



Arrondissement de
Beauport



Harmonisation sur l'urbanisme Projet de règlement Ville de Québec

CAA-Québec, organisme sans but lucratif regroupant 950 000 membres automobilistes au Québec, se trouve bien placé pour savoir à quel point le prix de l'essence est une préoccupation constante. Uniquement sur le territoire de la ville de Québec, il compte plus de 92 000 membres. CAA-Québec désire porter à l'attention de la Ville de Québec les commentaires suivants quant à son projet de nouvelle réglementation sur l'affichage. Il appert en effet que, dans sa forme actuelle, ce projet aura un impact certain sur l'affichage des prix de l'essence.

Objet de l'intervention

Un constat s'impose : la Ville a l'intention d'interdire l'affichage au moyen de pylônes alors qu'un nombre important, voire une majorité, de stations-service y ont actuellement recours pour afficher le prix de l'essence. CAA-Québec demande donc à la Ville de Québec d'intégrer dans son projet de réglementation sur l'affichage une solution pour que les consommateurs automobilistes puissent continuer à observer le prix de l'essence à même un affichage très visible depuis leur véhicule.

Argumentaire

➤ **L'essence : un dossier extrêmement délicat**

On ne peut plus penser que les consommateurs se procurent toujours leur carburant au même endroit par habitude. Au contraire, en dépit du fait que les prix finissent souvent par être à peu près les mêmes, les consommateurs démontrent toujours une très grande sensibilité quant à tout mouvement, si minime soit-il, et sont prêts à se déplacer même pour un demi-cent de différence entre deux concurrents.

« Les détaillants affichent habituellement leurs prix sur de grands panneaux près des voies de circulation. Comme elles savent que la majorité des consommatrices et des consommateurs sont très sensibles aux prix, les stations-service s'efforcent souvent d'égaliser ou de battre les prix affichés par leurs concurrents. »

[Citation tirée du site Internet du Bureau de la concurrence](#)

« Nous évoluons à l'intérieur d'un marché très concurrentiel où, très souvent, pour aussi peu que quelques dixièmes de cents le litre, les consommateurs sont prêts à parcourir deux kilomètres de plus pour

faire le plein d'essence et ainsi bénéficier d'un prix inférieur. [...] Nos prix sont clairement affichés sur des enseignes de rues, à la vue de tous. De telle sorte que, le consommateur n'a pas à stationner son véhicule et à entrer à l'intérieur du commerce pour vérifier les prix. »
Citations tirées du mémoire d'Ultramar Ltée présenté à la Commission de l'économie et du travail dans le cadre de l'étude du Projet de loi n° 41 portant sur la transparence des prix de l'essence et du diesel

➤ **Pas une question de produit mais de prix**

Par ailleurs, ce n'est pas une question de choix de produit, mais bien de prix. Car règle générale, l'automobiliste n'a pas à être fidèle à une marque en particulier afin d'assurer à son véhicule un fonctionnement adéquat. En effet, la marque du carburant n'a pas d'influence sur le bon fonctionnement du moteur d'un véhicule automobile.

« Beaucoup d'automobilistes se basent uniquement sur le prix pour choisir leur marque d'essence, estimant que les autres différences entre les marques, s'il y en a, sont minimales. »

[Citation tirée du site Internet du Bureau de la concurrence](#)

➤ **Seul moyen de connaître rapidement et sûrement le meilleur prix**

L'affichage bien visible depuis la route est la seule façon pour les consommateurs de savoir quand une station-service a décidé de baisser ses prix ou qu'une hausse s'amorce dans la ville.

Voici un exemple récent : le prix de l'essence était à la hausse à Québec le mercredi 14 mai 2008. Alors que plusieurs stations-service affichaient un nouveau prix de 139,4 cents/litre, d'autres affichaient toujours un prix de 131,4 cents/litre. Les différents médias de la région faisaient état de cette importante hausse et encourageaient les automobilistes à aller faire le plein chez les essenceries qui n'avaient pas encore haussé leur prix. Une différence de huit cents/litre n'est pas négligeable sur un plein d'essence. La façon pour les automobilistes de repérer les stations-service qui leur en offraient le plus pour leur argent a été bien entendu l'affichage sur les grandes enseignes.

➤ **Le prix affiché : incitatif à la concurrence et outil de surveillance publique**

L'affichage tel que conçu actuellement constitue un incitatif direct à la concurrence, tout le marché ayant pris l'habitude de « s'observer » de cette façon. Par ailleurs, comme il n'y a aucune obligation pour l'industrie d'afficher ses prix de la sorte, il n'y a aucune garantie que celle-ci continuera de le faire ou le fera de façon efficace. Une simple indication sur le dessus des pompes n'aura pas la visibilité des pylônes actuels. On ne peut demander aux automobilistes de circuler avec leur véhicule devant les pompes pour vérifier les prix.

L'affichage actuel constitue par ailleurs une excellente forme de surveillance publique de prix, dans un contexte où les outils à cet effet sont à peu près inexistant.

« La vente au détail des carburants est déjà sous surveillance publique rigoureuse. Les carburants sont en effet parmi les seuls produits dont les prix sont affichés sur de grands panneaux pour que les clients puissent comparer les prix jusqu'au dixième de cent, tout en circulant à 60 kilomètres à l'heure. »

Citation tirée du mémoire des Produits Shell Canada présenté à la Commission de l'économie et du travail dans le cadre de l'étude du Projet de loi n° 41 portant sur la transparence des prix de l'essence et du diesel

➤ **Info Essence de CAA-Québec : un outil d'aide à la gestion du réservoir d'essence des automobilistes**

Fonctionnement

Puisque le prix de l'essence fluctue constamment, CAA-Québec lançait en novembre 2006 son microsite Info Essence, afin d'aider les automobilistes du Québec à juger des prix de l'essence ordinaire affichés dans leur région administrative. Avec l'aide de cet outil unique, les automobilistes d'une région peuvent comparer les prix affichés à la pompe dans leur région administrative avec le prix réaliste calculé par CAA-Québec pour chacune des 17 régions administratives que compte le Québec. Si le prix affiché à la pompe est supérieur au prix réaliste calculé par CAA-Québec, les automobilistes sont invités à limiter leurs achats d'essence. Par contre, si le prix affiché à la pompe s'avère inférieur au prix réaliste, les automobilistes sont invités à aller faire le plein, car une telle situation ne risque pas de perdurer. Le prix réaliste varie constamment et CAA-Québec propose son prix réaliste quotidiennement.

Fréquentation du microsite

Depuis son lancement, à la mi-novembre 2006, et jusqu'en avril 2008, 250 355 consultations ont été effectuées pour la région de la Capitale-Nationale uniquement!

Reconnaissance

Cet outil est reconnu à la fois par les automobilistes, par nos élus provinciaux et même... par l'industrie. Par ailleurs, plusieurs automobilistes aimeraient voir CAA-Québec élaborer un tel outil pour le carburant diesel. Une des raisons pour lesquelles l'organisme ne peut y donner suite est entre autres l'affichage limité du prix du carburant diesel sur de grandes enseignes, comparativement à ce qu'on retrouve pour l'essence ordinaire. Les consommateurs ne pourraient donc pas facilement comparer un prix réaliste pour le diesel avec le prix de ce carburant.

Stimuler la concurrence

Depuis le début des années 2000, la concurrence est très fragile dans la région de Québec en matière de prix de l'essence. En effet, en dépit des variétés de bannières de stations-service, les prix sont souvent plus élevés qu'ailleurs dans la province. On ne voit que peu de variations à la pompe, alors que les composantes du prix de l'essence varient quotidiennement. Les fluctuations qui prévalaient à Québec avant 2001 – et qui ont toujours cours à Montréal – ont disparu. CAA-Québec croit que l'abolition de l'affichage des prix de l'essence sur grandes enseignes dans le territoire de la ville de Québec viendrait fragiliser encore plus une concurrence qui est déjà faible. Pour le bien des consommateurs de la région, CAA-Québec espère qu'une saine concurrence sera rétablie entre les différents détaillants d'essence, et ce, très prochainement. À cet effet, l'outil Info Essence a notamment pour but de stimuler la concurrence. Nous vous invitons à consulter les deux communiqués de presse suivants :

[Bilan 2007 du prix de l'essence : disparités injustifiées à la pompe, résumé CAA-Québec](#)

[Prix de l'essence : une stabilité trompeuse, estime CAA-Québec](#)

Compromis?

Si la Ville de Québec désire réglementer l'affichage des prix de l'essence pour des raisons d'esthétique, elle pourrait s'inspirer de certains modèles de stations-service (tels qu'on en retrouve par exemple sur le boulevard Lebourgneuf) où les entreprises ont réduit la hauteur des enseignes comportant le prix de l'essence. Au lieu de se trouver sur des pylônes, le prix se trouve davantage à la hauteur des yeux des automobilistes. De plus, on peut intégrer ces enseignes à des aménagements paysagers.

Conclusion

CAA-Québec comprend bien sûr qu'il y a sûrement lieu de revoir les normes et de mieux aménager l'affichage actuel. Il y a en effet place à l'amélioration. Cependant, considérer de la même façon tous les affichages actuels sans se questionner sur ceux dont l'utilité peut être tout autre que purement promotionnelle est peut-être ramener le balancier un peu trop loin.

Que ce soit pour profiter de prix plus bas, ou encore pour pouvoir être en mesure de déterminer quand il est profitable de faire le plein du réservoir, les consommateurs citoyens de Québec se verront pénalisés par rapport à ceux des autres régions du Québec s'ils n'ont plus accès à un affichage visible.

Si on considère la situation actuelle où le prix de l'essence atteint des sommets, il est d'autant plus légitime pour l'automobiliste de magasiner pour se procurer son carburant. Pour effectuer cette recherche du meilleur prix de façon efficace, il est impératif que le prix de l'essence soit affiché de manière bien évidente sur le terrain des stations-service.

CAA-Québec
30 mai 2008

Le 30 mai 2008

Monsieur Dominic Gariépy
Directeur – Gestion du territoire
Arrondissement Beauport
VILLE DE QUÉBEC
10, rue Hugues-Pommier
Québec (Québec) G1E 4T9

Objet : Magasin Canadian Tire – 705, boulevard Clemenceau
Requêtes dans le cadre de la refonte réglementaire de la Ville de Québec
Projet : 28180

Monsieur,

À titre de mandataire de l'entreprise *Immobilière Canadian Tire Limitée*, nous désirons déposer une requête dans le cadre du processus d'harmonisation de la réglementation d'urbanisme prévue dans l'arrondissement Beauport.

À la suite de l'analyse de la réglementation prévue à cet endroit, nous sommes d'avis que les nouvelles dispositions applicables à la zone 55100Cd n'encadrent pas complètement le projet existant de notre client. De plus, certaines dispositions spécifiques à cette zone limitent considérablement le potentiel de développement du terrain. En ce sens, voici les éléments que nous souhaitons voir ajustés dans la version du règlement à être adopté :

1. Pourcentage d'aire verte :

Les dispositions applicables à la zone 55100Cd prévoient un pourcentage d'aire verte minimum de 5 %. Ce pourcentage devrait être abaissé afin d'être représentatif de la situation actuelle et de ne pas rendre dérogatoire le site de notre client. Nous sommes d'avis qu'un pourcentage réduit d'aire verte peut être suffisant si ces aménagements paysagers sont de qualité. Notre client a d'ailleurs démontré par le passé son souci de voir à construire des sites à l'image des produits vendus sur place par l'utilisation de plantation qui dépasse souvent les standards prévus par la réglementation.

...2

Monsieur Dominic Gariépy
Le 30 mai 2008
Page 2

Nous vous remercions à l'avance pour votre collaboration dans ce dossier. N'hésitez pas à nous contacter pour toute question relative aux présentes.

Nous vous prions, Monsieur, de bien vouloir accepter l'expression de nos sentiments les meilleurs.



Marc-Antoine Vallée
Chargé de projets

/ml

c.c. M. Charles Thériault – *Immobilière Canadian Tire Limitée*
M. Yves Perron – *Daniel Arbour et Associés (DAA) Inc.*

DISTRIBUTION AFFICHE-TOUT

2700, rue Jean-Perrin #100-A

Québec, Québec G2C 1S9

Tél : 843-8273, Téléc. : 843-3224

Courriel : affiche-tout@affiche-tout.com

Québec, le 29 mai 2008

SERVICES DES COMMUNICATIONS

Harmonisation urbanisme (pour tous les arrondissements)

2, rue des Jardins

Québec, Québec G1R 4S9

Courriel : consultations@ville.quebec.qc.ca

A qui de droit,

Nous entreprise œuvre dans le domaine de l'affichage depuis maintenant 25 ans. Nous affichons les événements culturels et artistiques de la Ville de Québec. Notre réseau s'étend des Colonnes Morris, des palissades de constructions à un réseau de commerces.

Les organismes qui font affaires avec nous ne sont pas très en moyen, pour plusieurs ils sont subventionnés par la Ville, d'autres pas et l'affichage demeure un moyen de faire voir leurs événements avec des budgets plus que raisonnables. Dans toutes les grandes villes ce genre d'affichage existe et est très couru par la clientèle culturelle.

Notre entreprise emploi une dizaine de personnes à temps plein et ce, à l'année.

Espérant que notre demande sera prise en considération, soit que l'affichage sur les palissades demeure permis car beaucoup de gens en dépendent.

Hélène Bilodeau et Roger Dugas

Propriétaires

Distribution Affiche-Tout

843-8273



L'affichage extérieur, vu des citoyens

Consultation publique

Harmonisation de la réglementation sur l'urbanisme

Ville de Québec

Mémoire réalisé par

Jérôme Cliche

pour le projet ***Espace public***

Québec

Mai 2008

Introduction

Suivant la lecture de la description sommaire du contenu de l'avant-projet de Règlement d'harmonisation sur l'urbanisme produit par la Division de l'urbanisme du Service de l'aménagement de la ville de Québec¹, le présent mémoire émet un avis favorable à l'encadrement plus rigoureux de l'affichage publicitaire.

« Se mettre à la place des citoyens » (du résidant, du piéton, du cycliste et des automobilistes) : c'est le principe de départ qui soutient et motive les propos de ce mémoire. Ce principe est présumé comme le meilleur moyen d'appréhender la problématique de l'affichage dans l'espace public d'une communauté.

La notion d'« espace public » amenée à travers ce mémoire se définit en opposition à « espace privé ». Ainsi, un lieu public ou un espace public n'appartient à personne en particulier mais est accessible de tous : trottoirs, rues, ruelles, parcs, pistes cyclables, etc.

Il y a certes plusieurs autres enjeux que ce mémoire ne prétend pas couvrir à propos de l'affichage mais qui n'en sont pas moins importants à considérer : coûts de gestion pour l'émission de permis par la ville, revenus municipaux issus des permis, traitement de plaintes, sécurité routière, respect des lois et règlement provinciaux en matière d'affichage extérieur (ministère des Transports), pollution visuelle, disposition des affiches obsolètes (déchets), déplacements engendrés par l'industrie de l'affichage (engendrant des GES), etc.

Le projet *Espace public*

Le projet *Espace public* est né d'une préoccupation citoyenne à l'égard de la place qu'occupe le citoyen dans son espace public, plus particulièrement quand la publicité s'y installe. Plus précisément, la question à l'origine du projet est la suivante : « Pourquoi on ne demande pas l'avis des gens quand on les sollicite en pleine rue par de la publicité dans leur propre ville ? » *Espace public* compte répondre à cette question et souhaite apporter des solutions novatrices aux parties concernées.

Le projet *Espace public* se prépare à être porté par une organisation du même nom qui sera à constituer. Cette organisation aura pour mission de créer un milieu d'échange et de concertation entre les intérêts publicitaires de l'industrie de l'affichage, les instances locales, les citoyens ainsi que les organismes communautaires. L'objectif du projet est de démocratiser le rapport entre l'affichage publicitaire dans les lieux publics et l'intérêt des citoyens.

¹ R.V.Q. 1400, Ville de Québec, avril 2006.

Dès l'été 2008, *Espace public* créera des liens avec diverses organisations afin de faire front commun pour représenter l'intérêt des citoyens au sujet de l'affichage publicitaire. Également, en prévision d'une place plus active qu'aura ce projet dans la communauté, *Espace public* a réservé son domaine Internet avec le site espacepublic.org.

Les enjeux

Les citoyens et l'affichage

Il n'y a qu'à faire une promenade en ville pour constater que l'espace public est pris d'assaut par la publicité. Cette publicité peut tellement être intrusive qu'elle va même jusqu'à se rendre visible de balcons d'appartements ou pire encore, elle s'observe parfois directement de chez-soi, par la fenêtre.

Cette publicité, actuellement **non sollicitée**, jusqu'à preuve du contraire, devrait être considérée au même titre que des courriels ou des circulaires postales indésirables. Les citoyens ont légitimement le droit de réclamer que leur environnement visuel soit exempt de sollicitations sans leur accord.

Par exemple, au même titre que les citoyens ont un mot à dire sur la décoration de leurs propres murs à la maison, ils ont, à juste titre, leur mot à dire lorsqu'il est question de la « décoration » de leur ville. Manifestement, il ne semble pas que ce soit le cas à Québec actuellement.

L'espace extérieur ne doit pas devenir un espace marchand comme pourrait l'être un espace commercial privé. Occuper l'espace public est un privilège qui exige de respecter les principaux concernés : les citoyens. Ceux-ci n'ont pas à être considérés comme des consommateurs à atteindre sans leur plein consentement. Seuls les citoyens devraient décider d'eux-mêmes de s'exposer à l'affichage publicitaire, dans des lieux strictement privés par exemple. Qu'un panneau publicitaire soit installé sur un terrain privé est en soi légitime mais qu'il vise à capter les regards de passants dans l'espace public devient une intention acceptable seulement avec l'aval des passants en questions.

La publicité et l'industrie de l'affichage

Le dernier Guide des médias publié par Infopresse en 2008 révélait que, tous médias confondus, c'est le secteur de l'affichage qui représente les plus faibles investissements publicitaires (après les médias électroniques, les imprimés et même l'Internet). Aussi, il est observé pour la première fois en 2006 que le budget publicitaire des annonceurs alloué à l'affichage avait chuté.

Aussi, selon les résultats d'une étude diffusée par l'Association marketing canadienne de l'affichage en mai 2008 ², les Canadiens évitent de plus en plus la publicité. Ainsi, les Canadiens se sentent trop exposés à la publicité, particulièrement à la télévision (85%) et sur Internet (72%). Ce sentiment entraîne un taux d'évitement publicitaire élevé pour la plupart des médias : Internet (73%), journaux (56%), magazines (56%), télévision (52%), **affichage (51%)** et radio (46%). ³

En définitive, l'affichage constitue la plus mince part des investissements publicitaires parmi les autres principaux médias et ne semble pas montrer de signes de croissance en plus de subir un évitement croissant.

Conclusion

Espace public recommande à la Ville de Québec de suivre le mouvement entrepris par de nombreuses autres municipalités du Québec en allant de l'avant avec une réglementation plus stricte concernant l'affichage publicitaire extérieur. Si des assouplissements surviennent, ils doivent prioritairement reposer sur le respect des citoyens (qui évitent de plus en plus la publicité) avant les intérêts commerciaux surtout que l'affichage représente, parmi les autres médias, le dernier rang des investissements publicitaires et ne montre pas de signe de croissance.

² *Une journée dans la vie*, Ipsos Descarie et l'Association marketing canadienne de l'affichage (AMCA), 2008. L'AMCA s'est formée en 2005 et est composée des afficheurs Astral Media Affichage, Newad, Pattison, CBS Affichage, Zoom Média, MétroMédia Plus et Lamar : www.omaccanada.ca

³ Statistiques rapportées par Infopresse : <http://www2.infopresse.com/blogs/actualites/archive/2008/05/29/article-27156.aspx>



> Daniel Arbour & Associés

Le 30 mai 2008

Monsieur Dominique Gariépy
Directeur de la Division de la gestion du territoire

Arrondissement Beauport

VILLE DE QUEBEC

10, rue Hugues-Pommier

Québec (Québec) G1E 4T9

Objet : Harmonisation urbanisme

Portefeuille immobilier First Capital Realty Inc.

Requêtes dans le cadre de la refonte réglementaire de la Ville de Québec

Projet : 18291

Monsieur Gariépy,

La présente fait suite à l'adoption des projets de règlements d'urbanisme de la Ville de Québec le 17 avril dernier.

À titre de mandataire de First Capital Realty Inc., nous désirons par la présente soumettre à votre attention des requêtes en rapport avec la nouvelle réglementation représentant des enjeux importants pour notre cliente.

Les propriétés visées par les présentes requêtes sont les suivantes :

1. 2830 rue Saint-David et terrains vacants de part et d'autres;
2. 470 place Seigneuriale.

Les requêtes de notre cliente sont présentées ci-après.

1. 2830 rue Saint-David et terrains vacants de part et d'autres :

Affichage :

Les normes relatives à la superficie d'affichage et à la hauteur d'une enseigne au sol sont considérablement réduites. Il y a aussi dans la réglementation actuelle, une disposition spéciale pour l'affichage d'un bâtiment ayant plus de 2000 mètres carrés. Cette disposition spéciale n'est pas reconduite dans les projets de règlements.

Notre cliente souhaite que les normes actuelles soient reconduites pour éviter de rendre certaines enseignes dérogatoires, et aussi afin de permettre une certaine uniformité pour l'ensemble du projet.

.../2

Monsieur Dominique Gariépy
Directeur de la Division de la gestion du territoire
Arrondissement Beauport
VILLE DE QUEBEC
LE 30 MAI 2008
PAGE 2

2. 470 Place Seigneuriale

Affichage :

Les normes relatives à la superficie d'affichage et à la hauteur d'une enseigne au sol sont considérablement réduites.

Notre cliente souhaite que les normes actuelles soient reconduites pour éviter de rendre certaines enseignes dérogoires, et aussi afin de permettre une certaine uniformité pour l'ensemble du projet.

Nous vous remercions à l'avance pour votre collaboration dans ce dossier et nous vous prions, Monsieur Gariépy, de bien vouloir accepter l'expression de nos sentiments les meilleurs.



Gilles Gaudet, urbaniste
Vice-président

GG/da

c.c. M. Pierre-Jacques Lefavre, Vice-président - Associé DAA

Le 30 mai 2008

Monsieur Dominic Gariépy
Directeur – Service de l'urbanisme
Arrondissement Beauport
VILLE DE QUÉBEC
10, rue Hugues-Pommier
Québec (Québec) G1E 4T9

**Objet : Portefeuille immobilier du Groupe Pharmaprix
Requêtes dans le cadre de la refonte réglementaire de la Ville de Québec
Projet : 17029 et 18297**

Monsieur,

À titre de mandataire du groupe Pharmaprix, nous désirons par la présente soumettre des requêtes dans le cadre du processus d'harmonisation de la réglementation d'urbanisme prévue dans l'arrondissement Beauport.

Cette requête vise les propriétés suivantes :

- Pharmaprix – rue Seigneuriale - Zone 51075Mb
- Pharmacie Racine – 900, rue Raymond – Zone 51083Mb
- Pharmacie Racine – 682, rue Royal – Zone 54106Mb

À la suite de l'analyse de la réglementation prévue à ces endroits, nous sommes d'avis que les nouvelles dispositions applicables aux zones 51075Mb, 51083Mb et 54106Mb causent préjudices à notre client. En ce sens, voici les éléments que nous souhaitons voir ajustés dans la version du règlement à être adopté :

...2

Monsieur Dominic Gariépy
Le 30 mai 2008
Page 2

1. Nombre maximum de cases de stationnement:

Pour un usage du groupes commerces de vente et services (C2), le nombre maximal de cases de stationnement est fixé à 1 case par 30 m² (Zone 54106Mb) . À notre avis, cette norme n'est pas représentative des stationnements construits ou projetés et elle devrait être ajustée dans le but de ne pas rendre dérogatoire les installations de notre client.

2. Aire verte

La disposition (zones 51075Mb, 51083Mb et 54106Mb) exigeant un minimum de 25 % d'aire verte, nous semble trop élevée. Nous sommes d'avis que le pourcentage d'aire verte devrait être établi à 10 % pour ainsi miser sur la qualité des aménagements plutôt que sur la quantité.

Les présentes requêtes nous apparaissent raisonnables et visent qu'à mieux encadrer les constructions existantes. Nous vous remercions à l'avance de l'attention que vous porterez à la présente et nous vous invitons à communiquer avec nous si des précisions s'avéraient nécessaires.



Pierre Pauzé
Directeur de projets

/ml

c.c. M. Alain Vrandrick, Groupe Pharmaprix
M. Pierre-Jacques Lefavre, associé, Vice-président développement immobilier, DAA

Bonjour,

Je me demande si le PDAD considère que d'ici quelques années, le prix du litre d'essence aura augmenté de manière substantielle. Une des conséquences de ce phénomène sera le coût des déplacements des habitants de la banlieue. Ils devront y consacrer une part beaucoup plus grande de leur budget. Mêlé à tout ça le coût de maintien des infrastructures, la pollution, et une diminution de la qualité de vie.

En consultant les PDAD des arrondissements de la ville, on remarque que la plupart ne permettent pas, ou tolèrent difficilement, que les citoyens éloignés du centre-ville se donnent la liberté de construire un studio de travail dans leur cour. Encourager les gens à travailler chez eux leur permettra d'économiser beaucoup sur les déplacements et peut-être même se débarrasser d'une voiture, augmentant ainsi leur revenu substantiellement. Le phénomène des studios de cour arrière est largement répandu au royaume-uni, dans plusieurs villes dans le monde. J'ai eu la chance d'aider des amis à Calgary à construire leur studio de design intérieur dans leur cour, qui devient par le fait même un endroit qui présente un caractère beaucoup plus professionnel à leur entreprise. Sinon, leur bureau aurait été situé dans le sous-sol, ou une chambre dans la maison, où un client en visite peut constater l'état de leur ménage...

On peut aussi penser qu'un studio habitable situé dans une cour arrière pourrait donner une chambre à un adolescent qui vieillit ou même une personne âgée dans la famille qui ne souhaite pas aller en foyer d'accueil. Aux États-Unis, on les connaît sous le nom de "*Granny house*".

La banlieue n'est pas assez dense. Il manque de commerces de proximité et de services. Les studios de cour arrière permettrait aux gens qui occupent une profession libérale de pratiquer chez eux, sans avoir à investir du temps et de l'argent dans leurs déplacements. On pourrait voir apparaître un petit bureau d'avocats ou de notaires, une petite clinique de physiothérapie, un bureau de psychologue, une firme d'architecture, etc. Les habitants autour pourraient même s'y rendre à pieds.

En espérant que mon souhait de voir une banlieue plus dense et répondant à plus de besoins puisse vous être utile dans vos réflexions!

S.V.P. me transmettre un suivit avenant le cas où cette idée est partagée et débattue.

Merci,

Simon Lepage
Résident du quartier St-Jean-Baptiste

Le 30 mai 2008

Monsieur Dominic Gariépy
Directeur – Service de l'urbanisme
Arrondissement Beauport
VILLE DE QUÉBEC
10, rue Hugues-Pommier
Québec (Québec) G1E 4T9

Objet : Les Propriétés Provigo Limitée
Requête dans le cadre de la refonte réglementaire de la Ville de Québec
Projet : 18290

Monsieur,

À titre de mandataire de l'entreprise *Les Propriétés Provigo Limitée*, nous désirons déposer une requête dans le cadre du processus d'harmonisation de la réglementation d'urbanisme prévue dans l'arrondissement Beauport. Cette requête vise les propriétés suivantes :

- Maxi – 699, rue Clémenceau;
- Terrain vacant adjacent au 699, rue Clémenceau;
- Provigo – 491, rue Seigneuriale.

À la suite de l'analyse de la réglementation prévue à ces endroits, nous sommes d'avis que les nouvelles dispositions applicables aux zones 52102Cd, 52103Mb et 51075Mb causent préjudices à notre client. En ce sens, voici les éléments que nous souhaitons voir ajustés dans la version du règlement à être adopté :

1. Nombre de cases de stationnement :

Pour un usage du groupe d'usages *détaillant d'alimentation en magasin (C2)*, un nombre maximal de cases de stationnement est requis si la superficie de plancher est supérieure à 2 000 m², soit 1 case par 20 m². Cette nouvelle disposition rendra la plupart des détaillants de grande surface dérogoire. Une grande majorité des ces bâtiments possèdent déjà un stationnement qui répond adéquatement à la demande. À notre avis, cette norme n'est pas représentative des besoins et elle devrait être ajustée dans le but de ne pas rendre dérogoires les installations de notre client.

...2

Monsieur Dominic Gariépy
Le 30 mai 2008
Page 2

La présente requête nous apparaît raisonnable et ne vise qu'à mieux encadrer les constructions existantes. Nous vous remercions à l'avance de l'attention que vous porterez à la présente et nous vous invitons à communiquer avec nous si des précisions s'avéraient nécessaires.

Nous vous prions, Monsieur, de bien vouloir accepter l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Hugo Sénéchal
Chargé de projets

/ml

c.c. Mme Véronique Alepin – *Les Propriétés Provigo Limitée*
M. Pierre-Jacques Lefavre – *Daniel Arbour & Associés (DAA) Inc.*

Le 30 mai 2008

Monsieur Dominique Gariépy
Directeur de la gestion du territoire
Arrondissement Beauport
VILLE DE QUÉBEC
10, rue Hugues-Pommier
Québec (Québec) G1E 4T9

Objet : Réno-Dépôt
Requêtes dans le cadre de la refonte réglementaire de la Ville de Québec
Projet : 17025

Monsieur,

À titre de mandataire de l'entreprise *Rona inc.*, nous désirons déposer des requêtes dans le cadre du processus d'harmonisation de la réglementation d'urbanisme prévue dans l'arrondissement Beauport. Ces requêtes visent la propriété située au 225, avenue Joseph-Casavant.

À la suite à l'analyse de la réglementation prévue à cet endroit, nous sommes d'avis que les nouvelles dispositions applicables à la zone 52100Cd n'encadrent pas complètement le projet existant de notre client. En ce sens, voici les éléments que nous souhaitons voir ajustés dans la version du règlement à être adopté :

1. Usages :

L'usage relié aux activités d'un magasin Réno-Dépôt semble être inclus dans la classe commerciale « C2 Vente au détail et services ». Toutefois, nous sommes d'avis que cette catégorie doit être plus explicite dans le but d'inclure l'ensemble des usages reliés à un tel commerce. Un centre de rénovation, tel qu'opéré par notre client, intègre une quincaillerie, la vente de matériaux de construction, un centre jardin extérieur et la location d'outils. De plus, la commercialisation des produits s'effectue sous forme de vente au détail, mais la vente en gros est également offerte.

2. Entreposage extérieur :

La grille d'usage et normes de la zone 52100Cd ne prévoit pas de disposition pour encadrer l'entreposage extérieur. En effet, un tel commerce comprend un centre jardin et certains endroits où

...2

Monsieur Dominique Gariépy
Le 30 mai 2008
Page 2

l'entreposage extérieur est nécessaire. Nous sommes d'avis que cette partie du commerce doit être autorisée de façon plus formelle. En ce sens, nous vous référons au règlement de l'arrondissement Les Rivières où la grille d'usages et normes prévoit des dispositions spécifiques qui visent à régir l'entreposage extérieur pour les commerces de notre client qui sont identiques à celui de la zone 52100Cd.

Les présentes requêtes nous apparaissent raisonnables et ne visent qu'à mieux encadrer la construction existante. Nous vous remercions à l'avance de l'attention que vous porterez à la présente et nous vous invitons à communiquer avec nous si des précisions s'avéraient nécessaires.

Entre temps, veuillez agréer, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.



Pierre Pauzé, urbaniste
Directeur de projets

/ml

c.c. M. Marc Lavigne – *Rona inc.*



> Daniel Arbour & Associés

Le 30 mai 2008

Monsieur Dominique Gariépy
Directeur de la Division de la gestion du territoire

Arrondissement Beauport

VILLE DE QUEBEC

10, rue Hugues-Pommier

Québec (Québec) G1E 4T9

Objet : Harmonisation urbanisme

Portefeuille immobilier Rio-Can

Requêtes dans le cadre de la refonte réglementaire de la Ville de Québec

Projet : 18256

Monsieur Gariépy,

La présente fait suite à l'adoption des projets de règlements d'urbanisme de la Ville de Québec le 17 avril dernier.

À titre de mandataire de Rio-Can, nous désirons par la présente soumettre à votre attention des requêtes en rapport avec la nouvelle réglementation représentant des enjeux importants pour notre cliente.

La propriété visée par la présente requête est le 819 à 843 rue Clémenceau (Méga-centre Beauport). Les normes relatives à la superficie d'affichage et à la hauteur d'une enseigne au sol sont considérablement réduites. Il y a aussi, dans la réglementation actuelle, une disposition spéciale concernant l'affichage de ces propriétés.

Notre cliente souhaite que les normes actuelles soient reconduites pour éviter de rendre certaines enseignes dérogatoires, et aussi afin de permettre une certaine uniformité pour l'ensemble du projet.

Nous vous remercions à l'avance pour votre collaboration dans ce dossier et nous vous prions, Monsieur Gariépy, de bien vouloir accepter l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Gilles Gaudet, urbaniste
Vice-président

GG/da

c.c. M. Pierre-Jacques Lefavre, Vice-président - Associé DAA