueuil (Devimco) induiront surtout une présence de commerces de proximité au rez-de-chaussée des immeubles, dont une bonne partie de la clientèle s'y rendra à pied ou via les transports en commun.

## Évolution des ventes dans le commerce de détail

Au Québec, les établissements œuvrant dans l'industrie du commerce de détail ont enregistré des ventes de 131,1 milliards \$ en 2020 alors qu'elles étaient de 102,6 milliards \$ en 2011 (Statistique Canada, 2021). Ceci correspond à une croissance de 28% sur 10 ans.

On constate toutefois que les ventes excluant l'automobile et l'alimentation ont vu une croissance moins importante avec 18% pour la même période. Les secteurs de l'automobile et de l'alimentation représentent environ 50% des ventes au détail au Québec.

### Ventes annuelles dans la province de Québec (en milliards \$)

Année	Commerce de détail	Commerce de détail excluant l'automobile	Commerce de détail excluant l'automobile et l'alimentation
2011	102,6	79,0	55,5
2012	103,8	79,5	55,9
2013	106,9	81,6	57,8
2014	109,6	83,1	58,6
2015	111,8	83,1	58,0
2016	119,2	87,0	60,8
2017	125,7	90,8	63,2
2018	130,2	94,0	65,6
2019	131,4	95,3	65,1
2020	131,1	98,7	65,6

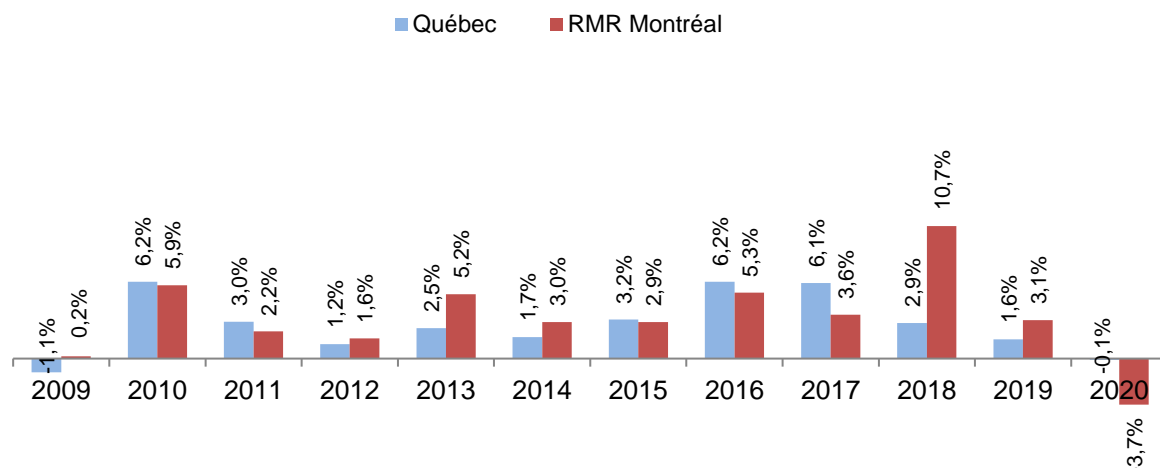
Depuis 2009, les ventes au détail ont connu une augmentation annuelle moyenne de 2,8% au Québec et de 3,3% dans la RMR de Montréal. À la suite de la crise financière de 2008-2009, les ventes ont augmenté de 6,2% au Québec et 5,9% dans la RMR. Une seconde variation assez importante en 2018 dans la RMR témoigne d'une augmentation générale des prix ainsi que de l'arrivée des magasins de cannabis sur le marché du commerce de détail (Statistique Canada, 2019).

Plus récemment, la pandémie de la COVID-19 a causé un certain bouleversement dans le secteur du commerce de détail. Alors qu'on notait des variations annuelles des ventes se situant entre 2% et 6% au cours des dernières années, nous avons observé en 2020 le premier recul des ventes depuis 2009.

Les mesures sanitaires ayant imposé des périodes de fermeture complète de plusieurs semaines chez les commerces non essentiels ainsi que des seuils maximaux de clients dans les magasins, les ventes au détail ont été affectées durant l'année 2020. Cependant, en se comparant à la moyenne québécoise, la RMR de Montréal est dans une situation plus difficile, avec une variation annuelle de -3,7% de ses ventes en comparaison à -0,1% au Québec et à -1,7% au Canada. Il faut mentionner que la RMR de Montréal s'est retrouvée avec un palier d'alerte « rouge » durant une plus longue période que l'ensemble du Québec. Les rassemblements étaient alors interdits et les restaurants devaient fermer leur salle à manger. La livraison constituait la seule activité permise aux restaurants.



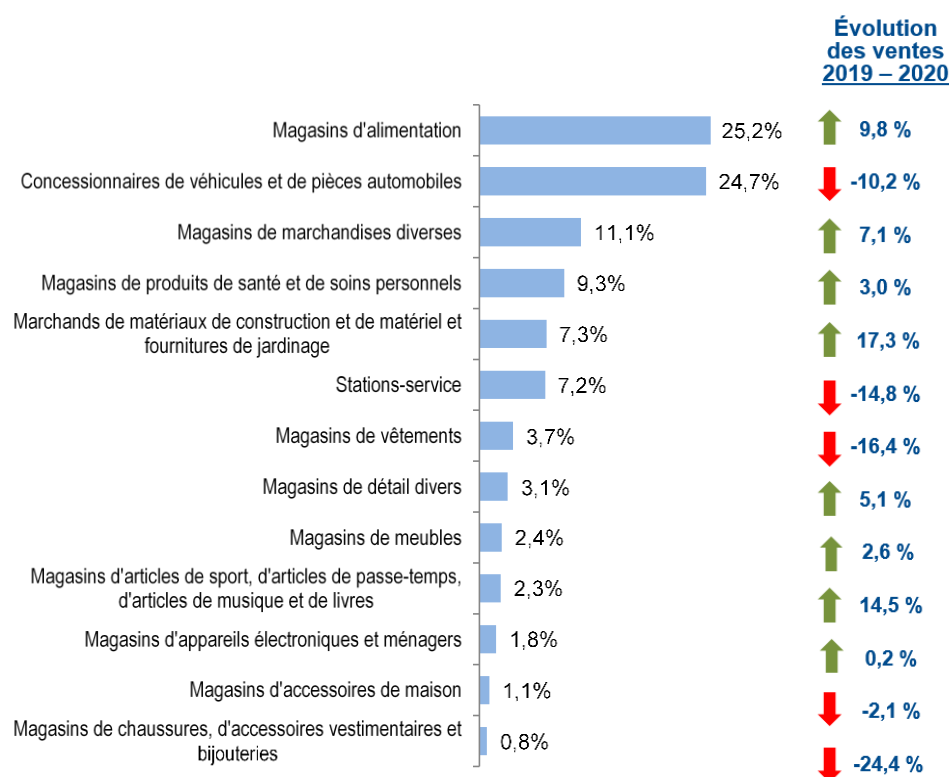
## Taux de croissance des ventes au détail totales (%) (Statistique Canada, 2021)



### Répartition des ventes par secteur

Au Québec, plus de la moitié des ventes au détail sont attribuable aux magasins d'alimentation, aux concessionnaires automobiles (et des pièces) et aux stations-service. Toutefois, ce ne sont pas les magasins où les ventes ont le plus augmenté en 2020. En effet, alors que les ventes au détail ont diminué significativement en 2020 dans certains secteurs (biens mode, stations-service et concessionnaires automobiles), d'autres ont vu une hausse importante de leurs ventes durant cette année de pandémie. C'est le cas entre autres des magasins de matériaux de construction et de jardinage (+17,3%) et des magasins d'articles de sports, de passe-temps, de musique et de livres (+14,5%). C'est donc dire qu'en période de confinement, les consommateurs québécois se sont tournés vers les biens relatifs aux activités permises (sports extérieurs individuels, jardinage, etc.).

### Répartition des ventes totales par secteur (2020) (Statistique Canada, 2021)



## Fermetures et détaillants sous la protection des tribunaux en 2020

Les ventes des magasins de biens mode ayant été particulièrement touchées par la pandémie, nous avons assisté en 2020 à la fermeture définitive et à la restructuration de plusieurs enseignes nationales et internationales. Il faut signaler que l'aide gouvernementale offerte aux détaillants s'adressait uniquement aux commerçants dont le chiffre d'affaires annuel était inférieur à 20 millions de dollars. Conséquemment, les chaînes de plus grande envergure ont, dans bien des cas, été obligées de se placer sous la protection des tribunaux. De plus, pour nommer quelques exemples, Addition-Elle, Thyme Maternité, Sportium et Le Château ont fermé définitivement leurs portes. Il faut également noter que certaines chaînes étaient déjà en perte de vitesse avant la pandémie et celle-ci a contribué à leur fermeture définitive.

### Détaillants définitivement fermés ou sous la protection des tribunaux

#### Fermetures définitives

Addition-Elle



SPORTIUM

le château

#### Sous la protection des tribunaux

VERO MODA

Reitmans

La SENZA



JACK & JONES

ALDO

ERNEST



Moore's

LAURA



La Photo à Cache-cache

GARAGE

NIENZAT  
NIENZAT  
NIENZAT

VINCENT D'AMÉRIQUE

CARLTON CARDS

TRISTAN

NERO  
bianco

stokes

SAIL

DYNAMITE

bentley

MOUNTAIN  
EQUIPMENT  
CO-OP

Les Entreprises  
Vergobond

DAVID&TEA

## Évolution des ventes dans la restauration

Au Québec, les établissements de restauration et débits de boisson ont enregistré des ventes moyennes d'environ 12 milliards annuellement de 2011 à 2020. Alors que les ventes étaient de près de 15 milliards \$ en 2019, nous notons un recul important de celles-ci en 2020 dus à la pandémie de COVID-19. En effet, les ventes enregistrées en 2020 étaient similaires à celle de 2011, soit de 10,2 milliards \$. Cette baisse s'explique par la fermeture forcée des salles à manger des restaurants et des bars durant la majorité de l'année 2020.

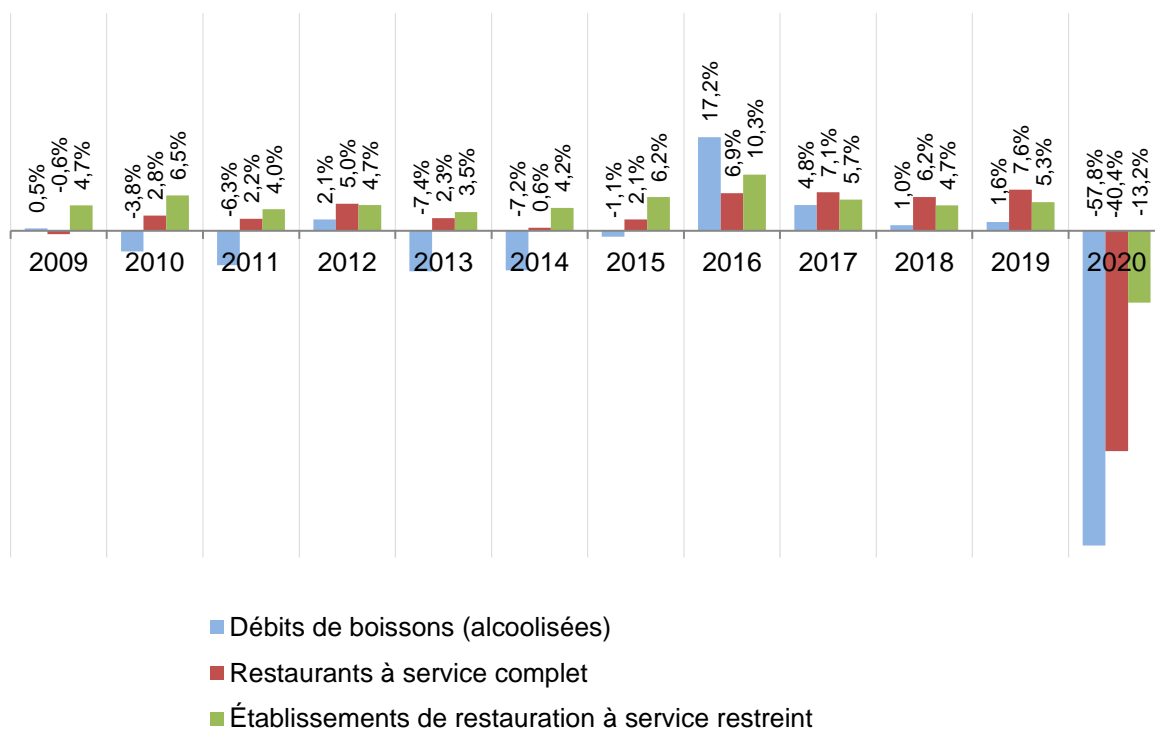
Ventes annuelles en restaurants et débits de boisson dans la province de Québec (en milliards \$) (Statistique Canada, 2021)

Année	Restaurants et débits de boisson
2011	10,2
2012	10,7
2013	11,0
2014	11,1
2015	11,5
2016	12,5
2017	13,3
2018	14,0
2019	14,9
2020	10,2

Dans le secteur de la restauration, depuis 2009, l'augmentation moyenne des ventes a été en moyenne de 1,2% annuellement au Québec. La pandémie de la COVID-19 a causé un grand bouleversement dans le secteur de la restauration au Québec. Alors qu'on notait des variations annuelles des ventes se situant entre 2% et 6% entre 2010 et 2015 pour les restaurants à service complet et restreint (le sous-secteur des débits de boisson connaissait déjà une certaine décroissance), le secteur de la restauration a connu un certain essor de 2016 à 2019. En effet, à partir de 2016, on note des variations positives substantielles en raison d'une augmentation des prix de vente et des perspectives d'emplois favorables à la fréquentation de restaurants et bars (Statistique Canada, 2021).

En 2020, nous avons assisté au premier recul des ventes dans ces catégories depuis 2009. Les mesures sanitaires ayant imposé des périodes de fermeture complète de plusieurs semaines, voire mois, dans les salles à manger ainsi que des seuils maximaux de clients dans les salles à manger, les ventes ont été affectées durant l'année 2020. Ce sont surtout les établissements avec service complet qui ont été touchés (-40,4% par rapport à 2019, contre -13,2% pour les établissements à service restreint).

**Taux de croissance des ventes en restauration au Québec (%)** (Statistique Canada, 2021)



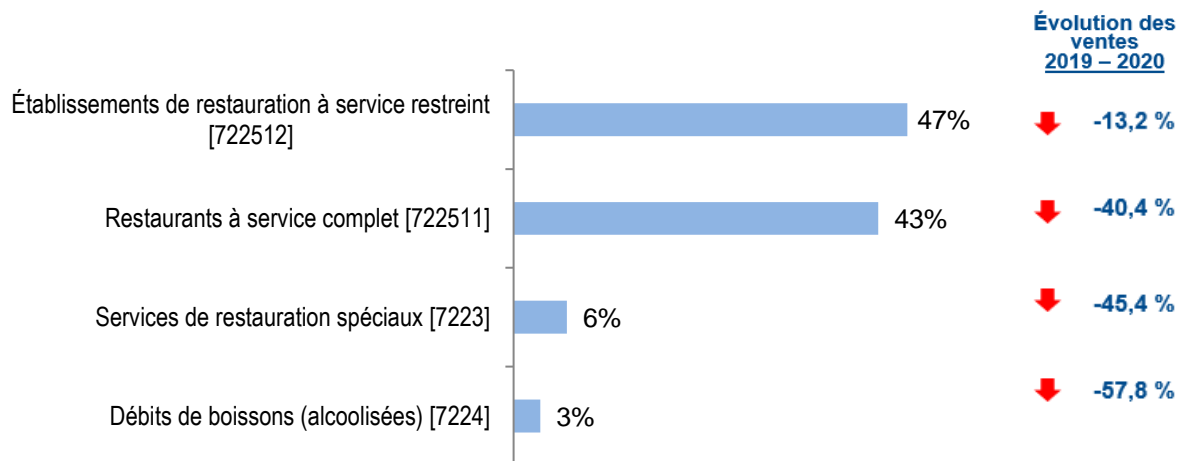
\*Il n'existe pas de données à l'échelle de la RMR de Montréal.

## Répartition des ventes par type de restaurant

Au Québec, en 2020, la grande majorité des ventes en restauration s'est réalisée dans les établissements de restauration à service restreint (47%) et dans les restaurants à service complet (43%).

On constate toutefois que tous les secteurs n'ont pas subi les mêmes pertes en raison de la pandémie. En effet, par rapport aux ventes de 2019, les plus touchés ont été les débits de boissons alcoolisées (-57,8%), les services de restauration spéciaux (-45,4%) ainsi que les restaurants à service complet (-40,4%). Les mesures sanitaires ont été beaucoup plus contraignantes sur ces secteurs que sur les restaurants à service restreint (-13,2%), qui offraient déjà en bonne partie des plats à emporter.

### Répartition des ventes totales 2020 par secteur (Statistique Canada, 2021)



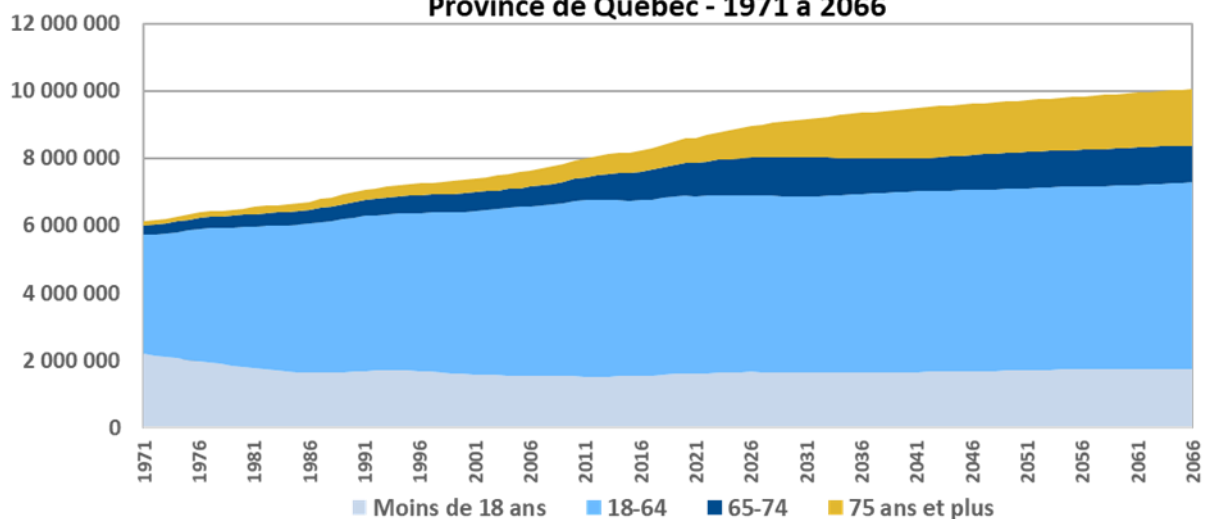
## Vieillesse de la population

Selon l'Institut de la Statistique du Québec (ISQ), la croissance démographique du Québec entre 2021 et 2041 est estimée à 10,3% pour l'ensemble de la province et de 4,8% pour la période 2041 à 2061. Elle sera essentiellement soutenue par la population de 75 ans et plus. En effet, cette croissance est due à l'arrivée des baby-boomers dans cette tranche d'âge. Celle-ci, les 75 ans et plus, doublerait presque au cours de cette période (+116%).

Le pourcentage de la population âgée de 65 ans et plus passerait de 20% en 2021 à 26% en 2041, puis 28% en 2061. Rappelons qu'il n'était que de 7% en 1971! Ceci aura, entre autres, pour effet de diminuer le poids de la population en âge de travailler par rapport à l'ensemble de la population. En effet, le poids démographique des 18-64 ans passerait de 61% en 2021 à 55% en 2061. Ce phénomène s'expliquerait par le faible accroissement naturel de la population (natalités moins décès) et le passage de générations plus populeuses (baby-boomers) que les suivantes.

En résumé, la population active sera relativement stable sur la période (+3,9% entre 2021 et 2061), alors que la population âgée de 75 ans et plus augmentera substantiellement (+116,0%). D'ici 2036-2041, le Québec subira de profondes transformations, alors qu'ensuite (2041-2061) le « portrait » sera relativement stable et les proportions par groupe d'âge demeureront constantes.

**Évolution démographique par groupe d'âge  
Province de Québec - 1971 à 2066**



**Évolution de la population par groupe d'âge au Québec**


Année	Moins de 18 ans	18-64	65-74	75 ans et plus	Total
1981	1 775 162	4 198 982	372 053	201 010	6 547 207
2001	1 581 170	4 851 035	549 369	414 882	7 396 456
2021	1 601 448	5 252 654	995 535	754 858	8 604 495
2041	1 655 003	5 359 304	974 106	1 500 964	9 489 377
2061	1 749 292	5 456 108	1 105 787	1 630 197	9 941 384
1981-2001	-10,9%	15,5%	47,7%	106,4%	13,0%
2001-2021	1,3%	8,3%	81,2%	81,9%	16,3%
2021-2041	3,3%	2,0%	-2,2%	98,8%	10,3%
2041-2061	5,7%	1,8%	13,5%	8,6%	4,8%
<b>2021-2061</b>	<b>9,2%</b>	<b>3,9%</b>	<b>11,1%</b>	<b>116,0%</b>	<b>15,5%</b>

Source : ISQ.

## Impact du vieillissement sur les dépenses

Selon Statistique Canada, le panier de consommation change significativement avec l'âge. À l'exception des pharmacies et produits de santé et de soins personnels, la plupart des autres typologies commerciales ont des indices de dépenses beaucoup plus faibles chez les personnes âgées que les groupes d'âges plus jeunes. En effet, les postes de dépenses pour le logement, le transport, les communications, les vêtements, les accessoires ménagers, les boissons alcoolisées et l'éducation sont significativement plus faibles chez les 65 ans et plus, comparativement aux moins de 30 ans. Le tableau suivant de Statistique Canada présente cette réalité (moyenne sur 10 ans).

**Indice de dépense (100=moyenne) par ménage par tranche d'âge de la personne de référence**  
**Moyenne 2010 à 2019 - Canada**

Dépenses:  
Faibles  Fortes  
Moyennes

Poste de dépense	Moins de 30 ans	30 à 39 ans	40 à 54 ans	55 à 64 ans	65 ans et plus	Total
<b>Comparaison à la moyenne</b>						
Accessoires pour la maison	54	126	154	121	91	100
Alimentation	81	114	126	113	86	100
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	63	151	164	99	57	100
Bijouteries et maroquineries	116	118	119	89	50	100
Chaussures	91	125	141	98	47	100
Électronique, électroménagers et ordinateurs	105	107	119	98	62	100
Magasins de détail divers	82	133	129	101	72	100
Meubles	121	119	106	81	45	100
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	86	101	122	112	93	100
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	109	106	110	86	73	100
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	81	101	111	115	113	100
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	66	109	132	134	98	100
Restaurant	106	114	113	92	65	100
Vêtements et accessoires vestimentaires	93	126	131	96	56	100

Nous observons également une seconde tendance lourde qui consiste en un virage vers une économie de services (plutôt que de biens) qui a déjà grandement influencé l'offre commerciale d'aujourd'hui. À titre comparatif, en 1951 il n'y avait que 2 801 restaurants et 12 gyms au Québec. La province ne comptait alors aucun salon de manucure / pédicure et aucun spa. En 2017, le nombre de restaurants a explosé à 20 059, les gyms sont dans pratiquement tous les quartiers de nos villes (802 au Québec) et il n'est pas rare de croiser un salon de manucure ou un spa.

Plusieurs facteurs ont contribué à ce changement :

- Un approvisionnement de plus en plus grand au cours des 40 dernières années à partir de pays dont la Chine fût un grand contributeur. Ce phénomène a permis une déflation des prix de biens manufacturés dans plusieurs catégories diminuant les dépenses des ménages dans ces types de biens au profit d'une économie plus axée vers les services (restauration, soins personnels, gyms, loisirs et divertissements) ;



- Un plus grand souci relié à la santé et au bien-être personnel ;
- La dématérialisation de certains biens (vidéos, DVD, livres, jeux vidéo, etc.) ;
- L'arrivée massive des femmes sur le marché du travail depuis environ 60 ans a entraîné des besoins supplémentaires pour différents types de services : restauration, soins personnels, etc. ;
- Le nombre grandissant de voyages à l'étranger ainsi que les flux migratoires importants provenant de différentes parties du monde ont généré une demande croissante pour un plus grand nombre de restaurants aux origines culinaires diverses ;
- La miniaturisation doublée de la puissance accrue des microprocesseurs a permis de combiner un ensemble d'usages (téléphonie, photos, vidéos, calculatrice, écoute multimédia) dans un même appareil (téléphone intelligent et tablettes).

Les transformations démographiques et comportementales auxquelles nous assistons modifient également la dépense moyenne des ménages par poste de dépense. Entre 2010 et 2019, les catégories ayant le plus fortement progressé sont liées à des services, alors que des catégories très présentes dans les centres commerciaux ont connu une certaine décroissance ou stagnation (vêtements et accessoires, articles de sports, jouets, informatique, artisanat, produits de soins personnels, matériel de divertissement au foyer).

#### Évolution du nombre de magasins au Québec

Type de service	1951	2017
Restaurants	2 801	20 059
Gyms	12	802
Manicules / pédicures	0	747
Spas	0	247

#### Dépense moyenne des ménages québécois par principaux postes de dépenses entre 2010 et 2019 (\$ courants)

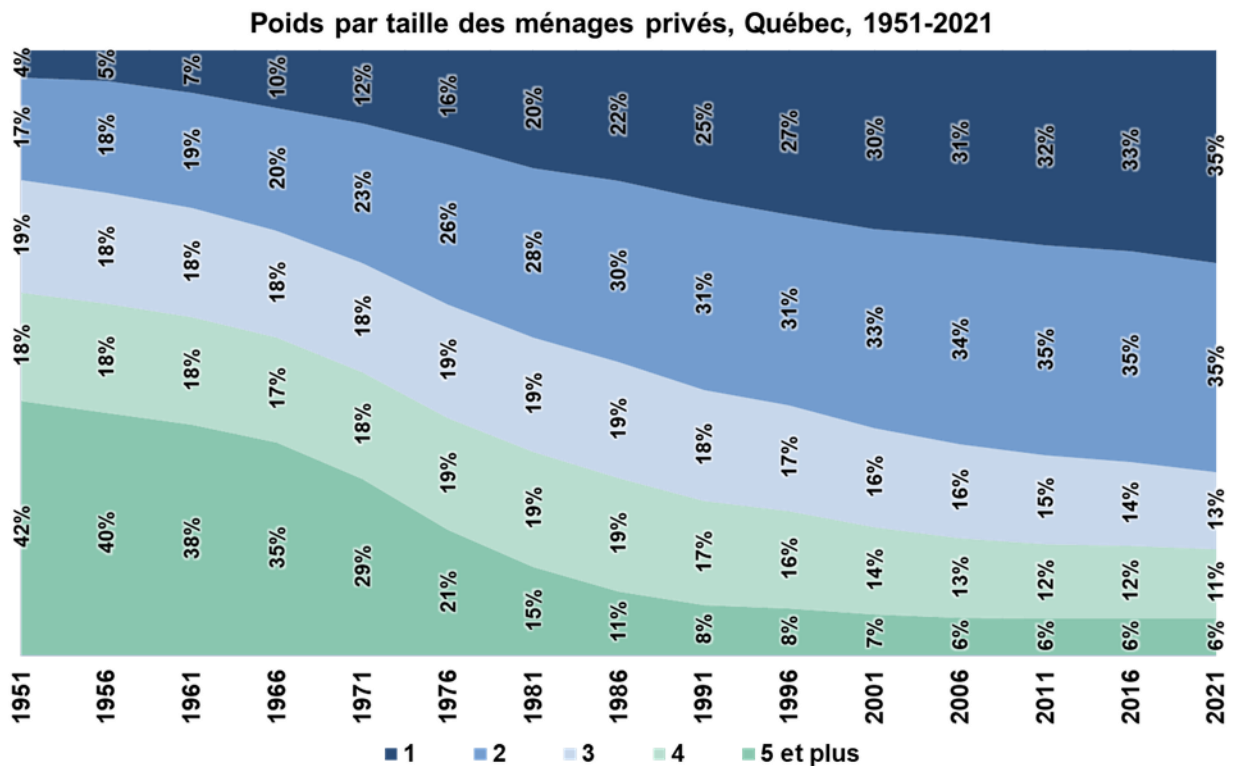
Catégorie de dépense <sup>1</sup>	Évolution 2010-2019		Part de la superficie des centres régionaux et suprarégionaux <sup>2</sup>
	%	\$	
Vêtements et accessoires	-5%	-159	54,8%
Articles de sports, jouets, informatique, artisanat	4%	35	13,1%
Ameublement et équipement ménagers	30%	480	6,0%
Aliments achetés au restaurant	24%	438	5,4%
Produits de soins personnels	1%	5	4,4%
Matériel de divertissement au foyer (TV, audio)	-64%	-256	3,9%
Services de soins personnels	69%	232	1,9%
Communications	52%	708	1,3%
Aliments achetés au magasin	32%	1 799	0,7%
Divertissement (cinémas et cotisation étab. sportif)	242%	494	0,7%

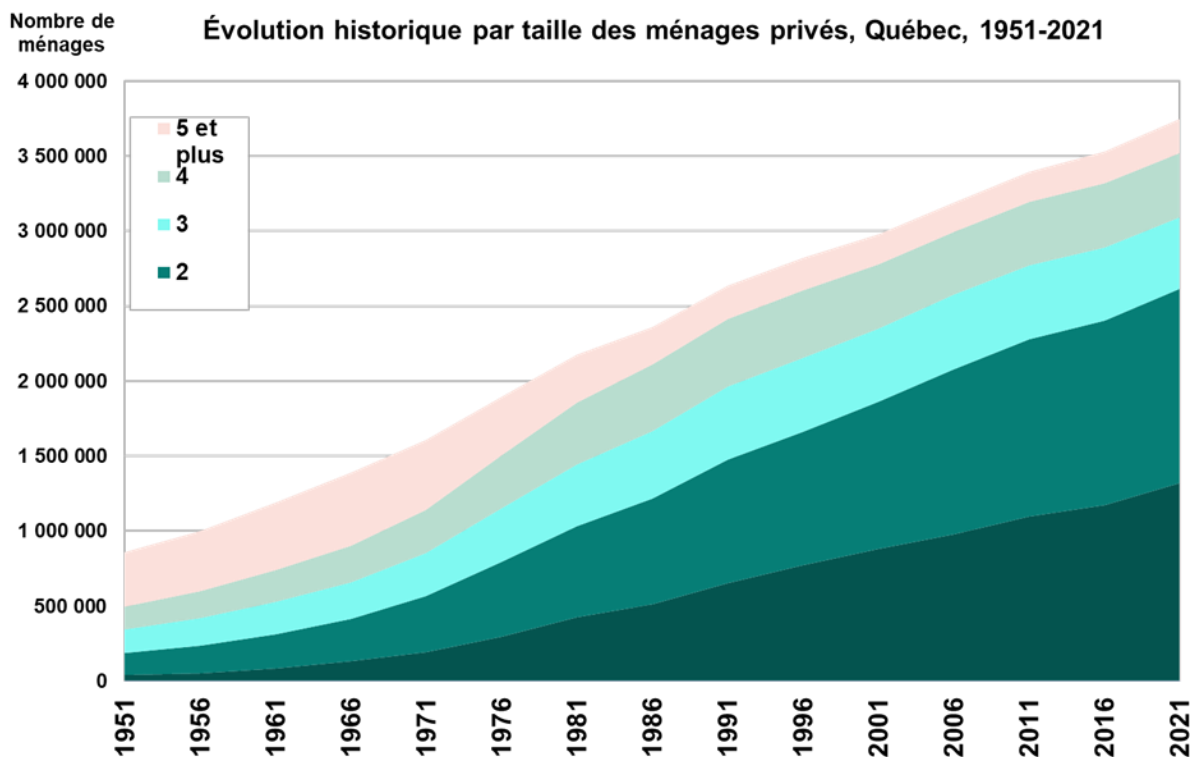
## Fragmentation des ménages

La taille des ménages peut expliquer certains comportements d'achats dans le secteur du commerce de détail. Par exemple, si l'on pense aux dépenses en alimentation, il est permis de croire qu'une famille de 2 adultes et 2 enfants fréquentera de façon différente un même magasin d'alimentation qu'une personne vivant seule. En effet, les achats seront plus importants pour une famille, mais peut-être seront-ils faits à un intervalle de temps plus espacé que pour une personne vivant seule.

Bref, en observant l'évolution de la taille des ménages entre 1951 et 2021, une tendance lourde se dessine : il y a une forte diminution du nombre moyen de personnes par ménage. Le Québec est passé de 4,6 personnes en 1951 à 2,3 personnes par ménage en 2021. Les personnes vivant seules représentent maintenant le tiers des ménages, alors que cette proportion n'était que du vingtième en 1951.

Si les ménages de 5 personnes et plus dominaient les statistiques en 1951, il n'en est rien au dernier recensement de 2016. En effet, 42% des ménages étaient composés de 5 personnes et plus en 1951 alors que cette proportion n'est que de 6% en 2021. Au recensement de 2021, près de 40% des ménages étaient composés d'une seule personne dans l'agglomération de Montréal.





### Impact de la taille du ménage sur les dépenses

Le tableau de la page suivante présente la moyenne des dépenses des principaux types de ménages (par poste de dépense) entre 2010 et 2019. Dans celui-ci, le nombre 100 représente la consommation moyenne de tous les ménages pour un poste de dépense donné. En deçà de 100, la dépense par ménage est inférieure à la moyenne et au-delà, supérieure.

Ce tableau indique que : 1) pour la quasi-totalité des postes de dépenses, ce sont les couples avec enfants et les couples avec d'autres personnes qui ont la consommation la plus élevée ; 2) les couples sans enfants semblent consacrer une proportion plus importante de leurs dépenses pour des produits non essentiels ou de luxes, tels que les bijoux, les meubles et accessoires pour la maison, la restauration, et les soins et produits personnels ; 3) les ménages monoparentaux ont une consommation généralement inférieure à la moyenne des ménages et leurs principaux postes de dépenses semblent être pour les produits essentiels ; 4) les ménages composés d'une seule personne sont, sans surprise, ceux dont la dépense par ménage est la plus faible pour la plupart des catégories.

**Indice de dépense (100=moyenne) par type de ménage**  
Moyenne 2010 à 2019 - Canada

Dépenses:  
Faibles  Fortes  
Moyennes

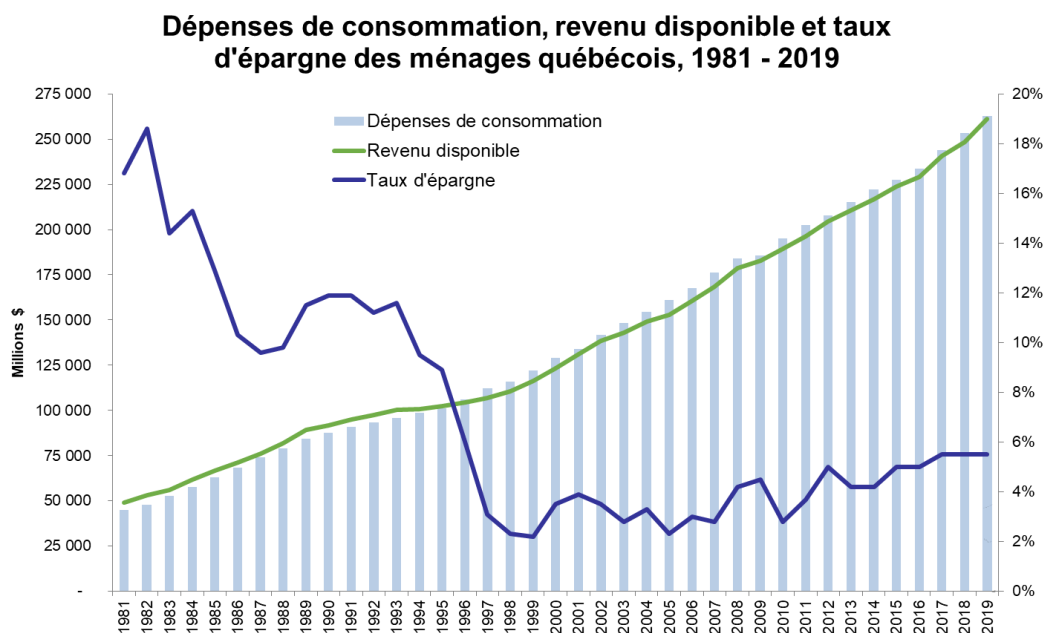
Poste de dépense	Ménages d'une personne	Couples sans enfant	Couples avec enfants	Couples avec d'autres personnes	Ménages monoparentaux	Autres ménages	Total
<b>Comparaison à la moyenne</b>							
Accessoires pour la maison	40	114	117	44	31	18	100
Meubles	53	109	140	136	83	82	100
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	49	119	140	98	65	62	100
Électronique, électroménagers et ordinateurs	55	94	139	152	94	108	100
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	31	85	147	39	25	27	100
Vêtements et accessoires vestimentaires	49	93	145	180	100	107	100
Bijouteries et maroquinerie	27	120	143	134	38	59	100
Chaussures	44	76	157	197	106	113	100
Magasins de détail divers	47	106	138	75	62	41	100
Alimentation	53	103	142	135	90	92	100
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	59	112	120	117	76	90	100
Restaurant	59	110	132	124	81	97	100
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	59	112	130	129	88	92	100
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	87	105	109	68	96	109	100

Source : Statistique Canada, Tableau: 11-10-0224-01. Traitement par Groupe Altus.

## La stagnation des revenus des ménages

Depuis la fin des années 90, les dépenses de consommation des ménages québécois excèdent le revenu disponible. En outre, depuis 1981, la croissance moyenne annuelle des dépenses (4,8%) a été légèrement plus forte que celle des revenus (4,5%). La croissance rapide des dépenses a été notamment soutenue par une conjoncture particulièrement favorable à l'achat et au crédit : des tendances à la baisse des prix pour certains produits (électronique et informatique), ainsi que de faibles taux d'intérêt.

Le rythme de consommation soutenu des Québécois va forcément gonfler leur passif. À preuve, la dette de consommation moyenne des unités familiales québécoises a grimpé de 13 998 \$ à 26 872 \$ entre 1999 et 2016 (Institut de la statistique du Québec, 2019). En corollaire, et comme le montre le graphique, le taux d'épargne a chuté de façon marquée depuis les trente dernières années.

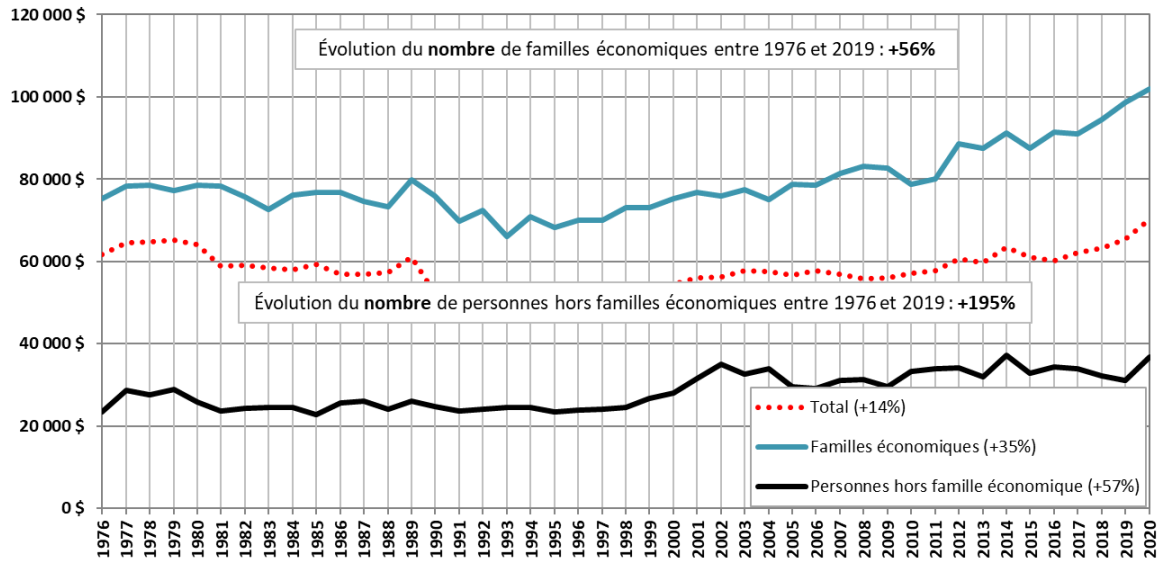


En dollar constant, le graphique de la page suivante illustre une relative stagnation du revenu médian après impôt entre 1976 et 2020 à Montréal. Sur ces 44 années, le revenu médian après impôt n'a augmenté que de 35% chez les familles économiques et de 57% chez les personnes hors famille économique (personnes vivant seules ou avec des personnes non apparentées).

Au total l'évolution du revenu médian chez les ménages montréalais n'aura donc été que de 14%, car le poids des personnes hors famille économique, de revenu inférieur, a fortement progressé sur la période (+195%) par rapport au poids des familles économiques (+56%).

Revenu médian  
(\$ constants  
de 2020)

## Évolution du revenu médian après impôts entre 1976 et 2020 (\$ constants 2020)

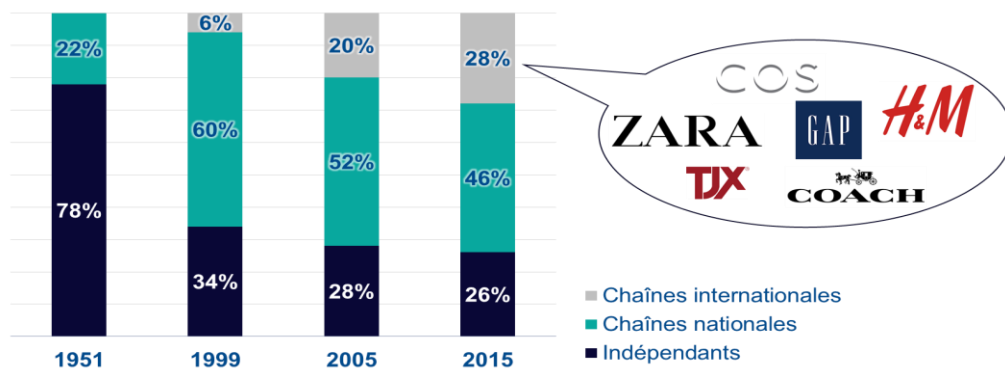


Source : Statistique Canada. Tableau 11-10-0237-01 Répartition du revenu du marché, total et après impôt selon le type de famille économique, Canada, provinces et certaines régions métropolitaines de recensement (RMR)

## Le commerce de détail : une histoire de concentration

Depuis plusieurs décennies, dans le secteur des biens mode, on observe une prise importante des parts de marchés par les chaînes internationales, qui ont commencé à changer le portrait du commerce de détail à partir du début du 21<sup>e</sup> siècle. Si, en 1951, les chaînes internationales n'avaient aucune part de marché dans les biens mode, elles avaient en 2015 28% de celles-ci. Ce phénomène continue de s'intensifier avec les années. C'est-à-dire que les chaînes internationales gagnent du terrain au profit des chaînes nationales, et surtout des indépendants. Les chaînes internationales ont généralement une productivité au pied carré plus élevée que les indépendants et certaines chaînes nationales retranchant ainsi une part de marché importante avec souvent moins de pieds carrés.

Évolution des parts de marché des magasins de biens mode au Canada selon le statut du détaillant (Statistique Canada, 2016)

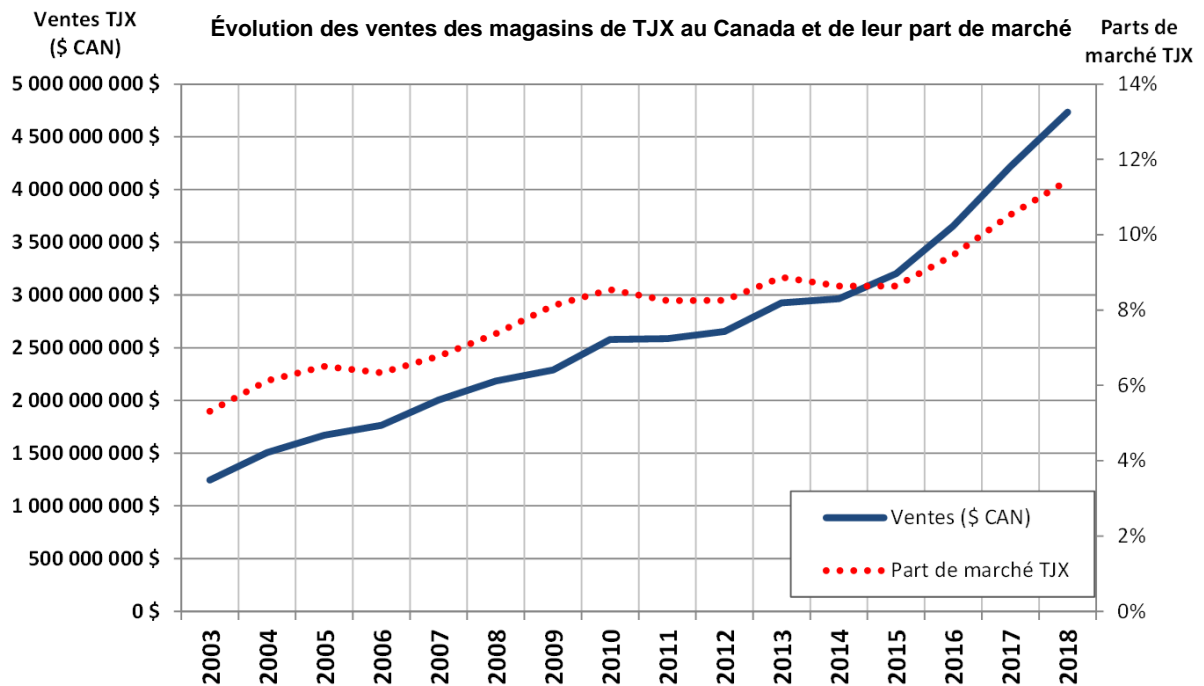
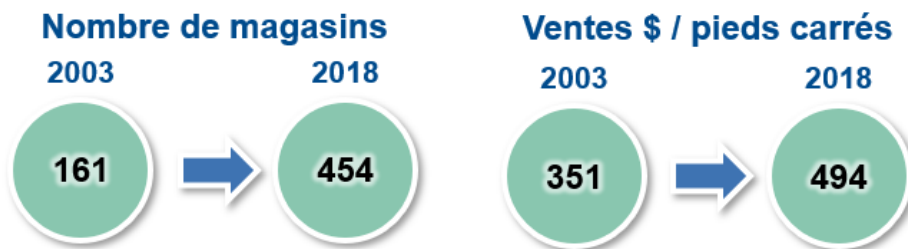




## TJX au Canada

TJX, un groupe américain qui regroupe des enseignes importantes au Canada (Winners, HomeSense, Marshalls), incarne bien la position favorable de certains joueurs internationaux dans le commerce de détail. L'analyse des données canadiennes des rapports financiers de TJX sur une période de 15 ans démontre que TJX a pratiquement triplé son nombre de magasins au Canada et a de plus augmenté sa productivité moyenne au pied carré de 40% pour cette même période. Conséquemment, sa part de marché en biens mode au Canada est passée d'environ 5,5% à près de 12%. Nous n'avons pas de chiffres sur la productivité sur le territoire de la CMM, mais nous croyons que l'évolution du nombre de magasins et de la productivité du groupe TJX sont similaires sur le territoire de la région métropolitaine de Montréal.

Évolution du nombre de magasins et des ventes au pied carré des enseignes de TJX Canada



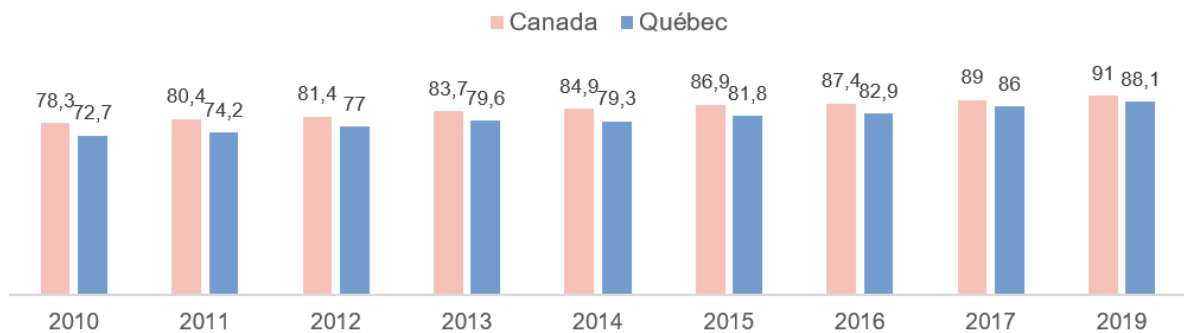
## Commerce électronique

### La technologie dans les foyers québécois

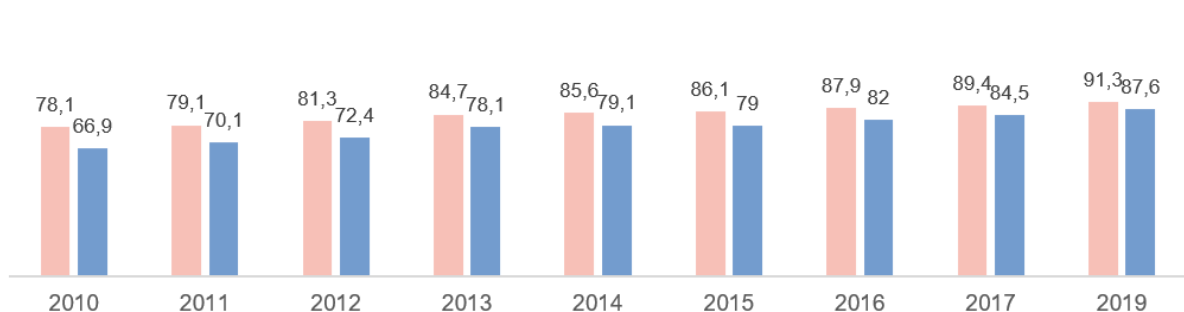
De plus en plus, les consommateurs achètent via plusieurs canaux de distribution comme les magasins, les sites web ainsi que les applications mobiles. Les taux de possession en croissance de l'ordinateur/internet ainsi que du cellulaire contribuent à l'essor de l'omnicanal, soit la vente par l'intermédiaire de plusieurs canaux de ventes interreliés (site web, magasin, téléphone mobile par exemple). À ce propos, en 2019, 88% des ménages québécois avaient une connexion internet à domicile, ce qui représente une évolution de 15 points de pourcentage par rapport au taux de 2010. C'est donc dire que de plus en plus de foyers ont la capacité de magasiner en ligne. Du côté du taux de pénétration du téléphone cellulaire auprès des ménages québécois, celui-ci a fortement augmenté entre 2010 et 2019 (+20,7 points de pourcentage). On constate toutefois que ce taux est inférieur à la moyenne canadienne (91,3% en 2019).

Notons qu'au Canada, 30% des achats en ligne sont faits via un téléphone intelligent, ce qui représente un canal de distribution fort pour les entreprises qui vendent leurs produits par des applications ou des sites web compatibles avec les téléphones mobiles.

**Proportion des ménages ayant l'internet à la maison** (Statistique Canada, 2021)



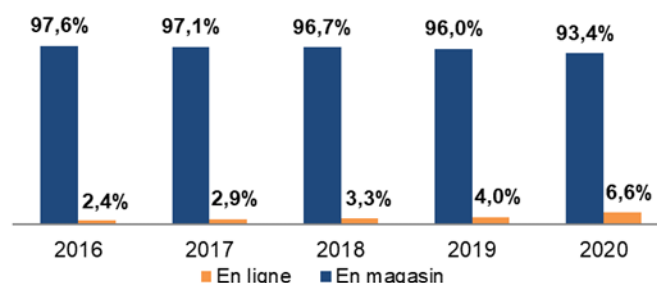
**Taux de possession du téléphone cellulaire des ménages** (Statistique Canada, 2021)



## Parts de marché du commerce électronique au Canada

Entre 2016 et 2019, les parts de marché du commerce électronique sont demeurées plutôt stables au Canada (de 2,4% à 4,0%). Nous avons observé, dû à la pandémie de COVID-19, une importante augmentation des parts de marché du commerce en ligne à l'échelle canadienne. En effet, si 4% des achats étaient faits en ligne en 2019, cette part a grimpé à 6,6% en 2020. Notons que ces ventes excluent celles effectuées chez les détaillants en ligne de l'étranger qui n'ont pas de magasins physiques au Canada, comme Amazon (cela représente 40% des ventes en ligne au Canada). Statistique Canada ne publie pas de données sur les ventes internet par province.

**Parts de marché des achats en ligne et en magasin au Canada**  
(Statistique Canada, 2020)



L'évolution des parts de marché s'est particulièrement manifestée dans certains secteurs comme les meubles et accessoires de maison, les appareils électroniques et ménagers, les vêtements et accessoires vestimentaires et les articles de sport, de passe-temps, de musique et livres.

La part du commerce électronique a fortement progressé en 2020 en raison des restrictions de fréquentation de certains commerces dues aux mesures sanitaires déployées pour contrer le virus COVID-19. Le tableau suivant en présente l'évolution de 2016 à 2020 à l'échelle du Canada.

### Parts de marché des achats en ligne et en magasin au Canada par catégorie commerciale

Catégorie commerciale	2016	2017	2018	2019	2020 (janv. à mai)
Magasins de meubles et d'accessoires de maison	2%	3%	5%	7%	16%
Magasins d'appareils électroniques et ménagers	17%	18%	21%	29%	44%
Marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage	1%	1%	1%	1%	2%
Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires	8%	8%	9%	11%	24%
Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres	7%	9%	11%	12%	27%
Magasins de marchandises diverses	3%	3%	3%	3%	5%
Magasins de détail divers	13%	17%	16%	15%	20%
Magasins d'alimentation	0%	1%	1%	1%	1%
Magasins de produits de santé et de soins personnels	2%	4%	4%	6%	7%

### Le webrooming et le showrooming : nouvelles tendances (marginales, mais présentes)

Bien que la part de marché du commerce électronique soit en hausse, deux tendances nous démontrent que le magasin brique et mortier ne se fera pas remplacer par l'achat en ligne : le showrooming et le webrooming. Elles démontrent plutôt la complémentarité des magasins et du commerce électronique.

Le showrooming, ou furetage en magasin (ou repérage en magasin), est le fait de chercher un produit en magasin afin de faire l'achat en ligne par la suite. Les raisons de procéder ainsi sont simples :

- Visualisation de l'article physique avant de l'acheter ;
- Recherche du meilleur prix sur le web ;

- Contourner les ruptures de stock en magasin en s'assurant que le produit sera livré ;
- Certains internautes souhaitent profiter des conseils des vendeurs en magasin afin d'effectuer un achat plus averti.

Selon le CEFRIO), en 2017, la moitié des internautes québécois procédait de cette manière pour effectuer ses achats. Le groupe d'âge le plus représenté dans les statistiques du showrooming était la catégorie des 25 à 44 ans. À noter que cette tendance, qui représentait 51% des internautes en 2017, représentait 36% de ceux-ci en 2016. Il y a donc une augmentation notable de ce phénomène, ce qui oblige les commerçants à s'ajuster aux prix les plus compétitifs. Le Groupe Altus ne s'attend pas à ce que cette tendance (encore marginale) entraîne des pertes substantielles de superficies de magasins. Cependant, il est clair que cette nouvelle stratégie du consommateur est nuisible pour les commerces indépendants. En effet, une autre source, soit la Fédération de l'entreprise indépendante (FCEI) levait le même phénomène que le CEFRIO à la suite d'une enquête menée en 2019 auprès de plus de 1500 consommateurs canadiens (FCEI, 2019). Selon un sondage mené par cette fédération, de plus en plus de consommateurs repéraient des articles dans un magasin de quartier pour ensuite les acheter en ligne auprès d'une chaîne qui offre des prix plus compétitifs ainsi que la livraison. Ce sont selon leur enquête les plus jeunes consommateurs (18 à 34 ans) qui ont généralement recours à cette pratique, en profitant de la proximité des commerces de quartier et du service offert par les vendeurs qui répondent à leurs questions sur les produits convoités, pour ensuite acheter en ligne chez un autre détaillant.

Le webrooming, ou furetage en ligne, représente l'inverse du showrooming. Les raisons qui poussent les internautes à fonctionner ainsi sont les mêmes, mais ne se font pas dans la même suite logique :

- L'internaute cherche d'abord un article en ligne et compare les prix de la concurrence. Après avoir choisi le commerce avec le prix le plus avantageux, il se rend en magasin pour faire son achat ;
- Il est bien important pour l'internaute de pouvoir en savoir plus sur l'article avant de se rendre en magasin en parcourant, par exemple, les évaluations du produit par les consommateurs ;
- De plus, souhaitant limiter l'attente de la livraison du produit, l'internaute en fait l'achat physique lui-même.

Selon le CEFRIO, en 2017, c'est plus de 80% des internautes qui faisaient du webrooming (CEFRIO, 2017). Comme pour le showrooming, ce phénomène rejoint davantage les 25 à 44 ans. Mais, il rejoint aussi les ménages avec un revenu de 100 000\$ et plus.

## Les défis que posent le commerce électronique

Avec un taux de possession du téléphone cellulaire grandissant et une utilisation d'internet de plus en plus généralisée au Québec, la voie se trace, depuis plusieurs années, pour que le commerce en ligne gagne en parts de marché. Comme nous avons pu le voir, la pandémie a accéléré ce phénomène en raison de la fermeture forcée des commerces non essentiels durant plusieurs semaines. Mais est-ce que cette tendance va demeurer ? Selon un sondage mené par le Groupe Altus (voir p.89), il semblerait que la majorité des répondants croit que la proportion de ses achats en ligne va demeurer stable après la pandémie tandis qu'environ 1 répondant sur 4 à 5 croit que cette proportion va diminuer.

Quoi qu'il en soit, la gestion du commerce électronique pose des défis importants aux entreprises qui doivent être soulignés :

- Les coûts associés aux plateformes transactionnelles : Bâtir un site web transactionnel demande temps et argent. Il faut aussi défrayer des coûts pour l'hébergement du site. Pour la conception du

site à elle seule, il faut un investissement de base qui varie beaucoup d'une entreprise à une autre, selon la fonction du site web.

- La main-d'œuvre : Selon le comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de détail, une entreprise de commerce de détail sur 3 engage des employés dédiés uniquement au commerce en ligne. En période de pénurie de main-d'œuvre (contexte accéléré par le vieillissement de la population québécoise), la logistique nécessaire au fonctionnement du commerce en ligne pose des défis de taille.
- Les politiques de retour : Pour demeurer compétitif dans le secteur du commerce de détail, les entreprises se voient obligées d'offrir des politiques de retour avantageuses pour le consommateur. Celui-ci s'attend à pouvoir retourner de la marchandise rapidement et gratuitement, ce qui cause des enjeux importants pour les entreprises qui doivent assurer la logistique inverse pour les retours de marchandises. Ceci entraîne des coûts importants et ce ne sont pas toutes les entreprises qui en ont les moyens financiers.
- La transparence des prix : La facilité pour les consommateurs de comparer les prix sur internet met également une pression sur les marges bénéficiaires brutes des détaillants, et plus particulièrement des indépendants.

Devant ces enjeux, les entreprises indépendantes sont davantage vulnérables que les chaînes établies, de sorte que plusieurs enseignes indépendantes n'ont tout simplement pas de présence en ligne. Cette situation les place derrière la parade notamment lorsque les internautes prémagasinent (webrooming), car ils perdent de la visibilité.

## Nouvelles formes commerciales

---

### Les pop-up shops (ou magasins éphémères)

Les pop-up shops sont des espaces commerciaux loués pour une durée limitée à un détaillant, qui généralement, effectue ses ventes entièrement en ligne. Cela permet aux centres commerciaux d'occuper leurs locaux vacants et de générer un nouvel achalandage. Ils connaissent de plus en plus de succès grâce à la promotion de ces boutiques éphémères sur les réseaux sociaux. De plus, ce type de concept s'allie aux nouvelles tendances de consommation qui allie plaisirs et expériences. Du côté des commerçants, ce phénomène leur donne l'opportunité de vendre leurs produits saisonniers, ce qu'ils ne pouvaient pas faire avant en raison des baux à long terme. Les magasins de costumes d'Halloween que l'on trouve maintenant sur une courte période dans les centres commerciaux illustrent bien cette réalité.

### Le commerce vocal

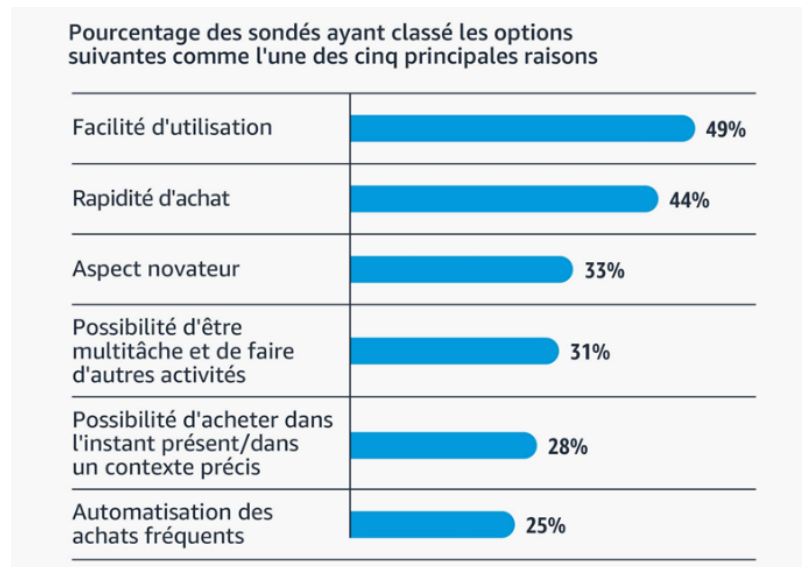
De plus en plus, les assistants vocaux comme Google, Alexa, Bixby, Siri, etc, multiplient et perfectionnent leurs fonctions, de sorte qu'en Amérique du Nord, près du tiers des jeunes de 16 à 20 ans utilisent ces assistants intelligents.

De cette technologie de reconnaissance vocale est né le commerce vocal, c'est-à-dire l'achat par commande vocale. Pour l'instant, il semblerait que cette fonction soit utilisée davantage pour le réapprovisionnement de produits que l'on achète de façon récurrente (produits ménagers, de beauté, alimentaires par exemple).

Par exemple, Costco, Walmart, Amazon et Starbucks sont déjà participants au mouvement du v-commerce. Il semble que McDonald's se dirige également vers cette technologie. Ce qui semble motiver les utilisateurs du commerce vocal est la facilité d'utilisation de la technologie et la rapidité avec laquelle on peut effectuer

des achats. Enfin, il est encore trop tôt pour observer l'impact réel de ce type de commerce. La montée en puissance du commerce vocal favorisera les très grands joueurs de la distribution au détriment des détaillants indépendants.

### Raisons d'utiliser le commerce par la voix aujourd'hui / à l'avenir (Amazon, 2021)



### Densification et mixité des usages immobiliers

En 2011, 82 municipalités de la Communauté métropolitaine de Montréal (CMM) se sont dotées du Plan métropolitain d'aménagement et de développement du territoire (PMAD). Ce plan propose une vision du développement dans une perspective de développement durable en établissant certaines balises. À noter que Saint-Jérôme ne fait pas partie de la CMM.

Le PMAD propose d'agir sur trois fronts : l'aménagement, le transport et l'environnement. Ces trois orientations du plan de développement sont divisées, au total, en 15 objectifs et 33 critères d'aménagement. Ce plan d'aménagement, adopté en mars 2012, préconise des milieux de vie compacts et denses avec des seuils de densité résidentielle entre 40 et 150 logements à l'hectare. De façon générale, le PMAD vise une urbanisation optimale de l'espace, dont celui qui accueille les immeubles à bureaux.

L'un des critères de l'orientation numéro 1 sur les milieux de vie du PMAD est d'orienter entre 40% et 60% de la croissance des ménages aux points d'accès du réseau de transport en commun. Il s'agit d'une obligation réglementaire du PMAD en vue de réaliser des quartiers de type TOD (Transit-Oriented Development) sur l'ensemble du territoire. Tel que décrit dans le PMAD, « Le TOD est un développement immobilier de moyenne à haute densité structuré autour d'une station de transport en commun à haute capacité, comme une gare de train, une station de métro, une station de SLR [...]. Situé à distance de marche d'un point d'accès important du réseau de transport collectif, le TOD offre des opportunités de logement, d'emploi et de commerce et n'exclut pas l'automobile. »

Ce critère a surtout un impact sur le développement résidentiel et commercial, dans le sens où il aiguille le développement résidentiel sur des zones précises et que l'ajout de nouveaux ménages est généralement le principal moteur de développement commercial. L'usage bureaux est quant à lui attiré vers certaines aires



TOD spécifiques en raison de la qualité des conditions d'accessibilités. Par exemple, à Brossard, près du futur REM, plusieurs tours à bureaux ont été construites. Même chose à Longueuil dans le quartier de la station de métro Longueuil-Université-de-Sherbrooke. En effet, pour les employeurs locataires d'espaces dans ces immeubles, ce type de localisation permet un rayonnement sur un bassin de main-d'œuvre plus étendue et favorise le recrutement de personnel.

Par ailleurs, en complément à ce critère, un autre critère du PMAD vise à optimiser le développement urbain à l'extérieur des TOD par la définition de seuils minimaux de densité. Les seuils varient par secteur et par tranches quinquennales.

En somme, en orientant le développement immobilier vers des secteurs du territoire, les différents types d'usages (résidentiel, commercial, bureau) sont appelés à y cohabiter et à se mélanger, tout en prenant une forme plus dense. D'autres fonctions urbaines telles que le divertissement et l'éducation par exemple sont également intégrées à ces ensembles mixtes et denses. Ceci se traduit par la tendance à la proximité de la mixité de différents usages et permet à des concepts tels que le « Live, Work, Play » de se concrétiser et par conséquent, de réduire la dépendance à l'automobile pour les déplacements à l'intérieur du TOD.

Un certain processus de densification urbaine était en marche avant le mois de mars 2020. La montée en importance du télétravail depuis pourrait transformer la dynamique spatiale entre le centre et la périphérie dans la demande future des espaces à bureaux. Est-ce que les espaces à bureaux du centre-ville conserveront une aussi forte attractivité que par le passé, ou seront-ils en concurrence avec les espaces à bureaux des localisations plus périphériques?

## Découpage territorial retenu

---

### Méthodologie et source d'information

Les données référant au territoire de Saint-Jérôme (offre commerciale, évolution de la population et des ménages, caractéristiques sociodémographiques, potentiel de marché) sont présentées selon un découpage géographique de la ville qu'il convient de préciser.

Quatre (4) secteurs ont été délimités en fonction des limites des anciennes municipalités qui ont fusionné avec Saint-Jérôme en 2002 :

- Secteur Bellefeuille : Ouest
- Secteur Saint-Jérôme : Nord-est
- Secteur Lafontaine : Centre-est
- Secteur Saint-Antoine : Sud-est

La carte géographique de la page suivante illustre le découpage du territoire de la ville de Saint-Jérôme. C'est sur la base de ces secteurs que sont présentés une grande partie des résultats de cette étude.



Ville de  
**SAINT-JÉRÔME**  
**VILLE DE ST-JÉRÔME**

Délimitation des secteurs

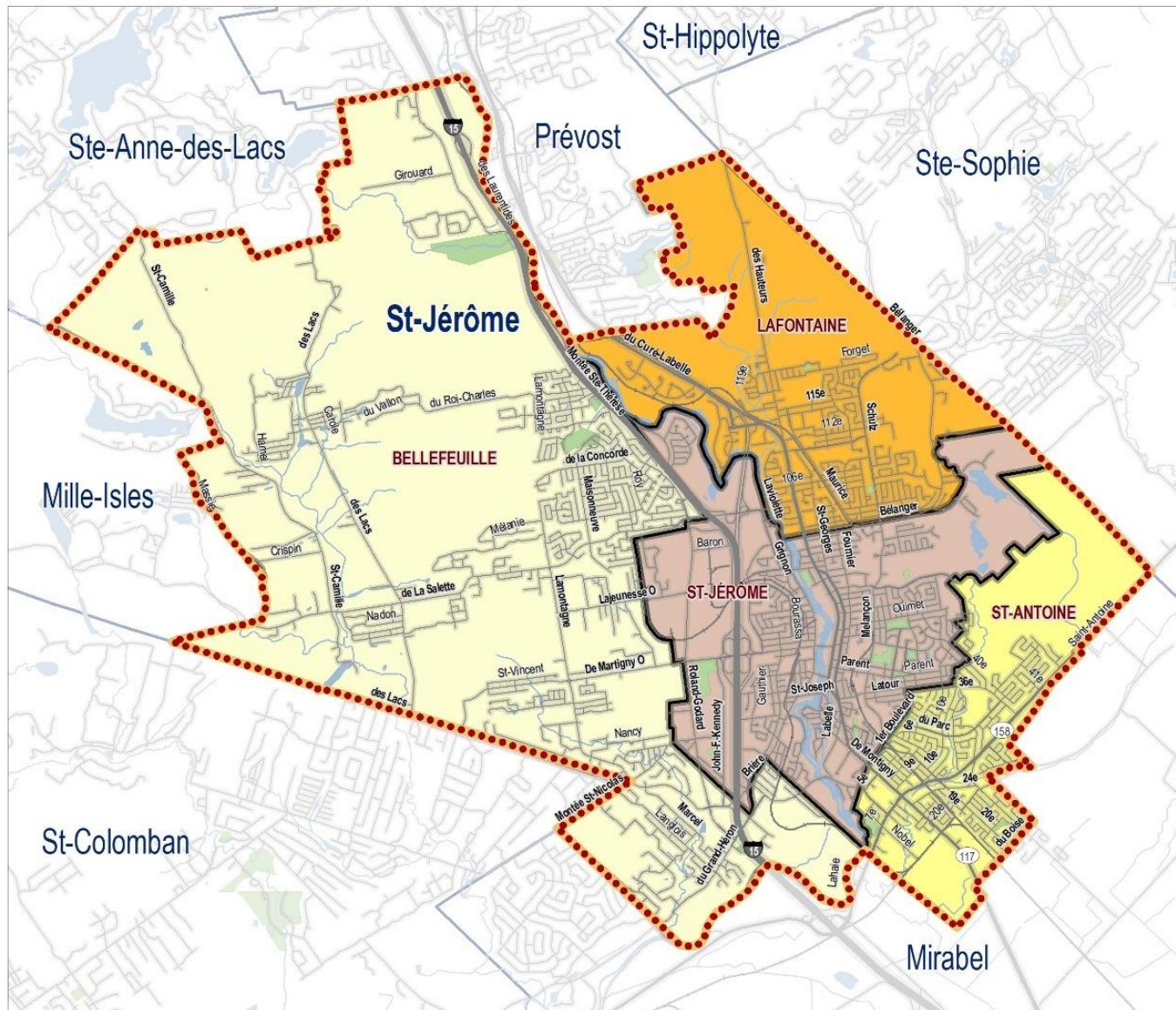
 Limite municipale de St-Jérôme

SECTEURS

 Bellefeuille  St-Antoine  
 Lafontaine  St-Jérôme

 Autoroute  
 Route provinciale  
 Voie locale  
 Voie ferrée

 Limite municipale



## Analyse de la demande

---

### Évolution de la population et des ménages

---

Les paragraphes qui suivent font état de l'évolution de la population de la Ville de Saint-Jérôme entre 2011 et 2031. Les données présentées pour 2011, 2016 et 2021 proviennent des recensements de Statistique Canada, alors que les données pour 2023 et 2026 et 2031 proviennent des données de la Ville de Saint-Jérôme sur les unités résidentielles attendues par secteur ainsi que sur les estimations du groupe Altus basées sur nos données internes ainsi que celles provenant de la SCHL (Société Canadienne d'hypothèque et de Logement).

Il fut nécessaire de pondérer les données d'unités attendues par la ville de Saint-Jérôme, puisque la quantité de logements attendue pour les années indiquées nous semblaient trop élevés pour la capacité du marché locatif à les absorber. Le taux d'inoccupation dans le marché locatif primaire de Saint-Jérôme était de **0,3%** en octobre 2021 pour un parc locatif de **13 439 logements**. Ceci signifie qu'uniquement 40 logements étaient disponibles à ce moment dans la ville de Saint-Jérôme. Les données prévisionnelles de la Ville de Saint-Jérôme sur les mises en chantiers s'élèvent à **4 450** nouveaux logements au cours des cinq prochaines années, ce qui augmenterait le parc locatif de la ville de Saint-Jérôme de **33,1%**. C'est une augmentation très importante comparativement à celle de la période 2011-2021 qui était de **11,3%**. Nous avons donc estimé que **60%** des unités attendues (**2670 unités**) seraient plus réaliste dans contexte actuel du marché locatif de Saint-Jérôme. À ce nombre d'unités attendu, il faut ajouter **2778 logements** qui ont été mis en chantier à partir de janvier 2022 ou achevés entre juillet 2021 et août 2022. Les **1 780 autres unités** attendues par la Ville de Saint-Jérôme seraient donc mises en chantier lors de la période quinquennale suivante 2026-2031.

En 2011, la population des différents secteurs de la ville de Saint-Jérôme s'élevait à **68 451 personnes** réparties à l'intérieur de **31 106 ménages**. Entre 2011 et 2016, l'évolution démographique de la zone commerciale s'est soldée en un gain net de **5 793 personnes**, soit une croissance de **8%**, plus particulièrement importante dans les secteurs de **Bellefeuille (+11%, + 2 096 personnes)** et de **Lafontaine (+ 10%, +1 226 personnes)**. Durant la même période, la population de la région métropolitaine de Montréal a augmenté de 4%.

Cette croissance s'est poursuivie pour la période quinquennale suivante (2016 à 2021). On dénombrait au recensement de 2021 une population de **80 112 individus** répartis dans **37 332 ménages**, soit une augmentation de **8%** ou de **5 868 personnes** pour l'ensemble de la période. Les secteurs ayant les croissances les plus importantes sont **Bellefeuille (+10%, + 2 119 personnes)** ainsi que le **secteur Saint-Jérôme (+8%, + 2 214 personnes)**. Au cours de la même période, la population de la région métropolitaine de Montréal a augmenté de 5%. À la lumière des récentes tendances, du nombre d'unités résidentielles attendues par la ville de Saint-Jérôme, ainsi que des données de la SCHL, le Groupe Altus évalue la population de la ville de Saint-Jérôme en 2026 à **88 400 personnes** et **42 100 ménages** et en 2031 à **96 800 personnes** et **46 700 ménages**.

Les principaux secteurs de croissances identifiés par la ville de Saint-Jérôme sont le secteur Saint-Jérôme ainsi que le secteur Saint-Antoine. Le secteur Saint-Antoine a une croissance projetée d'environ **1 500 ménages** sur un horizon 10 ans, soit entre 2021 et 2031. Ainsi, la population de ce secteur, selon nos projections, poursuivra sa croissance pour atteindre environ **6 500 ménages** en 2026 et 7 200 ménages en 2031. Pour le secteur Saint-Jérôme, la croissance projetée est d'environ **5 200 ménages** d'ici 2031. Ainsi, selon nos projections, la population de ce secteur devrait continuer de croître pour atteindre environ **17 700**

**ménages** en 2026 et 20 300 ménages en 2031. Les tableaux détaillés suivants présentent l'évolution de la population et des ménages de 2011 à 2031.

Évolution de la population 2011 - 2031							
Année	Secteur Bellefeuille	Secteur Lafontaine	Secteur Saint-Antoine	Secteur Saint-Jérôme	Total	Province de Québec	RMR de Montréal
2011 <sup>1</sup>	18 990	12 460	11 739	25 262	68 451	7 903 001	3 938 929
2016 <sup>1</sup>	21 086	13 686	12 612	26 860	74 244	8 164 361	4 104 074
2021 <sup>1</sup>	23 205	14 927	12 906	29 074	80 112	8 501 833	4 291 732
<b>2023 <sup>2</sup></b>	<b>23 700</b>	<b>15 270</b>	<b>14 200</b>	<b>32 500</b>	<b>85 670</b>	---	---
2026 <sup>2</sup>	24 500	15 900	14 400	33 600	88 400	---	---
2031 <sup>2</sup>	25 600	16 800	15 800	38 600	96 800	---	---
Variations							
2016 / 2011	11%	10%	7%	6%	8%	3%	4%
2021 / 2016	10%	9%	2%	8%	8%	4%	5%
2026 / 2021	6%	7%	12%	16%	10%	---	---
2031 / 2026	4%	6%	10%	15%	10%	---	---
2021 / 2011	22%	20%	10%	15%	17%	8%	9%
2026 / 2016	16%	16%	14%	25%	19%	---	---
2031 / 2021	8%	10%	11%	19%	13%	---	---

<sup>1</sup> Source: Statistique Canada.

<sup>2</sup> Source: Estimation du Groupe Altus.

Évolution des ménages 2011 - 2031							
Année	Secteur Bellefeuille	Secteur Lafontaine	Secteur Saint-Antoine	Secteur Saint-Jérôme	Total	Province de Québec	RMR de Montréal
2011 <sup>1</sup>	7 661	5 594	4 996	12 855	31 106	3 395 343	1 661 075
2016 <sup>1</sup>	8 698	6 134	5 533	13 238	33 603	3 531 663	1 729 342
2021 <sup>1</sup>	9 617	6 875	5 696	15 144	37 332	3 749 035	1 835 698
<b>2023 <sup>2</sup></b>	<b>9 900</b>	<b>7 100</b>	<b>6 300</b>	<b>17 100</b>	<b>40 400</b>	---	---
2026 <sup>2</sup>	10 400	7 500	6 500	17 700	42 100	---	---
2031 <sup>2</sup>	11 100	8 100	7 200	20 300	46 700	---	---
Variations							
2016 / 2011	14%	10%	11%	3%	8%	4%	4%
2021 / 2016	11%	12%	3%	14%	11%	6%	6%
2026 / 2021	8%	9%	14%	17%	13%	---	---
2031 / 2026	7%	8%	11%	15%	11%	---	---
2021 / 2011	26%	23%	14%	18%	20%	10%	11%
2026 / 2016	20%	22%	17%	34%	25%	---	---
2031 / 2021	12%	14%	14%	19%	16%	---	---

<sup>1</sup> Source: Statistique Canada.

<sup>2</sup> Source: Estimation du Groupe Altus.



## Caractéristiques sociodémographiques

Les variables socio-économiques présentées dans les tableaux des pages suivantes ont été extraites des recensements de Statistique Canada 2016 et de 2021. Elles seront présentées pour chacun des secteurs de Saint-Jérôme, découpage géographique utilisé dans ce présent rapport, ainsi que pour la ville au total.

Tout comme pour l'évolution de la population et des ménages, les données socio-économiques présentées dans cette section sont comparées à celles de la RMR de Montréal et de la Province de Québec.

### Caractéristiques des tranches d'âge de la population

- L'âge moyen de la population de la ville de Saint-Jérôme est légèrement supérieur à celui de la province de Québec et de la RMR de Montréal. La proportion de personnes âgées (**65 ans et plus**) est **supérieure** à celle de la **province de Québec** de **3 points de pourcentage** tandis que la proportion de (**35 à 54 ans**) est légèrement inférieure à la moyenne de la **province de Québec** pour la même tranche d'âge de **2 points de pourcentage**.
- En observant les données par secteurs, les principaux constats sont les suivants :
  - La proportion de population âgée (65 ans et plus) atteint un sommet dans le **secteur Saint-Jérôme** où elle représente **32%** de la population vis-à-vis **18%** et **21%** dans la **province de Québec** et la **RMR de Montréal**.
  - La proportion des **0 à 9 ans** et **10 à 19 ans** dans le **secteur Saint-Jérôme** est plus **faible** de **trois points de pourcentage** comparativement à la RMR de Montréal et la province de Québec.

### Caractéristiques de la langue maternelle

- La population de la **ville de Saint-Jérôme** a majoritairement le **français** comme **langue maternelle (92%)**.

### Caractéristiques de la taille des ménages

- En moyenne, un **ménage jérômien** est composé de **2,1 personnes**, ce qui est légèrement inférieur à la moyenne des ménages de la **province** et de la **RMR de Montréal** qui se composent respectivement de **2,2 et 2,3 personnes**. L'écart le plus important entre la ville de Saint-Jérôme et la province ainsi que la RMR de Montréal concerne les **ménages de quatre personnes ou plus** qui représentent **14% des ménages de Saint-Jérôme** comparativement à **17% dans l'ensemble de la province** ainsi que **20% dans la RMR de Montréal**.
- Le secteur ayant la plus petite **taille moyenne de ménage** est le **secteur Saint-Jérôme** avec **1,8 personne**.
- En revanche, le **secteur Bellefeuille** est celui où la **taille moyenne de ménage** est la plus élevée de la ville avec **2,4**.

### Caractéristiques de la composition des ménages

- La **proportion de ménages vivant seuls** dans la **ville de Saint-Jérôme** est supérieure (**39%**) aux moyennes comparatives (**35% au Québec et 34% dans la RMR**). Ce constat est particulièrement important dans le **secteur Saint-Jérôme**, où **49% des ménages vivent seuls**.
- À l'inverse la proportion des couples avec enfants est plus basse dans la **ville de Saint-Jérôme** avec **19%**, face à **24% au Québec et 26% dans la RMR de Montréal**. Le seul secteur ayant une proportion supérieure de couples avec enfants est celui de **Bellefeuille** avec **29%** de ses ménages.
- La proportion de **familles sans enfants** reste aussi supérieure à **Bellefeuille** avec une proportion de **30%** comparativement à **27% au Québec et 24% dans la RMR de Montréal**. Cette proportion dans le **secteur Saint-Jérôme** atteint **11%**, ce qui est bien inférieur aux moyennes comparatives.

### Caractéristiques des types de logements

- Le secteur **Bellefeuille** a une proportion de ménages vivant dans des **maisons détachées** plus élevée (**62%**) que les moyennes comparatives (**45% au Québec et 32% dans la RMR**). Tandis que le **secteur Saint-Jérôme** a une proportion de ménages vivant dans des **maisons détachées** nettement inférieure (**17%**).
- À l'inverse la proportion de ménages vivant dans des **appartements de (1-4 étages)** dans le **secteur Saint-Jérôme (54%)** est plus élevée que celles des moyennes comparatives (**33% au Québec et 41% dans la RMR**). Cette proportion est la plus faible à **Bellefeuille** avec **24% de ses ménages vivants dans ce type de logement**.

### Caractéristiques des modes d'occupation

- Dans la **ville de Saint-Jérôme**, nous remarquons une proportion pratiquement égale de **ménages propriétaires (51%) et locataires (49%)**. Cette proportion est légèrement inférieure en termes de **ménages propriétaires** à celles de la **RMR (54%)** et de la **province (60%)**.
- Le **secteur Lafontaine** a des proportions de ménages **propriétaires (52%) et locataires (48%)** semblables à celle de la **ville de Saint-Jérôme**. Le secteur de **Bellefeuille** a une proportion de **ménages propriétaires (75%)** supérieure à celle de **locataires (25%)**, tout comme celui de **Saint-Antoine** avec **62% des ménages propriétaires et 38% locataires**. Le **secteur Saint-Jérôme**, révèlent une plus forte proportion des **ménages qui sont locataires (69 %)** comparativement à ceux qui sont **propriétaires (31%)**.

### Caractéristiques des professions

- La ville de Saint-Jérôme possède des **proportions de professions** qui sont **similaires** à celles de la province de Québec et de la RMR de Montréal. Au niveau des secteurs, la proportion de gens pratiquant un métier dans la **vente et services (31%)** est plus **élevée** dans le **secteur Saint-Jérôme** que les autres secteurs ainsi que les moyennes comparatives.



### Caractéristiques des niveaux de scolarité

- La population de Saint-Jérôme dispose d'un **niveau d'éducation inférieur** à celui de la **province de Québec** et de la **région métropolitaine de Montréal**. En effet, une proportion moins importante de la population a des **études universitaires (13%)** et une partie plus importante n'a qu'une scolarité de **niveau primaire (25%)**. Cependant, la part de personnes ayant un niveau de **scolarité collégiale** est plus élevée à **Saint-Jérôme (38%)** que dans la **province (34%)** et que dans la **RMR (31%)**.

### Caractéristiques des revenus des ménages

- Globalement, les ménages de la **ville de Saint-Jérôme (76 245\$)** ont un **revenu inférieur** à la moyenne **provinciale (92 000\$)** ainsi qu'à la **RMR (98 400\$)**.
- Ce constat est identique dans tous les secteurs de Saint-Jérôme excluant **Bellefeuille où le revenu moyen par ménage est de 98 098\$**, soit au-dessus du niveau provincial et pratiquement équivalent à celui de la RMR de Montréal. À l'inverse, le **revenu moyen des ménages** dans le **secteur Saint-Jérôme** est nettement inférieur aux moyennes comparatives, celui-ci atteint à peine **59 429\$**, soit environ **65%** du revenu moyen des ménages de la province de Québec.

**Pour résumer, la municipalité de Saint-Jérôme est constituée majoritairement de ménages de taille moyenne, francophone, un peu plus âgé que la moyenne provinciale, ayant des niveaux de scolarité secondaire ou collégiale et disposant de niveaux de revenus inférieurs à celui de la moyenne montréalaise ou québécoise.**

**Ce constat est encore plus marqué dans le secteur Saint-Jérôme, où le niveau de scolarité et de revenu moyen par ménage est substantiellement plus bas. On constate que dans ce secteur les ménages sont plus âgés, vivent plus seuls et sont principalement locataires dans des appartements de 1 à 4 étages.**

**À l'inverse, dans le secteur Bellefeuille, nous voyons un niveau de scolarité et de revenu moyen par ménage plus élevé. Dans ce secteur, les ménages sont plus jeunes, de plus grandes tailles et sont généralement propriétaires de maisons détachées. Les données socio-économiques se rapprochent généralement des moyennes comparatives de la région métropolitaine de Montréal et de la province de Québec.**

Les tableaux des pages suivantes présentent les données sociodémographiques par secteur de Saint-Jérôme.

## Profil sociodémographique de la population de Saint-Jérôme

Variables	Secteur Bellefeuille	Secteur Lafontaine	Secteur Saint-Antoine	Secteur Saint-Jérôme	Total	Province de Québec	RMR de Montréal
<b>Tranches d'âge (2021)</b>							
0 à 9 ans	13%	10%	11%	8%	10%	11%	11%
10 à 19 ans	12%	11%	11%	8%	10%	11%	11%
20 à 34 ans	17%	18%	17%	18%	17%	18%	20%
35 à 54 ans	27%	24%	24%	20%	23%	25%	27%
55 à 64 ans	15%	15%	16%	14%	15%	15%	13%
65 ans et plus	16%	22%	22%	32%	24%	21%	18%
<b>Âge moyen</b>	<b>39,7</b>	<b>43,1</b>	<b>43,3</b>	<b>49,0</b>	<b>44,3</b>	<b>42,8</b>	<b>41,3</b>
<b>Langue maternelle (2021)</b>							
Français	92%	93%	93%	92%	92%	75%	60%
Anglais	2%	1%	1%	2%	2%	8%	11%
Espagnol	1%	2%	1%	2%	1%	2%	3%
Autres	3%	2%	3%	2%	3%	12%	20%
Réponses multiples	2%	2%	2%	2%	2%	4%	6%
<b>Taille des ménages (2021)</b>							
Une personne	27%	37%	34%	49%	39%	35%	34%
Deux personnes	37%	34%	35%	34%	35%	35%	32%
Trois personnes	15%	14%	14%	9%	12%	13%	14%
Quatre personnes ou plus	21%	15%	16%	8%	14%	17%	20%
<b>Personnes par ménage</b>	<b>2,4</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>1,8</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>	<b>2,3</b>

Source: Statistique Canada (recensement 2021).

## Profil sociodémographique de la population de Saint-Jérôme

Variables	Secteur Bellefeuille	Secteur Lafontaine	Secteur Saint-Antoine	Secteur Saint-Jérôme	Total	Province de Québec	RMR de Montréal
<b>Composition des ménages (2021)</b>							
Couples sans enfants	30%	27%	27%	24%	27%	27%	24%
Couples avec enfants	29%	20%	22%	11%	19%	24%	26%
Familles monoparentales	10%	12%	12%	12%	12%	10%	11%
Vivant seuls	27%	37%	34%	49%	39%	35%	34%
Ménages non familiaux (2 pers+)	4%	4%	4%	4%	4%	4%	5%
<b>Type de logement (2021)</b>							
Maisons détachées	62%	36%	51%	17%	37%	45%	32%
Maisons jumelées	5%	3%	6%	4%	4%	5%	5%
Maisons en rangée	1%	3%	1%	2%	2%	3%	3%
Duplex	7%	10%	9%	14%	11%	7%	8%
Appartements 1-4 étages	24%	48%	31%	54%	42%	33%	41%
Appartements 5 étages et plus	0%	0%	0%	8%	4%	6%	10%
Autres logements	0%	0%	0%	1%	1%	1%	1%
<b>Mode d'occupation (2016)</b>							
Propriétaire	75%	52%	62%	31%	51%	60%	54%
Locataire	25%	48%	38%	69%	49%	40%	46%
<b>Valeur moyenne des logements</b>	<b>349 643 \$</b>	<b>311 719 \$</b>	<b>284 430 \$</b>	<b>274 550 \$</b>	<b>311 379 \$</b>	<b>376 800 \$</b>	<b>500 400 \$</b>

Source: Statistique Canada (recensement 2016 et 2021).

## Profil sociodémographique de la population de Saint-Jérôme

Variables	Secteur Bellefeuille	Secteur Lafontaine	Secteur Saint-Antoine	Secteur Saint-Jérôme	Total	Province de Québec	RMR de Montréal
<b>Profession (15 ans et +) (2016)</b>							
Gestion	11%	8%	7%	6%	9%	10%	11%
Affaires, finance et administration	15%	13%	14%	13%	14%	16%	18%
Sciences naturelles et appliquées et domaines apparentés	6%	5%	5%	4%	5%	7%	8%
Secteur de la santé	7%	9%	8%	7%	8%	7%	7%
Enseignement, droit et services sociaux, communautaires et gouvernementaux	13%	12%	13%	10%	12%	12%	12%
Arts, culture, sports et loisirs	2%	2%	2%	2%	2%	3%	4%
Vente et services	24%	26%	26%	31%	27%	24%	24%
Métiers, transport, machinerie et domaines apparentés	16%	16%	17%	18%	17%	14%	11%
Ressources naturelles, agriculture et production connexe	1%	1%	1%	2%	1%	2%	1%
Fabrication et services d'utilité publique	5%	7%	7%	7%	6%	5%	4%
<b>Niveau de scolarité (2016)</b>							
Primaire	19%	24%	23%	32%	25%	20%	18%
Secondaire	23%	23%	24%	25%	24%	22%	22%
Collégiale (cégep)	41%	41%	40%	32%	38%	34%	31%
Universitaire	17%	13%	12%	11%	13%	24%	29%
<b>Revenu du ménage (2020)</b>							
Moins de 20 000 \$	2%	3%	3%	7%	5%	4%	5%
20 000 \$ à 39 999 \$	12%	21%	20%	31%	23%	18%	16%
40 000 \$ à 59 999 \$	16%	20%	18%	23%	20%	18%	17%
60 000 \$ à 79 999 \$	15%	15%	16%	15%	15%	15%	14%
80 000 \$ à 99 999 \$	14%	14%	13%	10%	12%	12%	12%
100 000 \$ à 149 999 \$	23%	17%	21%	10%	16%	19%	19%
150 000 \$ et plus	18%	10%	9%	3%	9%	15%	17%
<b>Revenu moyen des personnes</b>	<b>51 876 \$</b>	<b>45 393 \$</b>	<b>45 724 \$</b>	<b>38 433 \$</b>	<b>44 664 \$</b>	<b>51 160 \$</b>	<b>53 600 \$</b>
<b>RMR de Montréal = 100</b>	<b>97</b>	<b>85</b>	<b>85</b>	<b>72</b>	<b>83</b>	<b>95</b>	<b>100</b>
<b>Revenu moyen du ménage</b>	<b>98 098 \$</b>	<b>78 931 \$</b>	<b>82 001 \$</b>	<b>59 429 \$</b>	<b>76 245 \$</b>	<b>92 000 \$</b>	<b>98 400 \$</b>
<b>Province de Québec = 100</b>	<b>107</b>	<b>86</b>	<b>89</b>	<b>65</b>	<b>83</b>	<b>100</b>	<b>107</b>

Source: Statistique Canada ( recensement 2016 et 2021).

## Estimation du potentiel de marché des résidents des secteurs de Saint-Jérôme

Le potentiel commercial se définit comme étant la somme (\$) que les résidents d'une zone donnée sont à même de dépenser en une année pour des biens ou des services donnés. Ces montants sont destinés autant aux établissements de la zone qu'à ceux de l'extérieur de la zone.

Il s'évalue en attribuant un niveau moyen de dépenses par personne ou par ménage à la population de la zone étudiée. Pour cet exercice, le Groupe Altus utilise les données de Statistique Canada : les ventes dans les commerces de détail (63-005 au catalogue) et celles pour les restaurants (Enquête mensuelle sur les services de restauration et débits de boissons, Cansim 355-0006). Les moyennes canadiennes et provinciales issues du traitement des données de Statistique Canada sont ensuite pondérées sur la base de variables socio-économiques comme le revenu et la taille du ménage afin de refléter la réalité de la zone de marché.

Aux fins de ce mandat, le potentiel commercial a été mesuré pour six grandes catégories : les biens durables et semi-durables, les biens courants, les services personnels, la restauration, les gyms ainsi que les cinémas<sup>1</sup>. Les données sont présentées sur les tableaux des pages suivantes.

L'augmentation du potentiel commercial est exclusivement attribuable à la croissance démographique puisque **toutes les données monétaires reflètent la valeur actuelle du dollar (dollars constants 2022)**. Les niveaux de dépenses n'ont donc pas été indexés pour refléter, l'inflation ou la hausse du niveau de vie.

Ainsi le potentiel de marché de la ville de Saint-Jérôme est estimé en 2023 à **931,1 millions \$** pour les catégories considérées. Tenant compte de l'accroissement démographique anticipé pour la ville, cette demande devrait s'accroître d'environ **31,3 millions \$** pour atteindre **962,4 millions \$** en **2026** puis de **90,1 millions \$** entre **2026 et 2031** pour atteindre environ **1,053 milliards \$**.

Les tableaux suivants présentent le sommaire du calcul du potentiel de marché, les dépenses annuelles moyennes par types de biens et services ainsi que les potentiels détaillés par secteur et par type de biens et services pour les années 2023, 2026 et 2031.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme					
Synthèse du potentiel de marché de Saint-Jérôme en 2023, 2026 et 2031					
Tableau synthèse					
Categories	2023	2026 <sup>1</sup>	2031 <sup>1</sup>	Croissance anticipée 2023 / 2026	Croissance anticipée 2026 / 2031
Biens durables et semi-durables	405 392 500 \$	418 278 000 \$	456 380 200 \$	12 885 500 \$ ↑	38 102 200 \$
Biens courants	365 903 400 \$	377 533 800 \$	411 927 600 \$	11 630 400 \$ ↑	34 393 800 \$
Services	23 235 200 \$	24 225 700 \$	26 799 600 \$	990 500 \$ ↑	2 573 900 \$
Gyms	5 323 700 \$	5 492 300 \$	6 003 700 \$	168 600 \$ ↑	511 400 \$
Restaurants	130 545 400 \$	136 110 300 \$	150 571 500 \$	5 564 900 \$ ↑	14 461 200 \$
Divertissement (cinéma)	712 800 \$	743 200 \$	822 200 \$	30 400 \$ 📉	79 000 \$
<b>TOTAL</b>	<b>931 113 000 \$</b>	<b>962 383 000 \$</b>	<b>1 052 505 000 \$</b>	<b>31 270 000 \$</b>	<b>90 122 000 \$</b>

Source: Groupe Altus

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Dépenses annuelles au Québec et dans la zone commerciale**  
**Biens durables et semi-durables, biens courants, services personnels et restaurants**

Type de commerces	Québec en 2023 <sup>1</sup>	Secteur Bellefeuille <sup>2</sup>	Secteur Lafontaine <sup>2</sup>	Secteur Saint-Antoine <sup>2</sup>	Secteur Saint-Jérôme <sup>2</sup>
<b>Biens durables et semi-durables</b>					
Meubles	379 \$	392 \$	352 \$	358 \$	312 \$
Accessoires pour la maison	174 \$	180 \$	162 \$	165 \$	143 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	300 \$	310 \$	279 \$	284 \$	247 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	992 \$	1 025 \$	922 \$	938 \$	816 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	694 \$	717 \$	645 \$	656 \$	571 \$
Chaussures	111 \$	115 \$	103 \$	105 \$	91 \$
Bijouteries et maroquinerie	59 \$	61 \$	55 \$	56 \$	49 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	322 \$	333 \$	299 \$	305 \$	265 \$
Magasins de marchandises diverses	1 642 \$	1 696 \$	1 525 \$	1 553 \$	1 351 \$
Magasins de détail divers	468 \$	484 \$	435 \$	443 \$	385 \$
<b>Total – biens durables et semi-durables</b>	<b>5 141 \$</b>	<b>5 313 \$</b>	<b>4 777 \$</b>	<b>4 863 \$</b>	<b>4 230 \$</b>
<b>Biens courants</b>					
Supermarchés	2 587 \$	2 673 \$	2 404 \$	2 447 \$	2 129 \$
Dépanneurs	334 \$	345 \$	310 \$	316 \$	275 \$
Spécialistes alimentaires	262 \$	270 \$	243 \$	247 \$	215 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	1 458 \$	1 506 \$	1 355 \$	1 379 \$	1 200 \$
<b>Total – biens courants</b>	<b>4 641 \$</b>	<b>4 794 \$</b>	<b>4 312 \$</b>	<b>4 389 \$</b>	<b>3 819 \$</b>
<b>Services personnels et autres</b>					
Services vestimentaires (nettoyeurs, buanderies, couture)	59 \$	61 \$	55 \$	56 \$	49 \$
Coiffure et esthétique	571 \$	590 \$	531 \$	540 \$	470 \$
Gym	81 \$	84 \$	75 \$	77 \$	67 \$
Cinéma	19 \$	20 \$	18 \$	18 \$	16 \$
<b>Total – services personnels et autres</b>	<b>630 \$</b>	<b>755 \$</b>	<b>679 \$</b>	<b>691 \$</b>	<b>602 \$</b>
<b>Restaurants<sup>3</sup></b>					
Avec service restreint	1 520 \$	1 570 \$	1 412 \$	1 437 \$	1 251 \$
Avec service complet - Familial	1 051 \$	1 086 \$	976 \$	994 \$	865 \$
Avec service complet - Ambiance	748 \$	773 \$	695 \$	707 \$	616 \$
Avec service complet - Gastronomique	223 \$	230 \$	207 \$	211 \$	184 \$
<b>Total – restaurants</b>	<b>3 542 \$</b>	<b>3 659 \$</b>	<b>3 290 \$</b>	<b>3 349 \$</b>	<b>2 916 \$</b>

1. Statistique Canada, données indexées pour 2023 par Groupe Altus.

2. Estimation de Groupe Altus (basée sur le profil socioéconomique de la population de la zone d'étude).

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Biens durables et semi-durables**

Catégories	Secteur Bellefeuille	Secteur Lafontaine	Secteur Saint-Antoine	Secteur Saint-Jérôme	Total
<b>2023</b>					
Meubles	9 290 400 \$	5 375 000 \$	5 083 600 \$	10 140 000 \$	29 889 000 \$
Accessoires pour la maison	4 266 000 \$	2 473 700 \$	2 343 000 \$	4 647 500 \$	13 730 200 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	7 347 000 \$	4 260 300 \$	4 032 800 \$	8 027 500 \$	23 667 600 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	24 292 500 \$	14 078 900 \$	13 319 600 \$	26 520 000 \$	78 211 000 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	16 992 900 \$	9 849 200 \$	9 315 200 \$	18 557 500 \$	54 714 800 \$
Chaussures	2 725 500 \$	1 572 800 \$	1 491 000 \$	2 957 500 \$	8 746 800 \$
Bijouteries et maroquinerie	1 445 700 \$	839 900 \$	795 200 \$	1 592 500 \$	4 673 300 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	7 892 100 \$	4 565 700 \$	4 331 000 \$	8 612 500 \$	25 401 300 \$
Magasins de marchandises diverses	40 195 200 \$	23 286 800 \$	22 052 600 \$	43 907 500 \$	129 442 100 \$
Magasins de détail divers	11 470 800 \$	6 642 500 \$	6 290 600 \$	12 512 500 \$	36 916 400 \$
<b>Total</b>	<b>125 918 100 \$</b>	<b>72 944 800 \$</b>	<b>69 054 600 \$</b>	<b>137 475 000 \$</b>	<b>405 392 500 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>					
Meubles	9 604 000 \$	5 596 800 \$	5 155 200 \$	10 483 200 \$	30 839 200 \$
Accessoires pour la maison	4 410 000 \$	2 575 800 \$	2 376 000 \$	4 804 800 \$	14 166 600 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	7 595 000 \$	4 436 100 \$	4 089 600 \$	8 299 200 \$	24 419 900 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	25 112 500 \$	14 659 800 \$	13 507 200 \$	27 417 600 \$	80 697 100 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	17 566 500 \$	10 255 500 \$	9 446 400 \$	19 185 600 \$	56 454 000 \$
Chaussures	2 817 500 \$	1 637 700 \$	1 512 000 \$	3 057 600 \$	9 024 800 \$
Bijouteries et maroquinerie	1 494 500 \$	874 500 \$	806 400 \$	1 646 400 \$	4 821 800 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	8 158 500 \$	4 754 100 \$	4 392 000 \$	8 904 000 \$	26 208 600 \$
Magasins de marchandises diverses	41 552 000 \$	24 247 500 \$	22 363 200 \$	45 393 600 \$	133 556 300 \$
Magasins de détail divers	11 858 000 \$	6 916 500 \$	6 379 200 \$	12 936 000 \$	38 089 700 \$
<b>Total</b>	<b>130 168 500 \$</b>	<b>75 954 300 \$</b>	<b>70 027 200 \$</b>	<b>142 128 000 \$</b>	<b>418 278 000 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>					
Meubles	10 035 200 \$	5 913 600 \$	5 656 400 \$	12 043 200 \$	33 648 400 \$
Accessoires pour la maison	4 608 000 \$	2 721 600 \$	2 607 000 \$	5 519 800 \$	15 456 400 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	7 936 000 \$	4 687 200 \$	4 487 200 \$	9 534 200 \$	26 644 600 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	26 240 000 \$	15 489 600 \$	14 820 400 \$	31 497 600 \$	88 047 600 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	18 355 000 \$	10 836 000 \$	10 364 800 \$	22 040 600 \$	61 596 400 \$
Chaussures	2 944 000 \$	1 730 400 \$	1 659 000 \$	3 512 600 \$	9 846 000 \$
Bijouteries et maroquinerie	1 562 000 \$	924 000 \$	884 800 \$	1 891 400 \$	5 262 200 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	8 525 000 \$	5 023 200 \$	4 819 000 \$	10 229 000 \$	28 596 200 \$
Magasins de marchandises diverses	43 418 000 \$	25 620 000 \$	24 537 400 \$	52 148 600 \$	145 724 000 \$
Magasins de détail divers	12 390 000 \$	7 308 000 \$	6 999 400 \$	14 861 000 \$	41 558 400 \$
<b>Total</b>	<b>136 013 200 \$</b>	<b>80 253 600 \$</b>	<b>76 835 400 \$</b>	<b>163 278 000 \$</b>	<b>456 380 200 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Biens courants**

Catégories	Secteur Bellefeuille	Secteur Lafontaine	Secteur Saint-Antoine	Secteur Saint-Jérôme	Total
<b>2023</b>					
Supermarchés	63 350 100 \$	36 709 100 \$	34 747 400 \$	69 192 500 \$	203 999 100 \$
Dépanneurs	8 176 500 \$	4 733 700 \$	4 487 200 \$	8 937 500 \$	26 334 900 \$
Spécialistes alimentaires	6 399 000 \$	3 710 600 \$	3 507 400 \$	6 987 500 \$	20 604 500 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	35 692 200 \$	20 690 900 \$	19 581 800 \$	39 000 000 \$	114 964 900 \$
<b>Total</b>	<b>113 617 800 \$</b>	<b>65 844 300 \$</b>	<b>62 323 800 \$</b>	<b>124 117 500 \$</b>	<b>365 903 400 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>					
Supermarchés	65 488 500 \$	38 223 600 \$	35 236 800 \$	71 534 400 \$	210 483 300 \$
Dépanneurs	8 452 500 \$	4 929 000 \$	4 550 400 \$	9 240 000 \$	27 171 900 \$
Spécialistes alimentaires	6 615 000 \$	3 863 700 \$	3 556 800 \$	7 224 000 \$	21 259 500 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	36 897 000 \$	21 544 500 \$	19 857 600 \$	40 320 000 \$	118 619 100 \$
<b>Total</b>	<b>117 453 000 \$</b>	<b>68 560 800 \$</b>	<b>63 201 600 \$</b>	<b>128 318 400 \$</b>	<b>377 533 800 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>					
Supermarchés	68 428 800 \$	40 387 200 \$	38 662 600 \$	82 179 400 \$	229 658 000 \$
Dépanneurs	8 832 000 \$	5 208 000 \$	4 992 800 \$	10 615 000 \$	29 647 800 \$
Spécialistes alimentaires	6 912 000 \$	4 082 400 \$	3 902 600 \$	8 299 000 \$	23 196 000 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	38 553 600 \$	22 764 000 \$	21 788 200 \$	46 320 000 \$	129 425 800 \$
<b>Total</b>	<b>122 726 400 \$</b>	<b>72 441 600 \$</b>	<b>69 346 200 \$</b>	<b>147 413 400 \$</b>	<b>411 927 600 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Services**

Catégories	Secteur Bellefeuille	Secteur Lafontaine	Secteur Saint-Antoine	Secteur Saint-Jérôme	Total
<b>2023</b>					
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	603 900 \$	390 500 \$	352 800 \$	837 900 \$	2 185 100 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	5 841 000 \$	3 770 100 \$	3 402 000 \$	8 037 000 \$	21 050 100 \$
<b>Total</b>	<b>6 444 900 \$</b>	<b>4 160 600 \$</b>	<b>3 754 800 \$</b>	<b>8 874 900 \$</b>	<b>23 235 200 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>					
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	634 400 \$	412 500 \$	364 000 \$	867 300 \$	2 278 200 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	6 136 000 \$	3 982 500 \$	3 510 000 \$	8 319 000 \$	21 947 500 \$
<b>Total</b>	<b>6 770 400 \$</b>	<b>4 395 000 \$</b>	<b>3 874 000 \$</b>	<b>9 186 300 \$</b>	<b>24 225 700 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>					
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	677 100 \$	445 500 \$	403 200 \$	994 700 \$	2 520 500 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	6 549 000 \$	4 301 100 \$	3 888 000 \$	9 541 000 \$	24 279 100 \$
<b>Total</b>	<b>7 226 100 \$</b>	<b>4 746 600 \$</b>	<b>4 291 200 \$</b>	<b>10 535 700 \$</b>	<b>26 799 600 \$</b>

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.



**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Centres de conditionnement physiques (Gym)**

2023	Secteur Bellefeuille	Secteur Lafontaine	Secteur Saint-Antoine	Secteur Saint-Jérôme
Potentiel de marché estimé	1 570 800 \$	945 000 \$	902 400 \$	1 905 500 \$
<b>Total 2023</b>	<b>5 323 700 \$</b>			
<b>2026 <sup>1</sup></b>				
Potentiel de marché estimé	1 623 700 \$	984 000 \$	914 800 \$	1 969 800 \$
<b>Total 2026</b>	<b>5 492 300 \$</b>			
<b>2031 <sup>1</sup></b>				
Potentiel de marché estimé	1 696 800 \$	1 039 500 \$	1 004 100 \$	2 263 300 \$
<b>Total 2031</b>	<b>6 003 700 \$</b>			

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Divertissement**

Catégories	Secteur Bellefeuille	Secteur Lafontaine	Secteur Saint-Antoine	Secteur Saint-Jérôme	Total
<b>2023</b>					
Divertissement (Cinéma)	198 000 \$	127 800 \$	113 400 \$	273 600 \$	712 800 \$
<b>2026 <sup>1</sup></b>					
Divertissement (Cinéma)	208 000 \$	135 000 \$	117 000 \$	283 200 \$	743 200 \$
<b>2031 <sup>1</sup></b>					
Divertissement (Cinéma)	222 000 \$	145 800 \$	129 600 \$	324 800 \$	822 200 \$

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Restaurants**

Catégories	Secteur Bellefeuille	Secteur Lafontaine	Secteur Saint-Antoine	Secteur Saint-Jérôme	Total
<b>2023</b>					
<b>Service restreint</b>	<b>15 543 000 \$</b>	<b>10 025 200 \$</b>	<b>9 053 100 \$</b>	<b>21 392 100 \$</b>	<b>56 013 400 \$</b>
Service complet - familial	10 751 400 \$	6 929 600 \$	6 262 200 \$	14 791 500 \$	38 734 700 \$
Service complet - ambiance	7 652 700 \$	4 934 500 \$	4 454 100 \$	10 533 600 \$	27 574 900 \$
Service complet - gastronomique	2 277 000 \$	1 469 700 \$	1 329 300 \$	3 146 400 \$	8 222 400 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>20 681 100 \$</b>	<b>13 333 800 \$</b>	<b>12 045 600 \$</b>	<b>28 471 500 \$</b>	<b>74 532 000 \$</b>
<b>Total</b>	<b>36 224 100 \$</b>	<b>23 359 000 \$</b>	<b>21 098 700 \$</b>	<b>49 863 600 \$</b>	<b>130 545 400 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>					
<b>Service restreint</b>	<b>16 328 000 \$</b>	<b>10 590 000 \$</b>	<b>9 340 500 \$</b>	<b>22 142 700 \$</b>	<b>58 401 200 \$</b>
Service complet - familial	11 294 400 \$	7 320 000 \$	6 461 000 \$	15 310 500 \$	40 385 900 \$
Service complet - ambiance	8 039 200 \$	5 212 500 \$	4 595 500 \$	10 903 200 \$	28 750 400 \$
Service complet - gastronomique	2 392 000 \$	1 552 500 \$	1 371 500 \$	3 256 800 \$	8 572 800 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>21 725 600 \$</b>	<b>14 085 000 \$</b>	<b>12 428 000 \$</b>	<b>29 470 500 \$</b>	<b>77 709 100 \$</b>
<b>Total</b>	<b>38 053 600 \$</b>	<b>24 675 000 \$</b>	<b>21 768 500 \$</b>	<b>51 613 200 \$</b>	<b>136 110 300 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>					
<b>Service restreint</b>	<b>17 427 000 \$</b>	<b>11 437 200 \$</b>	<b>10 346 400 \$</b>	<b>25 395 300 \$</b>	<b>64 605 900 \$</b>
Service complet - familial	12 054 600 \$	7 905 600 \$	7 156 800 \$	17 559 500 \$	44 676 500 \$
Service complet - ambiance	8 580 300 \$	5 629 500 \$	5 090 400 \$	12 504 800 \$	31 805 000 \$
Service complet - gastronomique	2 553 000 \$	1 676 700 \$	1 519 200 \$	3 735 200 \$	9 484 100 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>23 187 900 \$</b>	<b>15 211 800 \$</b>	<b>13 766 400 \$</b>	<b>33 799 500 \$</b>	<b>85 965 600 \$</b>
<b>Total</b>	<b>40 614 900 \$</b>	<b>26 649 000 \$</b>	<b>24 112 800 \$</b>	<b>59 194 800 \$</b>	<b>150 571 500 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

## Estimation du potentiel de marché par secteur commercial

Aux fins de ce mandat, le potentiel commercial a été mesuré pour six grandes catégories : les biens durables et semi-durables, les biens courants, les services personnels, la restauration, les gyms ainsi que les cinémas. Les données sont présentées sur les tableaux des pages suivantes.

Le potentiel de marché des différents secteurs commerciaux analysés dépasse largement le potentiel de marché des résidents de Saint-Jérôme puisque le rayonnement commercial des différents secteurs commerciaux s'étend bien au-delà des limites de la municipalité de Saint-Jérôme. **Les zones commerciales de la Ville de Saint-Jérôme sont présentées dans la section sur les provenances de clientèle (p64).**

L'augmentation du potentiel commercial est exclusivement attribuable à la croissance démographique puisque toutes les données monétaires reflètent la valeur actuelle du dollar (dollars constants 2022). Les niveaux de dépenses n'ont donc pas été indexés pour refléter l'évolution de la valeur du dollar, l'inflation ou la hausse du niveau de vie. Puisque les zones commerciales de secteurs commerciaux se superposent parfois, **ces potentiels de marché ne doivent pas s'additionner entre eux ou avec ceux des quartiers de la ville de Saint-Jérôme.**

Ainsi les sommaires des potentiels de chacun des secteurs commerciaux seront présentés. Dans les tableaux suivants, le potentiel de marché des gyms fut additionné fut considéré avec celui des services. **Les tableaux détaillés de potentiel de marché pour chacun des secteurs commerciaux sont présentés en annexe A de ce rapport.**

### Secteur du Carrefour du Nord, Smart Centre et Mégacentre Saint-Jérôme

Le potentiel de marché de ces trois secteurs est le même puisque ceux-ci partagent la même zone commerciale. Ainsi le potentiel de marché ces trois zones est estimé en 2023 à 5,287 milliards \$ pour les catégories considérées. Tenant compte de l'accroissement démographique anticipé, cette demande devrait s'accroître de 193,7 millions \$ pour atteindre environ 5,481 milliards \$ en 2026 et de 355,2 millions \$ entre 2026 et 2031 pour atteindre environ 5,836 milliards \$.

Le tableau suivant présente le sommaire du calcul du potentiel de marché pour ces trois secteurs par type de biens et services pour les années 2023, 2026 et 2031.

#### Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur du Carrefour du Nord, Smart Centre et Mégacentre Saint-Jérôme

#### Synthèse du potentiel de marché de Saint-Jérôme en 2023, 2026 et 2031

##### Tableau synthèse

Categories	2023	2026 <sup>1</sup>	2031 <sup>1</sup>	Croissance anticipée 2023 / 2026	Croissance anticipée 2026 / 2031
Biens durables et semi-durables	2 324 335 200 \$	2 404 140 200 \$	2 550 170 700 \$	79 805 000 \$ ↑	146 030 500 \$
Biens courants	2 098 220 900 \$	2 170 265 400 \$	2 302 091 400 \$	72 044 500 \$ ↑	131 826 000 \$
Services et gym	155 600 900 \$	162 758 400 \$	175 990 200 \$	7 157 500 \$ ↑	13 231 800 \$
Restaurants	705 389 100 \$	739 849 700 \$	803 623 700 \$	34 460 600 \$ ↑	63 774 000 \$
Divertissement (cinéma)	3 769 800 \$	3 952 900 \$	4 292 900 \$	183 100 \$ ↔	340 000 \$
<b>TOTAL</b>	<b>5 287 316 000 \$</b>	<b>5 480 967 000 \$</b>	<b>5 836 169 000 \$</b>	<b>193 651 000 \$</b>	<b>355 202 000 \$</b>

Source: Groupe Altus

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

## Secteur du centre-ville

Le potentiel de marché de la zone d'influence du centre-ville de Saint-Jérôme est estimé en 2023 à 6,966 milliards \$ pour l'ensemble des catégories considérées. Tenant compte de l'accroissement démographique anticipé, cette demande devrait s'accroître de 288,3 millions \$ pour atteindre environ 7,254 milliards \$ en 2026 puis d'un autre 465,8 millions \$ entre 2026 et 2031 pour atteindre environ 7,720 milliards \$.

Le tableau suivant présente le sommaire du calcul du potentiel de marché pour le secteur du Centre-Ville par type de biens et services pour les années 2023, 2026 et 2031.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, secteur du Centre-ville					
Synthèse du potentiel de marché de Saint-Jérôme en 2023, 2026 et 2031					
Tableau synthèse					
Categories	2023	2026 <sup>1</sup>	2031 <sup>1</sup>	Croissance anticipée 2023 / 2026	Croissance anticipée 2026 / 2031
Biens durables et semi-durables	3 092 733 000 \$	3 214 713 600 \$	3 410 015 600 \$	121 980 600 \$ ↑	195 302 000 \$
Biens courants	2 791 739 200 \$	2 901 848 700 \$	3 078 143 900 \$	110 109 500 \$ ↑	176 295 200 \$
Services	156 741 300 \$	164 956 800 \$	178 750 800 \$	8 215 500 \$ ↑	13 794 000 \$
Gyms	39 132 000 \$	40 676 200 \$	43 147 100 \$	1 544 200 \$ ↑	2 470 900 \$
Restaurants	881 241 900 \$	927 431 400 \$	1 004 984 400 \$	46 189 500 \$ ↑	77 553 000 \$
Divertissement (cinéma)	4 636 200 \$	4 879 200 \$	5 287 200 \$	243 000 \$ ↔	408 000 \$
<b>TOTAL</b>	<b>6 966 224 000 \$</b>	<b>7 254 506 000 \$</b>	<b>7 720 329 000 \$</b>	<b>288 282 000 \$</b>	<b>465 823 000 \$</b>

Source: Groupe Altus

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

## Secteur des Galeries des Laurentides et secteur route 117 sud

Le potentiel de marché de ces deux secteurs est le même, ceux-ci partagent la même zone commerciale. Ainsi le potentiel de marché pour ces deux secteurs est estimé en 2023 à environ 1,782 milliards \$ pour les catégories considérées. Tenant compte de l'accroissement démographique anticipé, cette demande devrait s'accroître de 101,8 millions \$ pour atteindre environ 1,884 milliards \$ en 2026 et augmenter de 168,4 millions \$ entre 2026 et 2031 pour atteindre environ 2,052 milliards \$.

Le tableau suivant présente le sommaire du calcul du potentiel de marché pour ce secteur par type de biens et services pour les années 2023, 2026 et 2031.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur Galeries des laurentides et de la route 117 sud					
Synthèse du potentiel de marché de Saint-Jérôme en 2023, 2026 et 2031					
Tableau synthèse					
Categories	2023	2026 <sup>1</sup>	2031 <sup>1</sup>	Croissance anticipée 2023 / 2026	Croissance anticipée 2026 / 2031
Biens durables et semi-durables	783 734 500 \$	826 273 800 \$	896 325 000 \$	42 539 300 \$ ↑	70 051 200 \$
Biens courants	707 594 200 \$	746 002 200 \$	809 250 700 \$	38 408 000 \$ ↑	63 248 500 \$
Services et gym	52 358 500 \$	55 967 000 \$	62 009 700 \$	3 608 500 \$ ↑	6 042 700 \$
Restaurants	237 028 500 \$	254 213 500 \$	283 084 300 \$	17 185 000 \$ ↑	28 870 800 \$
Divertissement (cinéma)	1 276 700 \$	1 369 200 \$	1 524 600 \$	92 500 \$ ↔	155 400 \$
<b>TOTAL</b>	<b>1 781 992 000 \$</b>	<b>1 883 826 000 \$</b>	<b>2 052 194 000 \$</b>	<b>101 833 000 \$</b>	<b>168 369 000 \$</b>

Source: Groupe Altus

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

## Les Galeries Citation

Le potentiel de marché du secteur des Galeries Citation est estimé en 2023 à environ 417 millions \$ pour les catégories considérées. Tenant compte de l'accroissement démographique anticipé, cette demande devrait s'accroître de 46,1 millions \$ pour atteindre 463 millions \$ en 2026 puis d'un autre 50,6 millions \$ entre 2026 et 2031 pour atteindre 513,7 millions \$.

Le tableau suivant présente le sommaire du calcul du potentiel de marché pour le secteur commercial des Galeries Citation selon le type de biens et de services pour les années 2023, 2026 et 2031.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur Galeries Citation					
Synthèse du potentiel de marché de Saint-Jérôme en 2023, 2026 et 2031					
Tableau synthèse					
Categories	2023	2026 <sup>1</sup>	2031 <sup>1</sup>	Croissance anticipée 2023 / 2026	Croissance anticipée 2026 / 2031
Biens durables et semi-durables	162 150 900 \$	173 368 800 \$	191 100 600 \$	11 217 900 \$ ↑	17 731 800 \$
Biens courants	146 330 400 \$	156 453 500 \$	172 453 800 \$	10 123 100 \$ ↑	16 000 300 \$
Services et gym	10 080 100 \$	10 852 900 \$	12 092 000 \$	772 800 \$ ↑	1 239 100 \$
Restaurants	98 155 000 \$	122 104 700 \$	137 737 400 \$	23 949 700 \$ ↑	15 632 700 \$
Divertissement (cinéma)	247 000 \$	266 400 \$	297 600 \$	19 400 \$ 📉	31 200 \$
<b>TOTAL</b>	<b>416 963 000 \$</b>	<b>463 046 000 \$</b>	<b>513 681 000 \$</b>	<b>46 083 000 \$</b>	<b>50 635 000 \$</b>

Source: Groupe Altus

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

## Secteur route 117 nord

Le potentiel de marché du secteur de la route 117 Nord est estimé en 2023 à environ 1,215 milliard \$ pour les catégories considérées. Tenant compte de l'accroissement démographique anticipé, cette demande devrait s'accroître de 58,4 millions \$ pour atteindre environ 1,273 milliard \$ en 2026 puis d'un autre 96,7 millions \$ entre 2026 et 2031 pour atteindre environ 1,370 milliard \$.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, secteur de la route 117 Nord					
Synthèse du potentiel de marché de Saint-Jérôme en 2023, 2026 et 2031					
Tableau synthèse					
Categories	2023	2026 <sup>1</sup>	2031 <sup>1</sup>	Croissance anticipée 2023 / 2026	Croissance anticipée 2026 / 2031
Biens durables et semi-durables	531 836 200 \$	556 049 600 \$	596 101 400 \$	24 213 400 \$ ↑	40 051 800 \$
Biens courants	480 192 900 \$	502 055 100 \$	538 218 000 \$	21 862 200 \$ ↑	36 162 900 \$
Services et gym	36 330 400 \$	38 446 000 \$	41 968 700 \$	2 115 600 \$ ↑	3 522 700 \$
Restaurants	165 433 000 \$	175 565 800 \$	192 453 800 \$	10 132 800 \$ ↑	16 888 000 \$
Divertissement (cinéma)	891 300 \$	945 900 \$	1 036 900 \$	54 600 \$ 📉	91 000 \$
<b>TOTAL</b>	<b>1 214 684 000 \$</b>	<b>1 273 062 000 \$</b>	<b>1 369 779 000 \$</b>	<b>58 379 000 \$</b>	<b>96 716 000 \$</b>

Source: Groupe Altus

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

## Secteur route 158

Le potentiel de marché du secteur de la route 158 est estimé en 2023 à 1,225 milliard \$ pour les catégories considérées. Tenant compte de l'accroissement démographique anticipé, cette demande devrait s'accroître de 53,8 millions \$ pour atteindre environ 1,279 milliard \$ en 2026 et de 85,7 millions \$ entre 2026 et 2031 pour atteindre environ 1,365 milliard \$.

Le tableau suivant présente le sommaire du calcul du potentiel de marché pour le secteur de la route 158 par type de biens et services pour les années 2023, 2026 et 2031.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur de la route 158					
Synthèse du potentiel de marché de Saint-Jérôme en 2023, 2026 et 2031					
Tableau synthèse					
Categories	2023	2026 <sup>1</sup>	2031 <sup>1</sup>	Croissance anticipée 2023 / 2026	Croissance anticipée 2026 / 2031
Biens durables et semi-durables	535 108 800 \$	557 029 400 \$	591 504 000 \$	21 920 600 \$ ↑	34 474 600 \$
Biens courants	483 050 400 \$	502 838 700 \$	533 958 900 \$	19 788 300 \$ ↑	31 120 200 \$
Services et gym	36 940 300 \$	38 996 100 \$	42 396 200 \$	2 055 800 \$ ↑	3 400 100 \$
Restaurants	169 433 200 \$	179 426 600 \$	196 078 000 \$	9 993 400 \$ ↑	16 651 400 \$
Divertissement (cinéma)	914 400 \$	968 400 \$	1 058 400 \$	54 000 \$ 📉	90 000 \$
<b>TOTAL</b>	<b>1 225 447 000 \$</b>	<b>1 279 259 000 \$</b>	<b>1 364 996 000 \$</b>	<b>53 812 000 \$</b>	<b>85 736 000 \$</b>

Source: Groupe Altus

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

# Analyse de l'offre commerciale

## Structure commerciale régionale

Afin d'analyser la structure commerciale de Saint-Jérôme, il convient tout d'abord de présenter la structure commerciale régionale de la Région métropolitaine de Montréal. À cet effet, la carte de la page suivante présente la localisation des principaux pôles commerciaux à l'intérieur du territoire couvert par la RMR de Montréal. Nous y retrouvons notamment les pôles commerciaux positionnés à Saint-Jérôme (secteur du Carrefour du Nord ainsi que les secteurs du Smart Centre Saint-Jérôme et du Mégacentre Saint-Jérôme), lesquels rivalisent avec d'autres pôles commerciaux de la région de Montréal et plus particulièrement de ceux localisés à Laval et sur la Rive-Nord.

Les principaux pôles commerciaux à considérer apparaissent en rouge sur la carte. Évidemment, les regroupements positionnés à la proximité immédiate de Saint-Jérôme, soit le Faubourg Boisbriand, la Place Rosemère, Montreal Premium Outlets (Mirabel) ainsi que le Carrefour Laval, Centre Laval et Centropolis sont les principaux compétiteurs des secteurs commerciaux de Saint-Jérôme.

## La structure régionale

Le tableau suivant présente les principaux centres commerciaux de la Rive-Nord de Montréal autour de l'autoroute 15.

**Principaux centres commerciaux  
Ville de Saint-Jérôme, Rive-Nord et Laval**

Nom du centre	Ville	Nombre de magasin	Superficie locative brute	Type de centre commercial	Principales bannières
Le Carrefour Laval	Laval	228	1 217 400	Super Régional	La Baie, Rona L'Entrepôt, Sports Experts, Simons, Sports Expert
Faubourg Boisbriand	Boisbriand	57	1 120 000	Mégacentre	Costco, Décathlon, Brick, Toys 'R' Us, Marshalls, Home Depot, IGA
Place Rosemère	Rosemère	177	892 700	Régional	Walmart, best Buy, La Baie
DUO Centre Laval - Quartier Laval	Laval	130	700 000	Régional	La Baie, Décathlon, Best Buy, Marshalls, Brick, Ares, Avril
<b>Carrefour du Nord</b>	<b>Saint-Jérôme</b>	<b>121</b>	<b>617 700</b>	<b>Régional</b>	<b>Sports Experts, Maxi, L'Équipeur, Winners, Pharmaprix</b>
Centropolis	Laval	65	531 000	Mégacentre "Lifestyle"	La Cordée, Jack Astor's, cinéma, Clément
<b>Smart Centre St-Jérôme</b>	<b>Saint-Jérôme</b>	<b>21</b>	<b>421 900</b>	<b>Mégacentre</b>	<b>Home Depot, Walmart, Best Buy, IGA</b>
<b>Méga Centre Saint-Jérôme</b>	<b>Saint-Jérôme</b>	<b>11</b>	<b>421 000</b>	<b>Mail</b>	<b>Costco, RONA, Bureau en Gros</b>
Premium Outlets Montréal	Mirabel	97	370 000	Mail	La Baie, Nike Factor Store, H&M, Polo Ralph Lauren, Under Armour
Smart Centre Blainville	Blainville	20	207 700	Mail	Walmart, Winners, Dollarama
<b>Total</b>		<b>927</b>	<b>6 499 400</b>		

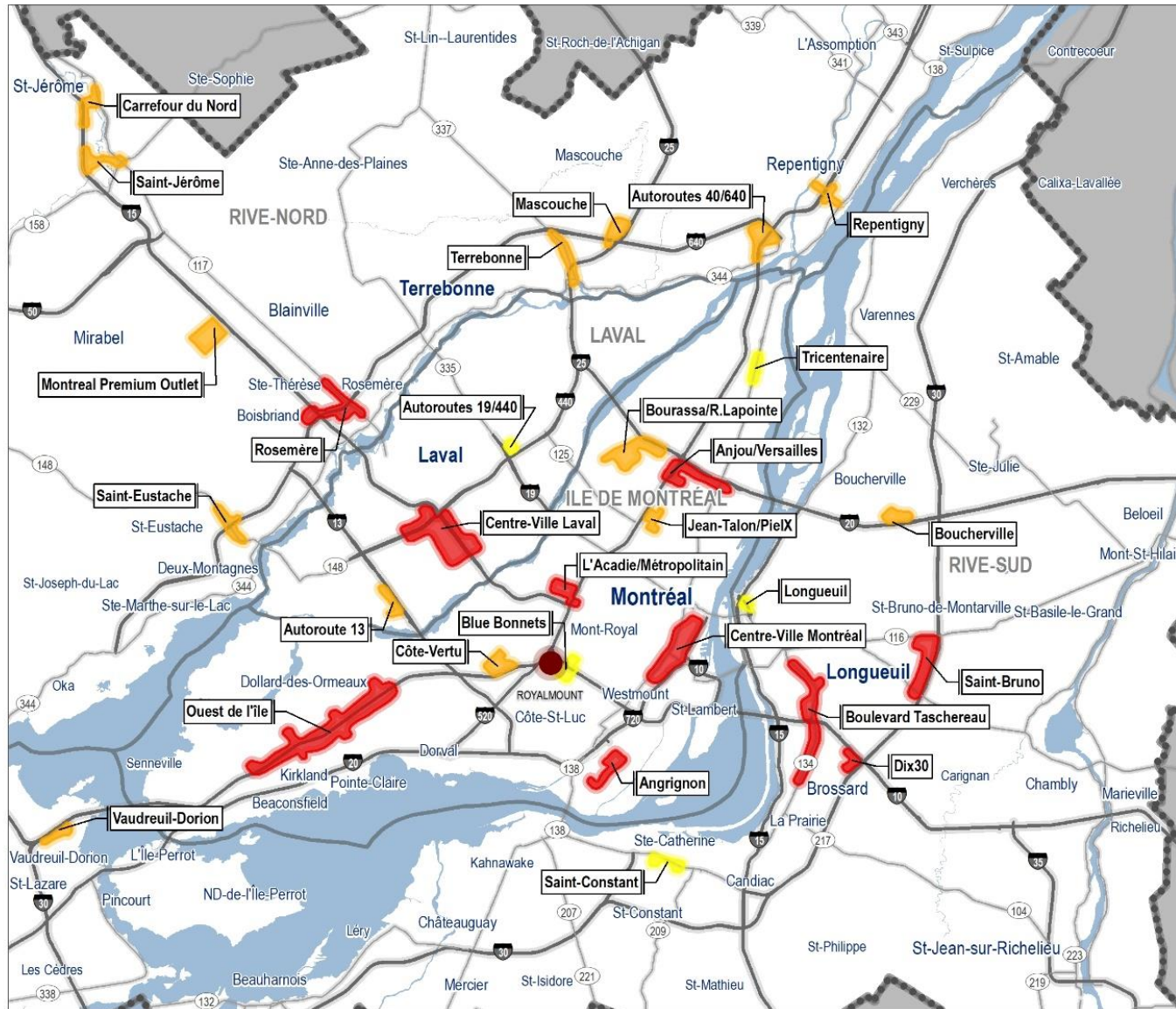
Source: Groupe Altus.



Globalement, on observe que la structure commerciale régionale à proximité de Saint-Jérôme est bien développée. Elle s'articule autour de cinq principaux pôles à vocation supra-régionale suivants :

- **Faubourg Boisbriand** est situé à l'intersection de l'autoroute 15 et l'autoroute 640, sur le territoire de la ville de Boisbriand. Il s'agit d'un mégacentre de 1 120 000 pieds carrés. Son offre en magasins de détail et de restaurants en fait un pôle d'intérêt pour l'ensemble de la Rive-Nord de Montréal et de Laval. De grandes bannières y sont localisées telles que Costco, Décathlon, Toys 'R' Us, Home Depot et Marshalls. Le faubourg Boisbriand est un centre commercial dit "Power Towns", qui agit comme un hybride entre un Mégacentre et un centre "Lifestyle. Il s'agit d'un centre multifonctionnel qui peut s'apparenter à celui du Quartier Dix30 à Brossard.
- **Place Rosemère** est un centre commercial régional de 892 722 pieds carrés sur le territoire de la ville de Rosemère. Celui-ci est adjacent à l'autoroute 640 et à proximité de l'autoroute 15. Certaines des grandes bannières présentes sont Walmart, Best Buy ainsi que La Baie.
- **Le Centropolis** est un vaste projet commercial situé à Laval, à l'ouest de l'autoroute 15 entre les boulevards Saint-Martin et Le Carrefour. Ce centre est un centre commercial de type "Lifestyle", un centre axé sur la mode, les loisirs et la maison qui ne détient aucune réelle locomotive commerciale, mais plutôt une vaste offre dans la restauration et les loisirs. Cette offre en fait un lieu ayant un très grand rayonnement et une grande influence allant de la Rive-Nord de Montréal à l'île de Montréal.
- **DUO Centre Laval – Quartier Laval** est un pôle commercial situé en bordure de l'autoroute 15 et du boulevard Le Corbusier. Le centre Laval est un mail de niveau régional et le Quartier Laval localisé directement au sud du Centre Laval est un regroupement de magasins de grandes surfaces avec une forte composante de commerces dans l'ameublement et la décoration.
- **Le Carrefour du Nord** est un centre commercial régional situé en bordure de l'autoroute 15 dans la ville de Saint-Jérôme. Il s'agit d'un centre commercial où l'on retrouve une grande mixité commerciale dans les types de biens et services offerts. Certaines des grandes bannières présentes sont Sports Expert, Maxi, L'Équipeur, Winners et Pharmaprix. Le Carrefour du Nord est le principal pôle régional de Saint-Jérôme. Par contre, sa zone d'influence dépasse largement l'agglomération de Saint-Jérôme et s'étend sur la Rive-Nord.
- **Méga Centre Saint-Jérôme / Smart Centre Saint-Jérôme** sont deux méga centres situés en bordure de l'autoroute 15 dans la ville de Saint-Jérôme. On y retrouve une offre importante en biens durables et semi-durables. Les bannières importantes présentes sont Costco, Home Depot, Walmart, Best Buy, Rona, Bureau et Gros et Party Expert.

La carte de la page suivante présente la structure commerciale de niveau « macro » de la RMR de Montréal.



Ville de **SAINT-JÉRÔME**  
**VILLE DE ST-JÉRÔME**

Localisation des pôles commerciaux

RÉGION MÉTROPOLITAINE DE MONTRÉAL, QUÉBEC

● Centre commercial majeur récent ou projeté

□ Limites des secteurs

PÔLE COMMERCIAL

■ Pôle majeur      ■ Pôle mineur  
■ Pôle intermédiaire

Autoroute  
 Route provinciale

N  
 0 5 10 Km  
 GroupeAltus  
 1100, boulevard René-Lévesque Ouest  
 Bureau 1500, Montréal, Québec, H3B 4N4  
 Téléphone: 514.392.7700

## Principaux secteurs commerciaux de Saint-Jérôme

---

### Secteur du Carrefour du Nord

- Le secteur commercial du Carrefour du Nord est situé au nord-est de la ville de Saint-Jérôme. Plus précisément à l'est de l'autoroute 15 à son croisement avec la route 117. Il est accessible facilement de l'autoroute par le boulevard de la Salette. La fonction commerciale est essentiellement ce qui domine ce secteur entre le boulevard de la Salette et le boulevard Monseigneur-Dubois. Une petite part de résidentiel existe en bordure de la Rivière-du-Nord avec quelques maisons ainsi qu'une résidence pour personnes âgées.
- L'autoroute 15, divise la ville de Saint-Jérôme en deux secteurs, un est et un ouest. Cette autoroute dispose d'un débit journalier moyen annuel de 103 000 véhicules au niveau du Carrefour du Nord.
- La route 117 traverse le secteur est de la ville de Saint-Jérôme. La route offre deux voies dans chaque direction (celle-ci se sépare en deux rues à sens unique dans le centre-ville de Saint-Jérôme ayant chacune deux voies). Le tronçon de cette route à proximité du Carrefour du Nord possède un débit journalier moyen annuel de 20 300 véhicules.
- Les principales locomotives, soit les bannières importantes générant un fort achalandage pour le secteur commercial sont pour le Carrefour du Nord : Sports Expert, Canadian Tire, Maxi et Winners.

### Secteur du centre-ville

- Le secteur commercial du centre-ville se localise dans l'ancienne ville de Saint-Jérôme. Le secteur est localisé à l'est de l'autoroute 15, plus précisément entre la Rivière-du-Nord, sa limite ouest et la rue Melançon, sa limite est. La limite nord du secteur est la rue de Martigny et la limite sud du secteur est la rue Latour à la hauteur de la gare intermodale de Saint-Jérôme. La fonction commerciale est dominante dans le secteur avec un grand nombre de commerces et une offre importante en restauration. Une part de ce secteur est toutefois résidentielle, composée principalement d'appartements et de duplex et triplex.
- L'artère principale de ce secteur est la Route 117 qui traverse l'ensemble du centre-ville. Le boulevard se sépare en deux à partir de la rue Latour jusqu'au boulevard Lajeunesse offrant ainsi deux rues à sens unique, une direction nord et une direction sud (Rue St-George et rue Labelle) avec deux voies de circulation chacune.
- Pour ce secteur commercial, les commerces importants sont principalement des restaurants et des commerces de biens courants tels que: Dieu du Ciel, La P'tite Grenouille, Le Shaker, Le Cerbère, Uniprix et la SAQ. Il n'y a pas de locomotive possédant une grande surface commerciale et attirant une grande clientèle à elle seule.

### Secteur du Smart Centre de Saint-Jérôme

- Le secteur commercial du Smart Centre de Saint-Jérôme est localisé dans le sud de la ville de Saint-Jérôme, à l'est de l'autoroute 15. Il est facilement accessible par la sortie de 41 menant sur le Boulevard Jean-Baptiste-Rolland. La fonction commerciale est dominante dans ce secteur qui se compose du boulevard du Grand Héron entre le boulevard Jean-Baptiste-Rolland et l'autoroute 15.

- L'autoroute 15 à la hauteur du Smart Centre de Saint Jérôme avait un débit journalier moyen annuel de 114 000 véhicules en 2021.
- Les boulevards Jean-Baptiste Rolland et du Grand-Héron sont structurant dans le paysage de la ville de Saint-Jérôme. Le boulevard du Grand-Héron relie le Smart Centre à Bellefeuille ainsi qu'au secteur de Mirabel en haut et de Saint-Colomban en devenant le chemin de la Rivière-du-Nord. Le boulevard Jean-Baptiste-Rolland relie l'ensemble du secteur commercial en bordure est de l'autoroute 15 jusqu'à la gare de Saint-Jérôme.
- Les principales locomotives pour ce secteur commercial sont : Home Depot, Walmart, Best Buy et IGA.

### Mégacentre Saint-Jérôme

- Le secteur commercial du Mégacentre de Saint-Jérôme est localisé au sud de la ville de Saint-Jérôme et à l'est de l'autoroute 15. Celui-ci est facilement accessible par la sortie de 41 menant sur le Boulevard Jean-Baptiste-Rolland. La fonction commerciale est la principale développée et domine en bordure de l'autoroute 15. Cependant, une zone résidentielle située autour des rues Brière, Gauthier et du boulevard Sainte-Marcelle entoure le secteur à l'est.
- L'autoroute 15 à la hauteur du Mégacentre de Saint Jérôme avait un débit journalier moyen annuel de 114 000 véhicules en 2021.
- L'artère principale structurant ce secteur est le boulevard Jean-Baptiste-Rolland qui longe l'autoroute et relie ce secteur commercial à celui du Smart Centre, situé à proximité l'un de l'autre. Le boulevard Jean-Baptiste-Rolland relie l'ensemble du secteur commercial en bordure est de l'autoroute 15 jusqu'à la gare de Saint-Jérôme.
- Les principales locomotives pour ce secteur commercial sont Costco, RONA, Bureau en Gros et Party Expert.

### Les Galeries des Laurentides

- Le secteur commercial des Galeries des Laurentides est localisé au sud-est de la ville de Saint-Jérôme, à l'intersection entre la route 117 et la route 158. La fonction commerciale est la principale autour de la route 117 à cette hauteur bien que des quartiers résidentiels se développent à l'est de celle-ci.
- À la hauteur du centre commercial, la route 117 possède un débit journalier moyen annuel de 12 500 véhicules. La route 158, à la hauteur du centre commercial, avait un débit journalier moyen annuel de 27 000 véhicules en 2021.
- La route 117 agit comme une artère structurante de Saint-Jérôme, traversant la ville du nord au sud. Celle-ci traverse le centre-ville en se séparant en deux rues à sens unique qui sont importantes dans le secteur. La route 158 relie Lachute à Saint-Ignace-de-Loyola, en bordure de Berthierville. Ce boulevard est structurant pour le secteur Saint-Antoine de la ville de Saint-Jérôme.
- Les principales locomotives de ce secteur commercial sont Maxi, Urban Planet et Brunet

### Le secteur Galeries Citation

- Le secteur commercial des Galeries Citation est localisé au nord-ouest de la ville de Saint-Jérôme, plus précisément à l'intersection entre le boulevard de la Salette et la Montée Sainte-Thérèse. Les fonctions commerciales et résidentielles sont les principales au nord du boulevard de la Salette. La fonction industrielle est dominante au sud de la Montée Sainte-Thérèse qui devient alors le

boulevard Rolland-Godard. Le site est accessible par la sortie du boulevard de la Salette Ouest sur le tronçon reliant l'autoroute 15 à la route 117.

- Le débit journalier moyen annuel de l'autoroute 15 à la hauteur des galeries Citation était de 103 000 voitures en 2021.
- Les principales locomotives de ce secteur sont le IGA Extra, la pharmacie Uniprix, et la SAQ qui sont plutôt des commerces de proximité limitant la zone d'influence de ce pôle commerciale.

### Secteur route 117 nord

- Le secteur commercial de la route 117 nord s'étend de la limite partagée avec la ville de Prévost au nord et s'étend jusqu'à la rue de Martigny, sa limite au sud, où la zone du centre-ville de Saint-Jérôme débute. Les fonctions commerciales et résidentielles sont les principales dans ce secteur. La zone commerciale du secteur est localisée sur la route 117. Le résidentiel est principalement localisé au sud de la rue Bélanger, ainsi qu'à proximité de la limite avec la ville de Prévost.
- Le débit journalier moyen annuel de la route 117 au nord de son croisement avec le boulevard des Hauteurs était de 20 300 véhicules en 2021.
- Les principales locomotives de ce secteur sont Matério, IGA, Hart, Bas Prix Lafontaine et Familiprix.

### Secteur route 117 sud

- Le secteur commercial de la route 117 sud s'étend de la limite avec la ville de Mirabel et s'étend au nord jusqu'à la rue Latour, où la zone du centre-ville de Saint-Jérôme débute. La fonction commerciale est l'une des principales de ce secteur, suivi de la fonction résidentielle qui est localisée également en bordure de la route 117.
- Le débit journalier moyen annuel de la route 117 au sud à son croisement avec la route 158 était de 12 500 véhicules en 2021.
- Les principales locomotives de ce secteur sont Pharmaprix, Metro (Route 117/158), SAQ (Route 117/158), Jean Coutu et A.M.R. Fruiterie.

### Secteur route 158

- Le secteur commercial de la route 158 s'étend de la Fromagerie Mirabel, jusqu'au IGA situé à proximité de la 36e avenue. Ce secteur commercial n'est pas très dense et s'étend sur environ 2,7 kilomètres. La concentration commerciale la plus importante de ce secteur se situe à son croisement avec la route 117. La fonction commerciale est la principale fonction sur la route 158, mais de nombreux secteurs résidentiels du secteur Saint-Antoine sont présents autour de cette artère.
- Le débit journalier moyen annuel de la route 158 à l'ouest de la route 117 était de 27 000 véhicules en 2021.
- Les principales locomotives de ce secteur commercial sont Metro, l'Aubainerie, IGA, Familiprix, Dollarama et Addison Électronique.



## Provenance de clientèle des secteurs commerciaux

Des provenances de clientèles furent utilisées pour déterminer les zones commerciales de chacun des secteurs commerciaux de la ville de Saint-Jérôme. Ces provenances de clientèles issues de nos données internes viennent de centres commerciaux structurants ainsi que d'importants commerces de proximité et furent utilisées pour délimiter les zones commerciales de chacun des secteurs commerciaux de la ville de Saint-Jérôme. Ces zones démontrent le rayonnement commercial d'un centre, ou d'un secteur commercial. Normalement, 55 à 70% de la clientèle est issue de la zone primaire tandis que la zone secondaire génère environ 10 à 25% de la clientèle.

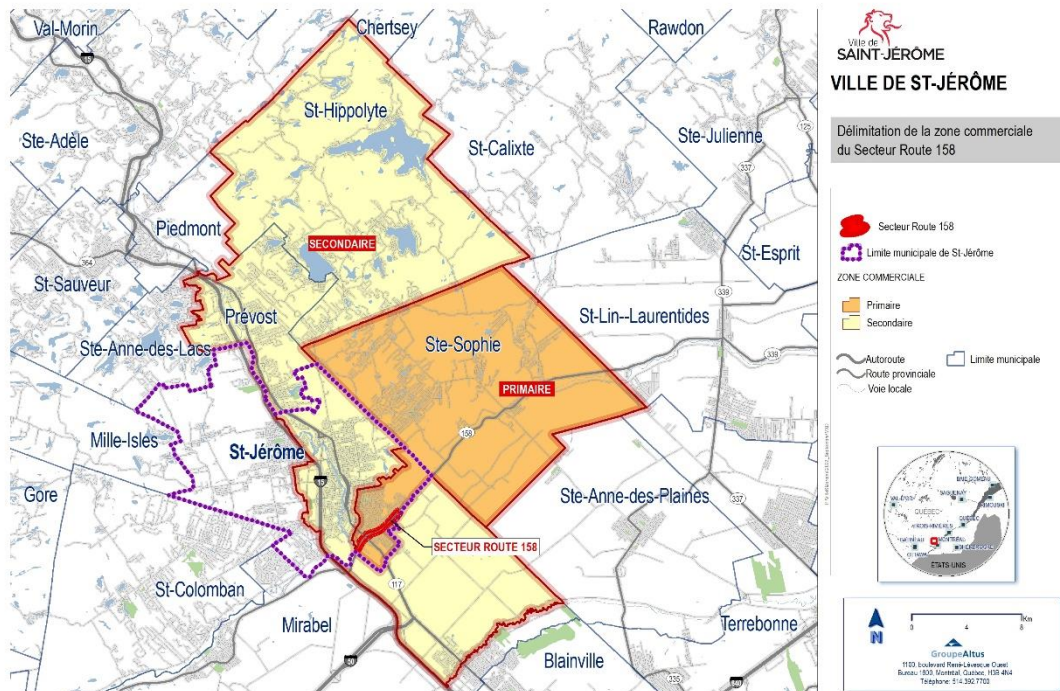
La délimitation géographique des limites de la zone commerciale d'un centre commercial ou d'un secteur commercial est influencée par les principaux critères suivants :

- positionnement et superficie du centre ou du secteur;
- conditions d'accessibilité et de visibilité;
- présence de barrières naturelles ou artificielles susceptibles d'influencer les déplacements ou les comportements d'achats;
- configuration du réseau routier;
- influence des centres et secteurs concurrents;
- durée des déplacements requis pour se rendre au site.

Les données sociodémographiques de chacune des zones furent utilisées pour ainsi déterminer le potentiel de marché de chacun des secteurs en question.

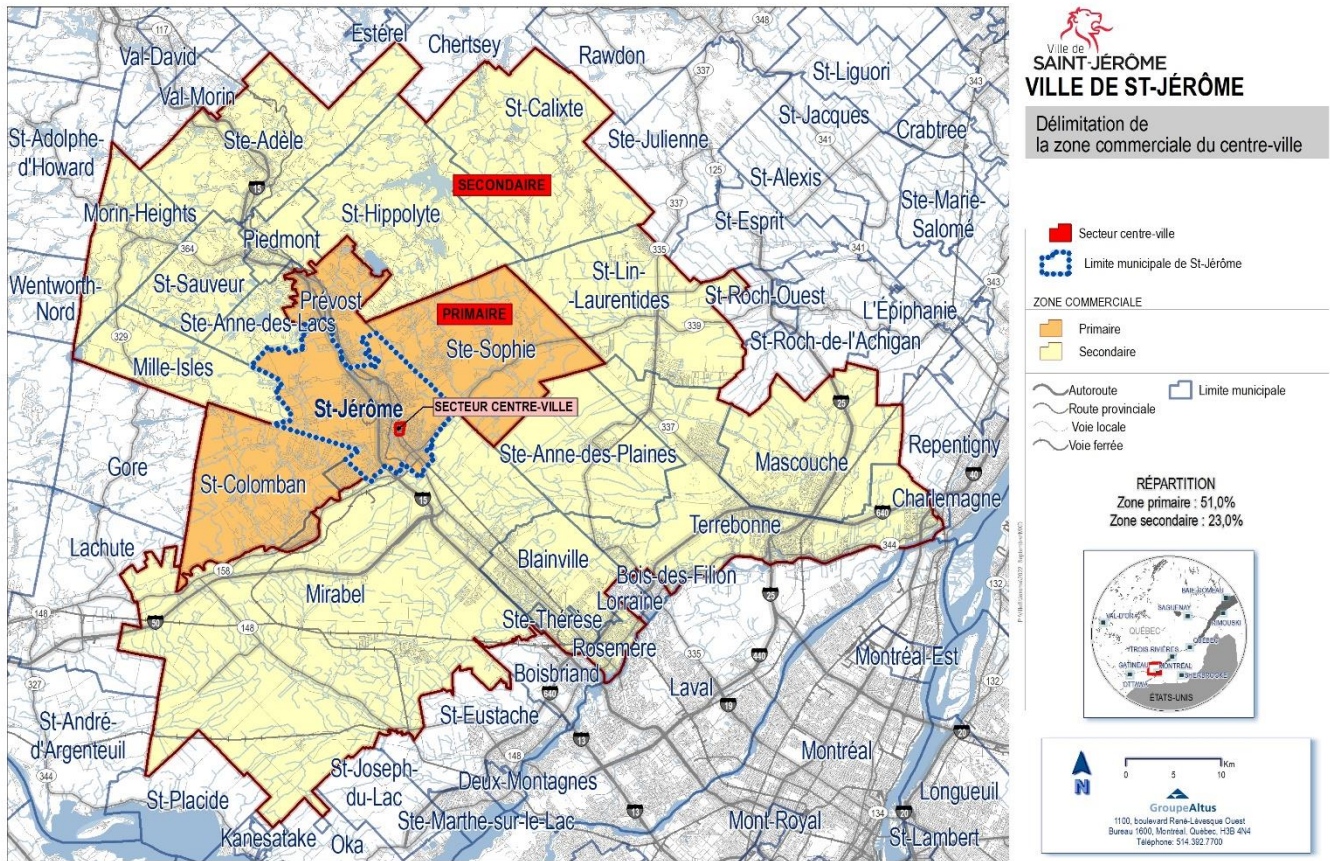
### Secteur Route 158

La zone commerciale de la route 158 fut délimitée par le Groupe Altus en fonction de données de provenance de commerces localisés dans le centre commercial en question. Le Groupe Altus réalise couramment des études de ce type pour le compte de ses clients et a donc utilisé ces données pour délimiter la zone commerciale secteur de la route 158. L'image suivante présente la zone commerciale de ce secteur.



## Secteur centre-ville

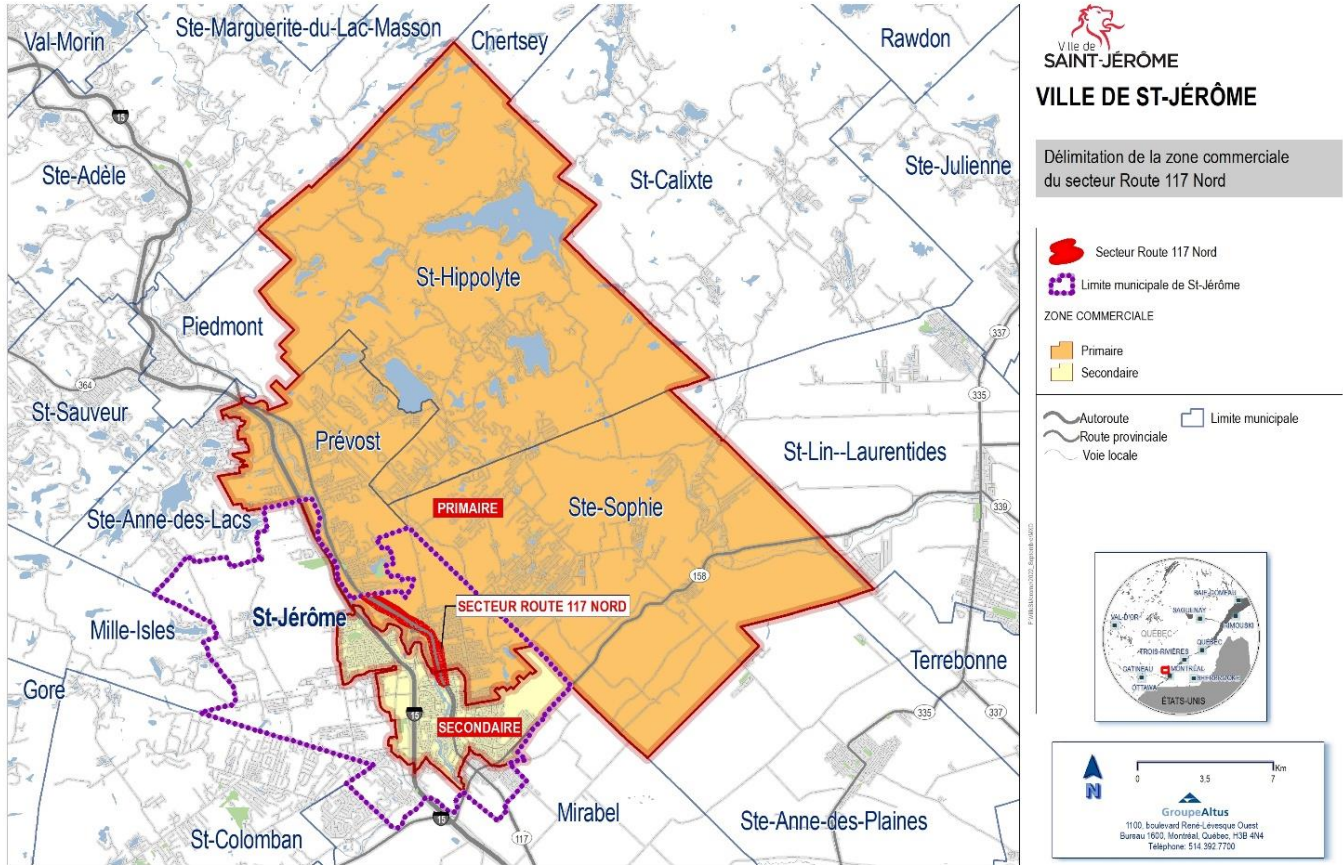
La zone d'influence du secteur centre-ville de Saint-Jérôme fut définie par un relevé d'un peu plus de 800 plaques d'immatriculation effectué dans ce secteur sur deux jours, soit vendredi et samedi. Les plaques furent ensuite envoyées à la SAAQ pour déterminer les codes postaux à six caractères des propriétaires de voitures présentes au centre-ville de Saint-Jérôme. Au cours de cette collecte, les plaques des véhicules plaqués « F », appartenant à des entreprises n'ont pas été recueillis pour ne conserver que la donnée du lieu de résidence du propriétaire et non de la compagnie à laquelle le véhicule est enregistré. La carte suivante présente la zone d'influence qui fut délimitée pour ce secteur en fonction des données obtenues de la collecte de plaques d'immatriculation.





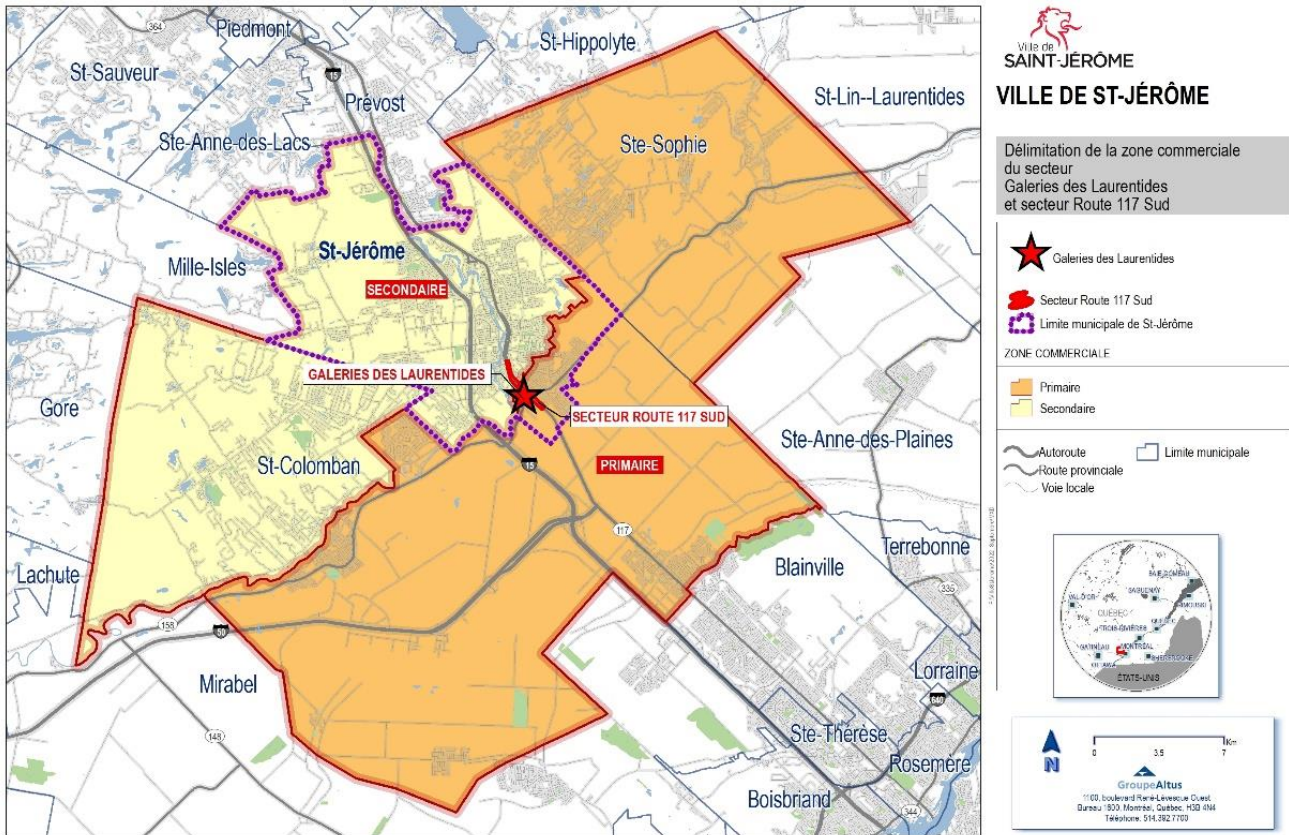
## Secteur 117 nord

La zone commerciale du secteur de la route 117 nord fut délimitée à l'aide de provenances de clientèles à l'interne permettant ainsi de déterminer le rayonnement commercial du secteur. L'image suivante présente la zone commerciale de ce secteur.



## Secteur 117 sud

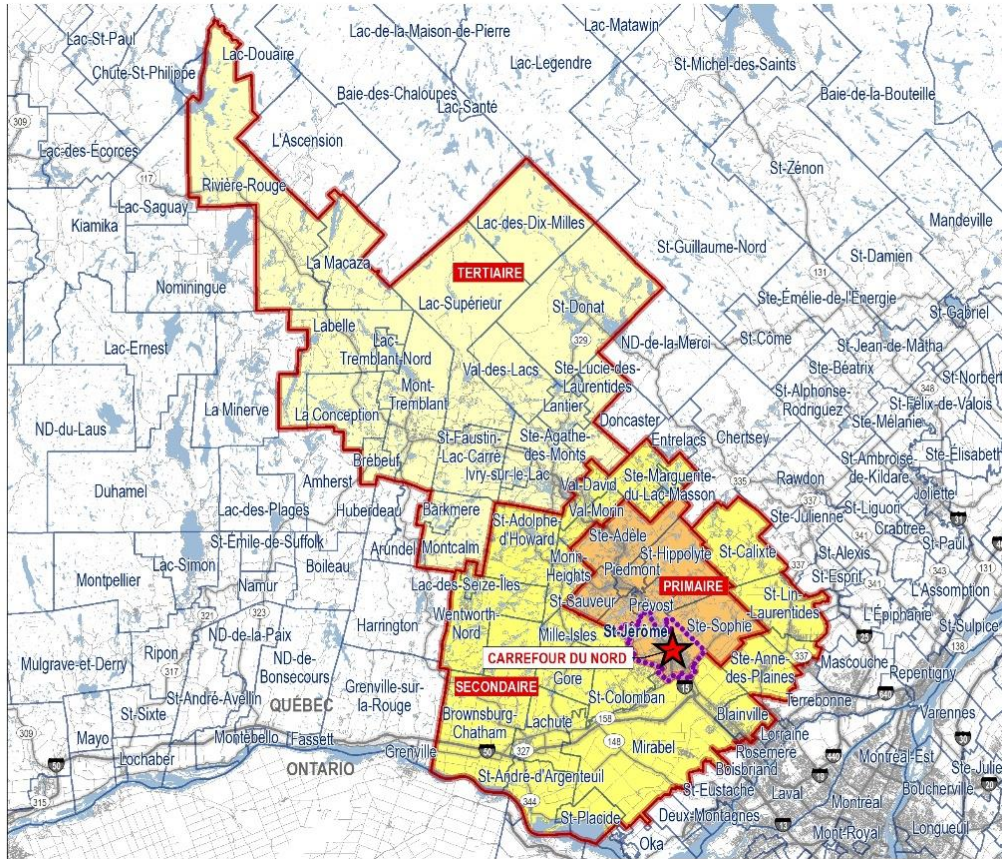
La zone commerciale du secteur de la route 117 nord fut délimitée à l'aide de provenances de clientèles à l'interne permettant ainsi de déterminer le rayonnement commercial du secteur. L'image suivante présente la zone commerciale de ce secteur.





## Secteur Carrefour du Nord

La zone commerciale du secteur du Carrefour du Nord fut délimitée à l'aide de provenances de clientèles à l'interne permettant ainsi de déterminer le rayonnement commercial du secteur. L'image suivante présente la zone commerciale de ce secteur.



Ville de  
**SAINT-JÉRÔME**  
**VILLE DE ST-JÉRÔME**

Délimitation de la zone commerciale des secteurs Carrefour du Nord, SmartCentres et Mégacentre St-Jérôme

★ Carrefour du Nord

📐 Limite municipale de St-Jérôme

ZONE COMMERCIALE

🟠 Primaire    🟡 Tertiaire  
🟨 Secondaire

🛣 Autoroute    📐 Limite municipale

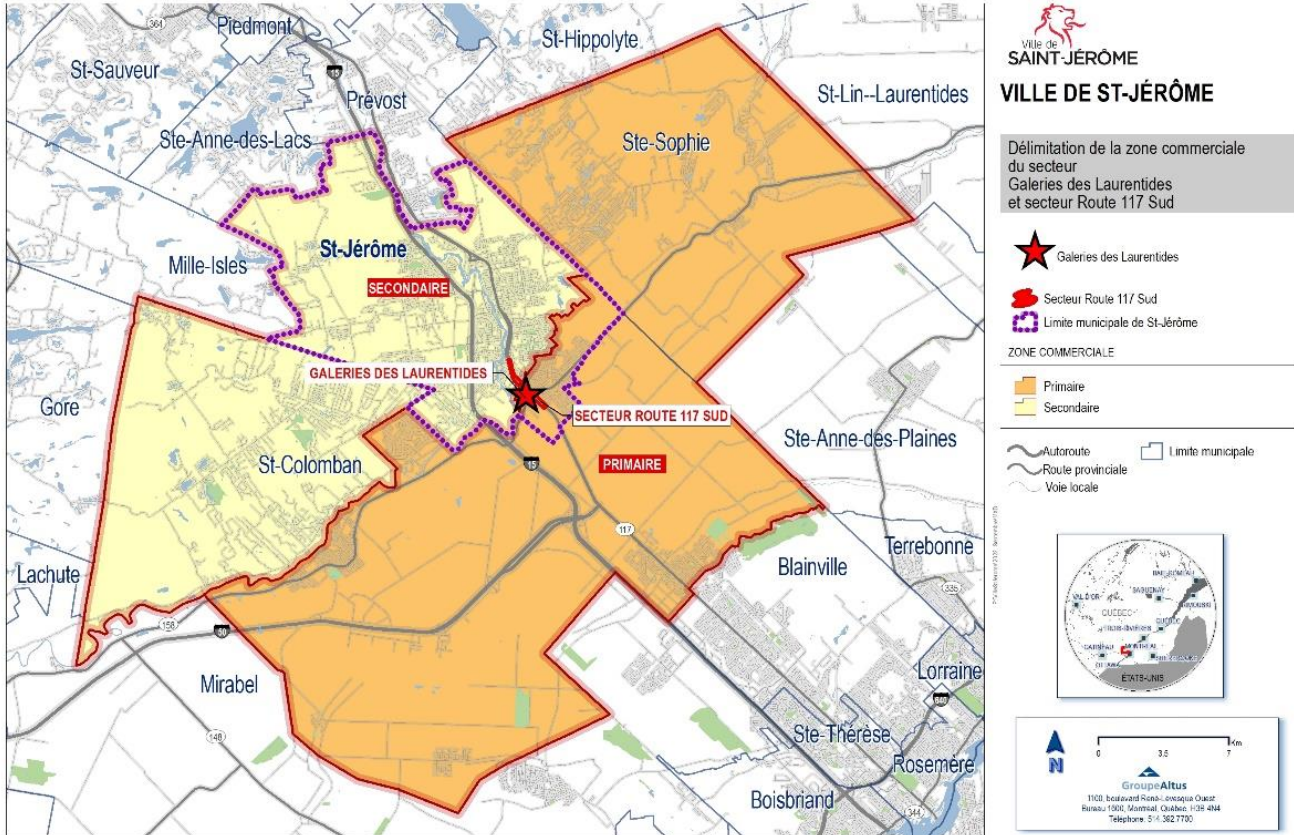
🛣 Route provinciale

🛣 Voie locale



## Secteur Galeries des Laurentides

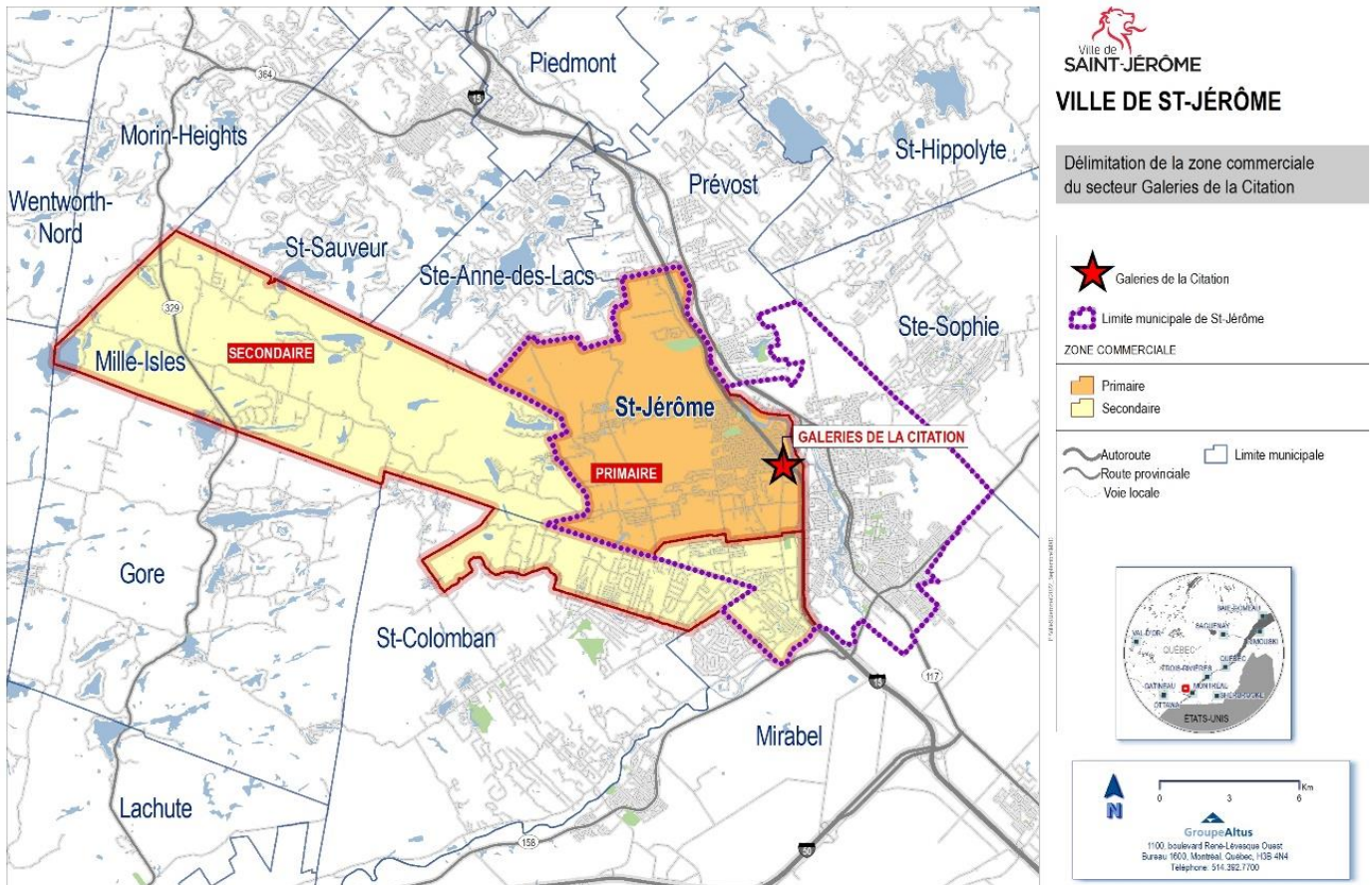
La zone commerciale du secteur des Galeries des Laurentides fut délimitée à l'aide de provenances de clientèles à l'interne permettant ainsi de déterminer le rayonnement commercial du secteur. Dans le cas des Galeries des Laurentides, la zone commerciale est identique à celle du secteur 117 sud puisque les deux secteurs ont sensiblement le même type de rayonnement commercial et partagent donc une zone commerciale similaire. L'image suivante présente la zone commerciale de ce secteur.





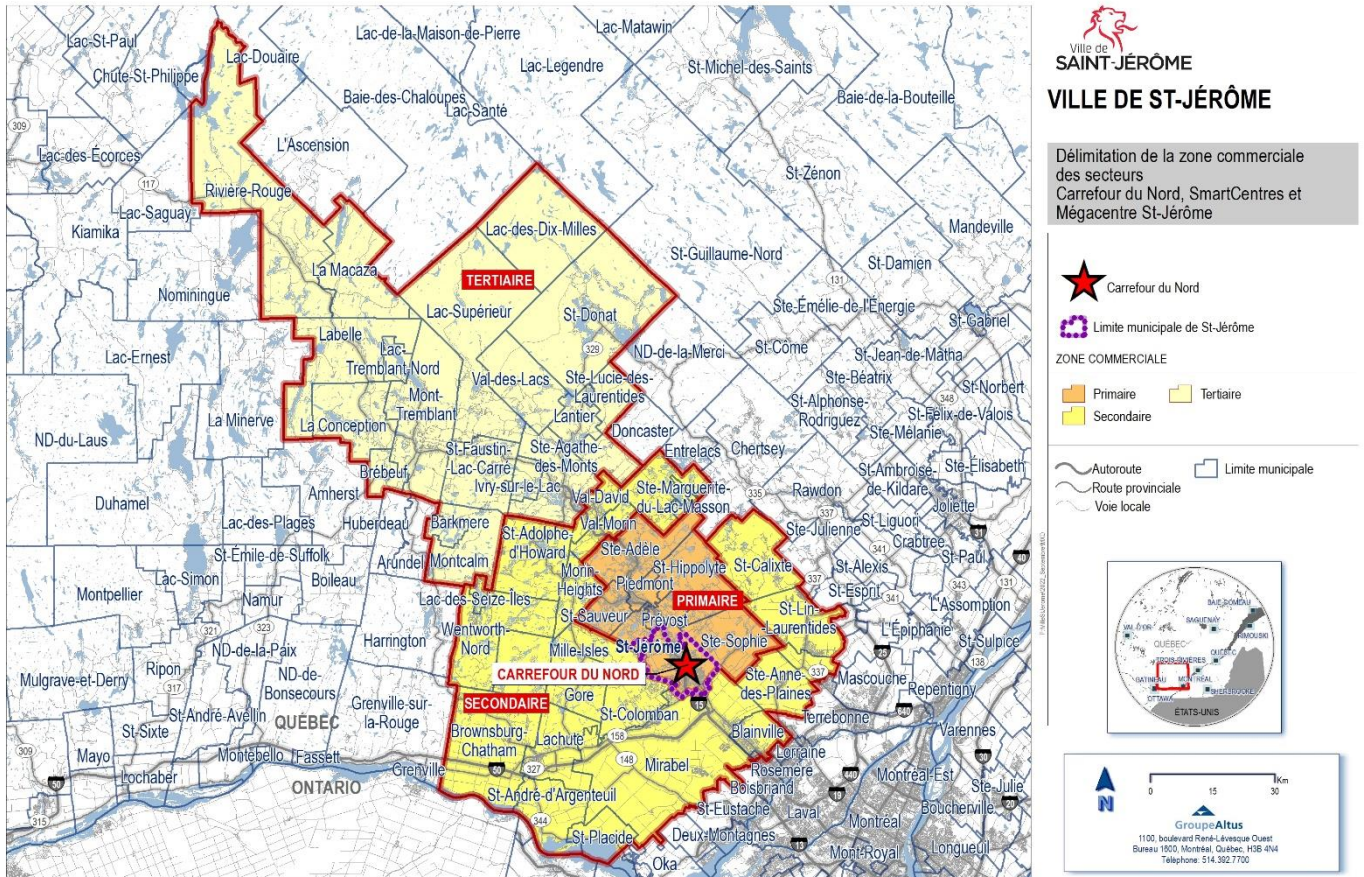
## Secteur Galeries Citation

La zone commerciale du secteur des Galeries Citation fut délimitée à l'aide de provenances de clientèles à l'interne permettant ainsi de déterminer le rayonnement commercial du secteur. L'image suivante présente la zone commerciale de ce secteur.



## Secteurs Mégacentre Saint-Jérôme et Smart Centre Saint-Jérôme

Les secteurs du Mégacentre Saint-Jérôme et du Smart Centre furent délimités à l'aide de provenances de clientèles à l'interne permettant ainsi de déterminer le rayonnement commercial des secteurs. Dans le cas de ces secteurs commerciaux importants bordant l'autoroute 15, la même zone commerciale que celle du Carrefour du Nord fut utilisée. En effet, ce centre partage la zone commerciale du Carrefour du Nord avec des bannières importantes telles que Costco, Rona, Home Depot, Walmart. L'image suivante présente la zone commerciale de ces secteurs commerciaux.





### Méthodologie et source d'information

En vue d'identifier les secteurs commerciaux de Saint-Jérôme, l'inventaire des établissements commerciaux de la ville a été effectué aux fins de cette étude. Cet inventaire a été réalisé en septembre et octobre 2022. La superficie locative brute approximative des commerces localisés à l'intérieur de la ville de Saint-Jérôme a été relevée sur le terrain.

Seuls les commerces répondants aux critères de notre typologie ont été retenus (biens durables et semi-durables, biens courants, services, restaurants, gyms, cinémas et locaux vacants). L'inventaire exclut donc :

- Toutes les catégories associées à l'usage de bureaux : vétérinaires, avocats, comptables, notaires, assureurs, services publics et autres.
- Toutes les catégories associées à l'usage industriel : entreposage, transport, fabrication et vente en gros.
- Toutes les catégories associées aux professionnels de la santé : cliniques, spécialistes de la santé.
- Toutes les catégories associées aux secteurs de l'automobile : garages, centres d'esthétique de voiture, magasins vendant des articles pour les voitures.
- Salons funéraires, salons de massage, salles de bingo, salles de quilles, écoles spécialisées, centres de photocopies et salles de réception.
- Boutiques de vêtements ou d'autres articles usagés (friperies), marchés aux puces.

Afin de préciser l'analyse, le territoire de la ville a été découpé en quatre grands ensembles tels que décrits précédemment dans l'étude :





- Secteur Bellefeuille
- Secteur Saint-Jérôme
- Secteur Lafontaine
- Secteur Saint-Antoine

La carte présentée à la page suivante illustre le déploiement spatial de la structure commerciale (centres commerciaux et artères commerciales) de Saint-Jérôme.

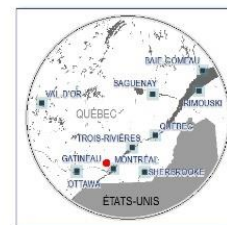
Structure commerciale

 Limite municipale de St-Jérôme

SECTEURS

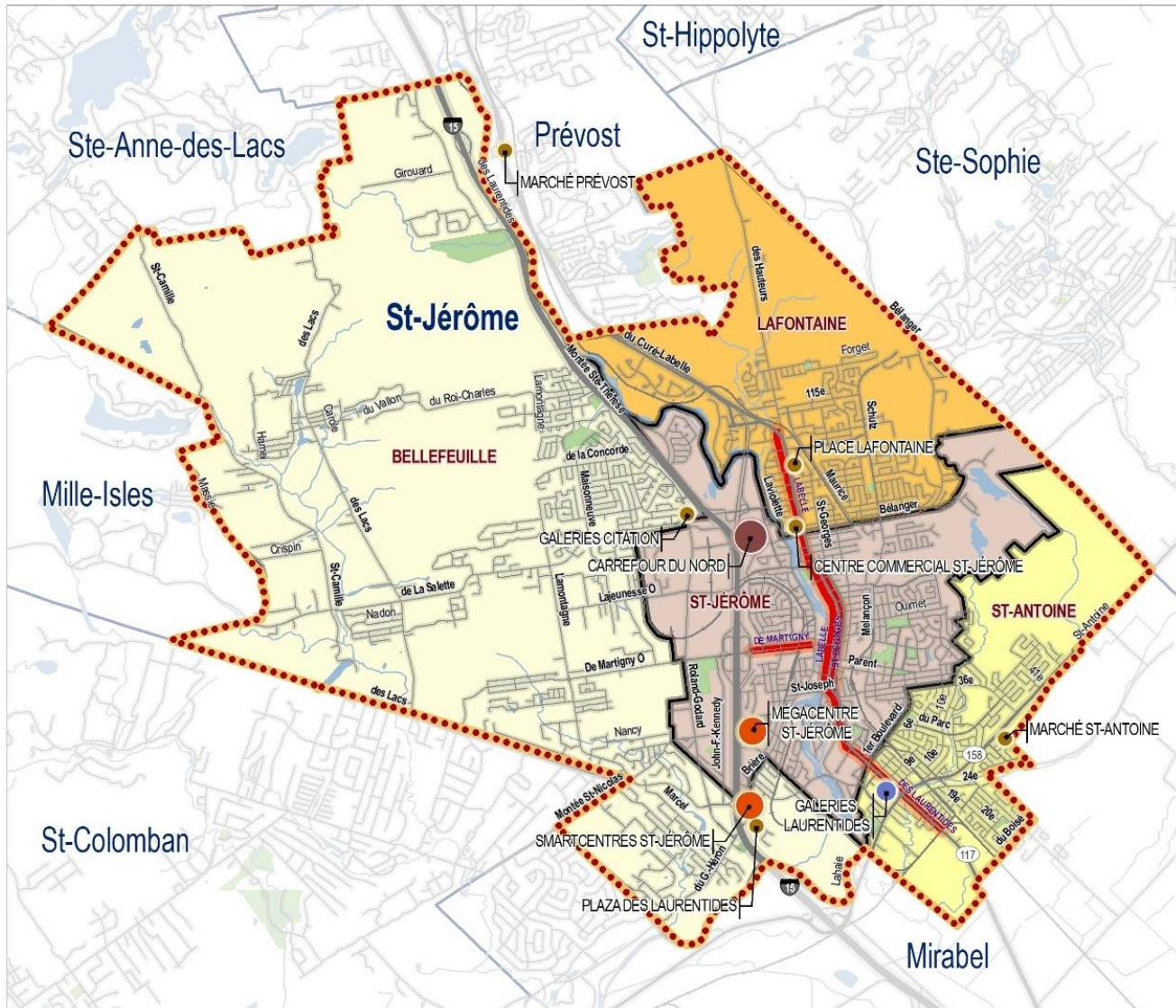
 Bellefeuille  St-Antoine  
 Lafontaine  St-Jérôme

**Centre commercial**  Régional  Artère commerciale  
 Mégacentre  Communautaire  
 Quartier



GroupeAltus

1100, boulevard René-Lévesque Ouest  
Bureau 1600, Montréal, Québec, H3B 4N4  
Téléphone: 514.392.7700



## Inventaire commercial des secteurs de la ville de Saint-Jérôme

La structure commerciale de la ville de Saint-Jérôme comprend 699 locaux commerciaux correspondant à nos critères.

Lors de l'inventaire réalisé par le Groupe Altus septembre/octobre 2022, 699 locaux commerciaux ont été répertoriés selon 7 catégories :

- Les biens durables et semi-durables ;
- les biens courants ;
- les restaurants ;
- les services ;
- les gyms ;
- les cinémas ;
- et les locaux vacants.

**La structure commerciale de la ville de Saint-Jérôme comprend 699 commerces d'une superficie totale d'environ 3 360 400 pieds carrés.** Les tableaux des pages suivantes présentent la distribution de l'inventaire commercial retenu par secteur de la municipalité ainsi que par typologie commerciale.

**Inventaire de Saint-Jérôme**  
**Tableau Synthèse**

Secteurs commerciaux	Établissements		Superficies	
	Nb	%	Pi.ca.	%
Secteur Bellefeuille	116	17%	718 900	21%
Secteur Saint-Jérôme	401	57%	1 800 300	54%
Secteur Lafontaine	71	10%	338 900	10%
Secteur Saint-Antoine	111	16%	502 300	15%
<b>Total</b>	<b>699</b>	<b>100%</b>	<b>3 360 400</b>	<b>100%</b>

Source : Inventaire réalisé par le Groupe Altus, Septembre/octobre 2022.

- Le **secteur Saint-Jérôme** est celui qui regroupe la plus grande partie des **locaux commerciaux (57%)** et des **superficies commerciales (54%)** de la ville de Saint-Jérôme. C'est dans ce secteur que nous retrouvons les centres commerciaux du **Carrefour du Nord**, du **Mégacentre Saint-Jérôme** ainsi que le **centre-ville**.
- Les secteurs de **Bellefeuille** et de **Saint-Antoine** ont un **nombre d'établissements commerciaux** légèrement supérieur au secteur **Lafontaine**. Le secteur **Bellefeuille** possède une **plus grande superficie commerciale** que les secteurs de **Saint-Antoine** et de **Lafontaine**.

Les tableaux des pages suivantes présentent la répartition du commerce de détail inventorié sur le territoire de la ville de Saint-Jérôme en fonction des principales catégories de biens et services.

**Inventaire par secteur de la ville de Saint-Jérôme - Distribution des établissements par grande typologie commerciale**

Type d'établissements	Bellefeuille	Saint-Jérôme	Lafontaine	Saint-Antoine	Total	
	%	%	%	%	Nombre	%
Biens durables et semi-durables	23%	32%	32%	20%	202	29%
Biens courants	22%	18%	27%	20%	139	20%
Restaurants	29%	20%	18%	19%	149	21%
Services	14%	13%	14%	14%	94	13%
Gyms	2%	1%	1%	3%	10	1%
Divertissement	0%	Négligeable	0%	0%	1	0%
Vacants	10%	15%	7%	24%	104	15%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>699</b>	<b>100%</b>
<b>Total (nb)</b>	<b>116</b>	<b>401</b>	<b>71</b>	<b>111</b>		

Source : Inventaire réalisé par le Groupe Altus, septembre/octobre 2022.

**Inventaire par secteur de la ville de Saint-Jérôme - Distribution des superficies par grande typologie commerciale**

Type d'établissements	Bellefeuille	Saint-Jérôme	Lafontaine	Saint-Antoine	Total	
	%	%	%	%	Superficie	%
Biens durables et semi-durables	54%	52%	55%	30%	1 676 000	50%
Biens courants	22%	18%	26%	35%	734 500	22%
Restaurants	15%	10%	10%	11%	365 500	11%
Services	5%	5%	7%	6%	181 800	5%
Gyms	1%	2%	1%	8%	93 500	3%
Divertissement	0%	Négligeable	0%	0%	25 000	1%
Vacants	3%	11%	2%	11%	284 100	8%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>3 360 400</b>	<b>100%</b>
<b>Total (Pi<sup>2</sup>)</b>	<b>718 900</b>	<b>1 800 300</b>	<b>338 900</b>	<b>502 300</b>		

Source : Inventaire réalisé par le Groupe Altus, septembre/octobre 2022.

**Distribution de l'inventaire commercial par secteur de la ville de Saint-Jérôme et par catégories de biens et services**

Type d'établissements	Bellefeuille				Saint-Jérôme				Lafontaine				Saint-Antoine				Total général			
	Nb.	%	Pi.ca.	%	Nb.	%	Pi.ca.	%	Nb.	%	Pi.ca.	%	Nb.	%	Pi.ca.	%	Nb.	%	Pi.ca.	%
<b>Biens durables et semi-durables</b>																				
Meubles	1	1%	4 600	1%	6	1%	57 800	3%	3	4%	23 800	7%	3	3%	8 900	2%	13	2%	95 100	3%
Accessoires pour la maison	4	3%	32 800	5%	7	2%	52 700	3%	3	4%	30 300	9%	0	0%	0	0%	14	2%	115 800	3%
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	3	3%	31 400	4%	15	4%	74 800	4%	2	3%	6 900	2%	1	1%	1 000	0%	21	3%	114 100	3%
Bijouteries et maroquinerías	0	0%	0	0%	9	2%	8 800	0%	0	0%	0	0%	1	1%	500	0%	10	1%	9 300	0%
Chaussures	2	2%	12 200	2%	6	1%	9 900	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	8	1%	22 100	1%
Électronique, électroménagers et ordinateurs	2	2%	9 000	1%	12	3%	34 600	2%	1	1%	1 000	0%	1	1%	10 000	2%	16	2%	54 600	2%
Magasins de détail divers	5	4%	6 400	1%	17	4%	67 700	4%	6	8%	9 300	3%	4	4%	6 000	1%	32	5%	89 400	3%
Magasins de marchandises diverses	1	1%	137 500	19%	6	1%	316 000	18%	5	7%	56 100	17%	1	1%	9 000	2%	13	2%	518 600	15%
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	3	3%	118 800	17%	11	3%	143 900	8%	1	1%	55 000	16%	5	5%	40 400	8%	20	3%	358 100	11%
Vêtements et accessoires vestimentaires	6	5%	37 700	5%	40	10%	183 200	10%	2	3%	2 800	1%	6	5%	75 200	15%	54	8%	298 900	9%
<b>Sous-total – biens durables et semi-durables</b>	<b>27</b>	<b>23%</b>	<b>390 400</b>	<b>54%</b>	<b>129</b>	<b>32%</b>	<b>949 400</b>	<b>53%</b>	<b>23</b>	<b>32%</b>	<b>185 200</b>	<b>55%</b>	<b>22</b>	<b>20%</b>	<b>151 000</b>	<b>30%</b>	<b>201</b>	<b>29%</b>	<b>1 676 000</b>	<b>50%</b>
<b>Biens courants</b>																				
Dépanneurs	9	8%	24 100	3%	25	6%	32 200	2%	7	10%	12 200	4%	6	5%	11 400	2%	47	7%	79 900	2%
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	8	7%	29 600	4%	25	6%	75 050	4%	8	11%	41 200	12%	6	5%	21 100	4%	47	7%	166 950	5%
Spécialistes alimentaires	6	5%	19 100	3%	21	5%	44 900	2%	2	3%	3 400	1%	6	5%	33 050	7%	35	5%	100 450	3%
Supermarchés	2	2%	81 800	11%	3	1%	164 600	9%	2	3%	30 800	9%	4	4%	110 000	22%	11	2%	387 200	12%
<b>Sous-total – biens courants</b>	<b>25</b>	<b>22%</b>	<b>154 600</b>	<b>22%</b>	<b>74</b>	<b>18%</b>	<b>316 750</b>	<b>18%</b>	<b>19</b>	<b>27%</b>	<b>87 600</b>	<b>26%</b>	<b>22</b>	<b>20%</b>	<b>175 550</b>	<b>35%</b>	<b>140</b>	<b>20%</b>	<b>734 500</b>	<b>22%</b>
<b>Services</b>																				
Coiffure et esthétique	9	8%	12 900	2%	36	9%	39 600	2%	6	8%	6 900	2%	10	9%	13 500	3%	61	9%	72 900	2%
Institutions financières	6	5%	19 600	3%	9	2%	48 900	3%	2	3%	13 600	4%	3	3%	14 800	3%	20	3%	96 900	3%
Services vestimentaires (nettoyeurs, buanderies, couture)	1	1%	900	0%	7	2%	6 800	0%	2	3%	2 500	1%	3	3%	1 800	0%	13	2%	12 000	0%
<b>Sous-total – services</b>	<b>16</b>	<b>14%</b>	<b>33 400</b>	<b>5%</b>	<b>52</b>	<b>13%</b>	<b>95 300</b>	<b>5%</b>	<b>10</b>	<b>14%</b>	<b>23 000</b>	<b>7%</b>	<b>16</b>	<b>14%</b>	<b>30 100</b>	<b>6%</b>	<b>94</b>	<b>13%</b>	<b>181 800</b>	<b>5%</b>
<b>Restaurants</b>																				
Avec service restreint	9	8%	52 100	7%	38	9%	115 500	6%	4	6%	12 000	4%	6	5%	21 500	4%	57	8%	201 100	6%
Avec service complet	25	22%	54 600	8%	43	11%	57 100	3%	9	13%	21 400	6%	15	14%	31 300	6%	92	13%	164 400	5%
<b>Sous-total – restaurants</b>	<b>34</b>	<b>29%</b>	<b>106 700</b>	<b>15%</b>	<b>81</b>	<b>20%</b>	<b>172 600</b>	<b>10%</b>	<b>13</b>	<b>18%</b>	<b>33 400</b>	<b>10%</b>	<b>21</b>	<b>19%</b>	<b>52 800</b>	<b>11%</b>	<b>149</b>	<b>21%</b>	<b>365 500</b>	<b>11%</b>
<b>Gym</b>																				
<b>Sous-total – Gym</b>	<b>2</b>	<b>2%</b>	<b>10 200</b>	<b>1%</b>	<b>4</b>	<b>1%</b>	<b>41 300</b>	<b>2%</b>	<b>1</b>	<b>1%</b>	<b>2 000</b>	<b>1%</b>	<b>3</b>	<b>3%</b>	<b>40 000</b>	<b>8%</b>	<b>10</b>	<b>1%</b>	<b>93 500</b>	<b>3%</b>
<b>Divertissement</b>																				
<b>Sous-total – Cinéma</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>1</b>	<b>0%</b>	<b>25 000</b>	<b>1%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>1</b>	<b>0%</b>	<b>25 000</b>	<b>1%</b>
<b>TOTAL (sans vacant)</b>	<b>104</b>	<b>90%</b>	<b>695 300</b>	<b>97%</b>	<b>341</b>	<b>85%</b>	<b>1 600 350</b>	<b>89%</b>	<b>66</b>	<b>93%</b>	<b>331 200</b>	<b>98%</b>	<b>84</b>	<b>76%</b>	<b>449 450</b>	<b>89%</b>	<b>595</b>	<b>85%</b>	<b>3 076 300</b>	<b>92%</b>
<b>Locaux vacants</b>	<b>12</b>	<b>10%</b>	<b>23 600</b>	<b>3%</b>	<b>60</b>	<b>15%</b>	<b>199 950</b>	<b>11%</b>	<b>5</b>	<b>7%</b>	<b>7 700</b>	<b>2%</b>	<b>27</b>	<b>24%</b>	<b>52 850</b>	<b>11%</b>	<b>104</b>	<b>15%</b>	<b>284 100</b>	<b>8%</b>
<b>TOTAL (avec vacant)</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>	<b>718 900</b>	<b>100%</b>	<b>401</b>	<b>100%</b>	<b>1 800 300</b>	<b>100%</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>	<b>338 900</b>	<b>100%</b>	<b>111</b>	<b>100%</b>	<b>502 300</b>	<b>100%</b>	<b>699</b>	<b>100%</b>	<b>3 360 400</b>	<b>100%</b>

Source : Inventaire réalisé par le Groupe Altus, septembre/octobre 2022.

Note : Les % sont présentés sur le total du secteur en incluant les vacants.



## Secteur Bellefeuille

- Le secteur **Bellefeuille** regroupe **116 des 699 commerces** de Saint-Jérôme, soit environ **17%** des locaux commerciaux de la ville. Les fonctions dominantes du secteur sont actuellement résidentielles ainsi qu'industrielles avec la présence d'un grand parc industriel le long du boulevard Rolland-Godard. Il y a une grande concentration commerciale autour du **Smart Centre** et de la **Plaza des Laurentides**. Celle-ci explique cette quantité non négligeable de locaux commerciaux, puisqu'à eux seuls, ces deux centres regroupent **46 établissements**, soit **40% des locaux** du secteur.
- Le secteur Bellefeuille totalise **718 900 pieds carrés** de superficie commerciale, soit **21%** de l'ensemble de la ville. Cette proportion légèrement plus élevée que celle du **nombre de locaux (17%)** s'explique par la présence de plusieurs magasins à grande surface dans le secteur tels que Walmart, Home Depot, IGA, Mayrand et Best Buy.
- Le secteur a une proportion importante des superficies de **restaurants** de la ville avec **106 700 pieds carrés** sur **365 500 pieds carrés** relevés (**29%**). Ceci démontre que le secteur **Bellefeuille** possède une importante offre en restauration et en fait le **deuxième pôle** en importance pour ce type de commerce après le secteur Saint-Jérôme.
- Les **locaux vacants** du secteur Bellefeuille représentent **8%** des superficies vacantes de la ville de Saint-Jérôme, ce qui est relativement bas pour la dimension du secteur. Le **taux de vacance** noté dans le secteur de **Bellefeuille** est de **3,3%**, soit un taux très bas.

## Secteur Saint-Jérôme

- Le secteur Saint-Jérôme regroupe **401 des 699 locaux commerciaux** de la ville de Saint-Jérôme, soit **57%** des locaux de la ville. Les fonctions dominantes dans l'ensemble du secteur sont commerciales ainsi que résidentielles. La présence de trois grandes concentrations commerciales est notable, soit celle du **Carrefour du Nord**, du **Mégacentre Saint-Jérôme** ainsi que celle du **Centre-Ville**.
- Le secteur Saint-Jérôme totalise **1 800 300 pieds carrés** de superficie commerciale, soit environ **54%** du total relevé au cours de l'inventaire. Cette proportion élevée s'explique en partie par la présence du **Carrefour du Nord** qui représente à lui seul **34%** des superficies du secteur. Une concentration commerciale importante est localisée au centre-ville, principalement autour de la **route 117**, ainsi que des rues **Labelle**, **Saint-Georges**, **Parent** et **Villemure**.
- Des concentrations importantes en **biens durables et semi-durables** ainsi qu'en **restaurants** sont présentes dans ce secteur. En effet, on compte **129 commerces de biens durables et semi-durables**, soit **64%** de l'offre commerciale pour ce type de biens dans la ville. Cette proportion se traduit à **57%** des **superficies commerciales** pour ce type de biens dans la **ville**, soit **949 400 pieds carrés**. Les deux centres commerciaux importants du secteur, soit le **Carrefour du Nord** et le **Mégacentre Saint-Jérôme** représente **59%** des **locaux de biens durables et semi-durables** de la ville ainsi que **76%** des **superficies** de celle-ci.
- On compte **81 restaurants** dans le secteur Saint-Jérôme, soit **54%** des restaurants de la ville. Cette offre en restauration représente **172 600 pieds carrés**, soit **47%** de superficies de Saint-Jérôme. En termes de restauration, une concentration importante est localisée dans le Centre-Ville de Saint-Jérôme.
- La superficie des locaux vacants du secteur représente 70% de ceux de l'ensemble de la ville de Saint-Jérôme, soit 199 950 pieds carrés des 284 100 pieds carrés répertoriés durant l'inventaire. Cependant, le taux de vacance pour le secteur est de 11%, un taux légèrement élevé, mais pas alarmant. Ceci s'explique par de nombreux commerces laissés vacants au courant de la pandémie.



- Il en convient que la fonction principale du secteur Saint-Jérôme pour la ville est la suivante : **c'est la destination « shopping » et de restauration de la ville.**

### Secteur Lafontaine

- Le secteur Lafontaine regroupe **71 des 699 commerces** répertoriés dans la ville de Saint-Jérôme, soit **10%** de ceux-ci. La fonction dominante de ce secteur est résidentielle, suivie par la fonction commerciale qui est principalement concentrée autour de la route 117. Le **centre commercial Saint-Jérôme**, soit le principal centre commercial du secteur est localisé à l'intersection entre la route 117 et la rue Bélanger.
- Le secteur Lafontaine totalise **338 900 pieds carrés** de surface commerciale, ce qui représente **10%** de l'ensemble des superficies commerciales relevées dans la ville de Saint-Jérôme.
- On constate que **4,8%** des **locaux vacants** de la ville de Saint-Jérôme sont localisés dans ce secteur, ceux-ci représentent **2,7%** des **superficies vacantes** de la ville. Dans le secteur Lafontaine, le **taux de vacance** est le plus bas répertorié des secteurs de la ville avec **2,3%**.

### Secteur Saint-Antoine

- Le secteur Saint-Antoine regroupe **111 des 699 commerces** inventoriés dans la ville de Saint-Jérôme soit **16%** d'entre eux. La fonction dominante du secteur est résidentielle, suivie par la fonction commerciale, principalement concentrée autour de la route 158 et de la route 117. La **principale concentration commerciale** du secteur est située autour de l'intersection entre la **route 158** et la **route 117** où l'on retrouve un grand nombre de commerces ainsi que les **Galerias des Laurentides**, un centre commercial de quartier.
- Le secteur Saint-Antoine totalise **502 300 pieds carrés** de surface commerciale, représentant **15%** de l'ensemble des superficies commerciales de la ville.
- Nous remarquons une **proportion élevée** de commerces de **biens courants** dans le secteur Saint-Antoine. Ceux-ci représentent **16% des locaux** de ce type de biens dans la ville de Saint-Jérôme. Aussi, il représente **24% des superficies commerciales** de la ville pour les biens courants.
- Le secteur regroupe **26% des locaux vacants** ainsi que **19% des superficies vacantes** de la ville de Saint-Jérôme. Une concentration de locaux vacants est localisée dans les **Galerias des Laurentides** où environ **56% des locaux vacants** du secteur sont localisés.

## Inventaire commercial en fonction des secteurs commerciaux de Saint-Jérôme

L'analyse de l'inventaire commercial fut aussi effectuée en fonction du découpage par secteurs commerciaux de la ville de Saint-Jérôme. Les tableaux suivants présentent la distribution de l'inventaire commercial dans chacun des secteurs commerciaux de la ville.

**Inventaire par secteur commercial de la ville de Saint-Jérôme**  
**Tableau Synthèse**

Artère	Établissements		Superficies	
	Nb	%	Pi.ca.	%
<b>Carrefour du Nord</b>	105	15%	613 500	18%
<b>Galerie des Laurentides</b>	31	4%	139 900	4%
<b>Galleries Citation</b>	25	4%	86 100	3%
<b>Mega Centre St-Jerome</b>	17	2%	392 000	12%
<b>Smart Centre</b>	46	7%	515 900	15%
<b>secteur 117 sud</b>	57	8%	166 300	5%
<b>secteur 117 nord</b>	111	16%	435 800	13%
<b>secteur route 158</b>	36	5%	200 200	6%
<b>Ailleurs Saint-Jérôme</b>	176	25%	632 100	19%
<b>secteur 117 centre-ville</b>	95	14%	178 600	5%
<b>Total</b>	<b>699</b>	<b>100%</b>	<b>3 360 400</b>	<b>100%</b>

Source : Inventaire réalisé par le Groupe Altus, septembre/octobre 2022.

**Inventaire par secteur commercial de la ville de Saint-Jérôme - Distribution des établissements par grande typologie commerciale**

Type d'établissements	Secteur route 158	Secteur 117 centre-ville	Secteur 117 nord	Secteur 117 sud	Carrefour du Nord	Galerie des Laurentides	Galeries Citation	Mega Centre St-Jerome	Smart Centre	Ailleurs Saint-Jérôme	Total	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	Nombre	%
Biens durables et semi-durables	33%	17%	27%	18%	60%	16%	24%	65%	46%	15%	201	29%
Biens courants	28%	17%	19%	23%	10%	10%	20%	0%	13%	31%	140	20%
Restaurants	14%	28%	20%	32%	10%	10%	24%	0%	22%	27%	94	13%
Services personnels	17%	19%	22%	14%	6%	13%	16%	6%	11%	10%	149	21%
Gym	0%	0%	2%	0%	1%	3%	0%	6%	0%	3%	10	1%
Divertissement	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1	0%
Vacant	8%	19%	11%	14%	12%	48%	16%	24%	9%	13%	104	15%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>699</b>	<b>100%</b>
<b>Total (nb)</b>	<b>105</b>	<b>31</b>	<b>111</b>	<b>57</b>	<b>105</b>	<b>31</b>	<b>25</b>	<b>17</b>	<b>46</b>	<b>176</b>		

Source : Inventaire réalisé par le Groupe Altus, septembre/octobre 2022.

**Inventaire par secteur commercial de la ville de Saint-Jérôme - Distribution des superficies par grande typologie commerciale**

Type d'établissements	Secteur route 158	Secteur 117 centre-ville	Secteur 117 nord	Secteur 117 sud	Carrefour du Nord	Galerie des Laurentides	Galeries Citation	Mega Centre St-Jerome	Smart Centre	Ailleurs Saint-Jérôme	Total Général	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	Superficie	%
Biens durables et semi-durables	44%	15%	50%	14%	63%	35%	12%	85%	76%	24%	1 676 000	50%
Biens courants	39%	14%	20%	46%	19%	27%	63%	0%	12%	32%	734 500	22%
Restaurants	5%	32%	12%	28%	1%	5%	13%	0%	6%	23%	181 800	5%
Services personnels	10%	23%	10%	6%	2%	2%	7%	1%	3%	4%	365 500	11%
Gym	0%	0%	3%	0%	2%	18%	0%	3%	0%	4%	93 500	3%
Divertissement	0%	0%	0%	0%	4%	0%	0%	0%	0%	0%	25 000	1%
Vacant	3%	17%	5%	7%	10%	14%	6%	11%	2%	12%	284 100	8%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>3 360 400</b>	<b>100%</b>
<b>Total (Pi.car)</b>	<b>200 200</b>	<b>178 600</b>	<b>435 800</b>	<b>166 300</b>	<b>613 500</b>	<b>139 900</b>	<b>86 100</b>	<b>392 000</b>	<b>515 900</b>	<b>632 100</b>		

Source : Inventaire réalisé par le Groupe Altus, septembre/octobre 2022.

**Inventaire des établissements localisés dans les secteurs commerciaux de la ville de Saint-Jérôme - Nombre d'établissements**

Type d'établissements	Secteur route 158		Secteur 117 centre-ville		Secteur 117 nord		Secteur 117 sud		Carrefour du Nord		Galerie des Laurentides		Galeries Citation		Mega Centre St-Jerome		Smart Centre		Ailleurs Saint-Jérôme		Total général	
	Nb.	%	Nb.	%	Nb.	%	Nb.	%	Nb.	%	Nb.	%	Nb.	%	Nb.	%	Nb.	%	Nb.	%	Nb.	%
<b>Biens durables et semi-durables</b>																						
Meubles	1	3%	0	0%	5	5%	3	5%	0	0%	0	0%	0	0%	2	12%	1	2%	1	1%	13	2%
Accessoires pour la maison	0	0%	1	1%	3	3%	0	0%	3	3%	0	0%	0	0%	0	0%	3	7%	4	2%	14	2%
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	0	0%	1	1%	6	5%	3	5%	5	5%	0	0%	1	4%	0	0%	2	4%	3	2%	21	3%
Bijouteries et maroquineries	0	0%	2	2%	0	0%	1	2%	6	6%	1	3%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	10	1%
Chaussures	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	6%	0	0%	0	0%	0	0%	2	4%	0	0%	8	1%
Électronique, électroménagers et ordinateurs	1	3%	1	1%	1	1%	0	0%	9	9%	0	0%	1	4%	0	0%	2	4%	1	1%	16	2%
Magasins de détail divers	3	8%	6	6%	5	5%	1	2%	3	3%	0	0%	3	12%	2	12%	1	2%	8	5%	32	5%
Magasins de marchandises diverses	1	3%	0	0%	5	5%	0	0%	2	2%	0	0%	0	0%	2	12%	2	4%	1	1%	13	2%
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	4	11%	0	0%	2	2%	2	4%	0	0%	0	0%	1	4%	2	12%	2	4%	7	4%	20	3%
Vêtements et accessoires vestimentaires	2	6%	5	5%	3	3%	0	0%	29	28%	4	13%	0	0%	3	18%	6	13%	2	1%	54	8%
<b>Total – biens durables et semi-durables</b>	<b>12</b>	<b>33%</b>	<b>16</b>	<b>17%</b>	<b>30</b>	<b>27%</b>	<b>10</b>	<b>18%</b>	<b>63</b>	<b>60%</b>	<b>5</b>	<b>16%</b>	<b>6</b>	<b>24%</b>	<b>11</b>	<b>65%</b>	<b>21</b>	<b>46%</b>	<b>27</b>	<b>15%</b>	<b>201</b>	<b>29%</b>
<b>Biens courants</b>																						
Dépanneurs	2	6%	3	3%	5	5%	3	5%	1	1%	1	3%	2	8%	0	0%	0	0%	30	17%	47	7%
Spécialistes alimentaires	2	6%	7	7%	4	4%	4	7%	2	2%	0	0%	1	4%	0	0%	2	4%	13	7%	35	5%
Supermarchés	2	6%	0	0%	2	2%	1	2%	1	1%	1	3%	1	4%	0	0%	1	2%	2	1%	11	2%
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	4	11%	6	6%	10	9%	5	9%	7	7%	1	3%	1	4%	0	0%	3	7%	10	6%	47	7%
<b>Total – biens courants</b>	<b>10</b>	<b>28%</b>	<b>16</b>	<b>17%</b>	<b>21</b>	<b>19%</b>	<b>13</b>	<b>23%</b>	<b>11</b>	<b>10%</b>	<b>3</b>	<b>10%</b>	<b>5</b>	<b>20%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>6</b>	<b>13%</b>	<b>55</b>	<b>31%</b>	<b>140</b>	<b>20%</b>
<b>Services</b>																						
Coiffure et esthétique	4	11%	13	14%	18	16%	6	11%	3	3%	2	6%	3	12%	0	0%	1	2%	11	6%	61	9%
Services vestimentaires (nettoyeurs, buanderies, couture)	0	0%	1	1%	2	2%	1	2%	2	2%	2	6%	1	4%	0	0%	0	0%	4	2%	13	2%
Institutions financières	2	6%	4	4%	4	4%	1	2%	1	1%	0	0%	0	0%	1	6%	4	9%	3	2%	20	3%
<b>Total – services</b>	<b>6</b>	<b>17%</b>	<b>18</b>	<b>19%</b>	<b>24</b>	<b>22%</b>	<b>8</b>	<b>14%</b>	<b>6</b>	<b>6%</b>	<b>4</b>	<b>13%</b>	<b>4</b>	<b>16%</b>	<b>1</b>	<b>6%</b>	<b>5</b>	<b>11%</b>	<b>18</b>	<b>10%</b>	<b>94</b>	<b>13%</b>
<b>Restaurants</b>																						
Avec service restreint	3	8%	7	7%	14	13%	13	23%	10	10%	2	6%	5	20%	0	0%	5	11%	33	19%	92	13%
Avec service complet	2	6%	20	21%	8	7%	5	9%	0	0%	1	3%	1	4%	0	0%	5	11%	15	9%	57	8%
<b>Total – restaurants</b>	<b>5</b>	<b>14%</b>	<b>27</b>	<b>28%</b>	<b>22</b>	<b>20%</b>	<b>18</b>	<b>32%</b>	<b>10</b>	<b>10%</b>	<b>3</b>	<b>10%</b>	<b>6</b>	<b>24%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>10</b>	<b>22%</b>	<b>48</b>	<b>27%</b>	<b>149</b>	<b>21%</b>
<b>Gym</b>																						
<b>Total – Gym</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>2</b>	<b>2%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>1</b>	<b>1%</b>	<b>1</b>	<b>3%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>1</b>	<b>6%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>5</b>	<b>3%</b>	<b>10</b>	<b>1%</b>
<b>Divertissement</b>																						
<b>Total – Divertissement</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>1</b>	<b>1%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>1</b>	<b>0%</b>
<b>TOTAL (sans vacant)</b>	<b>33</b>	<b>92%</b>	<b>77</b>	<b>81%</b>	<b>99</b>	<b>89%</b>	<b>49</b>	<b>86%</b>	<b>92</b>	<b>88%</b>	<b>16</b>	<b>52%</b>	<b>21</b>	<b>84%</b>	<b>13</b>	<b>76%</b>	<b>42</b>	<b>91%</b>	<b>153</b>	<b>87%</b>	<b>595</b>	<b>85%</b>
<b>Locaux vacants</b>	<b>3</b>	<b>8%</b>	<b>18</b>	<b>19%</b>	<b>12</b>	<b>11%</b>	<b>8</b>	<b>14%</b>	<b>13</b>	<b>12%</b>	<b>15</b>	<b>48%</b>	<b>4</b>	<b>16%</b>	<b>4</b>	<b>24%</b>	<b>4</b>	<b>9%</b>	<b>23</b>	<b>13%</b>	<b>104</b>	<b>15%</b>
<b>TOTAL (avec vacant)</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>	<b>111</b>	<b>100%</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>	<b>105</b>	<b>100%</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>	<b>46</b>	<b>100%</b>	<b>176</b>	<b>100%</b>	<b>699</b>	<b>100%</b>

Source : Inventaire réalisé par le Groupe Altus, septembre/octobre 2022.

Note : Les % sont présentés sur le total du secteur en incluant les vacants.

**Inventaire des établissements localisés dans les secteurs commerciaux de la ville de Saint-Jérôme - Superficie**

Type d'établissements	Secteur route 158		Secteur 117 centre-ville		Secteur 117 nord		Secteur 117 sud		Carrefour du Nord		Galerie des Laurentides		Galeries Citation		Mega Centre St-Jerome		Smart Centre		Ailleurs Saint-Jérôme		Total général	
	Pi.ca.	%	Pi.ca.	%	Pi.ca.	%	Pi.ca.	%	Pi.ca.	%	Pi.ca.	%	Pi.ca.	%	Pi.ca.	%	Pi.ca.	%	Pi.ca.	%	Pi.ca.	%
<b>Biens durables et semi-durables</b>																						
Meubles	1 400	1%	0	0%	45 800	11%	9 500	6%	0	0%	0	0%	0	0%	26 900	7%	4 600	1%	6 900	1%	95 100	3%
Accessoire pour la maison	0	0%	3 500	2%	30 300	7%	0	0%	5 900	1%	0	0%	0	0%	0	0%	34 100	7%	42 000	7%	115 800	3%
Articles de sport, passe-temps, musiques et librairies	0	0%	700	0%	12 000	3%	4 900	3%	61 000	10%	0	0%	4 100	5%	0	0%	19 800	4%	11 600	2%	114 100	3%
Bijouterie & Maroquinerie	0	0%	2 800	2%	0	0%	1 000	1%	5 000	1%	500	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	9 300	0%
Chaussures	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	9 900	2%	0	0%	0	0%	0	0%	12 200	2%	0	0%	22 100	1%
Électronique, électroménagers et ordinateurs	10 000	5%	1 000	1%	1 000	0%	0	0%	11 100	2%	0	0%	900	1%	0	0%	22 500	4%	8 100	1%	54 600	2%
Magasin de détail divers	5 300	3%	11 800	7%	10 200	2%	700	0%	7 500	1%	0	0%	3 000	3%	36 000	9%	2 500	0%	12 400	2%	89 400	3%
Magasin de marchandises diverses	9 000	4%	0	0%	56 100	13%	0	0%	136 600	22%	0	0%	0	0%	162 300	41%	145 500	28%	9 100	1%	518 600	15%
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	35 900	18%	0	0%	58 000	13%	6 500	4%	0	0%	0	0%	2 000	2%	84 900	22%	114 800	22%	56 000	9%	358 100	11%
Vêtements et accessoires vestimentaires	27 300	14%	6 600	4%	3 900	1%	0	0%	147 100	24%	47 900	34%	0	0%	21 700	6%	37 700	7%	6 700	1%	298 900	9%
<b>Total – biens durables et semi-durables</b>	<b>88 900</b>	<b>44%</b>	<b>26 400</b>	<b>15%</b>	<b>217 300</b>	<b>50%</b>	<b>22 600</b>	<b>14%</b>	<b>384 100</b>	<b>63%</b>	<b>48 400</b>	<b>35%</b>	<b>10 000</b>	<b>12%</b>	<b>331 800</b>	<b>85%</b>	<b>393 700</b>	<b>76%</b>	<b>152 800</b>	<b>24%</b>	<b>1 676 000</b>	<b>50%</b>
<b>Biens courants</b>																						
Dépanneurs	4 800	2%	4 300	2%	4 900	1%	6 700	4%	500	0%	600	0%	3 600	4%	0	0%	0	0%	54 500	9%	79 900	2%
Spécialistes alimentaires	16 900	8%	9 600	5%	5 600	1%	17 700	11%	11 700	2%	0	0%	2 400	3%	0	0%	7 200	1%	29 350	5%	100 450	3%
Supermarchés	43 200	22%	0	0%	30 800	7%	37 000	22%	81 600	13%	29 800	21%	37 000	43%	0	0%	44 500	9%	83 300	13%	387 200	12%
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels, lunetteries	12 200	6%	10 850	6%	47 000	11%	15 100	9%	19 700	3%	6 900	5%	11 200	13%	0	0%	8 200	2%	35 800	6%	166 950	5%
<b>Total – biens courants</b>	<b>77 100</b>	<b>39%</b>	<b>24 750</b>	<b>14%</b>	<b>88 300</b>	<b>20%</b>	<b>76 500</b>	<b>46%</b>	<b>113 500</b>	<b>19%</b>	<b>37 300</b>	<b>27%</b>	<b>54 200</b>	<b>63%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>59 900</b>	<b>12%</b>	<b>202 950</b>	<b>32%</b>	<b>734 500</b>	<b>22%</b>
<b>Services</b>																						
Coiffure et esthétique	6 900	3%	16 000	9%	18 000	4%	6 500	4%	4 500	1%	2 000	1%	5 000	6%	0	0%	1 400	0%	12 600	2%	72 900	2%
Services vestimentaires (nettoyeurs, buanderies, couture)	0	0%	1 300	1%	1 400	0%	1 000	1%	1 100	0%	800	1%	900	1%	0	0%	0	0%	5 500	1%	12 000	0%
Institution financière	13 000	6%	22 900	13%	24 900	6%	1 800	1%	5 700	1%	0	0%	0	0%	3 000	1%	16 100	3%	9 500	2%	96 900	3%
<b>Total – services</b>	<b>19 900</b>	<b>10%</b>	<b>40 200</b>	<b>23%</b>	<b>44 300</b>	<b>10%</b>	<b>9 300</b>	<b>6%</b>	<b>11 300</b>	<b>2%</b>	<b>2 800</b>	<b>2%</b>	<b>5 900</b>	<b>7%</b>	<b>3 000</b>	<b>1%</b>	<b>17 500</b>	<b>3%</b>	<b>27 600</b>	<b>4%</b>	<b>181 800</b>	<b>5%</b>
<b>Restaurants</b>																						
Service restreint	5 900	3%	9 900	6%	30 400	7%	31 400	19%	5 700	1%	750	1%	7 300	8%	0	0%	8 800	2%	64 250	10%	164 400	5%
Service complet	3 200	2%	47 100	26%	21 400	5%	15 300	9%	0	0%	6 100	4%	3 600	4%	0	0%	23 900	5%	80 500	13%	201 100	6%
<b>Total – restaurants</b>	<b>9 100</b>	<b>5%</b>	<b>57 000</b>	<b>32%</b>	<b>51 800</b>	<b>12%</b>	<b>46 700</b>	<b>28%</b>	<b>5 700</b>	<b>1%</b>	<b>6 850</b>	<b>5%</b>	<b>10 900</b>	<b>13%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>32 700</b>	<b>6%</b>	<b>144 750</b>	<b>23%</b>	<b>365 500</b>	<b>11%</b>
<b>Gym</b>																						
<b>Total – Gym</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>14 000</b>	<b>3%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>13 300</b>	<b>2%</b>	<b>25 000</b>	<b>18%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>13 500</b>	<b>3%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>27 700</b>	<b>4%</b>	<b>93 500</b>	<b>3%</b>
<b>Divertissement</b>																						
<b>Total – Divertissement</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>25 000</b>	<b>4%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	<b>25 000</b>	<b>1%</b>
<b>TOTAL (sans vacant)</b>	<b>195 000</b>	<b>97%</b>	<b>148 350</b>	<b>83%</b>	<b>415 700</b>	<b>95%</b>	<b>155 100</b>	<b>93%</b>	<b>552 900</b>	<b>90%</b>	<b>120 350</b>	<b>86%</b>	<b>81 000</b>	<b>94%</b>	<b>348 300</b>	<b>89%</b>	<b>503 800</b>	<b>98%</b>	<b>555 800</b>	<b>88%</b>	<b>3 076 300</b>	<b>92%</b>
<b>Locaux vacants</b>	<b>5 200</b>	<b>3%</b>	<b>30 250</b>	<b>17%</b>	<b>20 100</b>	<b>5%</b>	<b>11 200</b>	<b>7%</b>	<b>60 600</b>	<b>10%</b>	<b>19 550</b>	<b>14%</b>	<b>5 100</b>	<b>6%</b>	<b>43 700</b>	<b>11%</b>	<b>12 100</b>	<b>2%</b>	<b>76 300</b>	<b>12%</b>	<b>284 100</b>	<b>8%</b>
<b>TOTAL (avec vacant)</b>	<b>200 200</b>	<b>100%</b>	<b>178 600</b>	<b>100%</b>	<b>435 800</b>	<b>100%</b>	<b>166 300</b>	<b>100%</b>	<b>613 500</b>	<b>100%</b>	<b>139 900</b>	<b>100%</b>	<b>86 100</b>	<b>100%</b>	<b>392 000</b>	<b>100%</b>	<b>515 900</b>	<b>100%</b>	<b>632 100</b>	<b>100%</b>	<b>3 360 400</b>	<b>100%</b>

Source : Inventaire réalisé par le Groupe Altus, septembre/octobre 2022.

Note : Les % sont présentés sur le total du secteur en incluant les vacants.

## Secteur Route 158

- Le secteur commercial de la **route 158** regroupe **36 des 699 commerces répertoriés** dans la ville de Saint-Jérôme, soit environ **5%** de ceux-ci. Il existe deux zones de concentrations commerciales importantes dans ce secteur commercial. Tout d'abord autour de l'intersection entre la **route 158 et la route 117** ainsi que du centre commercial de quartier du **Marché Saint-Antoine**.
- Ce secteur totalise **200 200 pieds carrés** de superficie commerciale, soit environ **6%** du total qui fut relevé durant l'inventaire de la ville. Bien que le tissu commercial de ce secteur ne soit pas dense, cette proportion non négligeable est principalement due à des bannières de grandes surfaces importantes du secteur commercial telles que IGA, l'Aubainerie et Addison Électronique.
- On compte très peu de locaux vacants dans ce secteur commercial. Ceux-ci totalisent **5 200 pieds carrés** de surface, soit **2%** de l'inventaire des locaux vacants de la ville. Il s'agit du secteur commercial avec le **plus bas taux de vacance** observé dans l'inventaire commercial. **Le taux de vacances** recensé dans ce secteur commercial est de 3%.
- Les typologies commerciales importantes du secteur sont les **biens durables et semi-durables** ainsi que les **biens courants**, ceux-ci représentent **83% des superficies** commerciales du secteur.

## Secteur centre-ville

- Le secteur commercial du centre-ville regroupe **14%** de l'ensemble des **locaux commerciaux** de la ville de Saint-Jérôme. La majorité de ceux-ci sont localisés sur les rues **Saint-Georges, Labelle** ainsi que **Parent**.
- Ce secteur totalise **190 600 pieds carrés** de superficie commerciale, soit environ **6%** du total qui fut recensé durant l'inventaire de la ville. Bien que le tissu commercial de ce secteur soit très dense, on y retrouve majoritairement des commerces de faible superficie.
- Les typologies commerciales les plus présentes sont les **services** avec **40 200 pieds carrés**, ce qui représente environ **22%** des superficies de services de la **ville de Saint-Jérôme**. La deuxième est la **restauration** qui totalise **57 000 pieds carrés**, soit **16%** de l'ensemble des superficies en restauration de la ville, mais **23%** des **restaurants à service complet**, faisant de ce secteur la **destination gourmande** de la ville.
- Nous observons **l'absence de supermarchés** au centre-ville, ainsi que la présence de seulement **9 600 pieds carrés** de superficies commerciales de **spécialistes alimentaires**, seul autre endroit où des biens alimentaires peuvent être achetés en dehors de l'offre en restauration.
- Au centre-ville, nous observons la présence de **30 200 pieds carrés** de superficie commerciale vacante, ce qui représente **11%** des superficies de locaux vacants de la **ville de Saint-Jérôme**. Le **taux de vacances** répertorié dans ce secteur est de **17%**.

## Secteur 117 nord

- Le secteur commercial de la route 117 Nord regroupe **111 des 699 commerces répertoriés** dans la ville de Saint-Jérôme, soit environ **16%** des locaux commerciaux de la ville.
- Ce secteur totalise **435 800 pieds carrés** de superficie commerciale, soit environ **13%** du total des superficies commerciales de la ville de Saint-Jérôme. Cette proportion en fait l'un des secteurs avec les plus grandes superficies commerciales de la ville par la présence de magasins de grandes surfaces telles que Matério, Tigre Géant, IGA et Hart.
- Les superficies commerciales pour les services dans ce secteur totalisent **44 300 pieds carrés**, soit **24%** de celles de l'ensemble de la ville de Saint-Jérôme. Ceci est principalement dû grâce aux quatre succursales d'institutions financières ainsi qu'aux nombreux salons de coiffure et d'esthétique qui s'y retrouvent.



- Ce secteur possède une offre importante de biens durables et semi-durables, avec **217 300 pieds carrés** de superficie commerciale, soit **13%** de celles de la ville. On remarque des concentrations importantes dans les **magasins de meubles** avec **48%** des superficies commerciales de la ville ainsi que dans les **magasins d'accessoires pour la maison** avec **26%** des superficies recensés de la ville pour ce type de magasin.
- Le **taux de vacances** observé dans ce secteur est de **5%**, soit pour **20 100 pieds carrés** de superficie commerciale vacante.

### Secteur 117 sud

- Le secteur commercial de la route 117 sud regroupe **57 des 699 commerces répertoriés** dans la ville de Saint-Jérôme, soit environ **8%** des locaux commerciaux de la ville. Les principales bannières de ce secteur commercial sont Metro, SAQ et Jean Coutu.
- Ce secteur totalise **166 300 pieds carrés** de superficie commerciale, soit environ 5% de l'ensemble des superficies commerciales de la ville. Il s'agit de l'un des secteurs commerciaux ayant le moins de superficies commerciales dans l'ensemble de Saint-Jérôme.
- Les **typologies commerciales dominantes** sont les **biens courants et les restaurants** qui représentent respectivement **46% et 28%** des superficies commerciales du secteur.
- **19%** des superficies de **restaurant à service restreint** de la ville de Saint-Jérôme sont situées dans ce secteur.
- Le secteur de la route 117 sud totalise **11 200 pieds carrés** de **superficie commerciale vacante**, soit **4%** de l'ensemble des superficies vacantes de Saint-Jérôme. Le **taux de vacance** au sein du secteur est de **7%**.
- Ce secteur est axé sur les commerces de proximité tels que les biens courants ainsi **les restaurants à service restreint**.

### Secteur Carrefour du Nord

- Le secteur commercial du Carrefour du Nord regroupe **15% des locaux commerciaux** de la ville de Saint-Jérôme. Les principales bannières de ce secteur commercial sont Maxi, Canadian Tire, Sports Experts et Winners.
- Ce secteur totalise **613 500 pieds carrés** de superficie commerciale, soit environ **18%** des superficies commerciales de la ville de Saint-Jérôme. Il s'agit du plus important secteur commercial de la ville de Saint-Jérôme.
- La typologie commerciale dominante de ce secteur est les **biens durables et semi-durables** avec **63%** des superficies commerciales. Nous constatons que **53% des superficies de magasins d'articles de sport, passe-temps, musiques et librairies** ainsi que **49% des superficies de magasins de vêtement** de la ville sont situés dans ce secteur.
- Dans le secteur, il y a **60 600 pieds carrés vacants**, soit environ **21%** de l'ensemble des superficies vacantes de la ville. Le **taux de vacance** au sein du secteur est de **10%**.
- Ce secteur est donc principalement la destination « **shopping** » de la ville dans les biens durables et semi-durables, plus précisément dans les sous-catégories commerciales dominantes.

### Secteur Galeries des Laurentides

- Le secteur commercial des Galeries des Laurentides regroupe **31 des 699 commerces répertoriés** dans la ville de Saint-Jérôme, soit environ **4%** des locaux commerciaux de la ville. Les principales bannières de ce secteur commercial sont Maxi, Urban Planet et World Gym.
- Ce secteur totalise **139 900 pieds carrés** de superficie commerciale, soit environ **4%** du total des superficies commerciales de la ville de Saint-Jérôme. Il s'agit de l'un des secteurs commerciaux

de la ville de Saint-Jérôme où l'on retrouve le moins de superficies commerciales. Une partie importante du centre commercial est actuellement occupée par des services municipaux et gouvernementaux.

- L'offre commerciale des Galeries des Laurentides se résume principalement à des **magasins de vêtements et accessoires vestimentaires** représentant **34%** de l'offre totale de ce centre, un **supermarché (21%)** ainsi qu'un centre de **conditionnement physique (18%)**.
- Le taux de vacances recensé durant l'inventaire est de **14%** pour **19 550 pieds carrés**, en faisant le deuxième secteur avec le taux de vacances le plus élevé suivant le secteur centre-ville.

### Secteur Galeries Citation

- Le secteur commercial des Galeries Citation regroupe **25 des 699 commerces répertoriés** dans la ville de Saint-Jérôme, soit environ **4%** des locaux commerciaux répertoriés pour l'ensemble de la ville. Les principales locomotives de ce secteur commercial sont Uniprix et IGA.
- Ce secteur totalise **86 100 pieds carrés de superficie commerciale**, soit environ **3%** du total des superficies commerciales de la ville de Saint-Jérôme. Il s'agit du secteur où l'on retrouve le moins de superficies commerciales dans la ville.
- Ce secteur commercial est dominé par les **biens courants** qui représentent **63%** de son offre commerciale totale.
- Le **taux de vacances** recensé dans le secteur est de **6%**, soit pour **5 100 pieds carrés** de superficie vacante.

### Secteur Mégacentre Saint-Jérôme

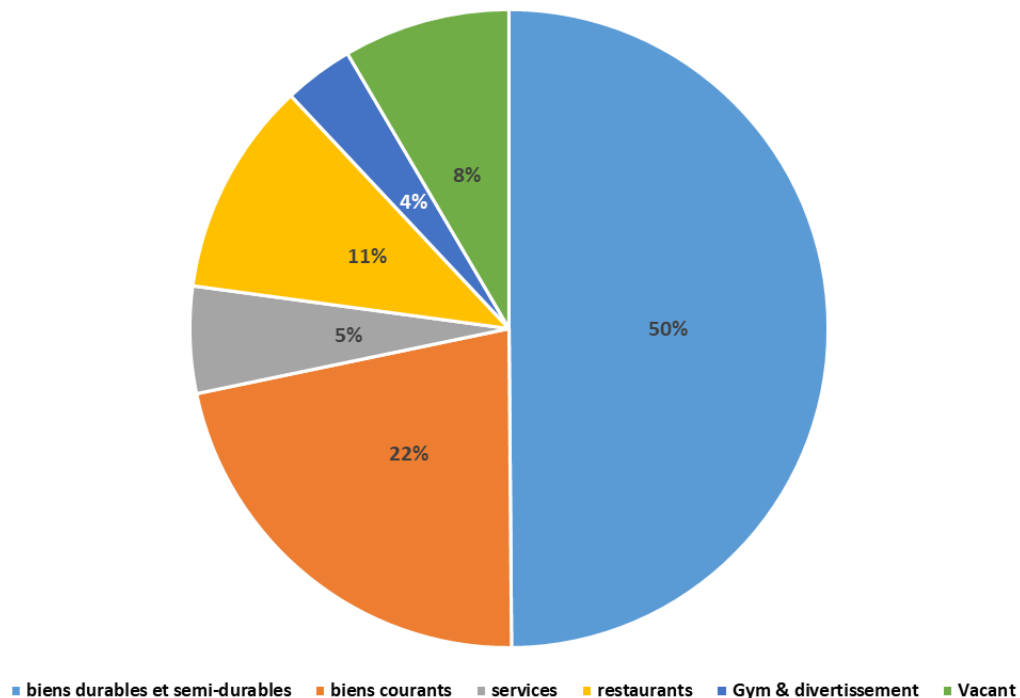
- Le secteur commercial du Mégacentre Saint-Jérôme regroupe **17 des 699 commerces répertoriés** dans la ville de Saint-Jérôme, soit environ **2%** des locaux commerciaux répertoriés pour l'ensemble de la ville. Les principales locomotives de ce secteur commercial sont Costco, Rona ainsi que Party Expert.
- Bien que ce secteur ne compte que pour 2% du nombre de commerces, il représente **12% des superficies commerciales** totales de la ville de Saint-Jérôme, soit pour **392 000 pieds carrés**. Ce constat s'explique par la présence de magasins de grandes surfaces telles que Costco, Rona, Party Expert ainsi que très peu de commerces de moins de 10 000 pieds carrés.
- Ce secteur commercial est dominé par les **biens durables et semi-durables** qui représentent **85%** de son offre commerciale totale. **11%** des superficies commerciales sont vacantes, soit **43 700 pieds carrés**.

### Secteur Smart Centre

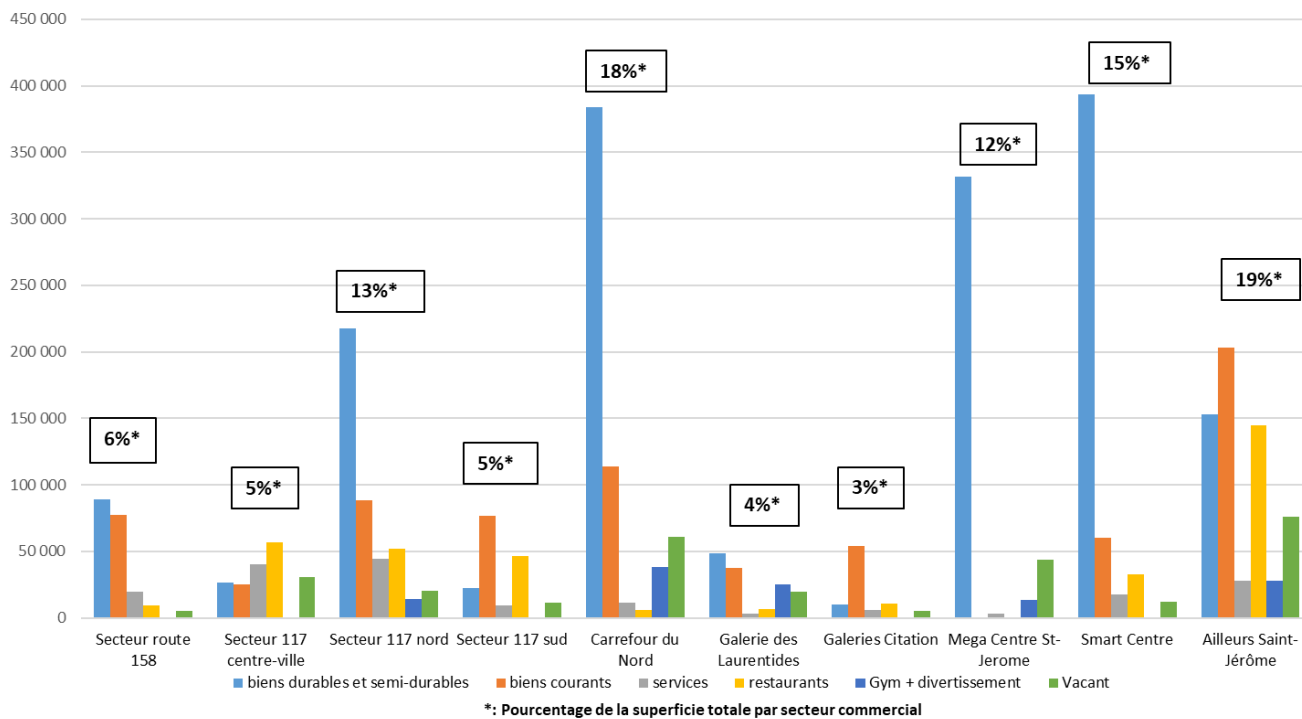
- Le secteur commercial du Smart Centre Saint-Jérôme regroupe **46 des 699 commerces répertoriés** dans la ville, soit environ **7%** des locaux commerciaux. Les principales locomotives recensées dans ce secteur commercial sont Walmart, Home Depot et IGA ainsi que Best Buy.
- Ce secteur totalise **515 900 pieds carrés** de superficie commerciale, soit environ **15%** du total de la ville de Saint-Jérôme.
- **Les biens durables et semi-durables** sont la principale typologie commerciale avec **393 700 pieds carrés** ce qui représente **76%** des superficies commerciales du secteur. **55%** des superficies de **magasins de chaussures** de la ville sont situés dans ce secteur commercial avec des magasins tels que Rubino et Globo. Aussi, **41%** des surfaces pour des **magasins d'électroniques, électroménagers ou ordinateurs** de la ville se situent dans ce secteur commercial.

Les deux graphiques suivants synthétisent les résultats des précédents tableaux.

## Typologie commerciale de la ville de Saint-Jérôme selon les superficies



## Typologie commerciale par secteur commercial de la ville de Saint-Jérôme selon les superficies



Certains secteurs commerciaux de la ville de Saint-Jérôme semblent avoir des rôles selon leur offre commerciale. On remarque par exemple que le **centre-ville** de Saint-Jérôme, bien que ce secteur soit petit en taille, est une destination dense en restaurants, en faisant la **destination gourmande** de la **ville de Saint-Jérôme**. Les secteurs du **Carrefour du Nord**, du **Mégacentre Saint-Jérôme** ainsi que du **Smart Centre** sont les principales destinations « **shopping** » de la ville avec des offres importantes en biens durables et semi-durables. Un peu plus du **quart** des superficies de commerces de **biens courants** sont situés à l'extérieur des neuf secteurs commerciaux de la Ville de Saint-Jérôme.

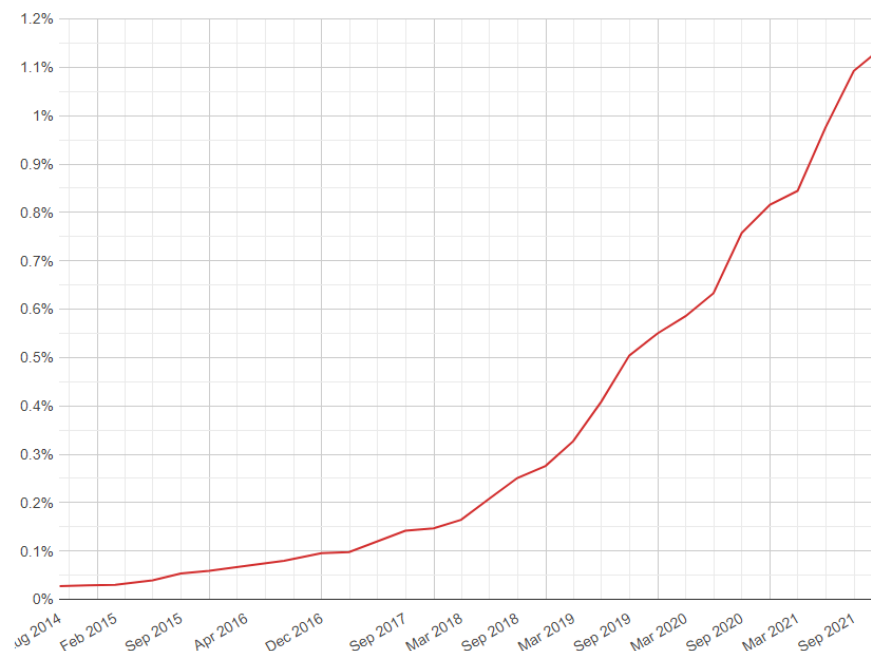
## Essenceries de Saint-Jérôme

Nous estimons que la ville de Saint-Jérôme n'a pas de réel besoin d'ajouter des essenceries sur son territoire. L'analyse des données sur la consommation de produits pétroliers, le nombre d'essenceries, l'évolution du parc automobile « vert » ainsi que les changements dans les réglementations gouvernementales soutiennent notre constat.

Tout d'abord, la ville de Saint-Jérôme compte actuellement 25 stations-service sur son territoire. Ceci représente 1,52 essencerie par 5 000 habitants, soit un taux dans la moyenne de la province qui se chiffrait à 1,68 en 2019 et était en décroissance vis-à-vis 2016 (1,74) et 2013 (1,79) selon la Régie de l'énergie. La ville de Saint-Jérôme se rapproche donc de la moyenne québécoise et ne se situe pas en position de sous-offre commerciale pour les essenceries sur son territoire. Les essenceries sont principalement localisées dans les secteurs de Bellefeuille et de Saint-Jérôme avec respectivement 9 et 10 essenceries, soit 76%. Le secteur Lafontaine en compte deux tandis que le secteur Saint-Antoine en compte quatre sur son territoire.

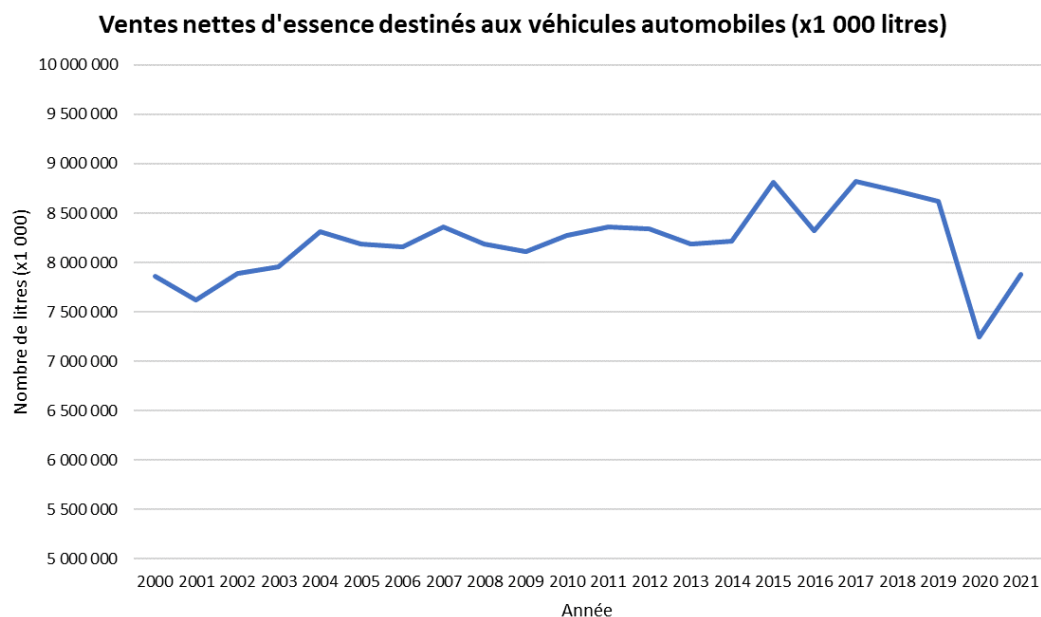
De plus, l'évolution de la réglementation interdisant la vente de véhicules à essence dès 2035 entraînera une modification importante du parc automobile de l'ensemble du Québec dans 12 ans. L'augmentation au cours des dernières années des subventions accordées à l'achat d'un véhicule électrique ainsi que le développement par les constructeurs automobiles de véhicules électriques de plus en plus abordables inciteront les consommateurs à se tourner vers ceux-ci. Dans la ville de Saint-Jérôme, selon les données de l'association des véhicules électriques du Québec et de la SAAQ, les véhicules électriques en date de 2021 représentaient 1,141% du parc automobile de la ville. Ce nombre est en constante croissance depuis 2018 où les véhicules électriques représentaient à peine 0,276% du parc automobile de la ville de Saint-Jérôme, soit une augmentation de 313% sur 3 ans. En utilisant le taux de croissance observé entre 2020 et 2021, la proportion de véhicules électriques dans le parc automobile de Saint-Jérôme atteindrait en 2027 9%. À plus long terme, le nombre de véhicules électriques dans le parc automobile de la ville de Saint-Jérôme va continuer de croître au détriment des véhicules à essence. L'image suivante présente l'augmentation de la proportion de véhicules électriques à Saint-Jérôme entre 2014 et 2021.

**Part des véhicules électriques dans le parc automobile de Saint-Jérôme**



Source : AVEQ, 2022

De plus, selon Statistique Canada, les ventes nettes d'essence au Québec se chiffraient en 2019, dernière année prépandémie, à environ 8,62 milliards de litres. Par la suite, les ventes ont diminué pour atteindre environ 7,88 milliards de litres en 2021, soit une diminution de 8,1%. Celles-ci se comparent aux ventes nettes d'essence de l'année 2000, qui était de 7,85 milliards de litres. Les ventes nettes d'essence au Québec ont donc progressé entre 2000 et 2019 d'uniquement 9,7% sur pratiquement 20 ans. Cette évolution est peu élevée et ne reflète pas un secteur économique en pleine croissance comme le secteur des véhicules électriques au cours des dernières années. Le graphique suivant présente l'évolution des ventes nettes d'essence au Québec depuis 2000.

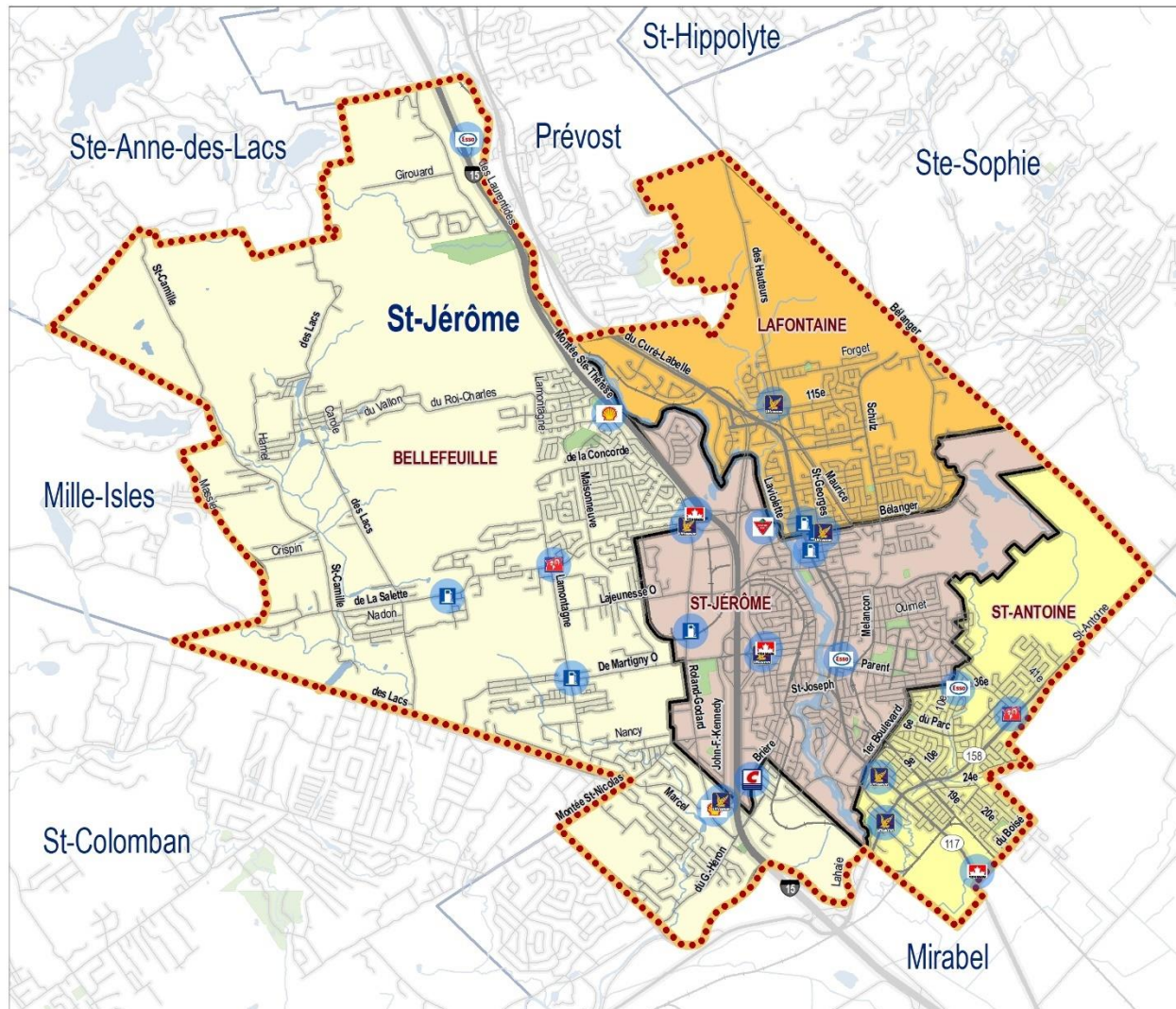


Source : Statistique Canada, 2022  
Tableau 23-10-0066-01

La tendance à l'achat d'essence est en baisse, trois principaux facteurs influencent ce choix. D'abord, l'augmentation du nombre de véhicules électriques et hybrides rechargeables qui réduit la consommation générale d'essence pour les véhicules. Ensuite, la fluctuation du prix de l'essence à la pompe au cours de la dernière année va continuer d'encourager des automobilistes à faire le changement vers des véhicules moins énergivores tels que des véhicules hybrides rechargeables ou électriques. Finalement, l'augmentation de la tendance des entreprises vers le télétravail entrainera aussi une réduction de la consommation d'essence pour les travailleurs qui se rendent moins souvent à leur lieu de travail selon la fréquence de travail à distance.

Pour l'ensemble des raisons présentées dans cette section, nous croyons que l'ajout de stations-service sur le territoire de Saint-Jérôme n'est pas à être envisagé puisque l'offre existante y est déjà très bonne et que le marché de la vente d'essence qui est en plein changement entrainera une décroissance de la consommation d'essence à long terme. Il serait donc peu pertinent pour le développement économique à long terme de la ville de Saint-Jérôme d'y ajouter des stations-service sur son territoire. La carte de la page suivante présente la localisation des stations-service sur le territoire de la ville de Saint-Jérôme.





Ville de **SAINT-JÉRÔME**  
**VILLE DE ST-JÉRÔME**

Localisation des stations-service

STATION-SERVICE

Canadian Tire	Petro-Canada
Costco	Shell
Couche-Tard	Ultramar
Esso	Autre

SECTEUR

Bellefeuille	St-Antoine
Lafontaine	St-Jérôme

Limite municipale de St-Jérôme

Autoroute

Route provinciale

Voie locale

Voie ferrée

Limite municipale

Parc

N

0 1,5 3 Km

GroupeAltus  
1100, boulevard René-Lévesque Ouest  
Bureau 1600, Montréal, Québec, H3B 4N4  
Téléphone: 514.392.7700

# Enquête sur les comportements d'achats

---

## Méthodologie

---

Les données relatives aux comportements d'achat reposent entièrement sur les résultats d'une enquête hybride, soit par téléphone et en ligne auprès d'un échantillon de 300 ménages dans les différents secteurs de la ville de Saint-Jérôme. Un échantillon de cette taille présente une marge d'erreur de  $\pm 5,8$  %, 19 fois sur 20. Les répondants étaient responsables de la majorité des achats de leur ménage.

Les répondants ont été amenés à indiquer les lieux et les montants dépensés durant une période donnée, et ce, pour les 15 types d'établissements suivants :

- Supermarchés et épiceries
- Les spécialistes alimentaires
- Pharmacies et magasins de produits santé-beauté
- Magasins de vêtements
- Magasins de chaussures, bijouteries et accessoires vestimentaires
- Magasins d'articles de sport et de plein-air
- Magasins de passe-temps, jouets, musique et librairies
- Magasins de fleurs, d'articles dans un magasin de cadeau et d'articles pour animaux
- Papeterie ou accessoires de bureau (excluant les achats faits pour le travail)
- Magasins de meuble, d'accessoires pour la maison ou d'articles de cuisine
- Magasins d'électronique, d'électroménagers et d'informatique
- Quincaillerie, centre de matériaux de construction, magasin de peinture et centre de jardinage
- Magasins à rayons ou de de marchandises générales (comme Walmart, Costco et Hart)
- Restaurants avec services aux tables
- Restaurants avec service restreint (type fast food)

Cette typologie est la même que celle qui a été utilisée pour l'évaluation de la demande ainsi que pour l'analyse de l'offre, à la seule différence que certaines catégories sont légèrement plus larges afin de réduire la durée du questionnaire. Par exemple, les répondants ont déclaré leurs dépenses dans une grande catégorie « meubles et accessoires pour la maison », alors que ce poste de dépense constitue deux éléments dans le calcul de potentiel présenté dans ce rapport. Les données sur le potentiel de marché ont donc été mises sur une base comparable aux résultats de l'enquête téléphonique lorsque ces deux sources d'information sont utilisées conjointement.

De plus, une question supplémentaire fut ajoutée pour la catégorie suivante :

- Les comportements d'achats vis-à-vis les commerces écoresponsables.

L'enquête s'est déroulée entre le 14 et le 31 octobre. Les entrevues ont duré en moyenne 12 minutes. Le tableau de droite présente le profil de l'échantillon :

Les résultats de cette enquête téléphonique ont été pondérés en fonction du poids démographique de chaque secteur (nombre de ménages).

Les pages qui suivent présentent la compilation générale des résultats de l'enquête : la distribution spatiale des achats selon les catégories commerciales, les parts locales et les fuites commerciales selon le type de biens et les principaux établissements de destination des achats.

Avant de présenter les résultats, il est nécessaire de définir deux termes fondamentaux :

- La **part locale** désigne la part (%) des dépenses des résidents d'une zone donnée qui est réalisée à l'intérieur des établissements de cette même zone. Dans le contexte de la présente analyse, la part locale représente la part des achats effectués dans les établissements de Saint-Jérôme.

- Les **fuites commerciales** représentent les dépenses des résidents d'une zone qui sont destinées aux établissements de l'extérieur de la zone. Dans le cadre de cette étude, les fuites commerciales forment les achats effectués à l'extérieur de la ville, soit par exemple à Prévost/Piedmont, Mirabel, Boisbriand, Laval, Montréal, etc.

- La somme de la part locale et des fuites commerciales donne nécessairement **100 %** ou, en termes absolus, le potentiel total de dépenses de ces résidents.

## Profil sociodémographique de l'échantillon

Caractéristiques	Répondants (n=304)	%
<b>Lieu de résidence</b>		
Bellefeuille	77	25,3%
Lafontaine	56	18,6%
Saint-Antoine	48	15,8%
St-Jérôme	122	40,3%
<b>Groupe d'âge</b>		
18 à 34 ans	51	16,8%
35 à 44 ans	47	15,4%
45 à 54 ans	47	15,4%
55 à 64 ans	62	20,4%
65 ans et plus	97	32,0%
<b>Taille du ménage</b>		
une personne	96	31,5%
deux personnes	122	40,2%
trois personnes	34	11,2%
quatre ou plus	48	15,8%
Refus	4	1,3%
<b>Propriétaire/locataire</b>		
Propriétaire	163	53,8%
Locataire	136	44,7%
Refus	5	1,5%
<b>Revenu du ménage (\$)</b>		
Moins de 20 000 \$	38	12,5%
20 000 \$ à 40 000 \$	68	22,3%
40 000 \$ à 60 000 \$	41	13,5%
60 000 \$ à 80 000 \$	30	10,0%
80 000 \$ à 100 000 \$	39	12,8%
100 000 \$ à 150 000\$	38	12,6%
Plus de 150 000\$	23	7,6%
Refus	26	8,7%
<b>Sexe</b>		
Homme	92	30,3%
Femme	212	69,7%

## Sommaire des résultats

---

- Au total, il s'agit d'un peu moins du cinquième (**18%**) des achats déclarés par les répondants de l'enquête qui ont été réalisés **à l'extérieur de la ville de Saint-Jérôme**. Ce taux de fuites commerciales est relativement bas en le comparant à d'autres municipalités et reflètent d'une part, la grande diversité commerciale de la municipalité de Saint-Jérôme et d'autre part l'éloignement relatif des autres pôles commerciaux comparables (Faubourg Boisbriand, Carrefour Laval, etc.).
- Notons que les fuites commerciales sont plus élevées dans les catégories de biens pour la maison :
  - Meubles et accessoires pour la maison (**50%**)
  - Électronique, électroménagers et ordinateurs (**38%**)
  - Quincailleries, centres de rénovation et jardinage (**34%**)
- Signalons également les autres catégories commerciales suivantes pour lesquelles les fuites sont relativement élevées :
  - Articles de sport, passe-temps, musique et librairies (**50%**)
  - Chaussures, accessoires vestimentaires, maroquinerie, bijouterie (**40%**)
  - Vêtements (**39%**)
  - Restaurants à service complet (**39%**)
- La présence des grands centres commerciaux de la ville, soit le Carrefour du Nord, le **Smart Centre** ainsi que le **Méga Centre Saint-Jérôme** réduit sensiblement les fuites commerciales possibles dans certaines catégories de **biens durables et semi-durables**, plus précisément les magasins de marchandises générales (**2%**) et les magasins de détails divers (**10%**).
- Le **niveau de fuite** que l'on observe dans les **biens courants** est **faible**. Ceci s'explique essentiellement par la fréquence de réapprovisionnement pour ce type de biens ainsi que de l'offre abondante présente sur le territoire pour ce type de commerce. Les fuites commerciales en **supermarchés et épicerie** ne sont que de **4%**, et de **5%** pour les **pharmacies et magasins de produits de santé-beauté**.
- Les **fuites** dans la **restauration** sont évaluées à **39%** pour les **restaurants offrant un service complet** et à **15%** pour les **restaurants à service restreint** (fast food).
- **41%** des répondants disent **ne pas fréquenter** des **commerces éco-responsables** (bio, vrac, zéro déchet, etc.). Seulement **9%** des répondants disent **fréquenter souvent ou toujours** ce type de commerces.
- Une **part importante** des achats de **biens courants** s'effectue dans le **secteur de résidence** des répondants.

Les principales **destinations** pour les achats réalisés à l'extérieur de Saint-Jérôme sont **Prévost/Piedmont, Laval/Montréal** ainsi que les **achats en ligne** représentant chacune **4%** des dépenses totales des ménages. Ces trois secteurs représentent les deux tiers de l'ensemble des fuites commerciales de Saint-Jérôme.

Les tableaux des pages suivantes présentent le sommaire des comportements d'achats par grande catégorie commerciale ainsi que destination de la dépense locale pour chaque typologie commerciale selon le secteur de résidence des répondants.

## Sommaire des comportements d'achats des répondants du sondage par grandes catégories commerciales

Catégorie	Part locale	Fuites commerciales								
	Ville de Saint-Jérôme	Mirabel	Blainville/Sainte-Thérèse	Prévost/Piedmont	Saint-Sauveur et au nord	Boisbriand/Rosemère	Laval/Mtl	Ailleurs	Achat en ligne	Total des fuites
Biens pour la maison	61%	2%	1%	16%	1%	3%	11%	0%	5%	39%
Biens modes	61%	5%	2%	0%	2%	4%	4%	2%	20%	39%
Autres biens durables et semi-durables	90%	0%	1%	1%	0%	3%	1%	1%	4%	10%
Biens courants	94%	2%	1%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	6%
Restaurants	73%	2%	2%	2%	3%	1%	7%	7%	2%	27%
<b>Total</b>	<b>82%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>	<b>18%</b>
Biens pour la maison	88 550 000 \$	2 400 000 \$	930 000 \$	23 430 000 \$	2 130 000 \$	4 280 000 \$	16 510 000 \$	580 000 \$	6 690 000 \$	56 950 000 \$
Biens modes	41 480 000 \$	3 130 000 \$	1 460 000 \$	170 000 \$	1 120 000 \$	2 640 000 \$	2 730 000 \$	1 610 000 \$	13 790 000 \$	26 660 000 \$
Autres biens durables et semi-durables	172 870 000 \$	360 000 \$	1 740 000 \$	1 020 000 \$	50 000 \$	6 110 000 \$	1 290 000 \$	1 060 000 \$	7 210 000 \$	18 840 000 \$
Biens courants	320 490 000 \$	5 910 000 \$	1 880 000 \$	2 890 000 \$	320 000 \$	1 460 000 \$	1 900 000 \$	2 140 000 \$	2 570 000 \$	19 080 000 \$
Restaurants	81 920 000 \$	2 680 000 \$	2 540 000 \$	2 750 000 \$	3 380 000 \$	1 160 000 \$	8 380 000 \$	7 450 000 \$	2 310 000 \$	30 650 000 \$
<b>Total</b>	<b>705 310 000 \$</b>	<b>14 480 000 \$</b>	<b>8 550 000 \$</b>	<b>30 260 000 \$</b>	<b>7 000 000 \$</b>	<b>15 640 000 \$</b>	<b>30 800 000 \$</b>	<b>12 850 000 \$</b>	<b>32 580 000 \$</b>	<b>152 180 000 \$</b>



**Sommaire des comportements d'achats des répondants du sondage par typologie commerciale**

Catégorie	Part locale	Fuites commerciales								Total des fuites
	Ville de Saint-Jérôme	Mirabel	Blainville/Sainte-Thérèse	Prévost/Piedmont	Saint-Sauveur et au nord	Boisbriand/Rosemère	Laval/Mtl	Ailleurs	Achat en ligne	
<b>Biens durables et semi-durables</b>	<b>75%</b>	1%	1%	6%	1%	3%	5%	1%	7%	25%
Meubles et accessoires pour la maison	50%	0%	1%	2%	4%	6%	30%	1%	6%	50%
Électromémagers, appareils électroniques et ordinateurs	62%	0%	1%	0%	0%	4%	14%	0%	18%	38%
Quincaillerie, rénovation, matériaux et jardins	66%	3%	0%	29%	1%	1%	0%	0%	0%	34%
Vêtements	61%	5%	2%	0%	1%	4%	3%	3%	20%	39%
Chaussures, maroquinerie, bijouterie	60%	4%	1%	0%	3%	2%	6%	2%	22%	40%
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	50%	1%	3%	1%	0%	20%	4%	0%	21%	50%
Magasins de marchandises divers	98%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	2%
Magasins de détails divers	90%	1%	0%	2%	0%	2%	0%	0%	5%	10%
<b>Biens courants</b>	<b>94%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>6%</b>
Supermarchés et épiceries	96%	2%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	4%
Spécialistes alimentaires	76%	7%	1%	2%	0%	2%	2%	4%	6%	24%
Pharmacies, magasin de produits de beauté	95%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	5%
<b>Restaurants</b>	<b>73%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>	<b>2%</b>	<b>27%</b>
Restaurants à service complet	61%	2%	3%	3%	6%	2%	13%	9%	2%	39%
Restaurants à service restreint	85%	2%	2%	2%	0%	0%	2%	4%	3%	15%
<b>Total</b>	<b>82%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>	<b>18%</b>
<b>Biens durables et semi-durables</b>	<b>302 910 000 \$</b>	<b>5 880 000 \$</b>	<b>4 140 000 \$</b>	<b>24 620 000 \$</b>	<b>3 300 000 \$</b>	<b>13 030 000 \$</b>	<b>20 510 000 \$</b>	<b>3 250 000 \$</b>	<b>27 710 000 \$</b>	<b>102 450 000 \$</b>
Meubles et accessoires pour la maison	21 970 000 \$	0 \$	620 000 \$	840 000 \$	1 580 000 \$	2 750 000 \$	13 090 000 \$	330 000 \$	2 440 000 \$	21 650 000 \$
Électromémagers, appareils électroniques et ordinateurs	14 690 000 \$	90 000 \$	240 000 \$	0 \$	0 \$	980 000 \$	3 410 000 \$	0 \$	4 250 000 \$	8 970 000 \$
Quincaillerie, rénovation, matériaux et jardins	51 890 000 \$	2 310 000 \$	80 000 \$	22 590 000 \$	550 000 \$	550 000 \$	0 \$	250 000 \$	0 \$	26 330 000 \$
Vêtements	33 430 000 \$	2 580 000 \$	1 340 000 \$	170 000 \$	720 000 \$	2 380 000 \$	1 880 000 \$	1 370 000 \$	10 850 000 \$	21 280 000 \$
Chaussures, maroquinerie, bijouterie	8 050 000 \$	550 000 \$	130 000 \$	0 \$	400 000 \$	260 000 \$	850 000 \$	240 000 \$	2 950 000 \$	5 370 000 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	12 680 000 \$	150 000 \$	670 000 \$	160 000 \$	50 000 \$	5 160 000 \$	1 020 000 \$	70 000 \$	5 390 000 \$	12 680 000 \$
Magasins de marchandises divers	126 900 000 \$	0 \$	1 060 000 \$	0 \$	0 \$	380 000 \$	260 000 \$	840 000 \$	0 \$	2 550 000 \$
Magasins de détails divers	33 300 000 \$	200 000 \$	0 \$	860 000 \$	0 \$	570 000 \$	0 \$	150 000 \$	1 830 000 \$	3 620 000 \$
<b>Biens courants</b>	<b>320 490 000 \$</b>	<b>5 920 000 \$</b>	<b>1 880 000 \$</b>	<b>2 890 000 \$</b>	<b>320 000 \$</b>	<b>1 460 000 \$</b>	<b>1 900 000 \$</b>	<b>2 150 000 \$</b>	<b>2 570 000 \$</b>	<b>19 090 000 \$</b>
Supermarchés et épiceries	195 060 000 \$	4 010 000 \$	1 590 000 \$	2 230 000 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 110 000 \$	0 \$	8 940 000 \$
Spécialistes alimentaires	15 660 000 \$	1 350 000 \$	290 000 \$	410 000 \$	0 \$	380 000 \$	480 000 \$	850 000 \$	1 190 000 \$	4 950 000 \$
Pharmacies, magasin de produits de beauté	109 770 000 \$	560 000 \$	0 \$	250 000 \$	320 000 \$	1 080 000 \$	1 420 000 \$	190 000 \$	1 380 000 \$	5 190 000 \$
<b>Restaurants</b>	<b>81 920 000 \$</b>	<b>2 680 000 \$</b>	<b>2 550 000 \$</b>	<b>2 740 000 \$</b>	<b>3 380 000 \$</b>	<b>1 160 000 \$</b>	<b>8 380 000 \$</b>	<b>7 440 000 \$</b>	<b>2 310 000 \$</b>	<b>30 650 000 \$</b>
Restaurants à service complet	34 260 000 \$	1 400 000 \$	1 640 000 \$	1 790 000 \$	3 380 000 \$	900 000 \$	7 180 000 \$	5 140 000 \$	850 000 \$	22 290 000 \$
Restaurants à service restreint	47 660 000 \$	1 280 000 \$	910 000 \$	950 000 \$	0 \$	260 000 \$	1 200 000 \$	2 300 000 \$	1 460 000 \$	8 360 000 \$
<b>Total</b>	<b>705 320 000 \$</b>	<b>14 480 000 \$</b>	<b>8 570 000 \$</b>	<b>30 250 000 \$</b>	<b>7 000 000 \$</b>	<b>15 650 000 \$</b>	<b>30 790 000 \$</b>	<b>12 840 000 \$</b>	<b>32 590 000 \$</b>	<b>152 190 000 \$</b>

### Destination des dépenses locales selon le secteur de résidence

Catégorie commerciale	Secteur de résidence	Destination de la dépense			
		Bellefeuille	Saint-Jérôme	Lafontaine	Saint-Antoine
Supermarchés/épicerie	Bellefeuille	45%	52%	1%	3%
	Saint-Jérôme	24%	52%	11%	13%
	Lafontaine	22%	50%	25%	3%
	Saint-Antoine	14%	23%	1%	61%
Spécialistes alimentaires	Bellefeuille	48%	15%	24%	12%
	Saint-Jérôme	16%	53%	9%	22%
	Lafontaine	5%	40%	51%	5%
	Saint-Antoine	17%	56%	0%	28%
Pharmacies, magasin de produits de beauté	Bellefeuille	36%	60%	1%	3%
	Saint-Jérôme	14%	47%	16%	23%
	Lafontaine	0%	38%	42%	20%
	Saint-Antoine	5%	26%	0%	69%
Vêtements	Bellefeuille	16%	68%	8%	8%
	Saint-Jérôme	16%	62%	5%	18%
	Lafontaine	12%	77%	4%	7%
	Saint-Antoine	29%	54%	5%	13%
Chaussures, accessoires vestimentaires, maroquinerie, bijouterie	Bellefeuille	5%	95%	0%	0%
	Saint-Jérôme	11%	87%	1%	1%
	Lafontaine	31%	60%	0%	8%
	Saint-Antoine	43%	54%	2%	2%
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	Bellefeuille	2%	98%	0%	0%
	Saint-Jérôme	18%	81%	0%	0%
	Lafontaine	5%	95%	0%	0%
	Saint-Antoine	31%	64%	5%	0%

### Destination des dépenses locales selon le secteur de résidence

Catégorie commerciale	Secteur de résidence	Destination de la dépense			
		Bellefeuille	Saint-Jérôme	Lafontaine	Saint-Antoine
Magasins de détails divers	Bellefeuille	40%	52%	3%	5%
	Saint-Jérôme	14%	72%	9%	5%
	Lafontaine	9%	35%	32%	24%
	Saint-Antoine	26%	55%	2%	17%
Meubles et accessoires pour la maison	Bellefeuille	14%	66%	20%	0%
	Saint-Jérôme	29%	71%	0%	0%
	Lafontaine	49%	51%	0%	0%
	Saint-Antoine	60%	40%	1%	0%
Électromémagers, appareils électroniques et équipements informatiques	Bellefeuille	55%	45%	0%	0%
	Saint-Jérôme	78%	15%	8%	0%
	Lafontaine	74%	26%	1%	0%
	Saint-Antoine	42%	58%	0%	0%
Quincaillerie, matériaux de construction, magasin de peinture, centre de jardinage	Bellefeuille	54%	37%	9%	0%
	Saint-Jérôme	37%	32%	19%	11%
	Lafontaine	58%	23%	13%	6%
	Saint-Antoine	59%	24%	0%	18%
Magasins de marchandises divers	Bellefeuille	16%	74%	6%	4%
	Saint-Jérôme	25%	63%	8%	4%
	Lafontaine	12%	66%	20%	3%
	Saint-Antoine	23%	59%	6%	13%
Restaurants à service complet	Bellefeuille	26%	56%	7%	12%
	Saint-Jérôme	10%	64%	9%	17%
	Lafontaine	12%	54%	27%	7%
	Saint-Antoine	15%	31%	21%	33%
Restaurants à service restreint	Bellefeuille	36%	41%	11%	12%
	Saint-Jérôme	16%	30%	32%	22%
	Lafontaine	18%	8%	59%	15%
	Saint-Antoine	19%	22%	3%	56%

## Résultats par catégorie

---

Cette section présente les constats importants dans les fuites commerciales de la ville de Saint-Jérôme pour chacune des catégories commerciales à l'étude.

### Biens pour la maison

- Les établissements œuvrant dans la grande catégorie des biens pour la maison sont les magasins de meubles et d'accessoires pour la maison, les magasins d'électroménagers, d'appareils électroniques et équipements d'informatiques ainsi que les quincailleries, centres de rénovation, centre de matériaux de construction.
- Les biens pour la maison constituent la **principale source de fuites commerciales** de la ville de Saint-Jérôme avec les **biens mode**. Il s'agit d'environ **4 dollars sur 10 (39%)** qui sont dépensés par les résidents de la ville hors de Saint-Jérôme.
- Les fuites les plus importantes pour les **magasins de meubles et accessoires pour la maison** sont vers **Laval/Montréal (30% de tous les dollars dépensés)** où des magasins à grand rayonnement tels qu'Ikea, Brault & Martineau vont créer ses fuites commerciales importantes.
- Dans les **magasins de type quincaillerie, rénovation, matériaux et jardins**, la part importante de fuite se situe à **Prévost/Piedmont (29% de tous les dollars dépensés)**, ceci est majoritairement dû à la présence du Canac.
- Finalement, pour les **magasins d'électroménagers, d'appareils électroniques et ordinateurs**, la part importante de fuite est dans les **achats en ligne (18% de tous les dollars dépensés)**.

### Biens mode

- La catégorie des biens mode regroupe les magasins de vêtements ainsi que les magasins de chaussures, maroquinerie et bijouterie.
- Presque **4 dollars sur 10 (39%)** sont dépensés par les résidents de Saint-Jérôme hors de la ville.
- Dans cette catégorie, les principales **fuites commerciales** proviennent des **achats en ligne** qui représente **20%** de tous les dollars dépensés en **vêtements** ainsi que **22%** de tous les dollars dépensés dans les **magasins de chaussures, maroquinerie et bijouterie**.

### Autres biens durables et semi-durables

- La catégorie des autres biens durables et semi-durables regroupe les magasins d'articles de sport, passe-temps, musique et librairies, les magasins de marchandises diverses ainsi que les magasins de détails divers.
- Les **fuites commerciales** sont **basses** dans les **magasins de détails divers** et de **marchandises diverses** avec moins de **10%**.
- Les **fuites** dans les **magasins d'article de sport, passe-temps, musique et librairies** sont principalement **en ligne (21%** de tous les dollars dépensés) ainsi qu'à **Boisbriand/Rosemère (20%** de tous les dollars dépensés). La principale source de fuites vers Boisbriand/Rosemère est le magasin Décathlon.

## Biens courants

- Les **biens courants** sont la catégorie ayant le moins de **fuites commerciales** avec **6%** de tous les dollars dépensés. Ceci s'explique principalement par le fait que ce sont des dépenses de proximité tels que l'épicerie, la pharmacie ou les spécialistes alimentaires.
- La sous-catégorie ayant les plus grandes fuites commerciales est les **spécialistes alimentaires** avec **24%**. La destination la plus importante des fuites commerciales dans cette sous-catégorie est **Mirabel** avec **7%** de tous les dollars dépensés.

## Restaurants

- Dans les **restaurants à service complet**, les deux secteurs les plus importants de destinations des fuites commerciales sont **Laval/Mtl (13%** de tous les dollars dépensés) ainsi que **Saint-Sauveur et au nord (6%** de tous les dollars dépensés. La **part locale** dans ce type de restaurants est de **61%**.
- Pour les **restaurants à service restreint**, les **fuites commerciales** sont moins élevées et s'élèvent à **15%**.

## Principaux constats dans l'adéquation entre l'offre et la demande

---

Les principaux constats dans l'adéquation entre l'offre et la demande sont les suivants :

- Les niveaux de fuites pour plusieurs typologies commerciales dans les biens durables et semi-durables sont relativement importants : **biens pour la maison** entre **34 et 50% de fuites** et les **biens modes** entre **39 et 50% de fuites**. Nous ne croyons cependant pas que ces hauts niveaux de fuites commerciales constituent des opportunités importantes pour l'ouverture de ces types de commerces sur le territoire de la Ville de Saint-Jérôme pour les raisons suivantes :
  - La croissance des ventes en ligne limitera le développement des commerces de type brique et mortier.
  - Plusieurs enseignes fortement prisées par les consommateurs ne se localiseront pas sur le territoire de la Ville de Saint-Jérôme étant donné le faible potentiel de marché qui ne justifierait pas l'ouverture d'un point de vente sur le territoire de Saint-Jérôme. À titre d'exemple, des enseignes tels Ikea, Germain Larivière ou Breault & Martineau ne pourraient justifier une ouverture dans un marché tel que celui de Saint-Jérôme. Ceci s'applique également à certaines enseignes de biens mode tels que Zara, H&M, et les enseignes de luxes qui favorisent les centres commerciaux supra-régionaux ou les centres-villes de régions métropolitaines.
  - La faible fréquence de réapprovisionnement pour certains types de biens tels les meubles et les électroménagers incitent les consommateurs à se déplacer sur des plus grandes distances vers des pôles commerciaux offrant un large éventail de ces types de biens. À titre d'exemple, les fuites les plus importantes dans les catégories meubles et accessoires pour la maison sont principalement vers Laval avec un pôle important sur l'autoroute 15 et le boulevard Le Corbusier regroupant une quinzaine d'enseignes importantes dans cette typologie commerciale.
  - À l'inverse, les grandes surfaces de type généraliste présentes sur le territoire de Saint-Jérôme tels Walmart, Costco, Dollarama et Tigre Géant conservent une part locale des achats très élevée.

Le tableau suivant présente le potentiel de marché résiduel théorique constitué d'une part des fuites commerciales et d'autre part du potentiel additionnel qui sera généré par la croissance des ménages à Saint-Jérôme. Ce tableau démontre que pour certaines catégories commerciales, bien qu'il soit possible de réduire le niveau de fuite commerciale et que le potentiel de marché augmentera d'ici 2031, les montants ne peuvent justifier la venue et l'ouverture de certaines enseignes. À titre d'exemple :

- Dans la catégorie magasins de marchandises diverses, le potentiel additionnel théorique de 18,8 millions de dollars ne pourrait justifier l'ouverture d'un magasin de grande surface dans cette typologie commerciale.
- Dans la catégorie de la quincaillerie, rénovation, matériaux et jardins, bien que le potentiel additionnel théorique soit élevé, particulièrement au niveau des fuites commerciales, la proximité du Canac dans la ville Prévost rend difficile l'établissement d'un nouveau magasin.
- Dans la catégorie des meubles et électroménagers, bien que le potentiel additionnel théorique soit de 39 millions de dollars, il est peu probable que des enseignes tels Germain Larivière, Breault & Martineau s'installent sur le territoire de la ville de Saint-Jérôme puisqu'ils devraient accaparer 100% de ce potentiel additionnel à fin d'être rentable.



### Potentiel résiduel théorique en 2031 (en dollars constants 2022)

Typologie commerciale	Fuites (\$)	Potentiel additionnel 2023-2031 (\$)	Total (\$)
Meubles et accessoires pour la maison	21 650 000 \$	5 485 600 \$	27 135 600 \$
Électroménagers, appareils électroniques et ordinateurs	8 970 000 \$	2 977 000 \$	11 947 000 \$
Quincaillerie, rénovation, matériaux et jardins	26 330 000 \$	9 836 600 \$	36 166 600 \$
Vêtements	21 280 000 \$	6 881 600 \$	28 161 600 \$
Chaussures, maroquinerie, bijouterie	5 370 000 \$	1 688 100 \$	7 058 100 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	12 680 000 \$	3 194 900 \$	15 874 900 \$
Magasins de marchandises diverses	2 550 000 \$	16 281 900 \$	18 831 900 \$
Magasins de détails divers	3 620 000 \$	4 642 000 \$	8 262 000 \$
Supermarchés et épicerie	8 940 000 \$	25 658 900 \$	34 598 900 \$
Spécialistes alimentaires	4 950 000 \$	2 591 500 \$	7 541 500 \$
Pharmacies, magasin de produits de beauté	5 190 000 \$	14 460 900 \$	19 650 900 \$
Restaurants à service complet	22 290 000 \$	11 433 600 \$	33 723 600 \$
Restaurants à service restreint	8 360 000 \$	8 592 500 \$	16 952 500 \$

Le niveau de fuites pour les biens courants est faible avec seulement **6% des achats** qui sont effectués à l'extérieur du territoire de Saint-Jérôme et conséquemment l'ouverture de nouveaux commerces de biens courants dépendra essentiellement de la demande future.

- D'ici 2031, nous estimons qu'environ **46 millions de dollars** (dollars constants 2022) s'ajouteront au potentiel actuel et pourraient justifier l'ouverture de nouveaux commerces de proximité.
- L'actuelle sous-offre en alimentation dans le centre-ville de Saint-Jérôme jumelé à la croissance démographique attendue du secteur devrait favoriser l'ouverture de ce type de commerce pour accommoder la population résidente actuelle et future.

Le niveau de fuites commerciales dans la **restauration** est élevé avec **27%** des dollars qui sont dépensés hors du territoire de Saint-Jérôme. Ce taux de fuites commerciales change en fonction du type de restaurant, soit **39%** pour les **restaurants à service complet** et **15%** pour ceux à **service restreint**.

- D'ici 2031, nous estimons qu'environ **30,9 millions de dollars** (dollars constants 2022) s'ajouteront au potentiel des **restaurants à service complet** ainsi qu'environ **19,8 millions de dollars** (dollars constants 2022) pour les **restaurants à service restreint**.
- Il est difficile de réduire les fuites commerciales dans les restaurants à service complet, puisque ceux-ci sont plus spécialisés. Ceci entraîne parfois de longs déplacements pour visiter un établissement précis. Toutefois, l'augmentation du potentiel théorique basé uniquement sur la croissance de la population est d'environ 11,4 millions de dollars et pourrait justifier l'ouverture de certains établissements dans cette typologie commerciale sur le territoire.
- Dans le cas des **restaurants de type service restreint**, ceux-ci ont un niveau de fuites commerciales moins élevé (**15%**). L'augmentation du potentiel théorique d'environ **8,6 millions de dollars** pourrait justifier l'ouverture de certains établissements à service restreint (fast food) sur le territoire de la ville de Saint-Jérôme.

# Conclusions et recommandations

---

## Synthèse FFOM

---

### Forces :

- La ville de Saint-Jérôme est en pleine croissance avec de nombreux projets de densification planifiés qui feront augmenter la clientèle de proximité des commerces de la ville de Saint-Jérôme, ceci plus particulièrement dans le secteur Saint-Jérôme.
- Sa localisation en bordure de l'autoroute 15 en fait un espace très visible pour les voyageurs en transit soit en direction des Hautes-Laurentides ou de Montréal.
- Un secteur commercial important basé sur le commerce de biens durables et semi-durables situé autour de l'autoroute 15 (Smart Centre, Méga Centre Saint-Jérôme ainsi que le Carrefour du Nord).
- La présence de grandes bannières importantes (Costco, Home Depot, Best Buy, Walmart, etc.) dans le commerce de biens durables et semi-durables qui limite les fuites commerciales vers les marchés hors de la ville de Saint-Jérôme.
- Le taux de vacances dans la ville de Saint-Jérôme est de 8%, un taux que l'on peut qualifier de légèrement supérieur à un marché en équilibre, mais qui présente des opportunités pour le redéveloppement de ces espaces.
- La présence d'un centre-ville avec un grand pouvoir d'attraction dont la zone secondaire s'étend jusqu'à Saint-Adèle/Morin-Heights au nord et Rosemère/Terrebonne au sud. Le centre-ville est principalement composé de restaurants et de commerces de services qui représentent 55% des pieds carrés du secteur, mais aussi d'une salle de spectacle pouvant accueillir un peu moins de 1 000 personnes.

### Faiblesses :

- Le manque de commerces d'alimentation (épiceries de quartier, supermarchés, spécialistes alimentaires) dans le centre-ville de Saint-Jérôme oblige les résidents à prendre la voiture pour faire l'épicerie dans les autres secteurs de la ville. La zone peut être qualifiée de désert alimentaire, soit un secteur situé à plus de dix minutes de marche d'une épicerie.
- Le taux de vacances est élevé dans la zone du centre-ville de Saint-Jérôme, soit à 17%.
- Une population vieillissante dans le secteur Saint-Jérôme et ayant un faible revenu comparativement au reste de la ville et conséquemment ont un pouvoir d'achat moins élevé.

### Opportunités :

- Les nouveaux projets de développement résidentiel attendus dans les différents quartiers augmenteront le bassin de clients potentiels pour les commerces de proximité et de service. Aussi, il créera des opportunités de développement commercial pour répondre aux manques observés dans certains quartiers.
- Le manque de commerces d'alimentation au centre-ville de Saint-Jérôme et la venue de nombreux projets résidentiels est une opportunité de redéveloppement dans ce secteur commercial. Le développement de commerces d'alimentation de proximité peut aussi contribuer à une augmentation du transport actif et collectif dans le secteur Saint-Jérôme.
- Les nombreux espaces de stationnement ont le potentiel d'être reconvertis en bâtiment à usage mixte où il pourrait avoir des espaces commerciaux, résidentiels et/ou de bureaux.

- La venue de nouveaux projets industriels, notamment à Bellefeuille créera un climat propice au développement de commerces de proximité et de restaurants qui sont fréquentés chez les travailleurs.

**Menaces :**

- La présence de bannières très importantes touchant des segments de marché peu présents à Saint-Jérôme occasionne des fuites commerciales importantes. Nous pouvons penser au Canac de Prévost ainsi qu'au Décathlon de Boisbriand qui sont des facteurs de fuites commerciales importants.
- Le faible niveau de revenu des résidents de la zone du secteur Saint-Jérôme limite les options de développement ou de redéveloppement du commerce de proximité haut de gamme.
- Les achats en ligne deviennent l'un des principaux créateurs de fuites commerciales dans les biens durables et semi-durables, ceci est particulièrement important dans le domaine des biens mode où ils représentent environ 20% et ce pourcentage devrait continuer de croître au cours des prochaines années.

## Recommandations

---

Voici les recommandations du groupe Altus sur les stratégies en lien avec le développement économique de la ville de Saint-Jérôme :

- Le Groupe Altus recommande la mise en place de commerces d'alimentation au centre-ville de Saint-Jérôme pour pallier la sous-offre présente. La croissance démographique attendue basée sur de nombreux projets de développement augmentera la population du secteur et accroîtra la demande pour des commerces alimentaires de proximité. La venue de ce type de commerce permettra aussi de favoriser les déplacements actifs et le transport collectif pour les résidents du secteur.
- Le Groupe Altus recommande aussi la mise en place de commerces de proximité de type supermarchés, épiceries, spécialistes alimentaires et pharmacies dans les secteurs où un fort accroissement démographique est attendu (Secteur Saint-Jérôme, secteur Bellefeuille).
- Le Groupe Altus estime que la ville de Saint-Jérôme n'a pas de réels besoins en essencerie sur son territoire puisque le territoire de la ville de Saint-Jérôme est déjà bien desservi. De plus, l'évolution du marché des voitures électriques ainsi que les réglementations gouvernementales en font un secteur commercial avec des perspectives très limitées surtout à partir de 2035.
- Nous estimons que la ville de Saint-Jérôme peut se doter d'avantages de restaurants au cours de la prochaine décennie. La ville est actuellement bien desservie, mais l'arrivée de nouveaux ménages d'ici 2031 créera de nouveaux besoins en restauration qui pourront être comblés.

## Précautions et garantie

---

Les démarches raisonnables et les méthodes généralement reconnues pour une étude de marché commerciale ont été effectuées et appliquées.

Les hypothèses sur lesquelles reposent les différents scénarios supposent des conditions normales de marché et d'exploitation du regroupement commercial.

Les conclusions et recommandations ont été établies au meilleur de l'expérience professionnelle de Groupe Altus.

Ce rapport contient des constats prospectifs et, en conséquence, aucune prévision, aucune opinion ou aucun conseil contenu dans ce rapport ne comporte quelque garantie de réalisation, de matérialisation ou de concrétisation que ce soit.

# Annexes



## Annexe A

---

### Tableaux détaillés de potentiel de marché

## Secteur du Carrefour du Nord, Smart Centre et Mégacentre Saint-Jérôme

Dépenses annuelles au Québec et dans la zone commerciale				
Biens durables et semi-durables, biens courants, services personnels et restaurants				
Type de commerces	Québec en 2023 <sup>1</sup>	Zone primaire <sup>2</sup>	Zone secondaire <sup>2</sup>	Zone tertiaire <sup>2</sup>
<b>Biens durables et semi-durables</b>				
Meubles	379 \$	370 \$	389 \$	357 \$
Accessoires pour la maison	174 \$	170 \$	179 \$	164 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	300 \$	293 \$	308 \$	282 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	992 \$	968 \$	1 018 \$	933 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	694 \$	677 \$	712 \$	653 \$
Chaussures	111 \$	108 \$	114 \$	104 \$
Bijouteries et maroquinerie	59 \$	58 \$	61 \$	56 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	322 \$	314 \$	331 \$	303 \$
Magasins de marchandises diverses	1 642 \$	1 603 \$	1 686 \$	1 545 \$
Magasins de détail divers	468 \$	457 \$	480 \$	440 \$
<b>Total – biens durables et semi-durables</b>	<b>5 141 \$</b>	<b>5 018 \$</b>	<b>5 278 \$</b>	<b>4 837 \$</b>
<b>Biens courants</b>				
Supermarchés	2 587 \$	2 525 \$	2 656 \$	2 435 \$
Dépanneurs	334 \$	326 \$	343 \$	314 \$
Spécialistes alimentaires	262 \$	255 \$	269 \$	246 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	1 458 \$	1 423 \$	1 497 \$	1 372 \$
<b>Total – biens courants</b>	<b>4 641 \$</b>	<b>4 529 \$</b>	<b>4 765 \$</b>	<b>4 367 \$</b>
<b>Services personnels et autres</b>				
Services vestimentaires (nettoyeurs, buanderies, couture)	59 \$	58 \$	61 \$	56 \$
Coiffure et esthétique	571 \$	558 \$	587 \$	538 \$
Gym	81 \$	79 \$	83 \$	76 \$
Cinéma	19 \$	19 \$	19 \$	18 \$
<b>Total – services personnels et autres</b>	<b>630 \$</b>	<b>714 \$</b>	<b>750 \$</b>	<b>688 \$</b>
<b>Restaurants<sup>3</sup></b>				
Avec service restreint	1 520 \$	1 484 \$	1 560 \$	1 430 \$
Avec service complet - Familial	1 051 \$	1 026 \$	1 079 \$	989 \$
Avec service complet - Ambiance	748 \$	730 \$	768 \$	704 \$
Avec service complet - Gastronomique	223 \$	218 \$	229 \$	210 \$
<b>Total – restaurants</b>	<b>3 542 \$</b>	<b>3 458 \$</b>	<b>3 636 \$</b>	<b>3 333 \$</b>

1. Statistique Canada, données indexées pour 2023 par Groupe Altus.

2. Estimation de Groupe Altus (basée sur le profil socioéconomique de la population de la zone d'étude).

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur du Carrefour du Nord, Smart Centre et  
Mégacentre Saint-Jérôme**

**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**

**Biens durables et semi-durables**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Zone tertiaire	Total
<b>2023</b>				
Meubles	59 718 000 \$	94 219 700 \$	17 421 600 \$	171 359 300 \$
Accessoires pour la maison	27 438 000 \$	43 355 600 \$	8 003 200 \$	78 796 800 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	47 290 200 \$	74 600 700 \$	13 761 600 \$	135 652 500 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	156 235 200 \$	246 569 800 \$	45 530 400 \$	448 335 400 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	109 267 800 \$	172 453 500 \$	31 866 400 \$	313 587 700 \$
Chaussures	17 431 200 \$	27 611 900 \$	5 075 200 \$	50 118 300 \$
Bijouteries et maroquinerie	9 361 200 \$	14 774 800 \$	2 732 800 \$	26 868 800 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	50 679 600 \$	80 171 500 \$	14 786 400 \$	145 637 500 \$
Magasins de marchandises diverses	258 724 200 \$	408 366 100 \$	75 396 000 \$	742 486 300 \$
Magasins de détail divers	73 759 800 \$	116 260 800 \$	21 472 000 \$	211 492 600 \$
<b>Total</b>	<b>809 905 200 \$</b>	<b>1 278 384 400 \$</b>	<b>236 045 600 \$</b>	<b>2 324 335 200 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>				
Meubles	60 828 000 \$	98 599 800 \$	17 814 300 \$	177 242 100 \$
Accessoires pour la maison	27 948 000 \$	45 371 100 \$	8 183 600 \$	81 502 700 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	48 169 200 \$	78 068 800 \$	14 071 800 \$	140 309 800 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	159 139 200 \$	258 032 500 \$	46 556 700 \$	463 728 400 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	111 298 800 \$	180 470 600 \$	32 584 700 \$	324 354 100 \$
Chaussures	17 755 200 \$	28 895 600 \$	5 189 600 \$	51 840 400 \$
Bijouteries et maroquinerie	9 535 200 \$	15 461 700 \$	2 794 400 \$	27 791 300 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	51 621 600 \$	83 898 600 \$	15 119 700 \$	150 639 900 \$
Magasins de marchandises diverses	263 533 200 \$	427 350 400 \$	77 095 500 \$	767 979 100 \$
Magasins de détail divers	75 130 800 \$	121 665 600 \$	21 956 000 \$	218 752 400 \$
<b>Total</b>	<b>824 959 200 \$</b>	<b>1 337 814 700 \$</b>	<b>241 366 300 \$</b>	<b>2 404 140 200 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>				
Meubles	64 047 000 \$	105 574 600 \$	18 385 500 \$	188 007 100 \$
Accessoires pour la maison	29 427 000 \$	48 580 600 \$	8 446 000 \$	86 453 600 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	50 718 000 \$	83 591 200 \$	14 523 000 \$	148 832 200 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	167 561 000 \$	276 285 200 \$	48 049 500 \$	491 895 700 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	117 189 000 \$	193 236 800 \$	33 629 500 \$	344 055 300 \$
Chaussures	18 695 000 \$	30 939 600 \$	5 356 000 \$	54 990 600 \$
Bijouteries et maroquinerie	10 040 000 \$	16 555 400 \$	2 884 000 \$	29 479 400 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	54 353 000 \$	89 833 400 \$	15 604 500 \$	159 790 900 \$
Magasins de marchandises diverses	277 479 000 \$	457 580 400 \$	79 567 500 \$	814 626 900 \$
Magasins de détail divers	79 107 000 \$	130 272 000 \$	22 660 000 \$	232 039 000 \$
<b>Total</b>	<b>868 616 000 \$</b>	<b>1 432 449 200 \$</b>	<b>249 105 500 \$</b>	<b>2 550 170 700 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur du Carrefour du Nord, Smart Centre et Mégacentre Saint-Jérôme**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Biens courants**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Zone tertiaire	Total
<b>2023</b>				
Supermarchés	407 535 000 \$	643 309 800 \$	118 828 000 \$	1 169 672 800 \$
Dépanneurs	52 616 400 \$	83 078 000 \$	15 323 200 \$	151 017 600 \$
Spécialistes alimentaires	41 157 000 \$	65 154 500 \$	12 004 800 \$	118 316 300 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	229 672 200 \$	362 588 400 \$	66 953 600 \$	659 214 200 \$
<b>Total</b>	<b>730 980 600 \$</b>	<b>1 154 130 700 \$</b>	<b>213 109 600 \$</b>	<b>2 098 220 900 \$</b>
<b>2026<sup>1</sup></b>				
Supermarchés	415 110 000 \$	673 216 300 \$	121 506 500 \$	1 209 832 800 \$
Dépanneurs	53 594 400 \$	86 940 200 \$	15 668 600 \$	156 203 200 \$
Spécialistes alimentaires	41 922 000 \$	68 183 400 \$	12 275 400 \$	122 380 800 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	233 941 200 \$	379 444 600 \$	68 462 800 \$	681 848 600 \$
<b>Total</b>	<b>744 567 600 \$</b>	<b>1 207 784 500 \$</b>	<b>217 913 300 \$</b>	<b>2 170 265 400 \$</b>
<b>2031<sup>1</sup></b>				
Supermarchés	437 077 500 \$	720 838 400 \$	125 402 500 \$	1 283 318 400 \$
Dépanneurs	56 430 600 \$	93 090 200 \$	16 171 000 \$	165 691 800 \$
Spécialistes alimentaires	44 140 500 \$	73 006 600 \$	12 669 000 \$	129 816 100 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	246 321 300 \$	406 285 800 \$	70 658 000 \$	723 265 100 \$
<b>Total</b>	<b>783 969 900 \$</b>	<b>1 293 221 000 \$</b>	<b>224 900 500 \$</b>	<b>2 302 091 400 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur du Carrefour du Nord, Smart Centre et Mégacentre Saint-Jérôme**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Services**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Zone tertiaire	Total
<b>2023</b>				
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	4 332 600 \$	6 130 500 \$	1 372 000 \$	11 835 100 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	41 682 600 \$	58 993 500 \$	13 181 000 \$	113 857 100 \$
Gym - centre de conditionnement physique	10 608 100 \$	16 063 000 \$	3 237 600 \$	29 908 700 \$
<b>Total</b>	<b>56 623 300 \$</b>	<b>81 187 000 \$</b>	<b>17 790 600 \$</b>	<b>155 600 900 \$</b>
<b>2026<sup>1</sup></b>				
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	4 477 600 \$	6 496 500 \$	1 439 200 \$	12 413 300 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	43 077 600 \$	62 515 500 \$	13 826 600 \$	119 419 700 \$
Gym - centre de conditionnement physique	10 805 600 \$	16 809 200 \$	3 310 600 \$	30 925 400 \$
<b>Total</b>	<b>58 360 800 \$</b>	<b>85 821 200 \$</b>	<b>18 576 400 \$</b>	<b>162 758 400 \$</b>
<b>2031<sup>1</sup></b>				
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	4 825 600 \$	7 106 500 \$	1 551 200 \$	13 483 300 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	46 425 600 \$	68 385 500 \$	14 902 600 \$	129 713 700 \$
Gym - centre de conditionnement physique	11 377 600 \$	17 998 600 \$	3 417 000 \$	32 793 200 \$
<b>Total</b>	<b>62 628 800 \$</b>	<b>93 490 600 \$</b>	<b>19 870 800 \$</b>	<b>175 990 200 \$</b>

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur du Carrefour du Nord, Smart Centre et Mégacentre Saint-Jérôme

Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031

Restaurants

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Zone tertiaire	Total
<b>2023</b>				
<b>Service restreint</b>	<b>110 854 800 \$</b>	<b>156 780 000 \$</b>	<b>35 035 000 \$</b>	<b>302 669 800 \$</b>
Service complet - familial	76 642 200 \$	108 439 500 \$	24 230 500 \$	209 312 200 \$
Service complet - ambiance	54 531 000 \$	77 184 000 \$	17 248 000 \$	148 963 000 \$
Service complet - gastronomique	16 284 600 \$	23 014 500 \$	5 145 000 \$	44 444 100 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>147 457 800 \$</b>	<b>208 638 000 \$</b>	<b>46 623 500 \$</b>	<b>402 719 300 \$</b>
<b>Total</b>	<b>258 312 600 \$</b>	<b>365 418 000 \$</b>	<b>81 658 500 \$</b>	<b>705 389 100 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>				
<b>Service restreint</b>	<b>114 564 800 \$</b>	<b>166 140 000 \$</b>	<b>36 751 000 \$</b>	<b>317 455 800 \$</b>
Service complet - familial	79 207 200 \$	114 913 500 \$	25 417 300 \$	219 538 000 \$
Service complet - ambiance	56 356 000 \$	81 792 000 \$	18 092 800 \$	156 240 800 \$
Service complet - gastronomique	16 829 600 \$	24 388 500 \$	5 397 000 \$	46 615 100 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>152 392 800 \$</b>	<b>221 094 000 \$</b>	<b>48 907 100 \$</b>	<b>422 393 900 \$</b>
<b>Total</b>	<b>266 957 600 \$</b>	<b>387 234 000 \$</b>	<b>85 658 100 \$</b>	<b>739 849 700 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>				
<b>Service restreint</b>	<b>123 468 800 \$</b>	<b>181 740 000 \$</b>	<b>39 611 000 \$</b>	<b>344 819 800 \$</b>
Service complet - familial	85 363 200 \$	125 703 500 \$	27 395 300 \$	238 462 000 \$
Service complet - ambiance	60 736 000 \$	89 472 000 \$	19 500 800 \$	169 708 800 \$
Service complet - gastronomique	18 137 600 \$	26 678 500 \$	5 817 000 \$	50 633 100 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>164 236 800 \$</b>	<b>241 854 000 \$</b>	<b>52 713 100 \$</b>	<b>458 803 900 \$</b>
<b>Total</b>	<b>287 705 600 \$</b>	<b>423 594 000 \$</b>	<b>92 324 100 \$</b>	<b>803 623 700 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur du Carrefour du Nord, Smart Centre et Mégacentre Saint-Jérôme

Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031

Divertissement

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Zone tertiaire	Total
<b>2023</b>				
Divertissement (Cinéma)	1 419 300 \$	1 909 500 \$	441 000 \$	3 769 800 \$
<b>2026 <sup>1</sup></b>				
Divertissement (Cinéma)	1 466 800 \$	2 023 500 \$	462 600 \$	3 952 900 \$
<b>2031 <sup>1</sup></b>				
Divertissement (Cinéma)	1 580 800 \$	2 213 500 \$	498 600 \$	4 292 900 \$

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

## Secteur du centre-ville

Dépenses annuelles au Québec et dans la zone commerciale			
Biens durables et semi-durables, biens courants, services personnels et restaurants			
Type de commerces	Québec en 2023 <sup>1</sup>	Zone primaire <sup>2</sup>	Zone secondaire <sup>2</sup>
<b>Biens durables et semi-durables</b>			
Meubles	379 \$	366 \$	407 \$
Accessoires pour la maison	174 \$	168 \$	187 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	300 \$	290 \$	322 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	992 \$	959 \$	1 064 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	694 \$	671 \$	745 \$
Chaussures	111 \$	107 \$	119 \$
Bijouteries et maroquinerie	59 \$	57 \$	63 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	322 \$	311 \$	345 \$
Magasins de marchandises diverses	1 642 \$	1 587 \$	1 762 \$
Magasins de détail divers	468 \$	452 \$	502 \$
<b>Total – biens durables et semi-durables</b>	<b>5 141 \$</b>	<b>4 968 \$</b>	<b>5 516 \$</b>
<b>Biens courants</b>			
Supermarchés	2 587 \$	2 500 \$	2 776 \$
Dépanneurs	334 \$	323 \$	358 \$
Spécialistes alimentaires	262 \$	253 \$	281 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	1 458 \$	1 409 \$	1 564 \$
<b>Total – biens courants</b>	<b>4 641 \$</b>	<b>4 485 \$</b>	<b>4 979 \$</b>
<b>Services personnels et autres</b>			
Services vestimentaires (nettoyeurs, buanderies, couture)	59 \$	57 \$	63 \$
Coiffure et esthétique	571 \$	552 \$	613 \$
Gym	81 \$	78 \$	87 \$
Cinéma	19 \$	18 \$	20 \$
<b>Total – services personnels et autres</b>	<b>630 \$</b>	<b>705 \$</b>	<b>783 \$</b>
<b>Restaurants<sup>3</sup></b>			
Avec service restreint	1 520 \$	1 469 \$	1 631 \$
Avec service complet - Familial	1 051 \$	1 016 \$	1 128 \$
Avec service complet - Ambiance	748 \$	723 \$	803 \$
Avec service complet - Gastronomique	223 \$	215 \$	239 \$
<b>Total – restaurants</b>	<b>3 542 \$</b>	<b>3 423 \$</b>	<b>3 801 \$</b>

1. Statistique Canada, données indexées pour 2023 par Groupe Altus.

2. Estimation de Groupe Altus (basée sur le profil socioéconomique de la population de la zone d'étude).



**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, secteur du Centre-ville**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Biens durables et semi-durables**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Meubles	52 704 000 \$	175 412 900 \$	228 116 900 \$
Accessoires pour la maison	24 192 000 \$	80 595 100 \$	104 787 100 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	41 760 000 \$	138 778 800 \$	180 538 800 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	138 096 000 \$	458 573 400 \$	596 669 400 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	96 624 000 \$	321 087 600 \$	417 711 600 \$
Chaussures	15 408 000 \$	51 287 800 \$	66 695 800 \$
Bijouteries et maroquinerie	8 208 000 \$	27 152 400 \$	35 360 400 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	44 784 000 \$	148 691 600 \$	193 475 600 \$
Magasins de marchandises diverses	228 528 000 \$	759 404 400 \$	987 932 400 \$
Magasins de détail divers	65 088 000 \$	216 357 000 \$	281 445 000 \$
<b>Total</b>	<b>715 392 000 \$</b>	<b>2 377 341 000 \$</b>	<b>3 092 733 000 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Meubles	54 936 600 \$	182 177 300 \$	237 113 900 \$
Accessoires pour la maison	25 216 800 \$	83 703 100 \$	108 919 900 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	43 529 000 \$	144 130 400 \$	187 659 400 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	143 945 900 \$	476 257 000 \$	620 202 900 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	100 717 100 \$	333 469 500 \$	434 186 600 \$
Chaussures	16 060 700 \$	53 265 600 \$	69 326 300 \$
Bijouteries et maroquinerie	8 555 700 \$	28 199 400 \$	36 755 100 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	46 681 100 \$	154 425 500 \$	201 106 600 \$
Magasins de marchandises diverses	238 208 700 \$	788 688 800 \$	1 026 897 500 \$
Magasins de détail divers	67 845 200 \$	224 700 200 \$	292 545 400 \$
<b>Total</b>	<b>745 696 800 \$</b>	<b>2 469 016 800 \$</b>	<b>3 214 713 600 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Meubles	58 560 000 \$	192 958 700 \$	251 518 700 \$
Accessoires pour la maison	26 880 000 \$	88 656 700 \$	115 536 700 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	46 400 000 \$	152 660 200 \$	199 060 200 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	153 440 000 \$	504 442 400 \$	657 882 400 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	107 360 000 \$	353 204 500 \$	460 564 500 \$
Chaussures	17 120 000 \$	56 417 900 \$	73 537 900 \$
Bijouteries et maroquinerie	9 120 000 \$	29 868 300 \$	38 988 300 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	49 760 000 \$	163 564 500 \$	213 324 500 \$
Magasins de marchandises diverses	253 920 000 \$	835 364 200 \$	1 089 284 200 \$
Magasins de détail divers	72 320 000 \$	237 998 200 \$	310 318 200 \$
<b>Total</b>	<b>794 880 000 \$</b>	<b>2 615 135 600 \$</b>	<b>3 410 015 600 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, secteur du Centre-ville**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Biens courants**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Supermarchés	360 000 000 \$	1 196 428 200 \$	1 556 428 200 \$
Dépanneurs	46 512 000 \$	154 294 400 \$	200 806 400 \$
Spécialistes alimentaires	36 432 000 \$	121 108 200 \$	157 540 200 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	202 896 000 \$	674 068 400 \$	876 964 400 \$
<b>Total</b>	<b>645 840 000 \$</b>	<b>2 145 899 200 \$</b>	<b>2 791 739 200 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Supermarchés	375 250 000 \$	1 242 565 400 \$	1 617 815 400 \$
Dépanneurs	48 482 300 \$	160 244 400 \$	208 726 700 \$
Spécialistes alimentaires	37 975 300 \$	125 778 400 \$	163 753 700 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	211 490 900 \$	700 062 000 \$	911 552 900 \$
<b>Total</b>	<b>673 198 500 \$</b>	<b>2 228 650 200 \$</b>	<b>2 901 848 700 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Supermarchés	400 000 000 \$	1 316 101 600 \$	1 716 101 600 \$
Dépanneurs	51 680 000 \$	169 727 800 \$	221 407 800 \$
Spécialistes alimentaires	40 480 000 \$	133 222 100 \$	173 702 100 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	225 440 000 \$	741 492 400 \$	966 932 400 \$
<b>Total</b>	<b>717 600 000 \$</b>	<b>2 360 543 900 \$</b>	<b>3 078 143 900 \$</b>

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, secteur du Centre-ville**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Services**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	3 585 300 \$	11 037 600 \$	14 622 900 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	34 720 800 \$	107 397 600 \$	142 118 400 \$
<b>Total</b>	<b>38 306 100 \$</b>	<b>118 435 200 \$</b>	<b>156 741 300 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	3 784 800 \$	11 604 600 \$	15 389 400 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	36 652 800 \$	112 914 600 \$	149 567 400 \$
<b>Total</b>	<b>40 437 600 \$</b>	<b>124 519 200 \$</b>	<b>164 956 800 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	4 126 800 \$	12 549 600 \$	16 676 400 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	39 964 800 \$	122 109 600 \$	162 074 400 \$
<b>Total</b>	<b>44 091 600 \$</b>	<b>134 659 200 \$</b>	<b>178 750 800 \$</b>

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, secteur du Centre-ville**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Restaurants**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
<b>Service restreint</b>	<b>92 400 100 \$</b>	<b>285 751 200 \$</b>	<b>378 151 300 \$</b>
Service complet - familial	63 906 400 \$	197 625 600 \$	261 532 000 \$
Service complet - ambiance	45 476 700 \$	140 685 600 \$	186 162 300 \$
Service complet - gastronomique	13 523 500 \$	41 872 800 \$	55 396 300 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>122 906 600 \$</b>	<b>380 184 000 \$</b>	<b>503 090 600 \$</b>
<b>Total</b>	<b>215 306 700 \$</b>	<b>665 935 200 \$</b>	<b>881 241 900 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
<b>Service restreint</b>	<b>97 541 600 \$</b>	<b>300 430 200 \$</b>	<b>397 971 800 \$</b>
Service complet - familial	67 462 400 \$	207 777 600 \$	275 240 000 \$
Service complet - ambiance	48 007 200 \$	147 912 600 \$	195 919 800 \$
Service complet - gastronomique	14 276 000 \$	44 023 800 \$	58 299 800 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>129 745 600 \$</b>	<b>399 714 000 \$</b>	<b>529 459 600 \$</b>
<b>Total</b>	<b>227 287 200 \$</b>	<b>700 144 200 \$</b>	<b>927 431 400 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
<b>Service restreint</b>	<b>106 355 600 \$</b>	<b>324 895 200 \$</b>	<b>431 250 800 \$</b>
Service complet - familial	73 558 400 \$	224 697 600 \$	298 256 000 \$
Service complet - ambiance	52 345 200 \$	159 957 600 \$	212 302 800 \$
Service complet - gastronomique	15 566 000 \$	47 608 800 \$	63 174 800 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>141 469 600 \$</b>	<b>432 264 000 \$</b>	<b>573 733 600 \$</b>
<b>Total</b>	<b>247 825 200 \$</b>	<b>757 159 200 \$</b>	<b>1 004 984 400 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, secteur du Centre-ville**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Divertissement**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Divertissement (Cinéma)	1 132 200 \$	3 504 000 \$	4 636 200 \$
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Divertissement (Cinéma)	1 195 200 \$	3 684 000 \$	4 879 200 \$
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Divertissement (Cinéma)	1 303 200 \$	3 984 000 \$	5 287 200 \$

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

## Secteur des Galeries des Laurentides et secteur route 117 sud

Dépenses annuelles au Québec et dans la zone commerciale					
Biens durables et semi-durables, biens courants, services personnels et restaurants					
Type de commerces	Québec en 2023 <sup>1</sup>		Zone primaire <sup>2</sup>		Zone secondaire <sup>2</sup>
<b>Biens durables et semi-durables</b>					
Meubles	379 \$		379 \$		356 \$
Accessoires pour la maison	174 \$		174 \$		164 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	300 \$		300 \$		282 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	992 \$		993 \$		932 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	694 \$		695 \$		652 \$
Chaussures	111 \$		111 \$		104 \$
Bijouteries et maroquineries	59 \$		59 \$		55 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	322 \$		322 \$		303 \$
Magasins de marchandises diverses	1 642 \$		1 644 \$		1 543 \$
Magasins de détail divers	468 \$		468 \$		440 \$
<b>Total – biens durables et semi-durables</b>	<b>5 141 \$</b>		<b>5 145 \$</b>		<b>4 831 \$</b>
<b>Biens courants</b>					
Supermarchés	2 587 \$		2 590 \$		2 431 \$
Dépanneurs	334 \$		334 \$		314 \$
Spécialistes alimentaires	262 \$		262 \$		246 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	1 458 \$		1 460 \$		1 370 \$
<b>Total – biens courants</b>	<b>4 641 \$</b>		<b>4 646 \$</b>		<b>4 361 \$</b>
<b>Services personnels et autres</b>					
Services vestimentaires (nettoyeurs, buanderies, couture)	59 \$		59 \$		56 \$
Coiffure et esthétique	571 \$		572 \$		537 \$
Gym	81 \$		81 \$		76 \$
Cinéma	19 \$		19 \$		18 \$
<b>Total – services personnels et autres</b>	<b>630 \$</b>		<b>731 \$</b>		<b>687 \$</b>
<b>Restaurants<sup>3</sup></b>					
Avec service restreint	1 520 \$		1 521 \$		1 428 \$
Avec service complet - Familial	1 051 \$		1 052 \$		988 \$
Avec service complet - Ambiance	748 \$		749 \$		703 \$
Avec service complet - Gastronomique	223 \$		223 \$		210 \$
<b>Total – restaurants</b>	<b>3 542 \$</b>		<b>3 545 \$</b>		<b>3 329 \$</b>

1. Statistique Canada, données indexées pour 2023 par Groupe Altus.

2. Estimation de Groupe Altus (basée sur le profil socioéconomique de la population de la zone d'étude).

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur Galeries des Laurentides et de la route 117 sud**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Biens durables et semi-durables**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Meubles	26 416 300 \$	31 328 000 \$	57 744 300 \$
Accessoires pour la maison	12 127 800 \$	14 432 000 \$	26 559 800 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	20 910 000 \$	24 816 000 \$	45 726 000 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	69 212 100 \$	82 016 000 \$	151 228 100 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	48 441 500 \$	57 376 000 \$	105 817 500 \$
Chaussures	7 736 700 \$	9 152 000 \$	16 888 700 \$
Bijouteries et maroquinerie	4 112 300 \$	4 840 000 \$	8 952 300 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	22 443 400 \$	26 664 000 \$	49 107 400 \$
Magasins de marchandises diverses	114 586 800 \$	135 784 000 \$	250 370 800 \$
Magasins de détail divers	32 619 600 \$	38 720 000 \$	71 339 600 \$
<b>Total</b>	<b>358 606 500 \$</b>	<b>425 128 000 \$</b>	<b>783 734 500 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Meubles	28 197 600 \$	32 680 800 \$	60 878 400 \$
Accessoires pour la maison	12 945 600 \$	15 055 200 \$	28 000 800 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	22 320 000 \$	25 887 600 \$	48 207 600 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	73 879 200 \$	85 557 600 \$	159 436 800 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	51 708 000 \$	59 853 600 \$	111 561 600 \$
Chaussures	8 258 400 \$	9 547 200 \$	17 805 600 \$
Bijouteries et maroquinerie	4 389 600 \$	5 049 000 \$	9 438 600 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	23 956 800 \$	27 815 400 \$	51 772 200 \$
Magasins de marchandises diverses	122 313 600 \$	141 647 400 \$	263 961 000 \$
Magasins de détail divers	34 819 200 \$	40 392 000 \$	75 211 200 \$
<b>Total</b>	<b>382 788 000 \$</b>	<b>443 485 800 \$</b>	<b>826 273 800 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Meubles	31 115 900 \$	34 923 600 \$	66 039 500 \$
Accessoires pour la maison	14 285 000 \$	16 088 400 \$	30 373 400 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	24 630 000 \$	27 664 200 \$	52 294 200 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	81 525 000 \$	91 429 200 \$	172 954 200 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	57 060 000 \$	63 961 200 \$	121 021 200 \$
Chaussures	9 113 000 \$	10 202 400 \$	19 315 400 \$
Bijouteries et maroquinerie	4 844 000 \$	5 395 500 \$	10 239 500 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	26 436 000 \$	29 724 300 \$	56 160 300 \$
Magasins de marchandises diverses	134 972 000 \$	151 368 300 \$	286 340 300 \$
Magasins de détail divers	38 423 000 \$	43 164 000 \$	81 587 000 \$
<b>Total</b>	<b>422 403 900 \$</b>	<b>473 921 100 \$</b>	<b>896 325 000 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur Galeries des laurentides et de la route 117 sud  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Biens courants**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Supermarchés	180 523 000 \$	213 928 000 \$	394 451 000 \$
Dépanneurs	23 279 800 \$	27 632 000 \$	50 911 800 \$
Spécialistes alimentaires	18 261 400 \$	21 648 000 \$	39 909 400 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	101 762 000 \$	120 560 000 \$	222 322 000 \$
<b>Total</b>	<b>323 826 200 \$</b>	<b>383 768 000 \$</b>	<b>707 594 200 \$</b>
<b>2026<sup>1</sup></b>			
Supermarchés	192 696 000 \$	223 165 800 \$	415 861 800 \$
Dépanneurs	24 849 600 \$	28 825 200 \$	53 674 800 \$
Spécialistes alimentaires	19 492 800 \$	22 582 800 \$	42 075 600 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	108 624 000 \$	125 766 000 \$	234 390 000 \$
<b>Total</b>	<b>345 662 400 \$</b>	<b>400 339 800 \$</b>	<b>746 002 200 \$</b>
<b>2031<sup>1</sup></b>			
Supermarchés	212 639 000 \$	238 481 100 \$	451 120 100 \$
Dépanneurs	27 421 400 \$	30 803 400 \$	58 224 800 \$
Spécialistes alimentaires	21 510 200 \$	24 132 600 \$	45 642 800 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	119 866 000 \$	134 397 000 \$	254 263 000 \$
<b>Total</b>	<b>381 436 600 \$</b>	<b>427 814 100 \$</b>	<b>809 250 700 \$</b>

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur Galeries des laurentides et de la route 117 sud  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Services**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	1 728 700 \$	2 240 000 \$	3 968 700 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	16 759 600 \$	21 480 000 \$	38 239 600 \$
Gym - centre de conditionnement physique	4 524 700 \$	5 625 500 \$	10 150 200 \$
<b>Total</b>	<b>23 013 000 \$</b>	<b>29 345 500 \$</b>	<b>52 358 500 \$</b>
<b>2026<sup>1</sup></b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	1 876 200 \$	2 380 000 \$	4 256 200 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	18 189 600 \$	22 822 500 \$	41 012 100 \$
Gym - centre de conditionnement physique	4 830 000 \$	5 868 700 \$	10 698 700 \$
<b>Total</b>	<b>24 895 800 \$</b>	<b>31 071 200 \$</b>	<b>55 967 000 \$</b>
<b>2031<sup>1</sup></b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	2 124 000 \$	2 615 200 \$	4 739 200 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	20 592 000 \$	25 077 900 \$	45 669 900 \$
Gym - centre de conditionnement physique	5 329 800 \$	6 270 800 \$	11 600 600 \$
<b>Total</b>	<b>28 045 800 \$</b>	<b>33 963 900 \$</b>	<b>62 009 700 \$</b>

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.



Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur Galeries des laurentides et de la route 117 sud  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Restaurants**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
<b>Service restreint</b>	<b>44 565 300 \$</b>	<b>57 120 000 \$</b>	<b>101 685 300 \$</b>
Service complet - familial	30 823 600 \$	39 520 000 \$	70 343 600 \$
Service complet - ambiance	21 945 700 \$	28 120 000 \$	50 065 700 \$
Service complet - gastronomique	6 533 900 \$	8 400 000 \$	14 933 900 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>59 303 200 \$</b>	<b>76 040 000 \$</b>	<b>135 343 200 \$</b>
<b>Total</b>	<b>103 868 500 \$</b>	<b>133 160 000 \$</b>	<b>237 028 500 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
<b>Service restreint</b>	<b>48 367 800 \$</b>	<b>60 690 000 \$</b>	<b>109 057 800 \$</b>
Service complet - familial	33 453 600 \$	41 990 000 \$	75 443 600 \$
Service complet - ambiance	23 818 200 \$	29 877 500 \$	53 695 700 \$
Service complet - gastronomique	7 091 400 \$	8 925 000 \$	16 016 400 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>64 363 200 \$</b>	<b>80 792 500 \$</b>	<b>145 155 700 \$</b>
<b>Total</b>	<b>112 731 000 \$</b>	<b>141 482 500 \$</b>	<b>254 213 500 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
<b>Service restreint</b>	<b>54 756 000 \$</b>	<b>66 687 600 \$</b>	<b>121 443 600 \$</b>
Service complet - familial	37 872 000 \$	46 139 600 \$	84 011 600 \$
Service complet - ambiance	26 964 000 \$	32 830 100 \$	59 794 100 \$
Service complet - gastronomique	8 028 000 \$	9 807 000 \$	17 835 000 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>72 864 000 \$</b>	<b>88 776 700 \$</b>	<b>161 640 700 \$</b>
<b>Total</b>	<b>127 620 000 \$</b>	<b>155 464 300 \$</b>	<b>283 084 300 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur Galeries des laurentides et de la route 117 sud  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Divertissement**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Divertissement (Cinéma)	556 700 \$	720 000 \$	1 276 700 \$
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Divertissement (Cinéma)	604 200 \$	765 000 \$	1 369 200 \$
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Divertissement (Cinéma)	684 000 \$	840 600 \$	1 524 600 \$

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

## Les Galeries Citation

Dépenses annuelles au Québec et dans la zone commerciale			
Biens durables et semi-durables, biens courants, services personnels et restaurants			
Type de commerces	Québec en 2023 <sup>1</sup>	Zone primaire <sup>2</sup>	Zone secondaire <sup>2</sup>
<b>Biens durables et semi-durables</b>			
Meubles	379 \$	392 \$	352 \$
Accessoires pour la maison	174 \$	180 \$	162 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	300 \$	310 \$	279 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	992 \$	1 025 \$	922 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	694 \$	717 \$	645 \$
Chaussures	111 \$	115 \$	103 \$
Bijouteries et maroquineries	59 \$	61 \$	55 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	322 \$	333 \$	299 \$
Magasins de marchandises diverses	1 642 \$	1 696 \$	1 525 \$
Magasins de détail divers	468 \$	484 \$	435 \$
<b>Total – biens durables et semi-durables</b>	<b>5 141 \$</b>	<b>5 313 \$</b>	<b>4 777 \$</b>
<b>Biens courants</b>			
Supermarchés	2 587 \$	2 673 \$	2 404 \$
Dépanneurs	334 \$	345 \$	310 \$
Spécialistes alimentaires	262 \$	270 \$	243 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	1 458 \$	1 506 \$	1 355 \$
<b>Total – biens courants</b>	<b>4 641 \$</b>	<b>4 794 \$</b>	<b>4 312 \$</b>
<b>Services personnels et autres</b>			
Services vestimentaires (nettoyeurs, buanderies, couture)	59 \$	61 \$	55 \$
Coiffure et esthétique	571 \$	590 \$	531 \$
Gym	81 \$	84 \$	75 \$
Cinéma	19 \$	20 \$	18 \$
<b>Total – services personnels et autres</b>	<b>630 \$</b>	<b>755 \$</b>	<b>679 \$</b>
<b>Restaurants<sup>3</sup></b>			
Avec service restreint	1 520 \$	1 570 \$	1 412 \$
Avec service complet - Familial	1 051 \$	1 086 \$	976 \$
Avec service complet - Ambiance	748 \$	773 \$	695 \$
Avec service complet - Gastronomique	223 \$	230 \$	207 \$
<b>Total – restaurants</b>	<b>3 542 \$</b>	<b>3 659 \$</b>	<b>3 290 \$</b>

1. Statistique Canada, données indexées pour 2023 par Groupe Altus.

2. Estimation de Groupe Altus (basée sur le profil socioéconomique de la population de la zone d'étude).

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur Galeries Citation**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Biens durables et semi-durables**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Meubles	7 840 000 \$	4 118 400 \$	11 958 400 \$
Accessoires pour la maison	3 600 000 \$	1 895 400 \$	5 495 400 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	6 200 000 \$	3 264 300 \$	9 464 300 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	20 500 000 \$	10 787 400 \$	31 287 400 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	14 340 000 \$	7 546 500 \$	21 886 500 \$
Chaussures	2 300 000 \$	1 205 100 \$	3 505 100 \$
Bijouteries et maroquinerie	1 220 000 \$	643 500 \$	1 863 500 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	6 660 000 \$	3 498 300 \$	10 158 300 \$
Magasins de marchandises diverses	33 920 000 \$	17 842 500 \$	51 762 500 \$
Magasins de détail divers	9 680 000 \$	5 089 500 \$	14 769 500 \$
<b>Total</b>	<b>106 260 000 \$</b>	<b>55 890 900 \$</b>	<b>162 150 900 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Meubles	8 428 000 \$	4 357 800 \$	12 785 800 \$
Accessoires pour la maison	3 870 000 \$	2 005 600 \$	5 875 600 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	6 665 000 \$	3 454 000 \$	10 119 000 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	22 037 500 \$	11 414 400 \$	33 451 900 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	15 415 500 \$	7 985 100 \$	23 400 600 \$
Chaussures	2 472 500 \$	1 275 100 \$	3 747 600 \$
Bijouteries et maroquinerie	1 311 500 \$	680 900 \$	1 992 400 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	7 159 500 \$	3 701 600 \$	10 861 100 \$
Magasins de marchandises diverses	36 464 000 \$	18 879 500 \$	55 343 500 \$
Magasins de détail divers	10 406 000 \$	5 385 300 \$	15 791 300 \$
<b>Total</b>	<b>114 229 500 \$</b>	<b>59 139 300 \$</b>	<b>173 368 800 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Meubles	9 447 200 \$	4 646 400 \$	14 093 600 \$
Accessoires pour la maison	4 338 000 \$	2 138 400 \$	6 476 400 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	7 471 000 \$	3 682 800 \$	11 153 800 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	24 703 000 \$	12 170 400 \$	36 873 400 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	17 280 000 \$	8 514 000 \$	25 794 000 \$
Chaussures	2 772 000 \$	1 359 600 \$	4 131 600 \$
Bijouteries et maroquinerie	1 470 000 \$	726 000 \$	2 196 000 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	8 025 000 \$	3 946 800 \$	11 971 800 \$
Magasins de marchandises diverses	40 874 000 \$	20 130 000 \$	61 004 000 \$
Magasins de détail divers	11 664 000 \$	5 742 000 \$	17 406 000 \$
<b>Total</b>	<b>128 044 200 \$</b>	<b>63 056 400 \$</b>	<b>191 100 600 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur Galeries Citation  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Biens courants**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Supermarchés	53 460 000 \$	28 126 800 \$	81 586 800 \$
Dépanneurs	6 900 000 \$	3 627 000 \$	10 527 000 \$
Spécialistes alimentaires	5 400 000 \$	2 843 100 \$	8 243 100 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	30 120 000 \$	15 853 500 \$	45 973 500 \$
<b>Total</b>	<b>95 880 000 \$</b>	<b>50 450 400 \$</b>	<b>146 330 400 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Supermarchés	57 469 500 \$	29 761 500 \$	87 231 000 \$
Dépanneurs	7 417 500 \$	3 837 800 \$	11 255 300 \$
Spécialistes alimentaires	5 805 000 \$	3 008 300 \$	8 813 300 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	32 379 000 \$	16 774 900 \$	49 153 900 \$
<b>Total</b>	<b>103 071 000 \$</b>	<b>53 382 500 \$</b>	<b>156 453 500 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Supermarchés	64 419 300 \$	31 732 800 \$	96 152 100 \$
Dépanneurs	8 314 500 \$	4 092 000 \$	12 406 500 \$
Spécialistes alimentaires	6 507 000 \$	3 207 600 \$	9 714 600 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	36 294 600 \$	17 886 000 \$	54 180 600 \$
<b>Total</b>	<b>115 535 400 \$</b>	<b>56 918 400 \$</b>	<b>172 453 800 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur Galeries Citation  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Services**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	506 300 \$	247 500 \$	753 800 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	4 897 000 \$	2 389 500 \$	7 286 500 \$
Gym	1 342 300 \$	697 500 \$	2 039 800 \$
<b>Total</b>	<b>6 745 600 \$</b>	<b>3 334 500 \$</b>	<b>10 080 100 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	549 000 \$	264 000 \$	813 000 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	5 310 000 \$	2 548 800 \$	7 858 800 \$
Gym	1 443 100 \$	738 000 \$	2 181 100 \$
<b>Total</b>	<b>7 302 100 \$</b>	<b>3 550 800 \$</b>	<b>10 852 900 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	622 200 \$	286 000 \$	908 200 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	6 018 000 \$	2 761 200 \$	8 779 200 \$
Gym	1 617 800 \$	786 800 \$	2 404 600 \$
<b>Total</b>	<b>8 258 000 \$</b>	<b>3 834 000 \$</b>	<b>12 092 000 \$</b>

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur Galeries Citation**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Restaurants**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
<b>Service restreint</b>	<b>13 031 000 \$</b>	<b>6 354 000 \$</b>	<b>49 830 200 \$</b>
Service complet - familial	9 013 800 \$	4 392 000 \$	25 117 500 \$
Service complet - ambiance	6 415 900 \$	3 127 500 \$	17 878 300 \$
Service complet - gastronomique	1 909 000 \$	931 500 \$	5 329 000 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>17 338 700 \$</b>	<b>8 451 000 \$</b>	<b>48 324 800 \$</b>
<b>Total</b>	<b>30 369 700 \$</b>	<b>14 805 000 \$</b>	<b>98 155 000 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
<b>Service restreint</b>	<b>14 130 000 \$</b>	<b>6 777 600 \$</b>	<b>52 390 800 \$</b>
Service complet - familial	9 774 000 \$	4 684 800 \$	36 230 300 \$
Service complet - ambiance	6 957 000 \$	3 336 000 \$	25 791 700 \$
Service complet - gastronomique	2 070 000 \$	993 600 \$	7 691 900 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>18 801 000 \$</b>	<b>9 014 400 \$</b>	<b>69 713 900 \$</b>
<b>Total</b>	<b>32 931 000 \$</b>	<b>15 792 000 \$</b>	<b>122 104 700 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
<b>Service restreint</b>	<b>16 014 000 \$</b>	<b>7 342 400 \$</b>	<b>59 098 100 \$</b>
Service complet - familial	11 077 200 \$	5 075 200 \$	40 868 700 \$
Service complet - ambiance	7 884 600 \$	3 614 000 \$	29 093 800 \$
Service complet - gastronomique	2 346 000 \$	1 076 400 \$	8 676 800 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>21 307 800 \$</b>	<b>9 765 600 \$</b>	<b>78 639 300 \$</b>
<b>Total</b>	<b>37 321 800 \$</b>	<b>17 108 000 \$</b>	<b>137 737 400 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur Galeries Citation**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Divertissement**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Divertissement (Cinéma)	166 000 \$	81 000 \$	247 000 \$
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Divertissement (Cinéma)	180 000 \$	86 400 \$	266 400 \$
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Divertissement (Cinéma)	204 000 \$	93 600 \$	297 600 \$

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

## Secteur route 117 nord

Dépenses annuelles au Québec et dans la zone commerciale			
Biens durables et semi-durables, biens courants, services personnels et restaurants			
Type de commerces	Québec en 2023 <sup>1</sup>	Zone primaire <sup>2</sup>	Zone secondaire <sup>2</sup>
<b>Biens durables et semi-durables</b>			
Meubles	379 \$	376 \$	339 \$
Accessoires pour la maison	174 \$	173 \$	156 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	300 \$	298 \$	268 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	992 \$	985 \$	887 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	694 \$	689 \$	620 \$
Chaussures	111 \$	110 \$	99 \$
Bijouteries et maroquineries	59 \$	59 \$	53 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	322 \$	320 \$	288 \$
Magasins de marchandises diverses	1 642 \$	1 631 \$	1 468 \$
Magasins de détail divers	468 \$	465 \$	418 \$
<b>Total – biens durables et semi-durables</b>	<b>5 141 \$</b>	<b>5 106 \$</b>	<b>4 596 \$</b>
<b>Biens courants</b>			
Supermarchés	2 587 \$	2 570 \$	2 313 \$
Dépanneurs	334 \$	332 \$	299 \$
Spécialistes alimentaires	262 \$	260 \$	234 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	1 458 \$	1 448 \$	1 304 \$
<b>Total – biens courants</b>	<b>4 641 \$</b>	<b>4 610 \$</b>	<b>4 150 \$</b>
<b>Services personnels et autres</b>			
Services vestimentaires (nettoyeurs, buanderies, couture)	59 \$	59 \$	53 \$
Coiffure et esthétique	571 \$	567 \$	511 \$
Gym	81 \$	81 \$	72 \$
Cinéma	19 \$	19 \$	17 \$
<b>Total – services personnels et autres</b>	<b>630 \$</b>	<b>726 \$</b>	<b>653 \$</b>
<b>Restaurants<sup>3</sup></b>			
Avec service restreint	1 520 \$	1 510 \$	1 359 \$
Avec service complet - Familial	1 051 \$	1 044 \$	940 \$
Avec service complet - Ambiance	748 \$	743 \$	669 \$
Avec service complet - Gastronomique	223 \$	221 \$	199 \$
<b>Total – restaurants</b>	<b>3 542 \$</b>	<b>3 518 \$</b>	<b>3 167 \$</b>

1. Statistique Canada, données indexées pour 2023 par Groupe Altus.

2. Estimation de Groupe Altus (basée sur le profil socioéconomique de la population de la zone d'étude).



**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, secteur de la route 117 Nord**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Biens durables et semi-durables**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Meubles	24 590 400 \$	14 597 300 \$	39 187 700 \$
Accessoires pour la maison	11 314 200 \$	6 717 400 \$	18 031 600 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	19 489 200 \$	11 540 100 \$	31 029 300 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	64 419 000 \$	38 194 200 \$	102 613 200 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	45 060 600 \$	26 697 200 \$	71 757 800 \$
Chaussures	7 194 000 \$	4 262 900 \$	11 456 900 \$
Bijouteries et maroquineries	3 858 600 \$	2 282 200 \$	6 140 800 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	20 928 000 \$	12 401 300 \$	33 329 300 \$
Magasins de marchandises diverses	106 667 400 \$	63 212 100 \$	169 879 500 \$
Magasins de détail divers	30 411 000 \$	17 999 100 \$	48 410 100 \$
<b>Total</b>	<b>333 932 400 \$</b>	<b>197 903 800 \$</b>	<b>531 836 200 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Meubles	25 906 400 \$	15 065 200 \$	40 971 600 \$
Accessoires pour la maison	11 919 700 \$	6 932 600 \$	18 852 300 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	20 532 200 \$	11 909 900 \$	32 442 100 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	67 866 500 \$	39 418 300 \$	107 284 800 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	47 472 100 \$	27 552 800 \$	75 024 900 \$
Chaussures	7 579 000 \$	4 399 600 \$	11 978 600 \$
Bijouteries et maroquineries	4 065 100 \$	2 355 300 \$	6 420 400 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	22 048 000 \$	12 798 700 \$	34 846 700 \$
Magasins de marchandises diverses	112 375 900 \$	65 237 900 \$	177 613 800 \$
Magasins de détail divers	32 038 500 \$	18 575 900 \$	50 614 400 \$
<b>Total</b>	<b>351 803 400 \$</b>	<b>204 246 200 \$</b>	<b>556 049 600 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Meubles	28 124 800 \$	15 797 400 \$	43 922 200 \$
Accessoires pour la maison	12 940 000 \$	7 269 600 \$	20 209 600 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	22 290 000 \$	12 488 800 \$	34 778 800 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	73 678 000 \$	41 334 200 \$	115 012 200 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	51 537 000 \$	28 892 000 \$	80 429 000 \$
Chaussures	8 228 000 \$	4 613 400 \$	12 841 400 \$
Bijouteries et maroquineries	4 413 000 \$	2 469 800 \$	6 882 800 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	23 936 000 \$	13 420 800 \$	37 356 800 \$
Magasins de marchandises diverses	121 999 000 \$	68 408 800 \$	190 407 800 \$
Magasins de détail divers	34 782 000 \$	19 478 800 \$	54 260 800 \$
<b>Total</b>	<b>381 927 800 \$</b>	<b>214 173 600 \$</b>	<b>596 101 400 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, secteur de la route 117 Nord  
Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031  
Biens courants**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Supermarchés	168 078 000 \$	99 597 800 \$	267 675 800 \$
Dépanneurs	21 712 800 \$	12 874 900 \$	34 587 700 \$
Spécialistes alimentaires	17 004 000 \$	10 076 000 \$	27 080 000 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	94 699 200 \$	56 150 200 \$	150 849 400 \$
<b>Total</b>	<b>301 494 000 \$</b>	<b>178 698 900 \$</b>	<b>480 192 900 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Supermarchés	177 073 000 \$	102 789 700 \$	279 862 700 \$
Dépanneurs	22 874 800 \$	13 287 600 \$	36 162 400 \$
Spécialistes alimentaires	17 914 000 \$	10 399 000 \$	28 313 000 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	99 767 200 \$	57 949 800 \$	157 717 000 \$
<b>Total</b>	<b>317 629 000 \$</b>	<b>184 426 100 \$</b>	<b>502 055 100 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Supermarchés	192 236 000 \$	107 785 800 \$	300 021 800 \$
Dépanneurs	24 833 600 \$	13 933 400 \$	38 767 000 \$
Spécialistes alimentaires	19 448 000 \$	10 904 400 \$	30 352 400 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	108 310 400 \$	60 766 400 \$	169 076 800 \$
<b>Total</b>	<b>344 828 000 \$</b>	<b>193 390 000 \$</b>	<b>538 218 000 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, secteur de la route 117 Nord  
Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031  
Services**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	1 669 700 \$	1 102 400 \$	2 772 100 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	16 046 100 \$	10 628 800 \$	26 674 900 \$
Gym	4 284 900 \$	2 598 500 \$	6 883 400 \$
<b>Total</b>	<b>22 000 700 \$</b>	<b>14 329 700 \$</b>	<b>36 330 400 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	1 775 900 \$	1 166 000 \$	2 941 900 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	17 066 700 \$	11 242 000 \$	28 308 700 \$
Gym	4 514 100 \$	2 681 300 \$	7 195 400 \$
<b>Total</b>	<b>23 356 700 \$</b>	<b>15 089 300 \$</b>	<b>38 446 000 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	1 952 900 \$	1 272 000 \$	3 224 900 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	18 767 700 \$	12 264 000 \$	31 031 700 \$
Gym	4 900 500 \$	2 811 600 \$	7 712 100 \$
<b>Total</b>	<b>25 621 100 \$</b>	<b>16 347 600 \$</b>	<b>41 968 700 \$</b>

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, secteur de la route 117 Nord  
Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031  
Restaurants**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
<b>Service restreint</b>	<b>42 733 000 \$</b>	<b>28 267 200 \$</b>	<b>71 000 200 \$</b>
Service complet - familial	29 545 200 \$	19 552 000 \$	49 097 200 \$
Service complet - ambiance	21 026 900 \$	13 915 200 \$	34 942 100 \$
Service complet - gastronomique	6 254 300 \$	4 139 200 \$	10 393 500 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>56 826 400 \$</b>	<b>37 606 400 \$</b>	<b>94 432 800 \$</b>
<b>Total</b>	<b>99 559 400 \$</b>	<b>65 873 600 \$</b>	<b>165 433 000 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
<b>Service restreint</b>	<b>45 451 000 \$</b>	<b>29 898 000 \$</b>	<b>75 349 000 \$</b>
Service complet - familial	31 424 400 \$	20 680 000 \$	52 104 400 \$
Service complet - ambiance	22 364 300 \$	14 718 000 \$	37 082 300 \$
Service complet - gastronomique	6 652 100 \$	4 378 000 \$	11 030 100 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>60 440 800 \$</b>	<b>39 776 000 \$</b>	<b>100 216 800 \$</b>
<b>Total</b>	<b>105 891 800 \$</b>	<b>69 674 000 \$</b>	<b>175 565 800 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
<b>Service restreint</b>	<b>49 981 000 \$</b>	<b>32 616 000 \$</b>	<b>82 597 000 \$</b>
Service complet - familial	34 556 400 \$	22 560 000 \$	57 116 400 \$
Service complet - ambiance	24 593 300 \$	16 056 000 \$	40 649 300 \$
Service complet - gastronomique	7 315 100 \$	4 776 000 \$	12 091 100 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>66 464 800 \$</b>	<b>43 392 000 \$</b>	<b>109 856 800 \$</b>
<b>Total</b>	<b>116 445 800 \$</b>	<b>76 008 000 \$</b>	<b>192 453 800 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, secteur de la route 117 Nord  
Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031  
Divertissement**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Divertissement (Cinéma)	537 700 \$	353 600 \$	891 300 \$
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Divertissement (Cinéma)	571 900 \$	374 000 \$	945 900 \$
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Divertissement (Cinéma)	628 900 \$	408 000 \$	1 036 900 \$

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

## Secteur route 158

### Dépenses annuelles au Québec et dans la zone commerciale Biens durables et semi-durables, biens courants, services personnels et restaurants

Type de commerces	Québec en 2023 <sup>1</sup>	Zone primaire <sup>2</sup>	Zone secondaire <sup>2</sup>
<b>Biens durables et semi-durables</b>			
Meubles	379 \$	367 \$	353 \$
Accessoires pour la maison	174 \$	168 \$	162 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	300 \$	290 \$	279 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	992 \$	959 \$	924 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	694 \$	671 \$	646 \$
Chaussures	111 \$	107 \$	103 \$
Bijouteries et maroquineries	59 \$	57 \$	55 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	322 \$	311 \$	300 \$
Magasins de marchandises diverses	1 642 \$	1 588 \$	1 529 \$
Magasins de détail divers	468 \$	453 \$	436 \$
<b>Total – biens durables et semi-durables</b>	<b>5 141 \$</b>	<b>4 971 \$</b>	<b>4 787 \$</b>
<b>Biens courants</b>			
Supermarchés	2 587 \$	2 502 \$	2 409 \$
Dépanneurs	334 \$	323 \$	311 \$
Spécialistes alimentaires	262 \$	253 \$	244 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	1 458 \$	1 410 \$	1 357 \$
<b>Total – biens courants</b>	<b>4 641 \$</b>	<b>4 488 \$</b>	<b>4 321 \$</b>
<b>Services personnels et autres</b>			
Services vestimentaires (nettoyeurs, buanderies, couture)	59 \$	57 \$	55 \$
Coiffure et esthétique	571 \$	553 \$	532 \$
Gym	81 \$	78 \$	75 \$
Cinéma	19 \$	18 \$	18 \$
<b>Total – services personnels et autres</b>	<b>630 \$</b>	<b>706 \$</b>	<b>680 \$</b>
<b>Restaurants<sup>3</sup></b>			
Avec service restreint	1 520 \$	1 470 \$	1 415 \$
Avec service complet - Familial	1 051 \$	1 016 \$	978 \$
Avec service complet - Ambiance	748 \$	723 \$	696 \$
Avec service complet - Gastronomique	223 \$	216 \$	208 \$
<b>Total – restaurants</b>	<b>3 542 \$</b>	<b>3 425 \$</b>	<b>3 297 \$</b>

1. Statistique Canada, données indexées pour 2023 par Groupe Altus.

2. Estimation de Groupe Altus (basée sur le profil socioéconomique de la population de la zone d'étude).

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur de la route 158**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Biens durables et semi-durables**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Meubles	13 212 000 \$	26 263 200 \$	39 475 200 \$
Accessoires pour la maison	6 048 000 \$	12 052 800 \$	18 100 800 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	10 440 000 \$	20 757 600 \$	31 197 600 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	34 524 000 \$	68 745 600 \$	103 269 600 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	24 156 000 \$	48 062 400 \$	72 218 400 \$
Chaussures	3 852 000 \$	7 663 200 \$	11 515 200 \$
Bijouteries et maroquineries	2 052 000 \$	4 092 000 \$	6 144 000 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	11 196 000 \$	22 320 000 \$	33 516 000 \$
Magasins de marchandises diverses	57 168 000 \$	113 757 600 \$	170 925 600 \$
Magasins de détail divers	16 308 000 \$	32 438 400 \$	48 746 400 \$
<b>Total</b>	<b>178 956 000 \$</b>	<b>356 152 800 \$</b>	<b>535 108 800 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Meubles	13 872 600 \$	27 219 800 \$	41 092 400 \$
Accessoires pour la maison	6 350 400 \$	12 491 800 \$	18 842 200 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	10 962 000 \$	21 513 700 \$	32 475 700 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	36 250 200 \$	71 249 600 \$	107 499 800 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	25 363 800 \$	49 813 100 \$	75 176 900 \$
Chaussures	4 044 600 \$	7 942 300 \$	11 986 900 \$
Bijouteries et maroquineries	2 154 600 \$	4 241 100 \$	6 395 700 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	11 755 800 \$	23 133 000 \$	34 888 800 \$
Magasins de marchandises diverses	60 026 400 \$	117 901 200 \$	177 927 600 \$
Magasins de détail divers	17 123 400 \$	33 620 000 \$	50 743 400 \$
<b>Total</b>	<b>187 903 800 \$</b>	<b>369 125 600 \$</b>	<b>557 029 400 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Meubles	14 936 900 \$	28 698 900 \$	43 635 800 \$
Accessoires pour la maison	6 838 000 \$	13 170 600 \$	20 008 600 \$
Électronique, électroménagers et ordinateurs	11 803 000 \$	22 682 700 \$	34 485 700 \$
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	39 031 000 \$	75 121 200 \$	114 152 200 \$
Vêtements et accessoires vestimentaires	27 310 000 \$	52 519 800 \$	79 829 800 \$
Chaussures	4 355 000 \$	8 373 900 \$	12 728 900 \$
Bijouteries et maroquineries	2 320 000 \$	4 471 500 \$	6 791 500 \$
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	12 658 000 \$	24 390 000 \$	37 048 000 \$
Magasins de marchandises diverses	64 632 000 \$	124 307 700 \$	188 939 700 \$
Magasins de détail divers	18 437 000 \$	35 446 800 \$	53 883 800 \$
<b>Total</b>	<b>202 320 900 \$</b>	<b>389 183 100 \$</b>	<b>591 504 000 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur de la route 158**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Biens courants**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Supermarchés	90 072 000 \$	179 229 600 \$	269 301 600 \$
Dépanneurs	11 628 000 \$	23 138 400 \$	34 766 400 \$
Spécialistes alimentaires	9 108 000 \$	18 153 600 \$	27 261 600 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	50 760 000 \$	100 960 800 \$	151 720 800 \$
<b>Total</b>	<b>161 568 000 \$</b>	<b>321 482 400 \$</b>	<b>483 050 400 \$</b>
<b>2026<sup>1</sup></b>			
Supermarchés	94 575 600 \$	185 758 000 \$	280 333 600 \$
Dépanneurs	12 209 400 \$	23 981 200 \$	36 190 600 \$
Spécialistes alimentaires	9 563 400 \$	18 814 800 \$	28 378 200 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	53 298 000 \$	104 638 300 \$	157 936 300 \$
<b>Total</b>	<b>169 646 400 \$</b>	<b>333 192 300 \$</b>	<b>502 838 700 \$</b>
<b>2031<sup>1</sup></b>			
Supermarchés	101 831 400 \$	195 851 700 \$	297 683 100 \$
Dépanneurs	13 146 100 \$	25 284 300 \$	38 430 400 \$
Spécialistes alimentaires	10 297 100 \$	19 837 200 \$	30 134 300 \$
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	57 387 000 \$	110 324 100 \$	167 711 100 \$
<b>Total</b>	<b>182 661 600 \$</b>	<b>351 297 300 \$</b>	<b>533 958 900 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur de la route 158**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Services**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	866 400 \$	1 958 000 \$	2 824 400 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	8 405 600 \$	18 939 200 \$	27 344 800 \$
Gym	2 205 100 \$	4 566 000 \$	6 771 100 \$
<b>Total</b>	<b>11 477 100 \$</b>	<b>25 463 200 \$</b>	<b>36 940 300 \$</b>
<b>2026<sup>1</sup></b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	912 000 \$	2 079 000 \$	2 991 000 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	8 848 000 \$	20 109 600 \$	28 957 600 \$
Gym	2 315 000 \$	4 732 500 \$	7 047 500 \$
<b>Total</b>	<b>12 075 000 \$</b>	<b>26 921 100 \$</b>	<b>38 996 100 \$</b>
<b>2031<sup>1</sup></b>			
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	986 100 \$	2 282 500 \$	3 268 600 \$
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	9 566 900 \$	22 078 000 \$	31 644 900 \$
Gym	2 492 900 \$	4 989 800 \$	7 482 700 \$
<b>Total</b>	<b>13 045 900 \$</b>	<b>29 350 300 \$</b>	<b>42 396 200 \$</b>

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.



**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur de la route 158**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026 et 2031**  
**Restaurants**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
<b>Service restreint</b>	<b>22 344 000 \$</b>	<b>50 374 000 \$</b>	<b>72 718 000 \$</b>
Service complet - familial	15 443 200 \$	34 816 800 \$	50 260 000 \$
Service complet - ambiance	10 989 600 \$	24 777 600 \$	35 767 200 \$
Service complet - gastronomique	3 283 200 \$	7 404 800 \$	10 688 000 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>29 716 000 \$</b>	<b>66 999 200 \$</b>	<b>96 715 200 \$</b>
<b>Total</b>	<b>52 060 000 \$</b>	<b>117 373 200 \$</b>	<b>169 433 200 \$</b>
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
<b>Service restreint</b>	<b>23 520 000 \$</b>	<b>53 487 000 \$</b>	<b>77 007 000 \$</b>
Service complet - familial	16 256 000 \$	36 968 400 \$	53 224 400 \$
Service complet - ambiance	11 568 000 \$	26 308 800 \$	37 876 800 \$
Service complet - gastronomique	3 456 000 \$	7 862 400 \$	11 318 400 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>31 280 000 \$</b>	<b>71 139 600 \$</b>	<b>102 419 600 \$</b>
<b>Total</b>	<b>54 800 000 \$</b>	<b>124 626 600 \$</b>	<b>179 426 600 \$</b>
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
<b>Service restreint</b>	<b>25 431 000 \$</b>	<b>58 722 500 \$</b>	<b>84 153 500 \$</b>
Service complet - familial	17 576 800 \$	40 587 000 \$	58 163 800 \$
Service complet - ambiance	12 507 900 \$	28 884 000 \$	41 391 900 \$
Service complet - gastronomique	3 736 800 \$	8 632 000 \$	12 368 800 \$
<b>Sous total service complet</b>	<b>33 821 500 \$</b>	<b>78 103 000 \$</b>	<b>111 924 500 \$</b>
<b>Total</b>	<b>59 252 500 \$</b>	<b>136 825 500 \$</b>	<b>196 078 000 \$</b>

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.

**Diagnostic commercial, Ville de Saint-Jérôme, Secteur de la route 158**  
**Estimation du potentiel de marché dans la zone commerciale en 2023, 2026**  
**Divertissement**

Catégories	Zone primaire	Zone secondaire	Total
<b>2023</b>			
Divertissement (Cinéma)	273 600 \$	640 800 \$	914 400 \$
<b>2026 <sup>1</sup></b>			
Divertissement (Cinéma)	288 000 \$	680 400 \$	968 400 \$
<b>2031 <sup>1</sup></b>			
Divertissement (Cinéma)	311 400 \$	747 000 \$	1 058 400 \$

Source: Groupe Altus.

1) Tenant compte des niveaux de dépenses estimés pour 2023.



# GroupeAltus

MONTRÉAL

1100 Boul. René-Lévesque Ouest Suite 1600  
Montréal, QC H3B 4N4

☎ (514).392.7700

🌐 [altusgroup.com](http://altusgroup.com)