

Projet pilote de piétonisation de la rue Saint-Paul, été 2009

Résultats d'enquête

21 septembre 2009



convercité
L'agence de valorisation urbaine

TABLE DES MATIÈRES

1. Contexte
2. Méthodologie
3. Profil des répondants
4. La satisfaction et les perceptions
5. Piétonniser la rue Saint-Paul en 2010?
6. Comparaison des faits saillants : Village 2008 / Saint-Paul 2009



1. CONTEXTE

1. CONTEXTE

- Un projet pilote de piétonisation de la rue Saint-Paul, entre les rues du Marché Bonsecours et Saint-Gabriel, a été mis en place du 17 juillet au 3 août 2009.
- Une enquête a été réalisée auprès des usagers et des gens d'affaires du secteur visé afin de mesurer l'appréciation envers le projet et d'identifier les éléments à améliorer.



2. MÉTHODOLOGIE

2. MÉTHODOLOGIE

Sondage auprès des USAGERS de la rue Saint-Paul

- Sondage réalisé dans la zone piétonne, entre le 21 juillet et le 2 août 2009
- Sondage auprès de 203 usagers, choisis de manière aléatoire
- 54% des entrevues réalisées entre 9 h et 18 h, et 45% entre 18 h et 21 h
- 76% des entrevues réalisées en semaine, et 24% le week-end
- Questionnaire de 9 questions, dont 5 ouvertes
- Marge d'erreur de l'échantillon: 6,9%
- Intervalle de confiance: 95%

Sondage auprès des GENS D’AFFAIRES de la rue Saint-Paul

- Destiné aux gens d’affaires localisés au rez-de-chaussée de la zone piétonne
- Sondage réalisé en face-à-face, entre le 10 et le 19 août 2009
- 28 répondants, sur une possibilité de 34
- Questionnaire de 10 questions, dont 5 ouvertes
- Marge d’erreur de l’échantillon : 7,9%
- Intervalle de confiance: 95%

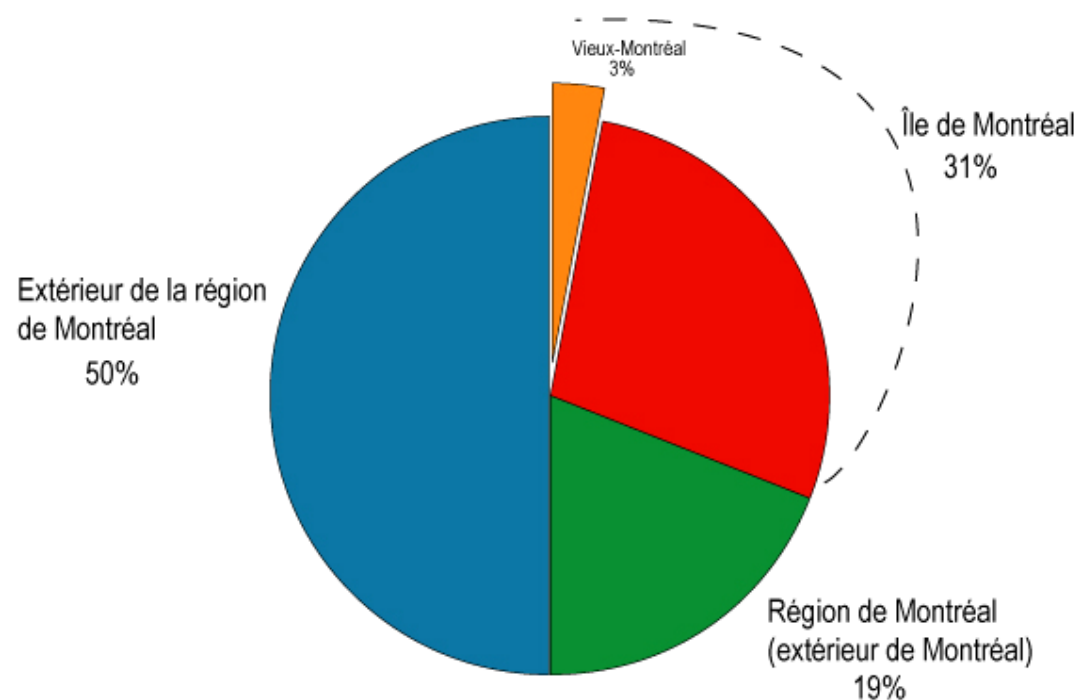


3. PROFIL DES RÉPONDANTS

3. PROFIL DES RÉPONDANTS

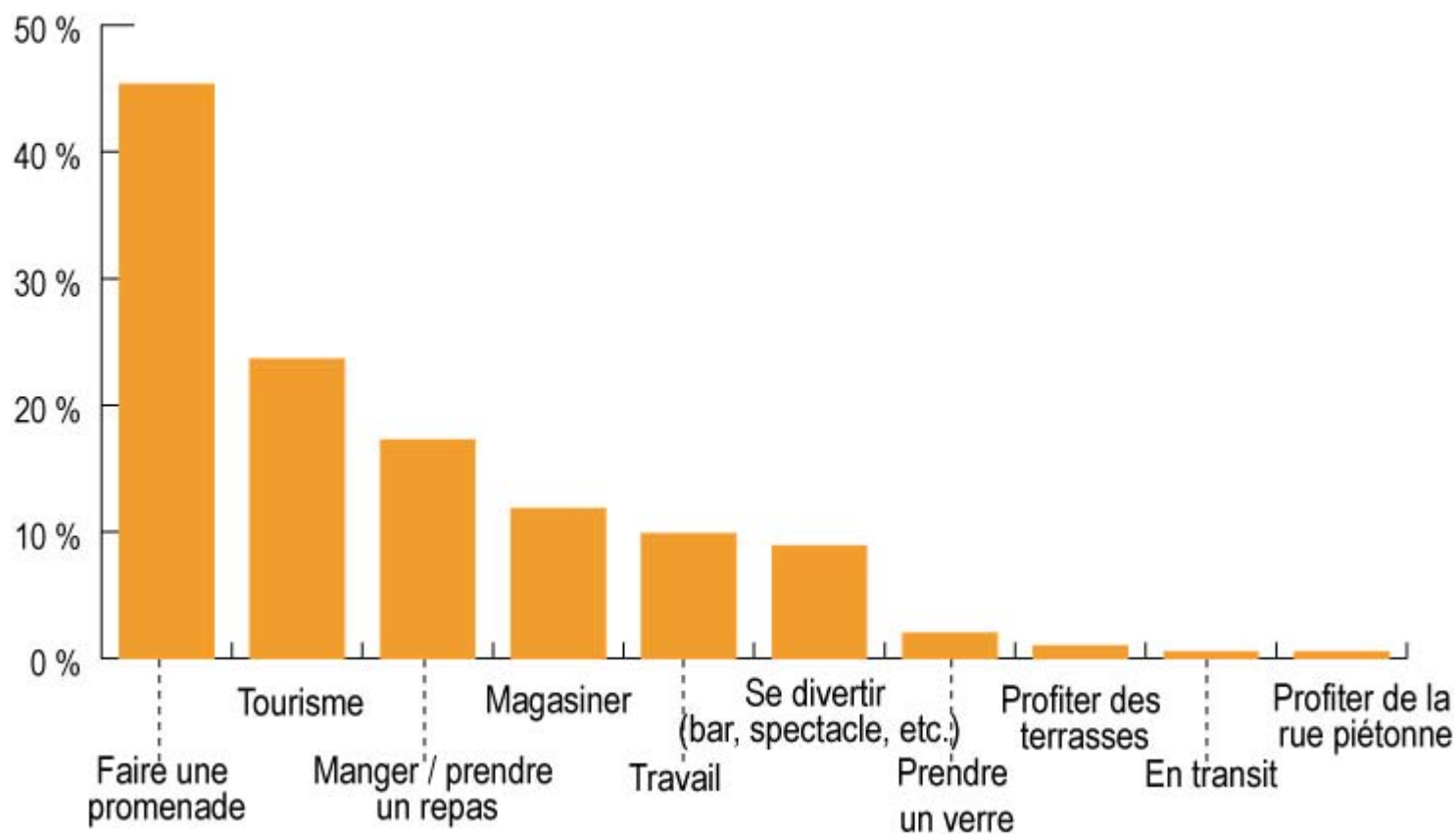
USAGERS: Provenance

- 102 résidents de l'île de Montréal et de sa région (CMM), dont 7 qui habitent le Vieux-Montréal
- 100 visiteurs provenant de l'extérieur de la région de Montréal



3. PROFIL DES RÉPONDANTS

USAGERS: Motif de leur présence sur la rue Saint-Paul



3. PROFIL DES RÉPONDANTS

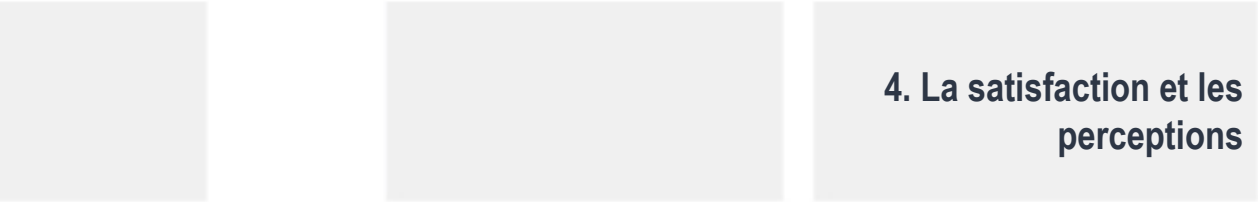
USAGERS: Fréquentation de la rue Saint-Paul depuis la piétonisation

	Résidents de la région de Montréal	Résidents de l'extérieur de Montréal	Total
Plus souvent qu'à l'habitude	15%	11%	13%
Moins souvent qu'à l'habitude	0%	0%	0%
Aussi souvent qu'à l'habitude	60%	13%	37%
Première visite	20%	72%	46%
Ne sait pas / refus	5%	4%	4%
N=	102	100	202

3. PROFIL DES RÉPONDANTS

GENS D'AFFAIRES: profil

- 9 places d'affaires (sur 28) disposaient d'une terrasse
- 61% des commerçants exploitent leur place d'affaires depuis plus de 10 ans

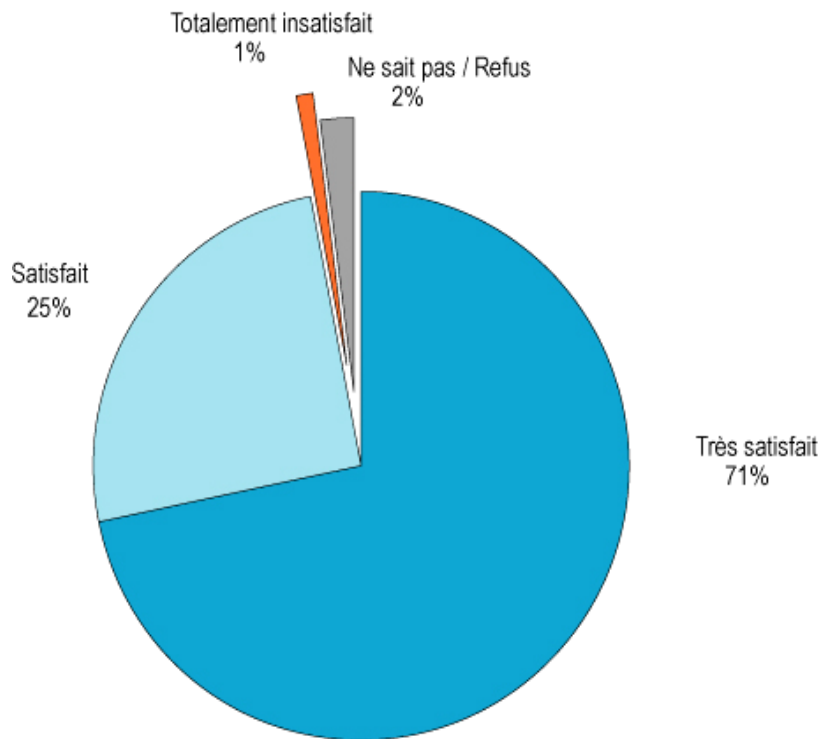


4. La satisfaction et les perceptions

4. SATISFACTION GÉNÉRALE

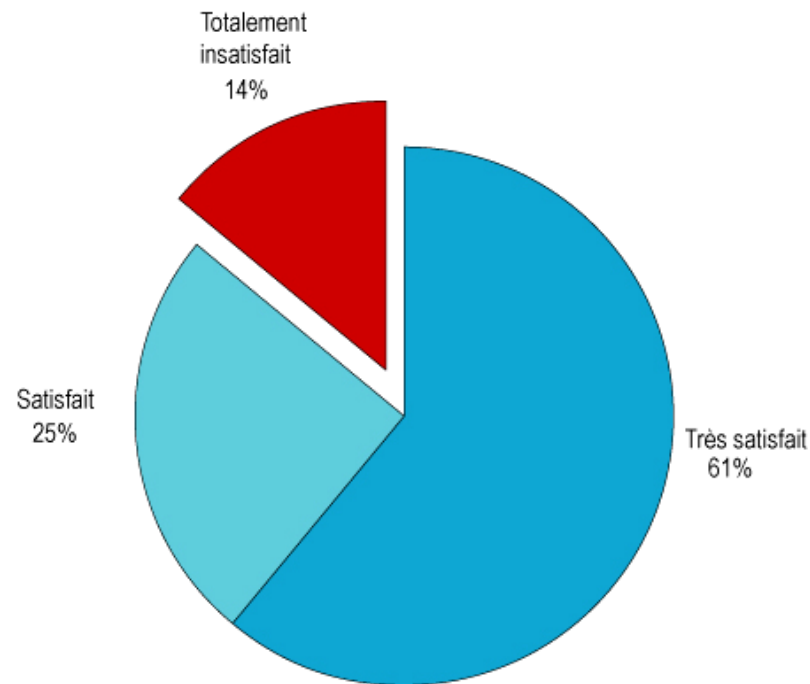
96% des USAGERS ont une appréciation générale positive du projet

- Visiteurs: 99%
- Résidents de la région de Montréal : 94%



N= 203, réponse unique

Les gens d'affaires ESTIMENT que 86% des usagers ont une appréciation générale positive du projet

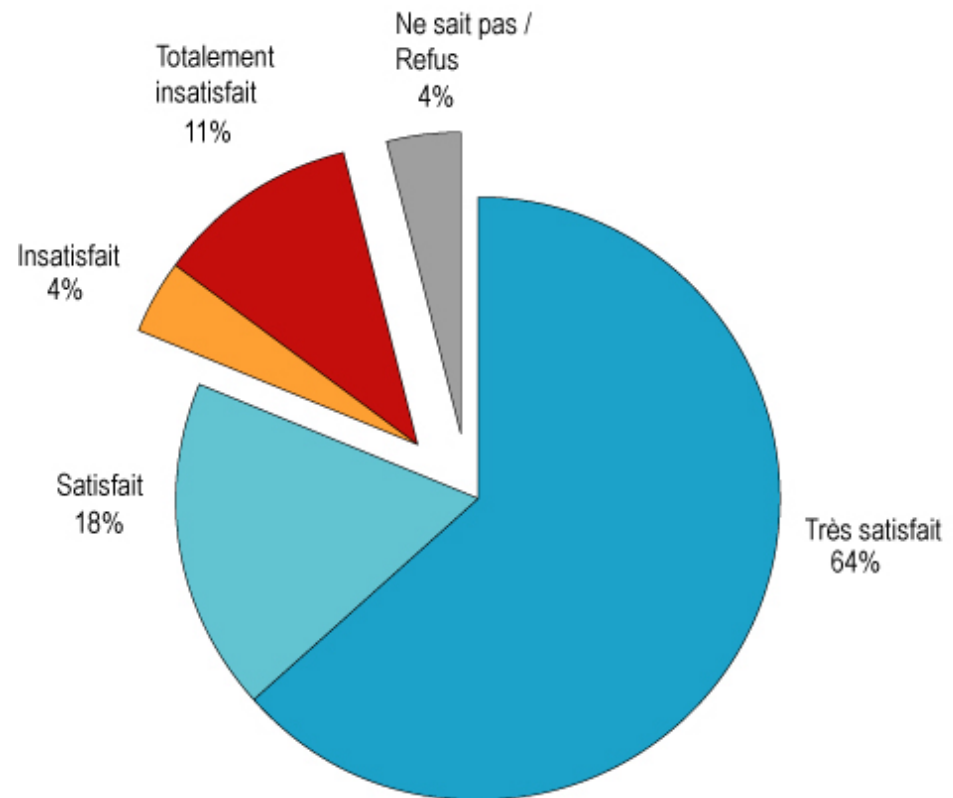


N= 28, réponse unique

4. SATISFACTION GÉNÉRALE

82% des GENS D’AFFAIRES ont une appréciation générale positive du projet

- Commerces avec terrasse : 100%
- Commerces sans terrasse : 74%



N= 28, réponse unique

4. SATISFACTION ENVERS LA PROPRETÉ SUR LA RUE SAINT-PAUL

97% des USAGERS sont satisfaits de la propreté

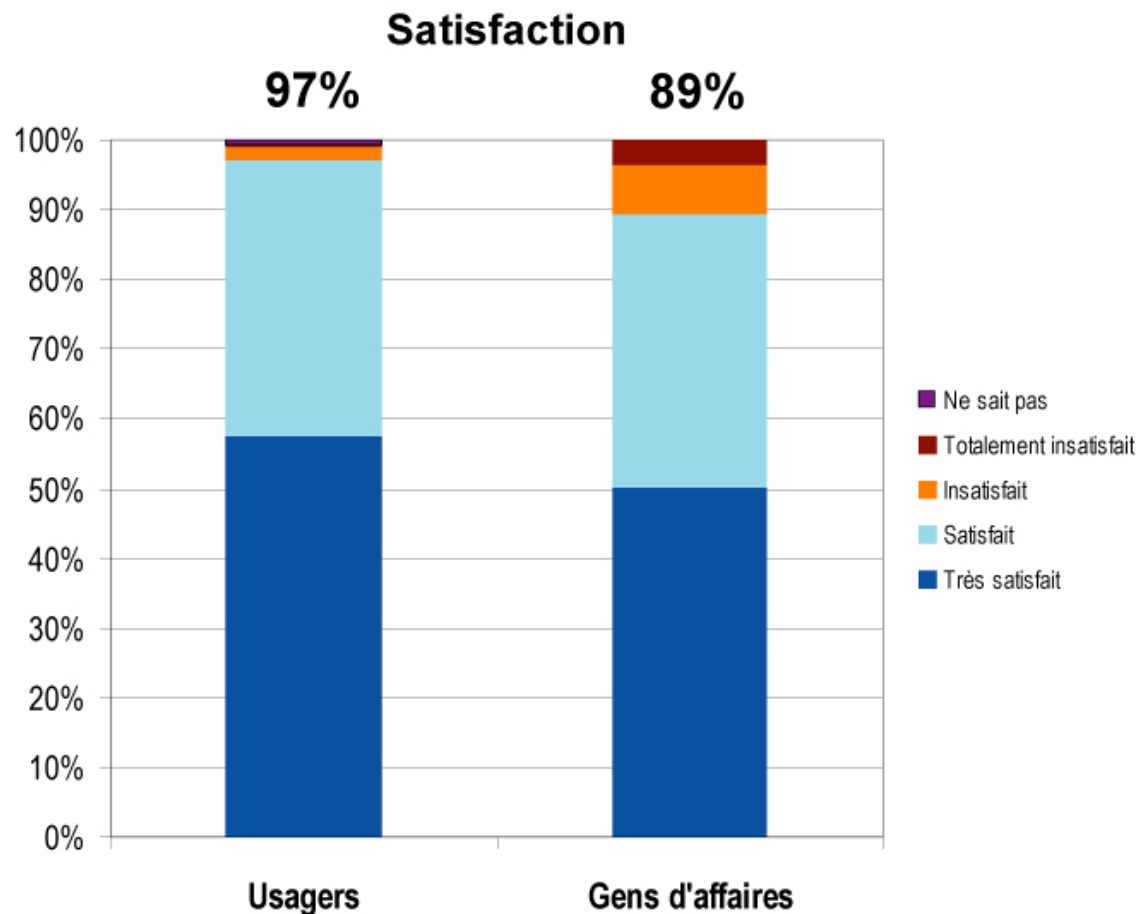
- Visiteurs: 98%
- Résidants de la région de Montréal: 95%

N= 203, réponse unique

89% des GENS D’AFFAIRES sont satisfaits de la propreté

- Avec terrasse: 100%
- Sans terrasse: 84%

N= 28, réponse unique



4. SATISFACTION ENVERS L'AMBIANCE SUR LA RUE SAINT-PAUL

99% des USAGERS sont satisfaits de l'ambiance

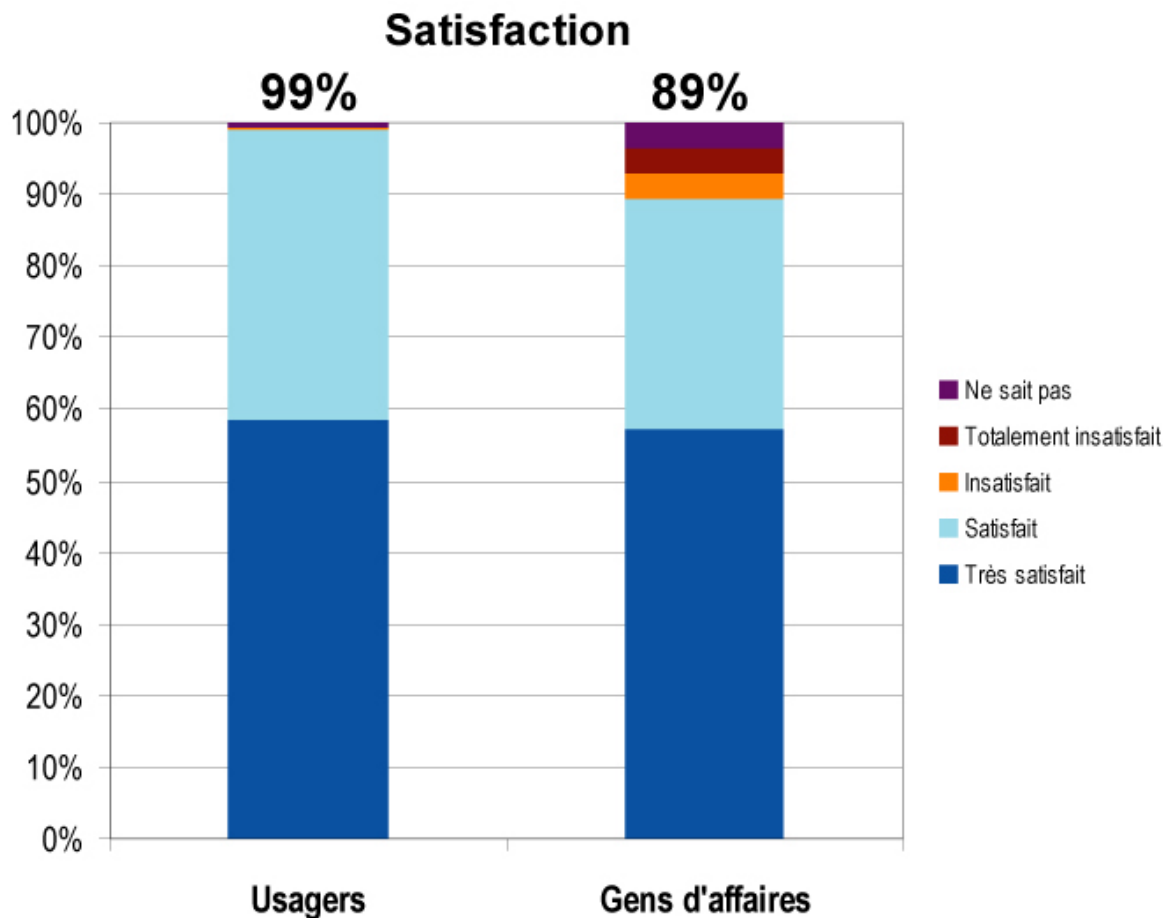
- Visiteurs: 100%
- Résidents de la région de Montréal: 99%

N= 203, réponse unique

89% des GENS D'AFFAIRES sont satisfaits de l'ambiance

- Avec terrasse: 100%
- Sans terrasse: 84%

N= 28, réponse unique



4. SATISFACTION ENVERS LE SENTIMENT DE SÉCURITÉ PENDANT LE JOUR

99% des USAGERS sont satisfaits de la sécurité pendant le jour

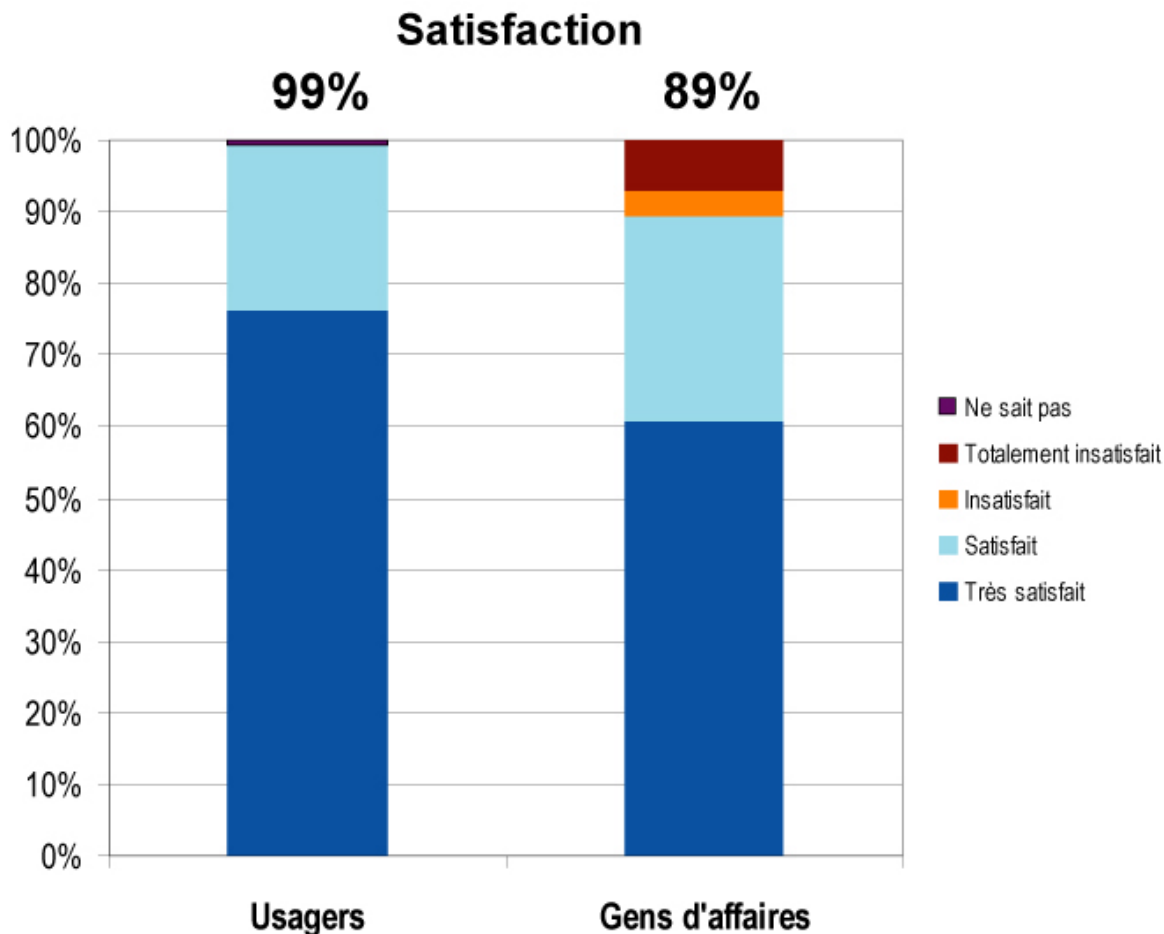
- Visiteurs: 99%
- Résidants de la région de Montréal: 100%

N= 202, réponse unique

89% des GENS D'AFFAIRES sont satisfaits de la sécurité pendant le jour

- Avec terrasse: 100%
- Sans terrasse: 84%

N= 28, réponse unique



4. SATISFACTION ENVERS LE SENTIMENT DE SÉCURITÉ LE SOIR

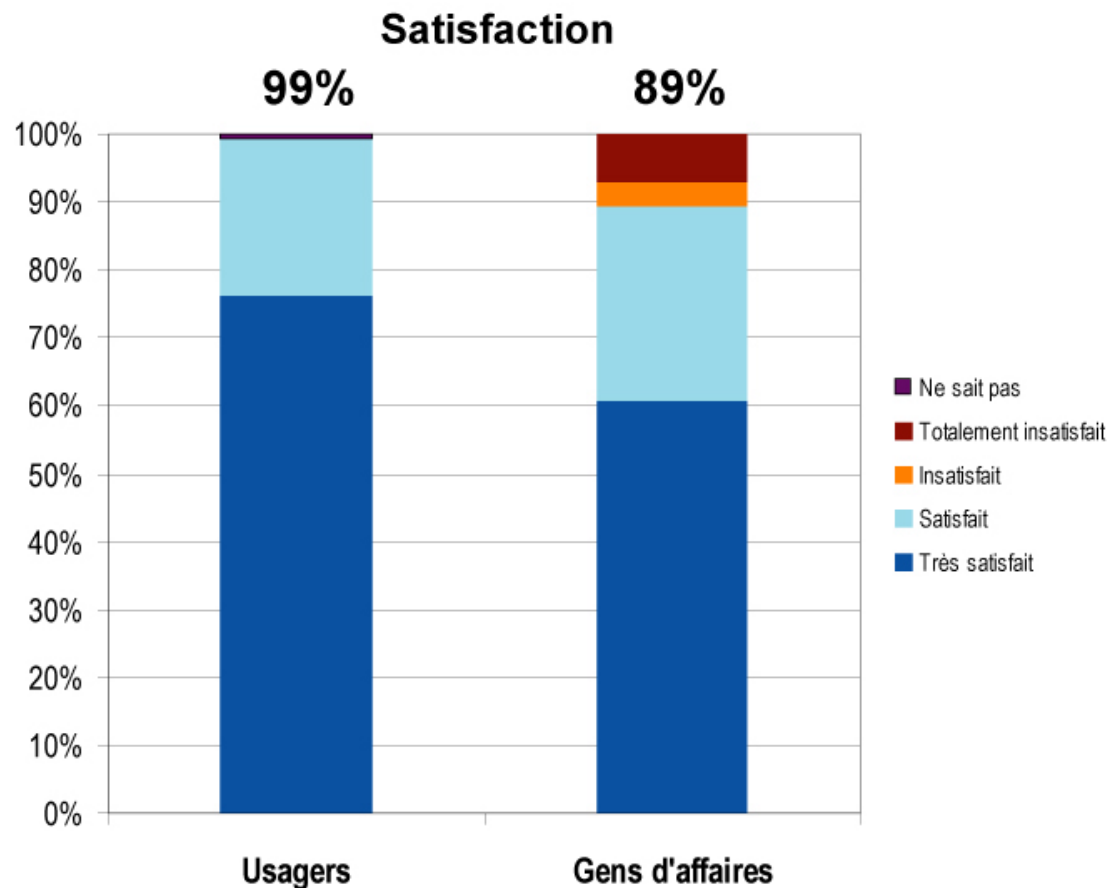
99% des USAGERS qui ont pu répondre à cette question (N = 104) sont satisfaits de la sécurité pendant le soir

- Visiteurs: 100%
- Résidents de la région de Montréal: 99%
- 48% des interviewés n'ont pas répondu à cette question

89% des GENS D’AFFAIRES sont satisfaits de la sécurité pendant le soir

- Avec terrasse: 100%
- Sans terrasse: 84%

N= 28, réponse unique



4. SATISFACTION ENVERS LA FACILITÉ D'ACCÈS À LA RUE SAINT-PAUL

94% des USAGERS sont satisfaits de l'accessibilité de la rue St-Paul

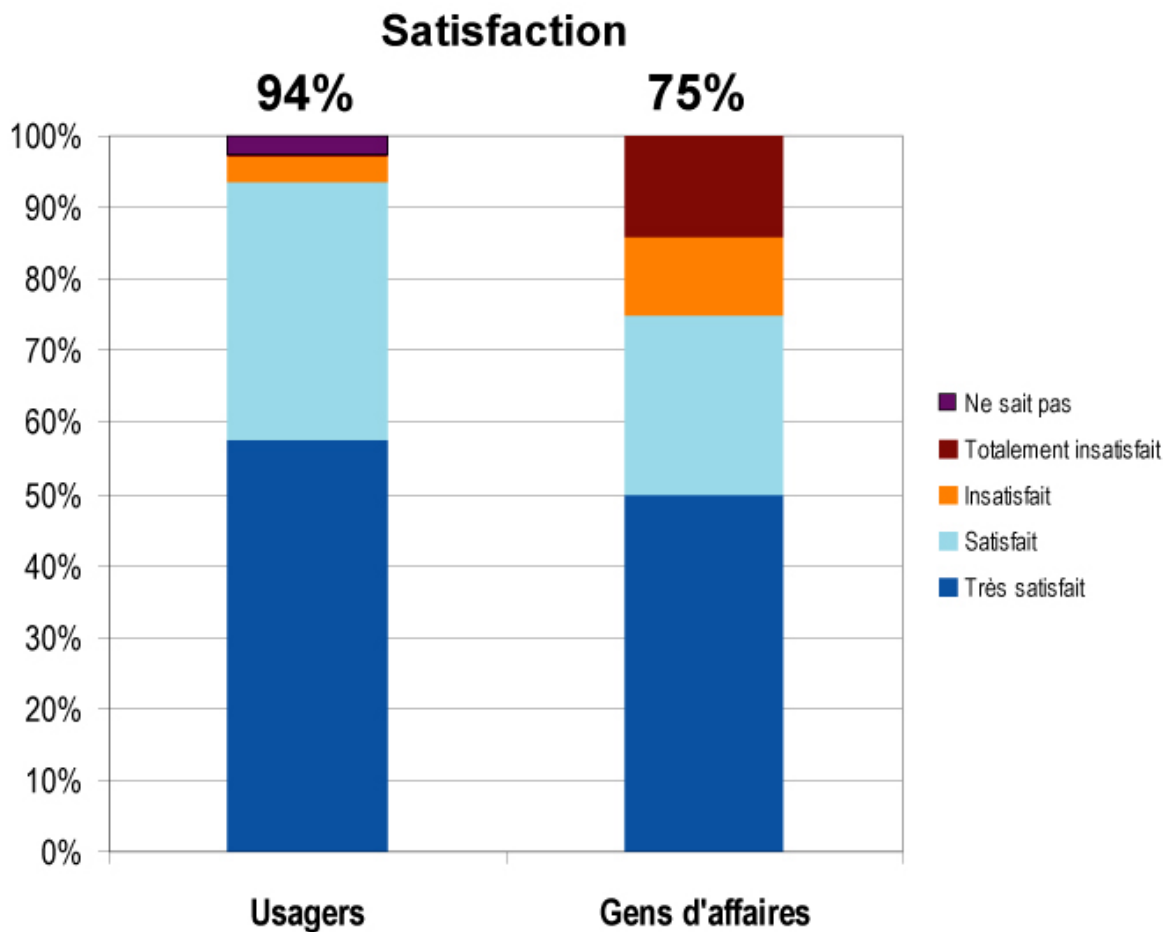
- Visiteurs: 94%
- Résidents de la région de Montréal: 93%

N= 203, réponse unique

75% des GENS D'AFFAIRES sont satisfaits de l'accessibilité de la rue St-Paul

- Avec terrasse: 89%
- Sans terrasse: 69%

N= 28, réponse unique



4. SATISFACTION ENVERS LA CIRCULATION AUTOMOBILE DANS LE QUARTIER

68% des USAGERS sont satisfaits de la circulation automobile dans le quartier

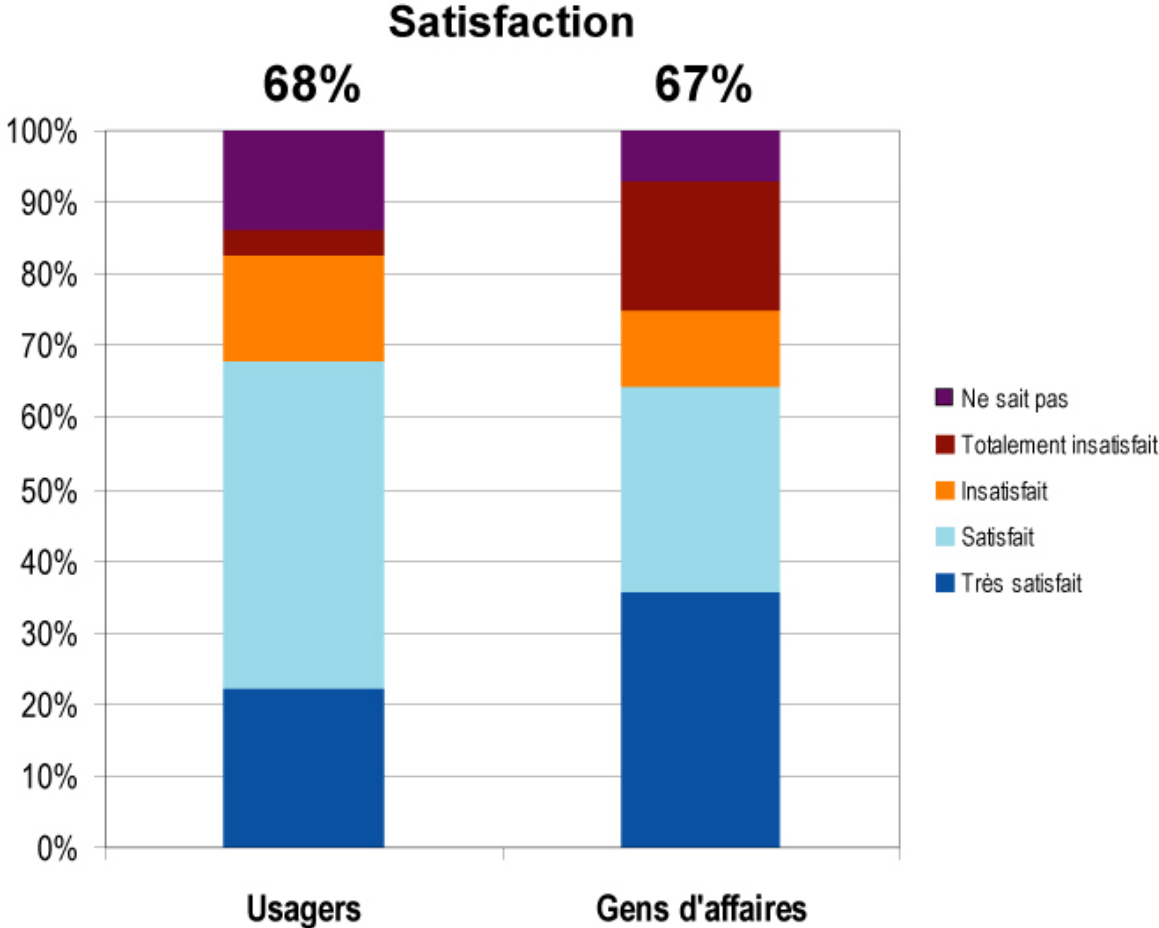
- Visiteurs: 69%
- Résidents de la région de Montréal: 67%

N= 203, réponse unique

67% des GENS D’AFFAIRES sont satisfaits la circulation automobile dans le quartier

- Avec terrasse: 77%
- Sans terrasse: 61%

N= 28, réponse unique



4. SATISFACTION ENVERS LA QUALITÉ DE L'ANIMATION SUR LA RUE

86% des USAGERS sont satisfaits de la qualité de l'animation sur la rue

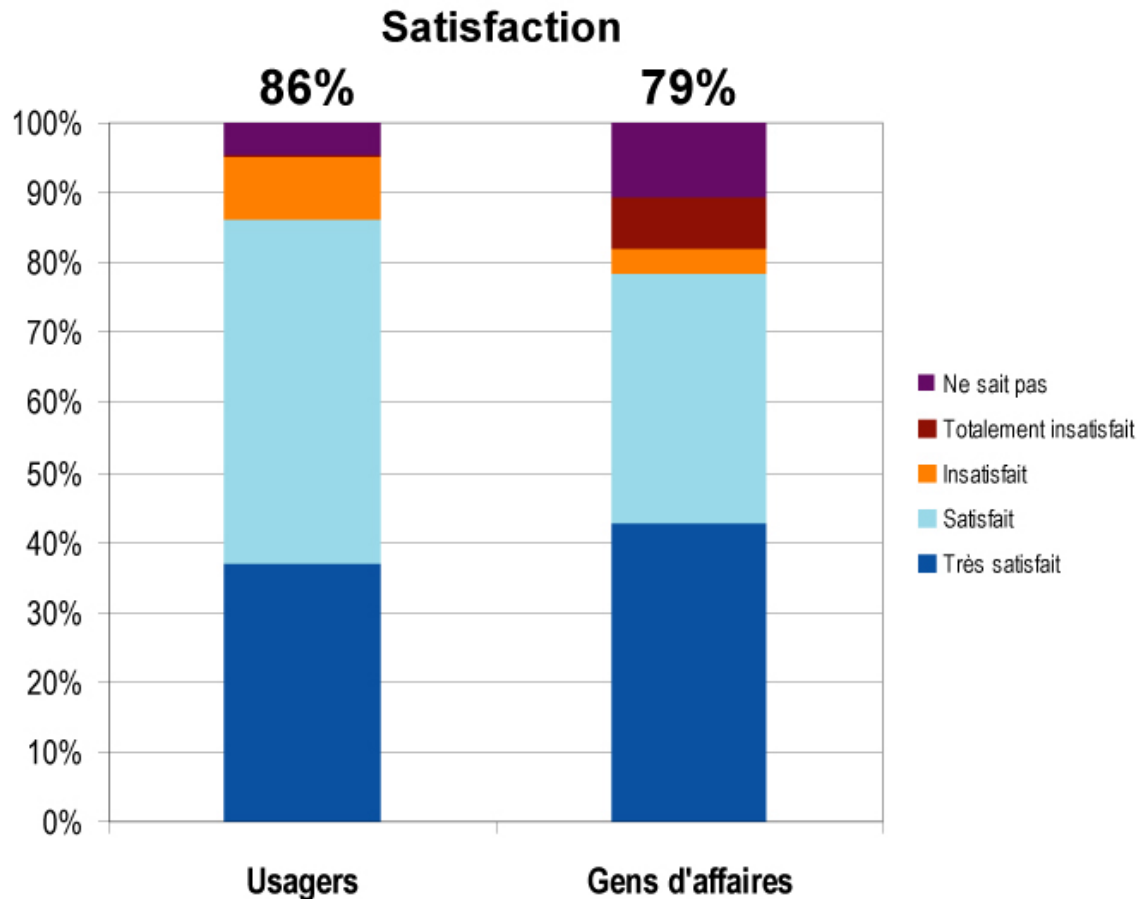
- Visiteurs: 90%
- Résidants de la région de Montréal: 83%

N= 203, réponse unique

79% des GENS D'AFFAIRES sont satisfaits de la qualité de l'animation sur la rue

- Avec terrasse: 89%
- Sans terrasse: 74%

N= 28, réponse unique



4. SATISFACTION ENVERS L'AMÉNAGEMENT DES TERRASSES SUR LA RUE

95% des USAGERS sont satisfaits de l'aménagement des terrasses

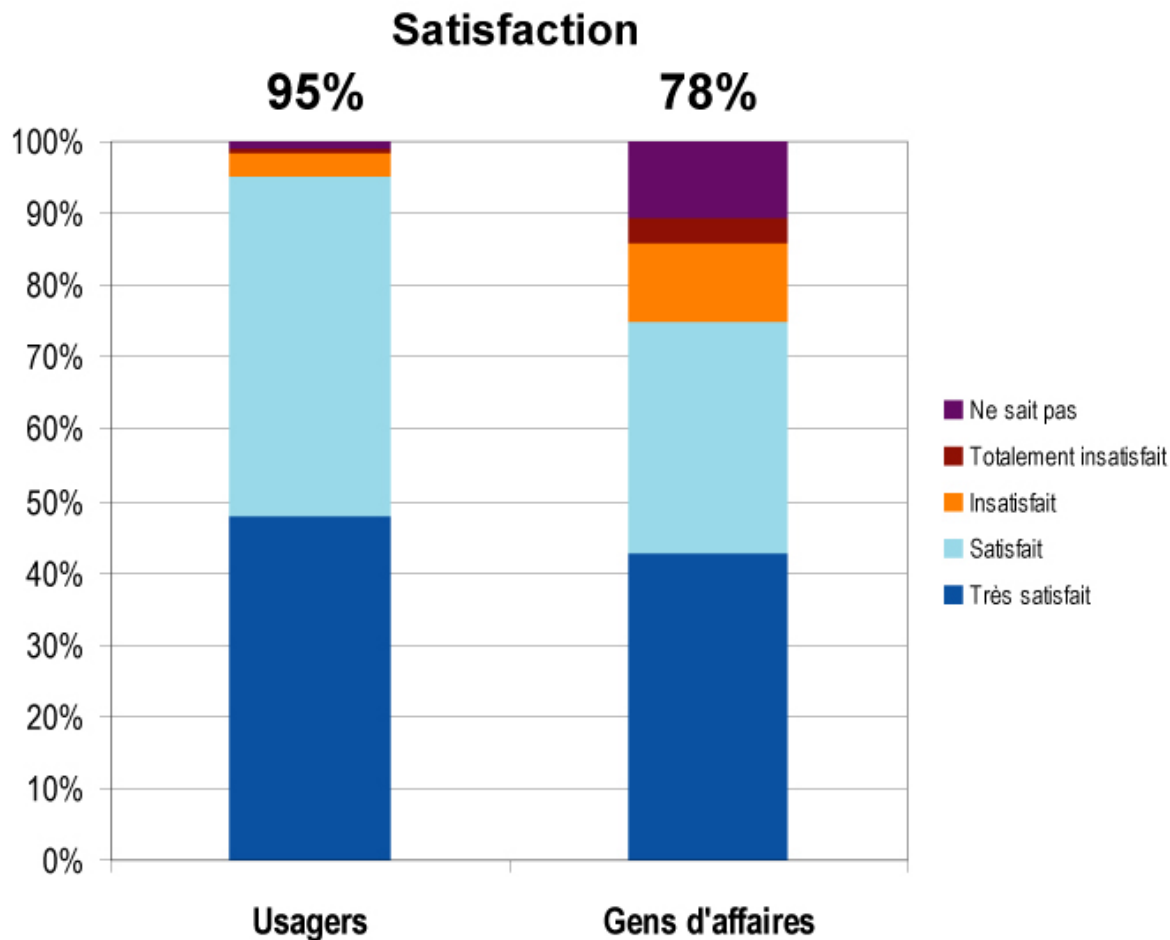
- Visiteurs: 98%
- Résidents de la région de Montréal: 93%

N= 203, réponse unique

78% des GENS D'AFFAIRES sont satisfaits de l'aménagement des terrasses

- Avec terrasse: 89%
- Sans terrasse: 72%

N= 28, réponse unique



4. SATISFACTION ENVERS LE NIVEAU SONORE GÉNÉRÉ PAR LES ACTIVITÉS SUR LA RUE

97% des USAGERS sont satisfaits du niveau sonore généré par les activités

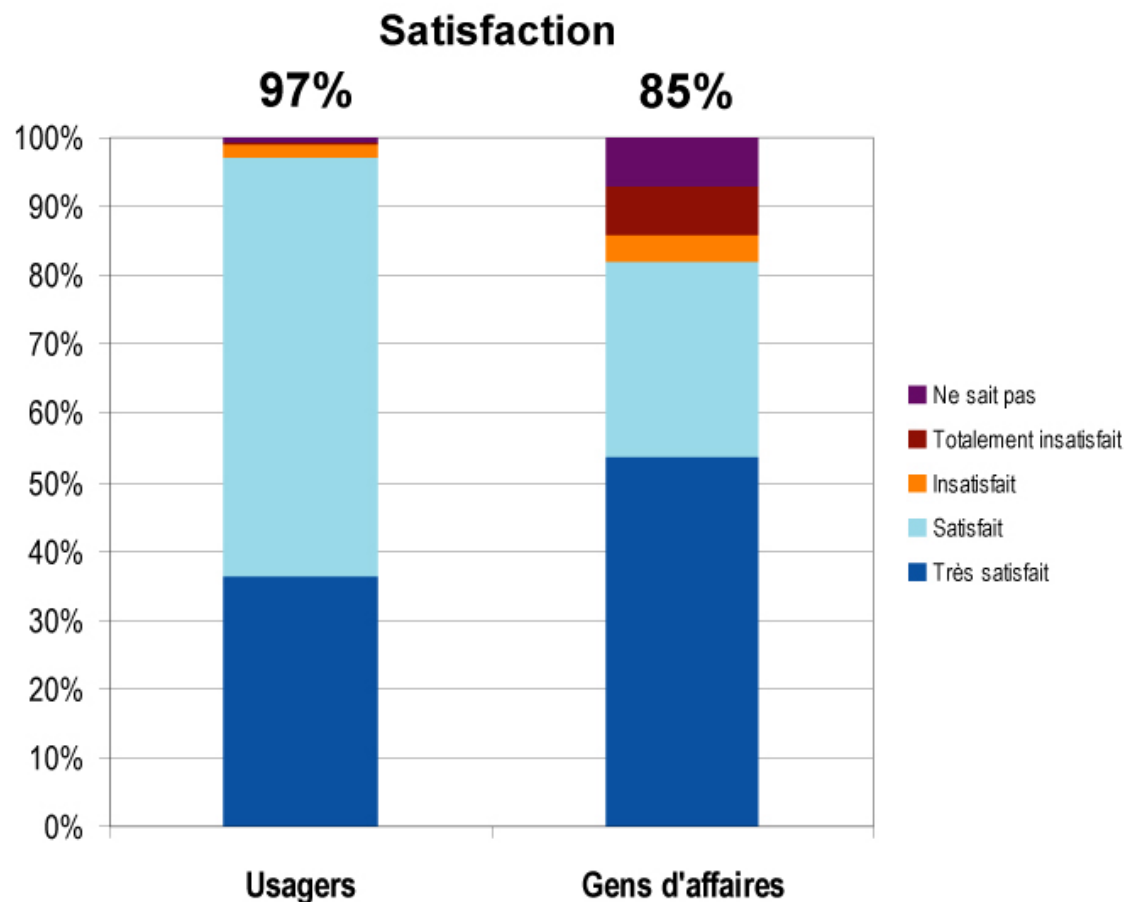
- Visiteurs: 100%
- Résidents de la région de Montréal: 94%

N= 203, réponse unique

85% des GENS D’AFFAIRES sont satisfaits du niveau sonore généré par les activités

- Avec terrasse: 89%
- Sans terrasse: 83%

N= 28, réponse unique



4. SATISFACTION ENVERS LA SIGNALISATION DE LA RUE PIÉTONNE

74% des USAGERS sont satisfaits de la signalisation de la rue piétonne

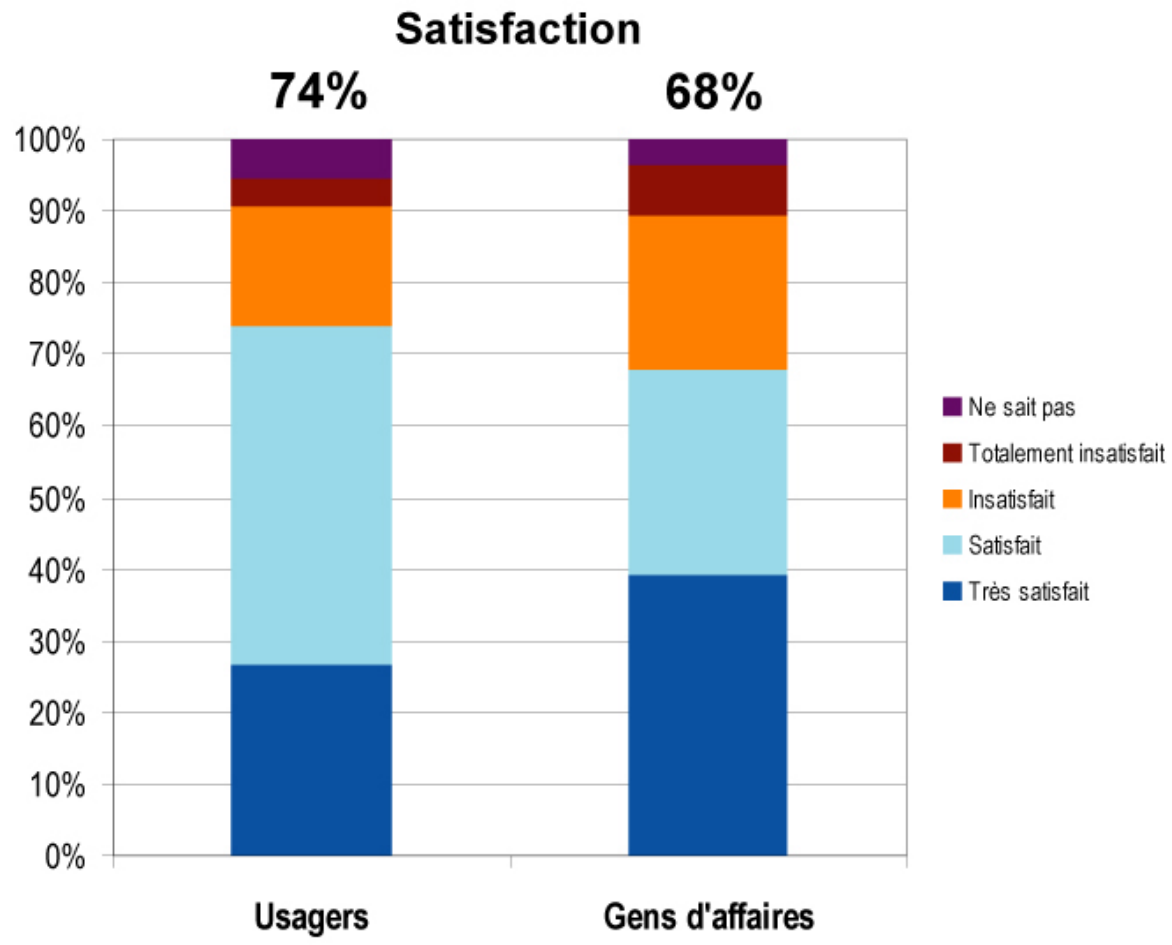
- Visiteurs: 80%
- Résidents de la région de Montréal: 69%

N= 203, réponse unique

68% des GENS D’AFFAIRES sont satisfaits de la signalisation de la rue piétonne

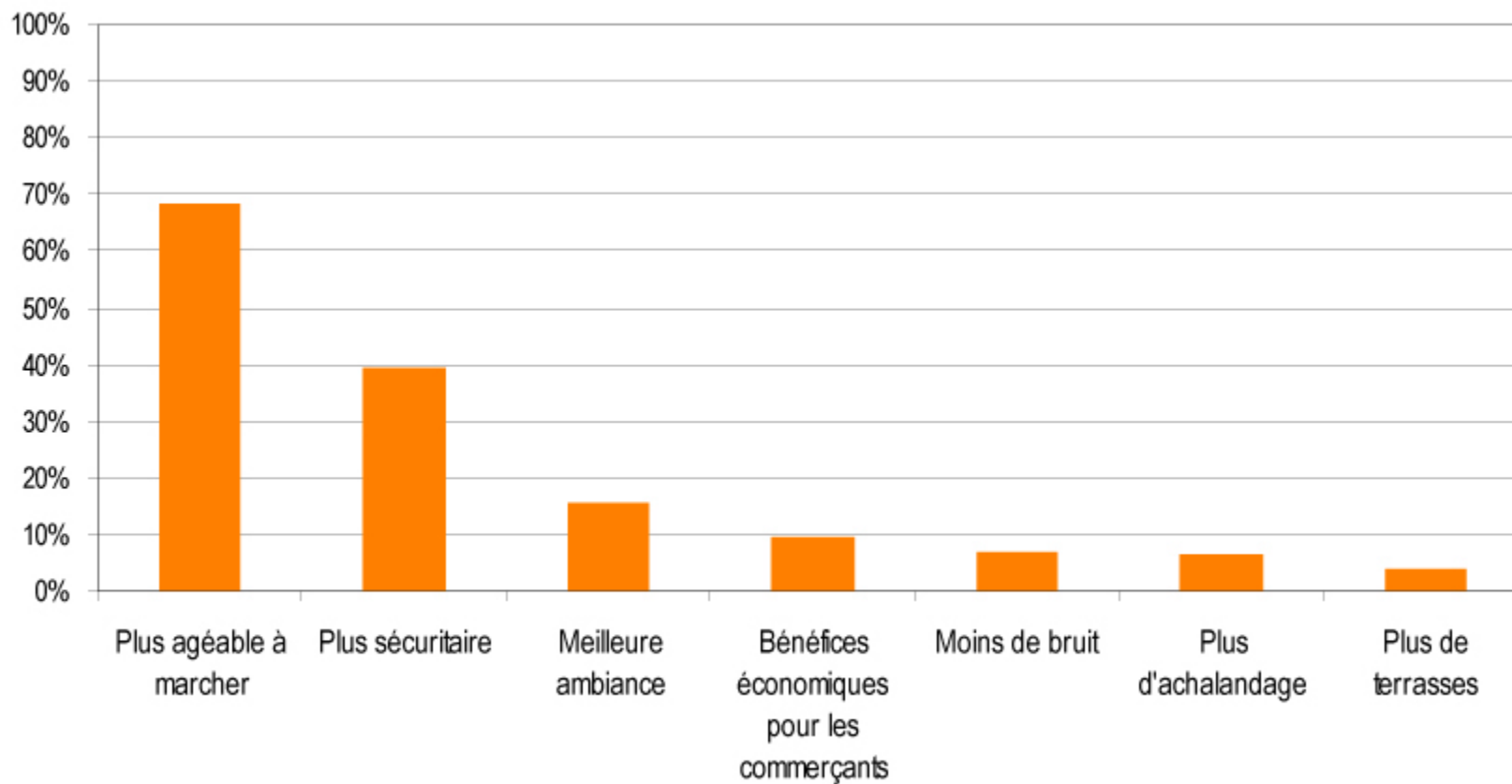
- Avec terrasse: 67%
- Sans terrasse: 68%

N= 28, réponse unique



4. LES PRINCIPAUX BÉNÉFICES DU PROJET

Selon les USAGERS



N= 203, réponses multiples

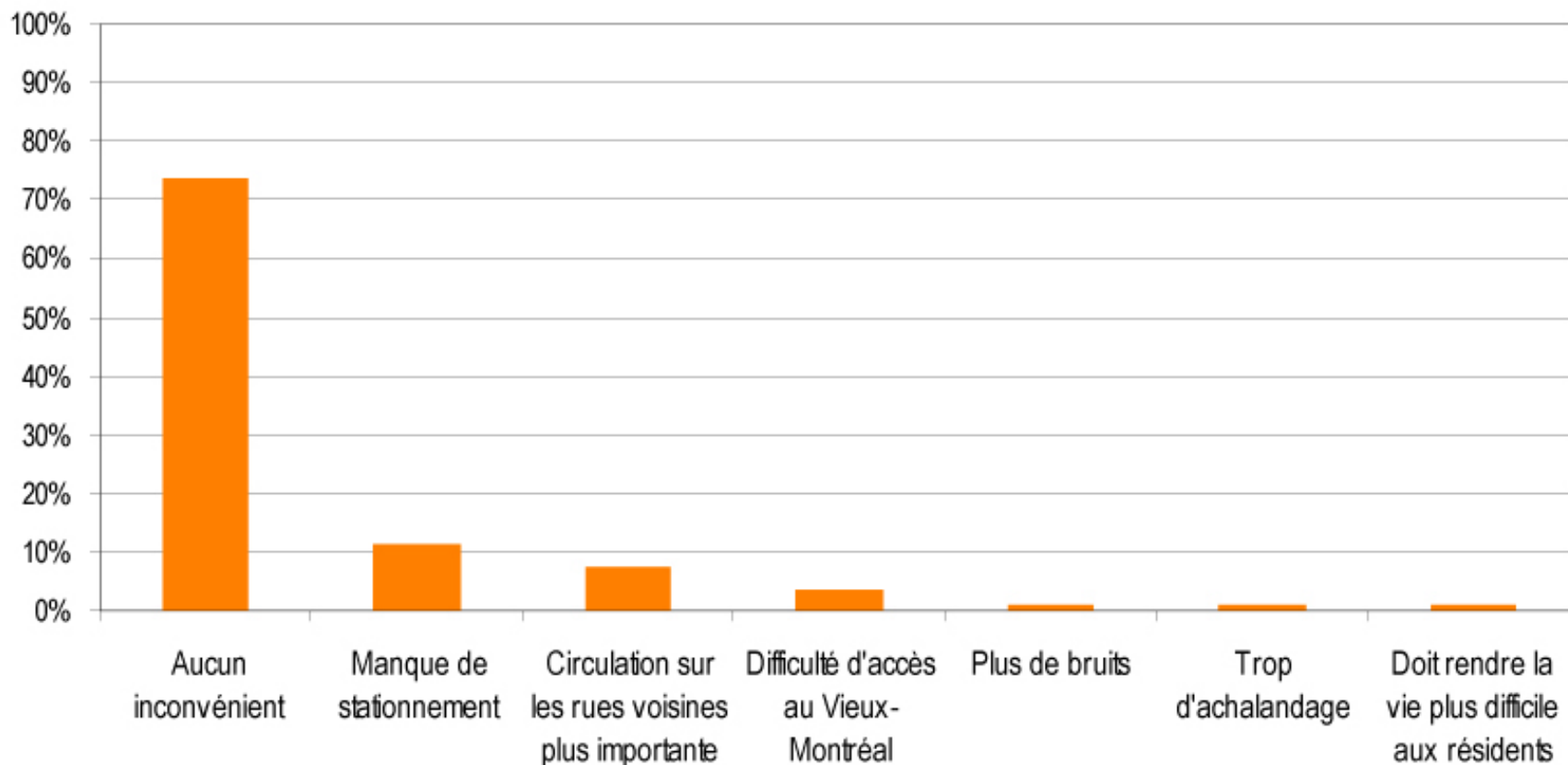
4. LES AUTRES BÉNÉFICES DU PROJET SELON LES USAGERS

Autres bénéfices identifiés par les USAGERS

- Moins de pollution, meilleure qualité de l'air
- Permet d'avoir accès à de belles vues du Vieux-Montréal
- Plus d'animation
- Plus facilement accessible
- Meilleure qualité de vie
- Plus attrayant pour les touristes
- Artère plus propre

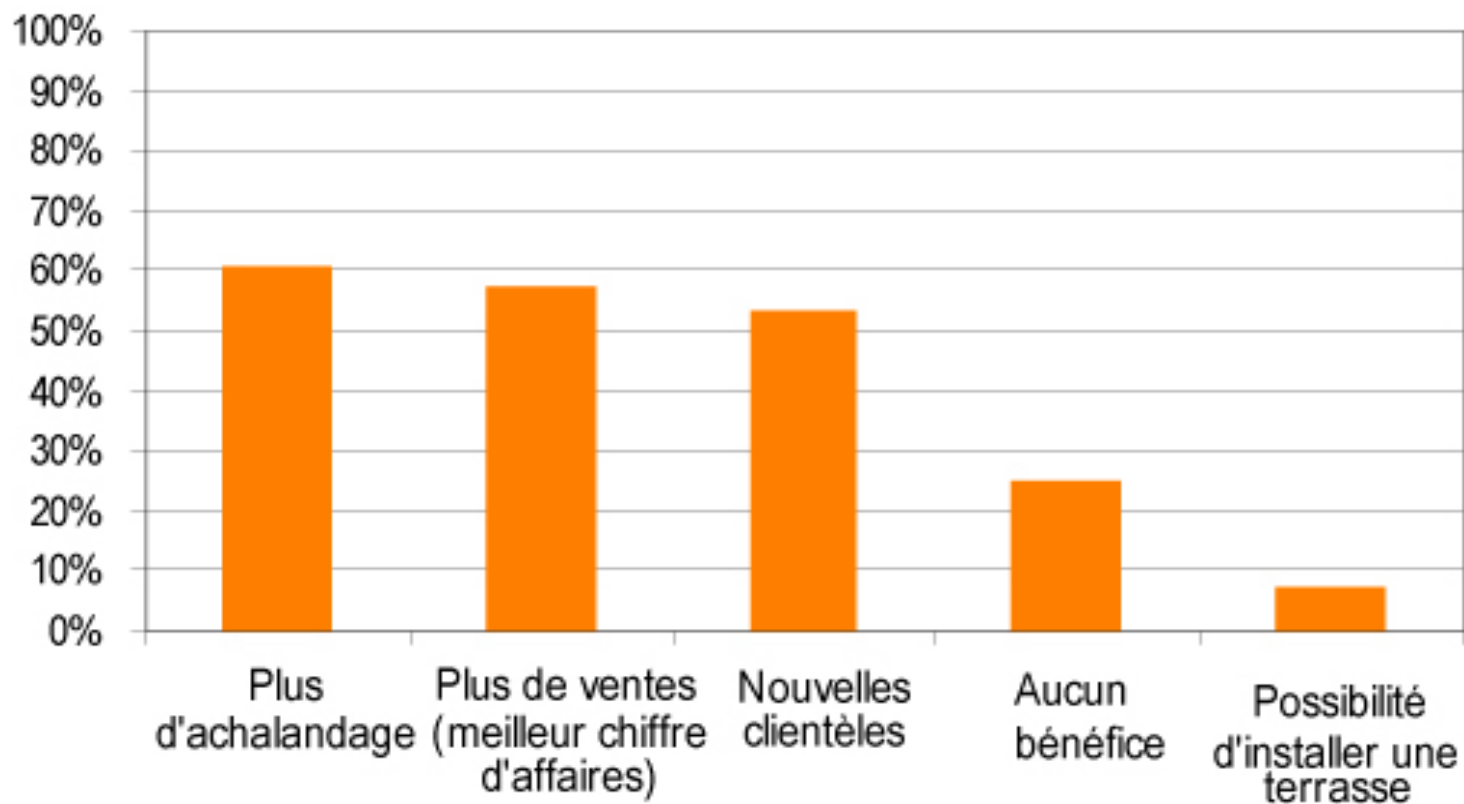
4. LES PRINCIPAUX INCONVÉNIENTS DU PROJET

Selon les USAGERS



4. LES PRINCIPAUX BÉNÉFICES DU PROJET

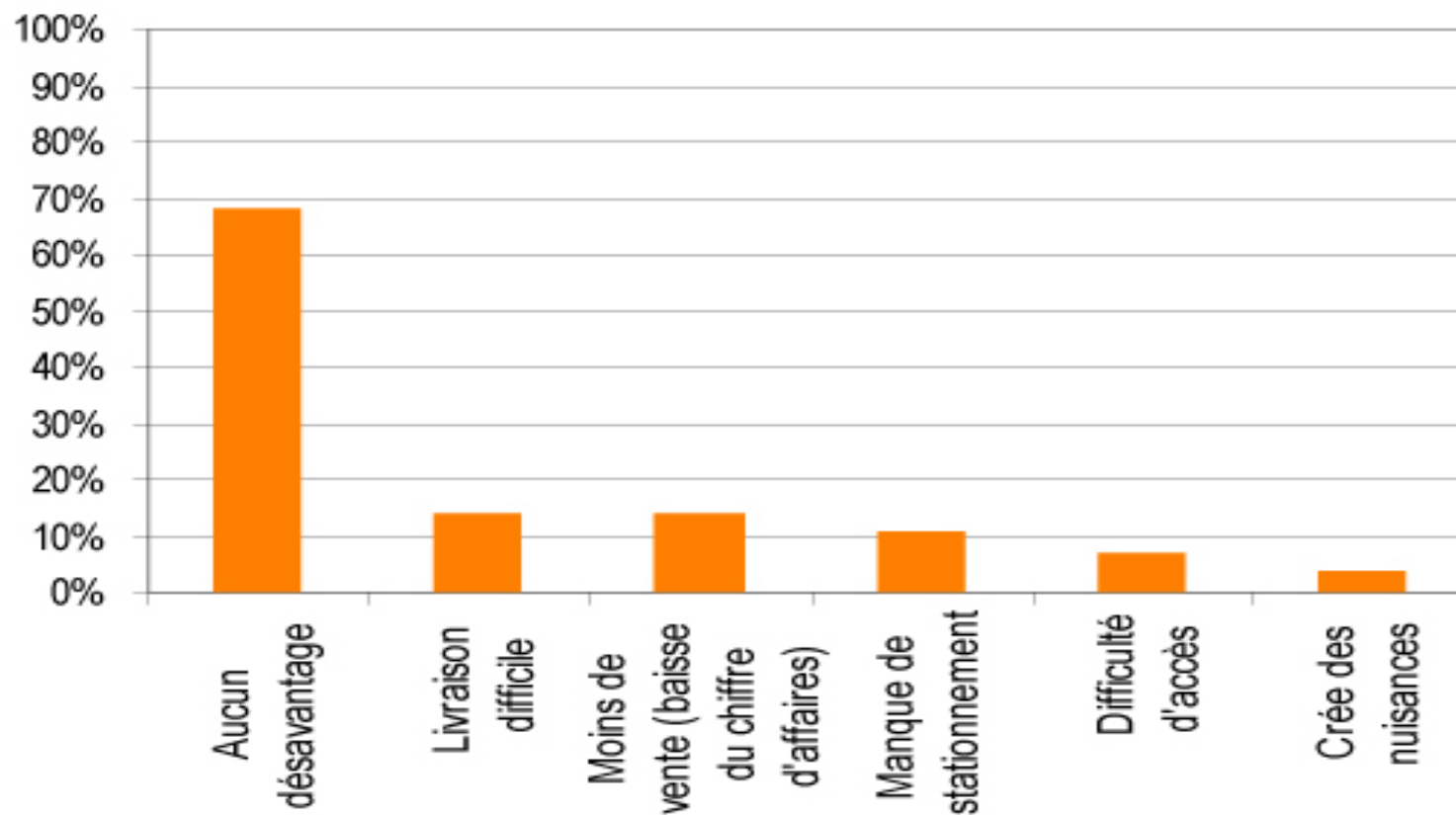
Selon les GENS D’AFFAIRES, à propos de leur place d’affaires



N= 28, réponses multiples

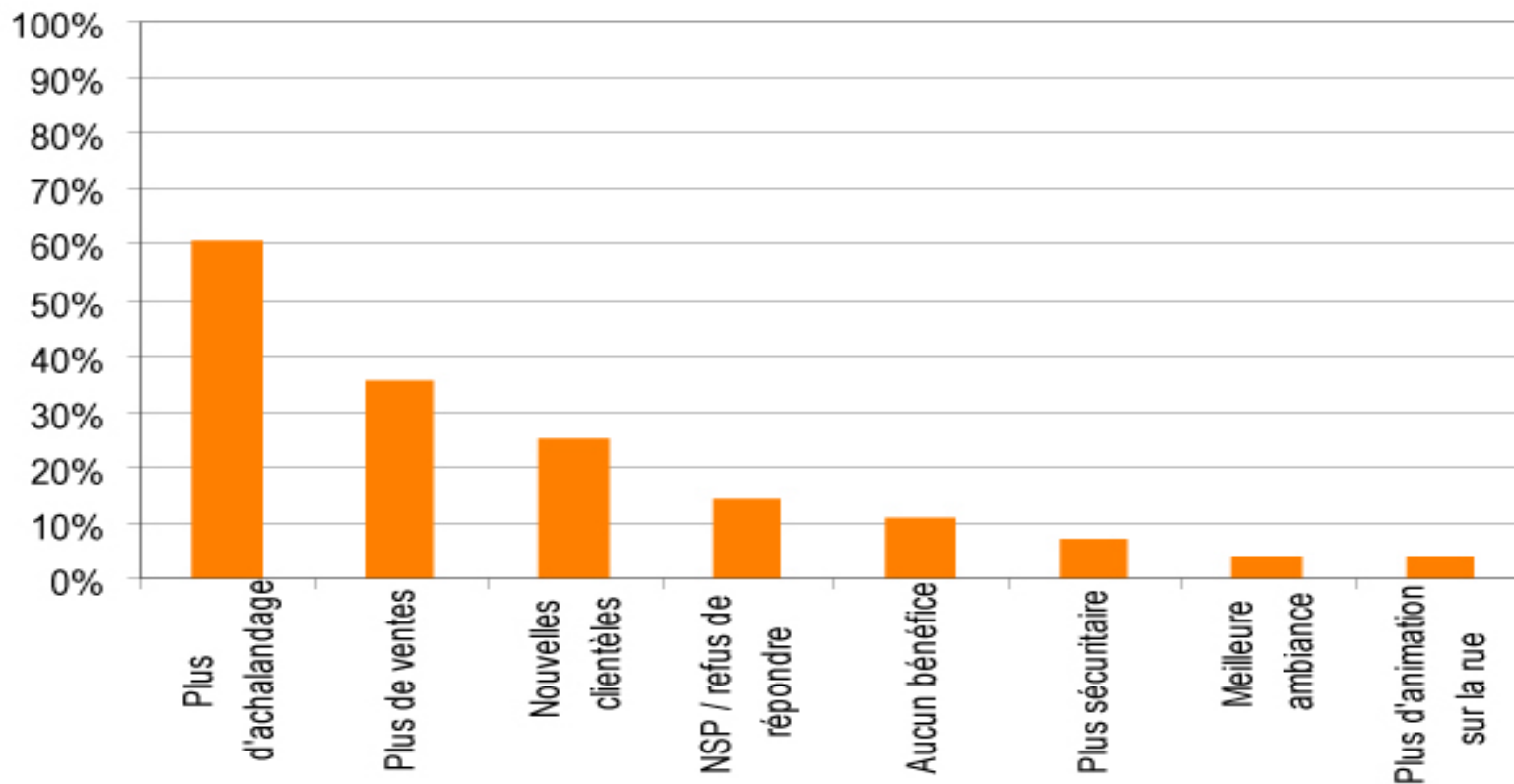
4. LES PRINCIPAUX INCONVÉNIENTS DU PROJET

Selon les GENS D’AFFAIRES, à propos de leur place d’affaires



4. LES PRINCIPAUX BÉNÉFICES DU PROJET POUR LES ACTIVITÉS COMMERCIALES DU VIEUX-MONTRÉAL EN GÉNÉRAL

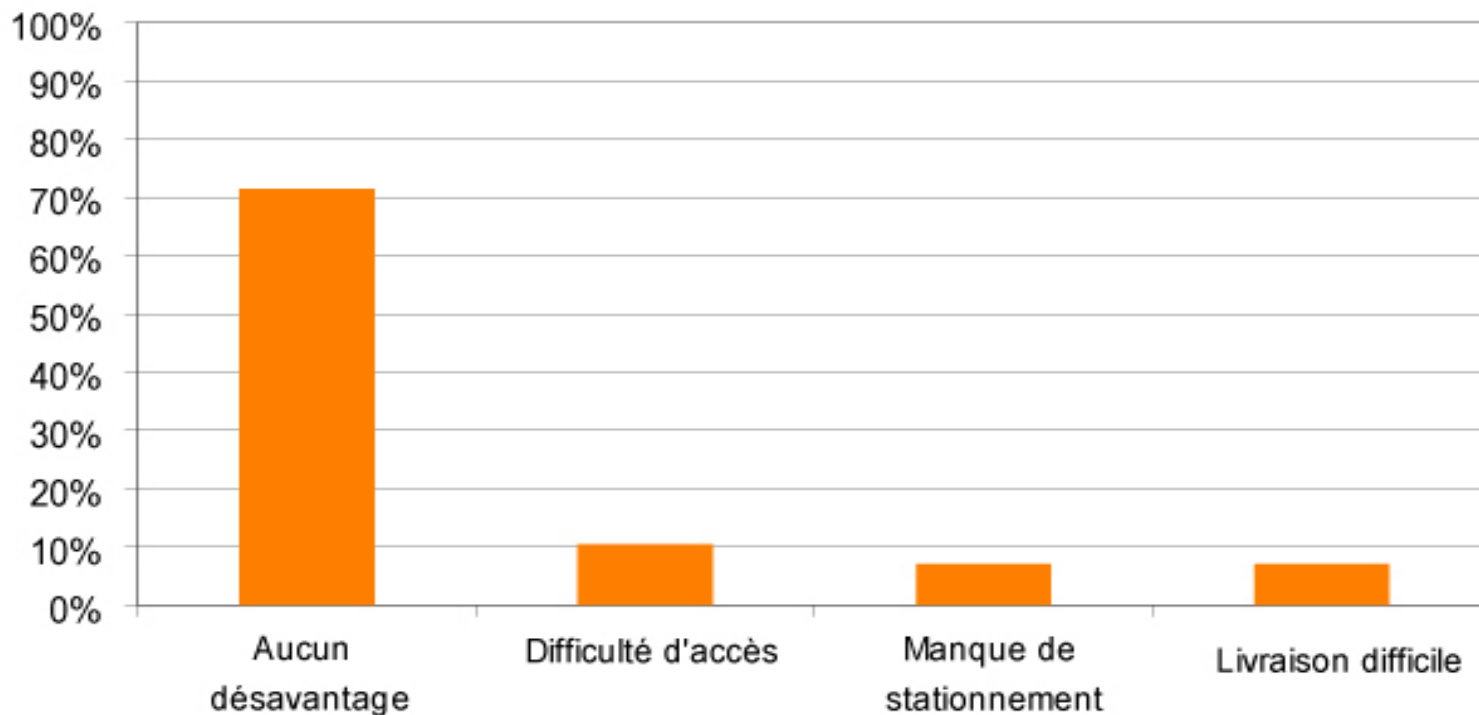
Selon les GENS D'AFFAIRES



N= 28, réponses multiples

4. LES PRINCIPAUX INCONVÉNIENTS DU PROJET POUR LES ACTIVITÉS COMMERCIALES DU VIEUX-MONTRÉAL EN GÉNÉRAL

Selon les GENS D’AFFAIRES



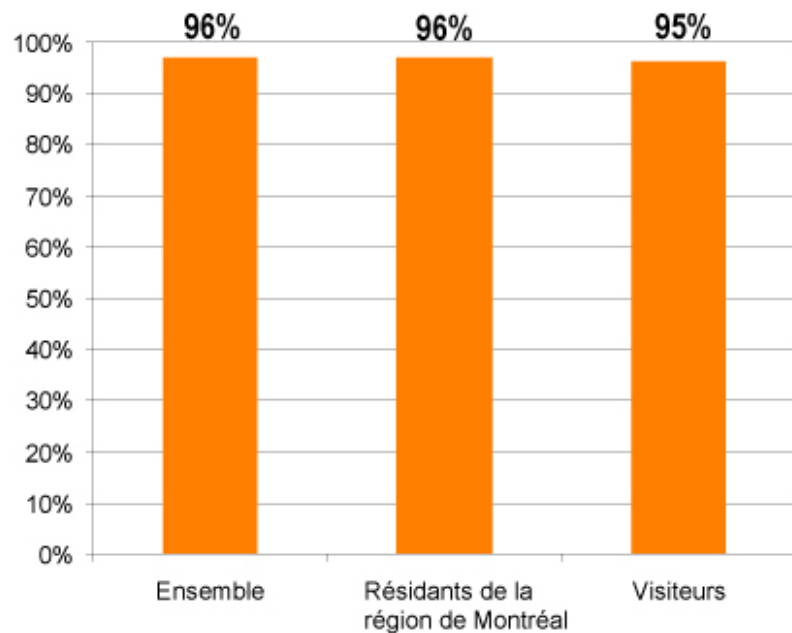


**5. PIÉTONNISER LA RUE
SAINT-PAUL EN 2010?**

5. PIÉTONNISER LA RUE SAINT-PAUL EN 2010?

Souhaiteriez-vous que la rue Saint-Paul soit rendue piétonne à nouveau l'année prochaine?

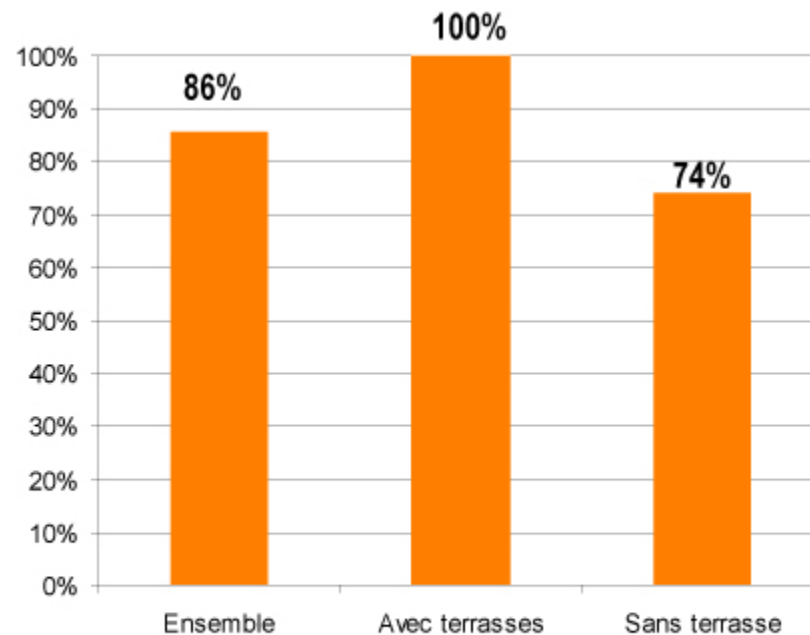
Taux de réponses positives, chez les USAGERS



Chez les usagers

N= 203, réponse unique

Taux de réponses positives, chez les GENS D’AFFAIRES



Chez les commerçants

N= 28, réponse unique

5. PIÉTONNISER LA RUE SAINT-PAUL EN 2010?

Les modifications proposées par les USAGERS

Modifications proposées	%
Agrandir le territoire piéton	23%
Aucune modification	18%
Fermer plus de jours	17%
Améliorer la qualité de l'animation	9%
Améliorer la signalisation	8%
Ajouter du mobilier, bancs, poubelles, toilettes, etc.	8%
Faire plus de publicité et de promotion	5%
Organiser davantage d'activités	5%
Ajouter de la décoration et de la verdure	4%
Mieux coordonner / diriger le trafic aux alentours	4%

5. PIÉTONNISER LA RUE SAINT-PAUL EN 2010?

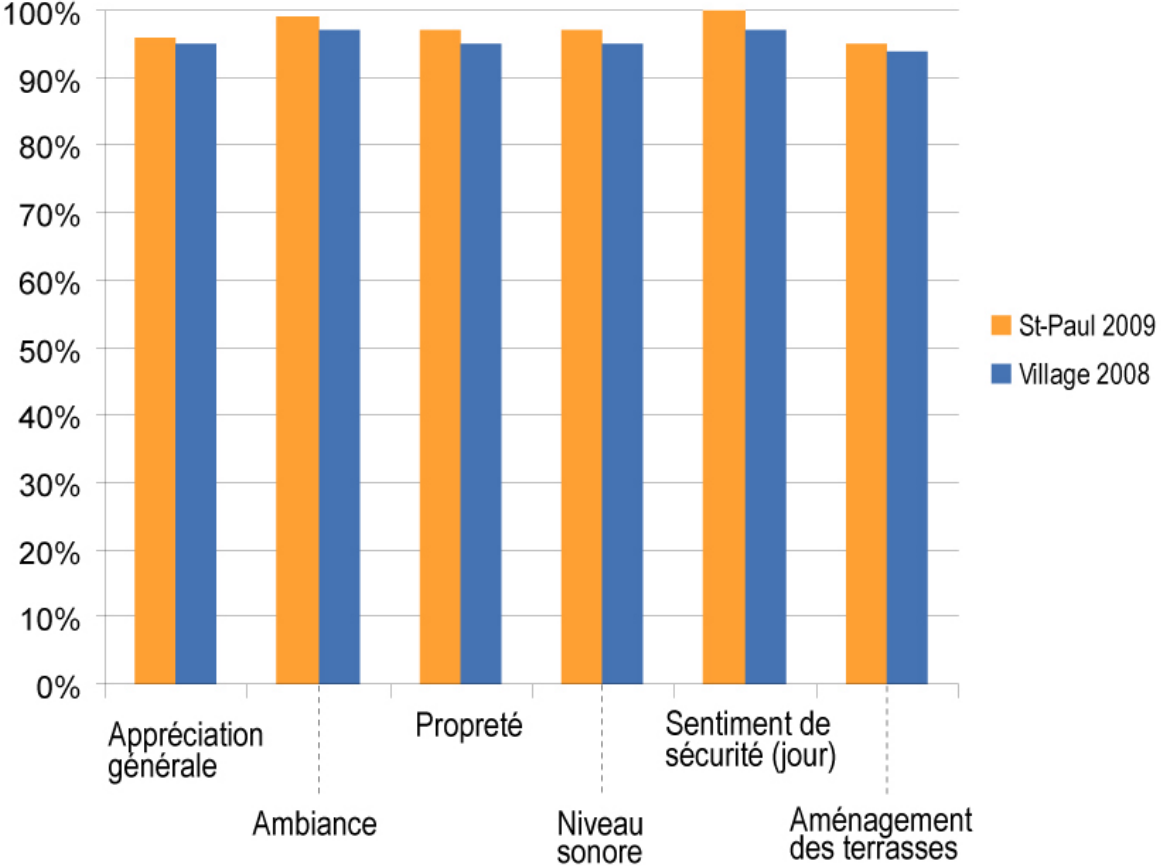
Les modifications proposées par les GENS D’AFFAIRES

Modifications proposées	%
Fermer la rue plus de jours consécutifs	50%
Ajouter plus de mobilier (bancs et poubelles)	36%
Agrandir le territoire à piétonniser	18%
Ajouter plus de décoration et de verdure	14%
Aucune modification n'est nécessaire	11%
Faire plus de publicité et de promotion	7%
Améliorer la qualité de l'animation	7%
Ouvrir la rue le soir / la nuit	4%
Fermer la rue les fins de semaines seulement	4%
Organiser davantage d'activités	4%
Mieux coordonner / diriger le trafic aux alentours	4%

**6. DONNÉES
COMPARATIVES AVEC LE
VILLAGE 2008**

6. COMPARAISON DES FAITS SAILLANTS DE 2 EXPÉRIENCES DE PIÉTONISATION : VILLAGE 2008 (N=201) ET SAINT-PAUL 2009 (N = 203)

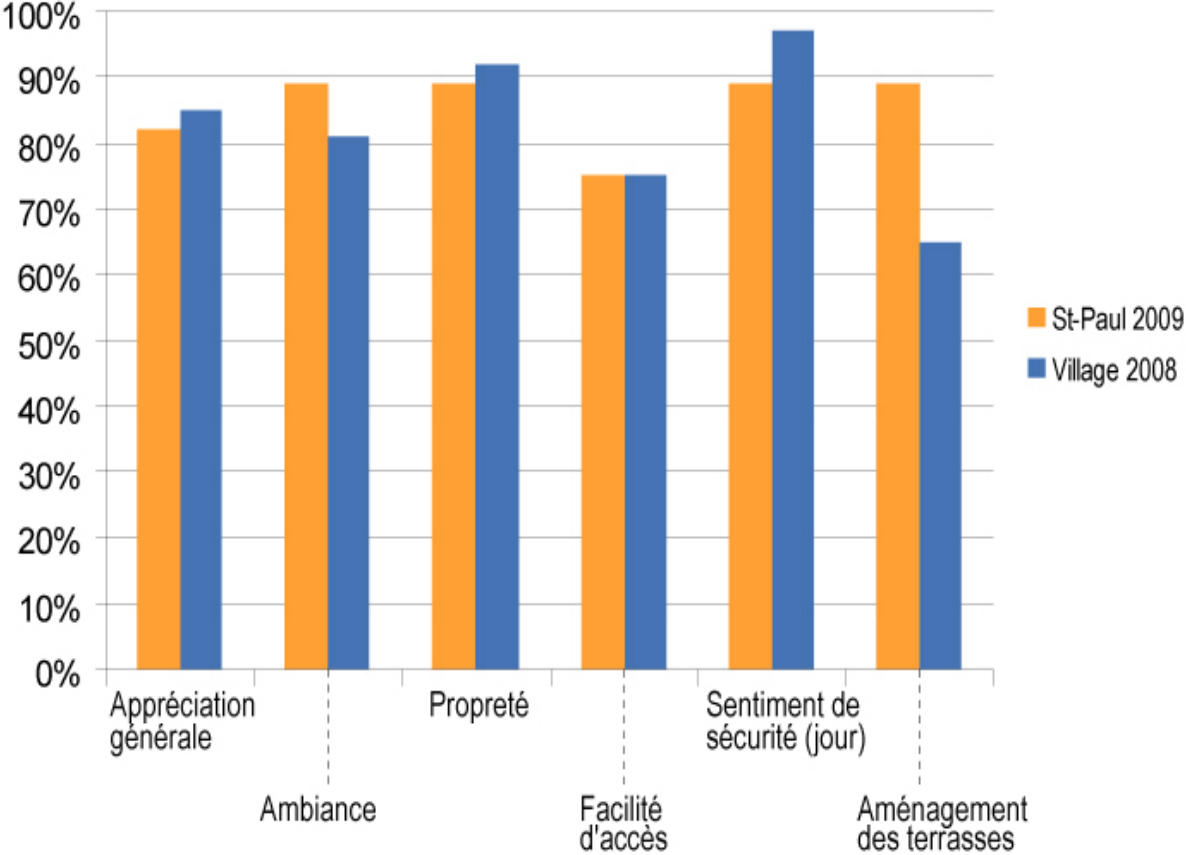
Taux de satisfaction des USAGERS



Aucune différence significative entre l'appréciation des usagers du Village et de la rue Saint-Paul

6. COMPARAISON DES FAITS SAILLANTS DE 2 EXPÉRIENCES DE PIÉTONISATION : VILLAGE 2008 (N = 48) ET SAINT-PAUL 2009 (N = 28)

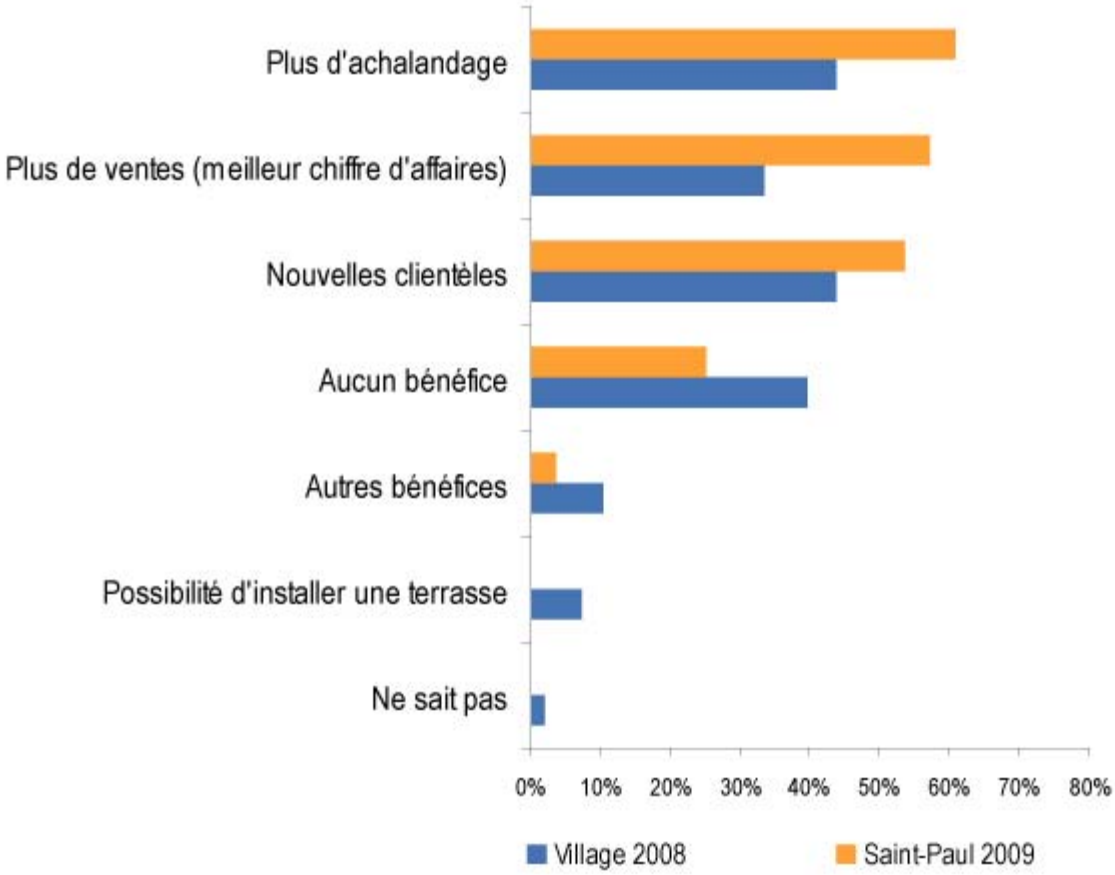
Taux de satisfaction des GENS D’AFFAIRES



Aucune différence significative: l'appréciation des terrasses et de l'ambiance est même supérieure chez les gens d'affaires du Vieux-Montréal

6. COMPARAISON DES FAITS SAILLANTS DE 2 EXPÉRIENCES DE PIÉTONISATION : VILLAGE 2008 (N = 48) ET SAINT-PAUL 2009 (N = 28)

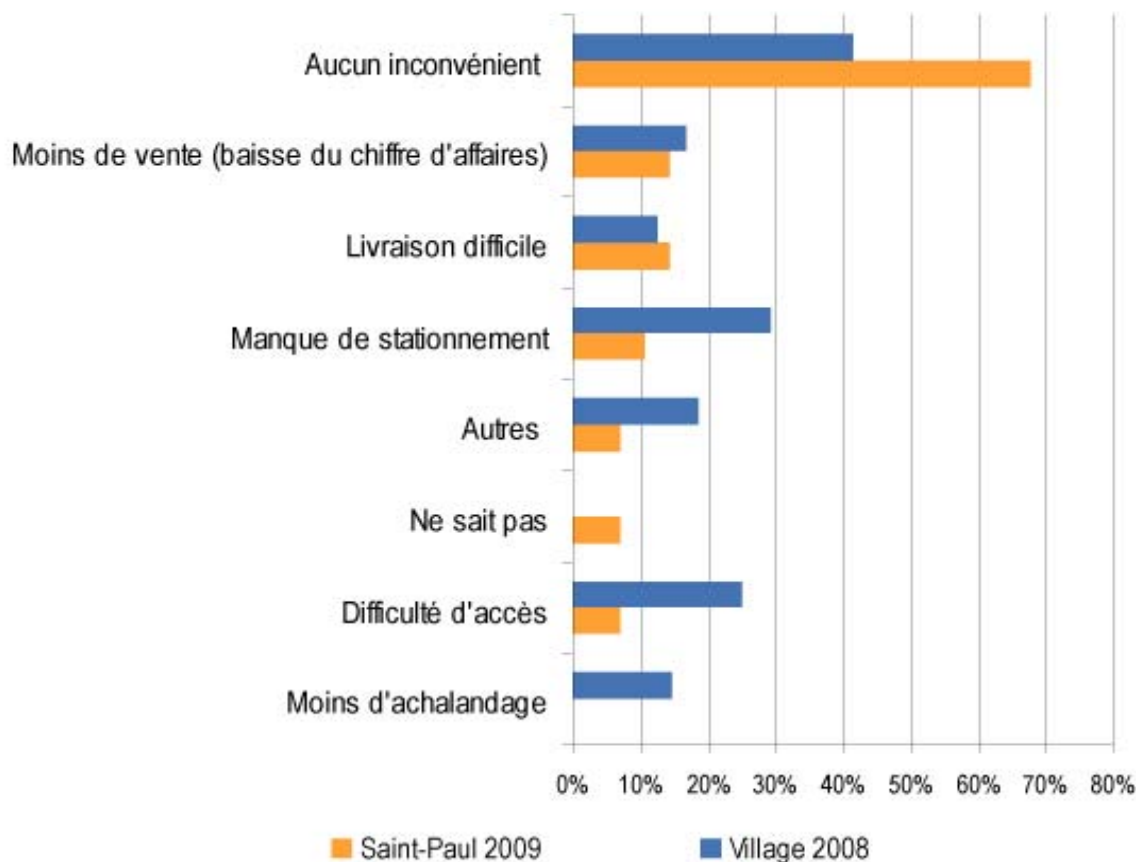
Les principaux bénéfices pour les GENS D’AFFAIRES



Les principaux bénéfices identifiés sont semblables, mais évalués de manière plus significative par les commerçants de la rue Saint-Paul

6. COMPARAISON DES FAITS SAILLANTS DE 2 EXPÉRIENCES DE PIÉTONISATION : VILLAGE 2008 (N = 48) ET SAINT-PAUL 2009 (N = 28)

Les principaux inconvénients pour les GENS D’AFFAIRES



Les gens d'affaires de la rue Saint-Paul ont, de façon générale, perçu moins d'inconvénients que les gens d'affaires du Village.

6. COMPARAISON DES FAITS SAILLANTS DE 2 EXPÉRIENCES DE PIÉTONISATION : VILLAGE 2008 (N = 48) ET SAINT-PAUL 2009 (N = 28)

Souhaiteriez-vous que votre la rue soit à nouveau rendue piétonne l'an prochain?

