Le bulletin de l'armature commerciale urbaine

Le rehaussement du rendement foncier urbain : une perspective commerciale

Un texte de Pierre Laflamme. Président de DEMARCOM inc, une firme dédiée à la gestion de l'armature commerciale urbaine depuis 2008.

La valeur foncière de l'armature commerciale demeure insuffisamment reconnue dans la planification urbaine municipale, alors qu'elle constitue un **levier central d'autonomie locale**. En se retirant du pilotage du développement commercial, la municipalité transfère de facto au marché des décisions qui relèvent pourtant de sa responsabilité politique. Cette posture affaiblit la capacité d'assurer une équité territoriale entre les quartiers et compromet l'optimisation de la performance fiscale du territoire. Le développement commercial n'est pas un phénomène spontané ; il est le produit de choix — ou de renoncements — publics.



Il existe quatre stratégies de valorisation foncière de l'armature commerciale.

1. La stratégie urbaine. Le rendement foncier n'est pas une conséquence automatique du marché; c'est un choix d'aménagement. La stratégie vise à positionner le foncier dans la structure urbaine afin de maximiser sa valeur collective et son potentiel d'intensification. Elle s'appuie sur la planification (affectations, densités, mixité, mobilité, centralités) pour orienter les usages vers des formes urbaines plus productives et plus cohérentes avec les objectifs municipaux. Cette stratégie relève pleinement de la responsabilité publique.



2. La stratégie de marché. Ici, la ville oriente et le marché valide. Elle consiste à aligner l'offre foncière et immobilière sur la demande réelle et anticipée. Elle s'appuie sur l'analyse des clientèles, des modèles d'affaires, des cycles économiques et des tendances sectorielles pour réduire le risque de vacance, d'obsolescence ou de sous-utilisation.



3. La stratégie immobilière. Elle vise l'optimisation de la valeur bâtie à l'échelle du lot ou du quartier ou du secteur d'affaires. Elle traite de la typologie des bâtiments, de l'intensité constructive, de la flexibilité des espaces, de la mutualisation des surfaces et de l'adéquation entre forme bâtie et revenus générés, afin de maximiser le rendement par mètre carré.

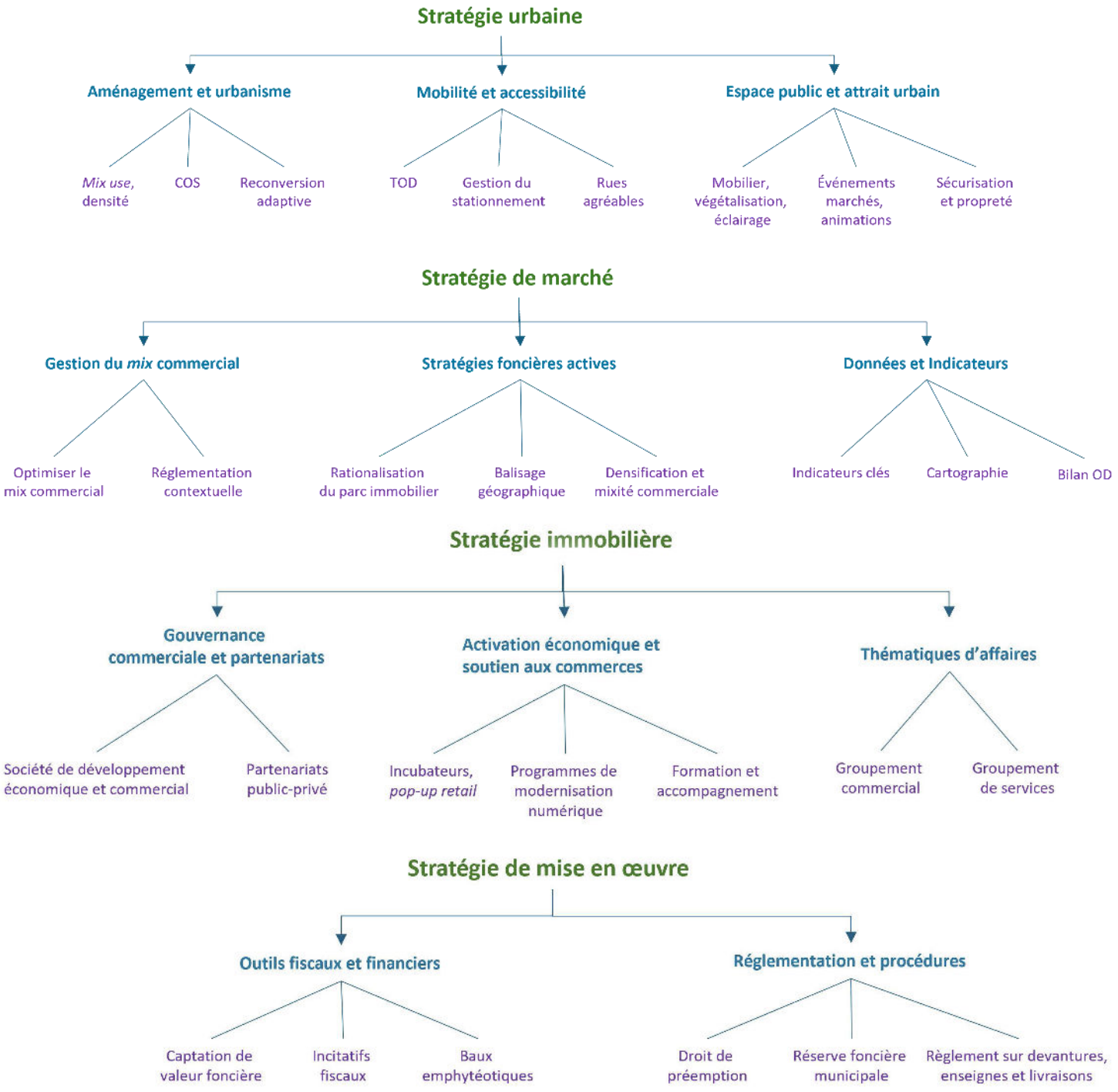
4. La stratégie de mise en œuvre. Elle concerne la capacité concrète de mise en œuvre du projet ou de la transformation foncière. Elle porte sur les phasages, les contraintes techniques, les infrastructures, la gouvernance, les coûts publics et privés, ainsi que la coordination des acteurs, afin de rendre le projet réalisable et efficace dans le temps.



Le rendement foncier urbain se valorise en combinant un positionnement réfléchi du foncier dans la ville, un cadre opérationnel qui garantit la faisabilité des projets, des aménagements et bâtiments optimisés pour maximiser la valeur et la flexibilité et une offre foncière et immobilière alignée sur la demande réelle et anticipée. Ensemble, ces leviers permettent d'accroître la productivité des espaces urbains tout en réduisant les risques de vacance, de sous-utilisation ou d'inadéquation avec le marché.

DEMARCOM
Cibler l'essentiel

Le bulletin de l'armature commerciale urbaine



Le bulletin de février 2026 :

L'état du parc commercial urbain est en changement continuel. Rejoignez-nous pour le prochain bulletin dont le thème sera : *L'armature commerciale expliquée !*

Créer des synergies pour un avenir plus prospère !

Pierre Laflamme : plaflamme@demarcom.ca

Cellulaire : 450.672.1101

DEMARCOM
Cibler l'essentiel