

**MONTRÉAL
CENTRE
—VILLE**

Rapport annuel 2022

Sommaire

3 MOT DE LA PRÉSIDENTE ET DE LA DIRECTION

4 LA SDC MONTRÉAL CENTRE-VILLE

6 PROPRETÉ ET SÉCURITÉ

10 VERDISSEMENT ET EMBELLISSEMENT

14 ILLUMINATION ET MISE EN VALEUR DU PATRIMOINE

18 ATTRACTION ET RÉTENTION DES GRANDS
ÉVÉNEMENTS

22 INTELLIGENCE D'AFFAIRES

26 PROMOTION DU TERRITOIRE

37 REPRÉSENTATION ET DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

41 LES GRANDS PROJETS AU CENTRE-VILLE

44 PERFORMANCES MÉDIAS ET MARKETING

50 EXTRAITS DES ÉTATS FINANCIERS

52 CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRECTION GÉNÉRALE

Mot de la Présidente du conseil d'administration et du directeur général

Chers membres

Nos efforts portent leurs fruits! Après deux longues années d'agonie, 2022 signale une relance réussie avec une saison estivale effervescente et une reprise de l'achalandage qui dépasse toutes les prédictions.

En effet, malgré les enjeux aux frontières et les restrictions de voyage toujours en vigueur, Montréal a accueilli plus de 8 millions de touristes et nos hôtels ont pu renouer avec leur taux d'occupation d'avant la pandémie. De plus, tous nos grands événements ont effectué un retour triomphant, offrant à nos visiteurs locaux et internationaux une expérience mémorable dont ils avaient été privés durant plus de deux ans.

Bien évidemment, tout n'est pas reluisant. Malgré un retour en force des étudiants et une croissance démographique record, le retour des travailleurs se fait timide alors que le taux d'inoccupation continue de grimper et que le taux de retour au bureau semble plafonner à 61 %.

C'est pourquoi il nous faut redoubler d'efforts afin de créer un environnement dynamique et attrayant pour tous.

Il nous faut toutefois nous rendre à l'évidence qu'il est impossible de retourner à une situation semblable à celle de l'époque pré-pandémique. Il nous faut avoir le courage de nous adapter à cette nouvelle normalité et d'en tirer le maximum pour notre centre-ville et les entreprises qui choisissent d'y faire affaire.

C'est pourquoi notre organisation poursuit ses actions de concert avec nos partenaires afin de maintenir le cap vers une croissance soutenue visant à faire de notre centre-ville un des plus attrayants, dynamiques et performants au monde.



**GLENN
CASTANHEIRA**
Directeur général de
Montréal centre-ville



**NATHALIE
GAGNON**
Présidente

La SDC Montréal centre-ville

En quelques chiffres

Fondée en 1999, la Société de développement commercial Montréal centre-ville est la plus grande organisation du genre au Canada. Organisme à but non lucratif, la SDC regroupe les entreprises situées entre l'avenue Atwater et la rue Saint-Urbain, et entre les rues Sherbrooke et Saint-Antoine.

4 550
membres cotisants

860
entreprises d'hébergement
et de restauration

612
commerces

40
hôtels

+300
terrasses



Pôle universitaire incontournable

30

établissements
d'enseignement

135 000

étudiants

Pôle résidentiel

24,2 %

de croissance
démographique*

Centre culturel de renommée mondiale

+25

festivals

60

établissements d'art,
culture et loisirs

*Statistique Canada

Propreté et sécurité



Propreté et sécurité

La brigade de propreté : pour l'amour propre du centre-ville

Depuis 2001, la brigade de propreté est sur le terrain 7 jours par semaine pour assurer la propreté et le sentiment de sécurité du centre-ville tout en permettant l'insertion sociale et professionnelle d'une main d'œuvre marginalisée.

En 2022, la SDC s'est donnée deux nouveaux objectifs: augmenter l'équipe et veiller à la propreté de deux nouvelles ruelles aménagées en partenariat avec Tourisme Montréal.

+ 2 M
litres résidus ramassés

+ 120
seringues ramassées

27
employés



Propreté et sécurité

La brigade des ambassadeurs : votre ressource au centre-ville

Fondée en 2021, la brigade des ambassadeurs est une équipe terrain multi-fonctionnelle qui rehausse l'attractivité du centre-ville en veillant à la liaison entre la SDC et ses entreprises membres, à la saine cohabitation sociale et à l'accueil des visiteurs. Le travail de la brigade a été bonifié cette année pour assurer une présence accrue sur le terrain au quotidien, notamment auprès des entreprises.

+ 900

interventions auprès des entreprises membres

70

entrevues d'embauche effectuées

+850

interventions auprès de populations marginalisées

5

nouveaux agents recrutés

+ 210

graffitis identifiés

6

langues parlées au sein de la brigade



Propreté et sécurité

Le P'tit Coin: pour le confort et l'accès de tous

Suite au succès de sa première édition en 2021, le projet P'tit Coin a fait son retour pour la période estivale 2022 afin d'offrir à tous un accès simple, sécuritaire et gratuit aux toilettes du centre-ville. Grâce au soutien à la propreté offert par Montréal centre-ville ainsi qu'une stratégie d'affichage signalétique sur tout le territoire, les usagers du centre-ville ont pu profiter de toilettes propres et accessibles tout l'été.

6

partenaires privés

1,6 km

de réseau établis

+70

éléments de signalétiques installés

67 %

de taux de satisfaction parmi les membres

Verdissement et embellissement



Verdissement et embellissement

Le verdissement : pour un centre-ville plus vivant

Afin de rendre le quartier plus attractif, plus propre et plus durable, Montréal centre-ville a déployé un plan de verdissement s'étendant sur près de 12 km, soit entre les rues Metcalfe et Atwater. De plus, l'événement La Pépinière Éphémère fut organisé sur l'Esplanade de la PVM pour distribuer des plantes aux travailleurs du centre-ville et ainsi saluer leur retour dans le coeur de la métropole.

96

érables et sapins plantés

7 000

plantes distribuées

+1 000

jardinières fleuries



Verdissement et embellissement

Les murales : pour devenir un musée à ciel ouvert

Au cœur de l'écosystème et de l'industrie créative de Montréal, le centre-ville offre un terrain de jeu enviable pour tous les amoureux de la culture et de la beauté. Ainsi, en 2022, notre organisation s'est dotée d'une ambitieuse stratégie créative reflétant la diversité et le dynamisme du territoire. Une grande nouveauté en été 2022 : la transformation de deux ruelles en espaces publics conviviaux, verdoyants et artistiques.

- **4 oeuvres murales complétées**
- **Partenariats établis avec Tourisme Montréal, MU, Mural et la Ville de Montréal**



Verdissement et embellissement

Les locaux vacants : pour revitaliser des secteurs clés

Bien que le centre-ville de Montréal a su faire preuve d'une grande résilience face aux impacts de la COVID-19, les locaux vacants et les graffitis sur le territoire ont contribué à l'impression de dévitalisation de plusieurs secteurs. Ainsi, pour attirer de nouveaux locataires tout en contribuant au sentiment de propreté, sécurité et créativité du centre-ville, la SDC s'est alliée à l'équipe Mural et aux propriétaires afin de déployer deux concepts de vinyles artistiques sur des vitrines de locaux vacants.

15
vitrines installées

52
propriétaires contactés

Illuminations et mise en valeur du patrimoine



Illuminations et patrimoines

Mise en lumière : pleins feux sur le patrimoine du centre-ville

Afin de rehausser l'expérience, contribuer au sentiment de chaleur, de magie et de sécurité du centre-ville hivernal, la SDC – sous l'élan de l'Alliance pour le centre-ville et du Ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie – s'est dotée d'une stratégie d'illumination misant sur les places publiques, les parvis d'église et les artères commerciales parmi lesquelles les rues Sainte-Catherine, Crescent et Peel ainsi que les boulevards René-Lévesque et Robert-Bourassa.

SAVIEZ-VOUS?

La SDC a su optimiser de nouvelles technologies LED afin de réduire la consommation électrique totale du projet à 37 000 kw, soit un peu plus de 7 sècheuses homologuées Energy Star.

+30

structures autoportantes 3D

+12 km

de guirlandes lumineuses

+334

structures à lampadaires



Illuminations et patrimoine

Magie hivernale : un parcours mémorable (et photogénique!)

Profitant de la réputation mondiale de Montréal à titre de métropole hivernale, la SDC a invité les gens à fêter la nordicité du centre-ville grâce à une campagne de communication transversale combinant les relations publiques, les réseaux sociaux, la vidéographie drone, l'affichage public et la création de contenu.

Le résultat : certaines installations, comme les grandes arches placées sur le parvis de l'église Christ Church, sont devenues des incontournables sur les réseaux sociaux et pour les photographes hivernaux.

15,6 M

de portée dans la presse écrite

+170 000

impressions réseaux sociaux

13 000

interactions réseaux sociaux

4

visites d'observation de partenaires internationaux

25 %*

de hausse d'achalandage

* Grâce à de multiples initiatives simultanées



Attraction et rétention des grands événements

Le grand retour : les festivals et événements sont au rendez-vous

Suite à deux années pandémiques marquées d'annulations et de contraintes, 2022 fut un moment de relance et de célébration pour les industries culturelles, touristiques et événementielles du centre-ville. Notre rôle : servir de catalyseur et de facilitateur afin d'encourager le retour des classiques et l'arrivée de la relève créative sur le territoire. Que ce soit à travers un soutien financier, logistique ou politique, la SDC est fière d'avoir contribué au bouillonnement de nombreux événements.

Les nouveaux incontournables du centre-ville

- **Le Géant de la Place Ville Marie**
- **C2 Montréal**
- **Le Jardin du Monastère**
- **La fête du Nouvel An**



Les grands classiques

- Festival de jazz International
- Francofolies de Montréal
- Juste pour Rire
- Nuits d'Afrique
- Mutek
- Festival Mode et Design
- Montréal en Lumière
- Le Grand Marché de Noël



Intelligence d'affaires



Intelligence d'affaires

Performance du centre-ville: une attractivité retrouvée

Montréal centre-ville s'est donné comme objectif de doter le cœur de la métropole d'une intelligence d'affaires à la hauteur de son rôle névralgique pour l'ensemble du Québec. Cela se traduit par la collecte, l'analyse et la synthèse de données clés provenant, entre autres, des compteurs d'achalandage piétons, de sondages et d'études.

Les résultats confirment que le centre-ville retrouve son achalandage prépandémique, particulièrement l'été et avec des pics de fréquentation à l'automne.

- **8 millions** : nombre de touristes accueillis en 2022
- **100 %** : pourcentage des touristes hors Québec qui apprécient leur passage au centre-ville
- **7,7 %** : augmentation de l'achalandage piétons par rapport à l'été 2021
- **Vendredi fou** : la journée la plus fréquentée de l'année
- **17,5 %** : Taux d'inoccupation des immeubles à bureaux
- **19 %** : Taux d'inoccupation dans les commerces

Faits saillants de nos réalisations

Afin de dresser le portrait des activités économiques du territoire, mais aussi de mieux cerner les tendances de fréquentation, de même que les réalités des entreprises et usagers quant à leurs réalités au centre-ville, plusieurs études ont été réalisées.

SAVIEZ-VOUS?

91 % des résidents, étudiants et travailleurs affirment venir au centre-ville pour le plaisir.

Notre centre-ville, source de fierté :

Cette étude recense et analyse une soixantaine de bonnes pratiques
→ déployées dans plus de 40 métropoles internationales pour appuyer le dynamisme des centres-villes.

Sondage Léger sur l'appréciation du centre-ville :

Ce sondage d'envergure réalisé auprès des
→ Québécois et visiteurs a révélé un taux de satisfaction très élevé envers le cœur de la métropole malgré près de trois ans de pandémie.

5e édition de L'état du centre-ville :

La collaboration avec l'Institut de
→ développement urbain du Québec (IDU) s'est poursuivie en 2022 afin d'alimenter les travaux de la relance.

Faits saillants de nos réalisations

Nos autres actions :

- Développer un tableau de bord des indicateurs de performance du centre-ville en partenariat avec Google Cloud ;
- Identifier et cartographier l'ensemble des adresses situées au rez de chaussée, premier étage et souterrain ;
- Analyser les données des compteurs d'achalandage piétons ;
- Réaliser des sondages saisonniers et lors des événements auprès des clientèles et entreprises du centre-ville ;
- Mener des études de provenance lors des événements phares ;
- Acquérir les données des transactions et volumes de ventes réalisés au centre-ville afin de garder un œil sur les tendances d'achat dans certaines industries.

Promotion du territoire

MARCHÉ SHONI

SEPT 8-11 2022

Marché Shoni
Le goût du centre-ville
@shonimtl

Gagnant du Meilleur Nouvel
Événement 2021 par Time Out
© Métro Guy-Concordia et Atwater

Présenté par
MONTREAL
CENTRE
VILLE

Associé collaborateur
SUVENIRS

M5 AGENCY

YATAI MTL
舞台

Associé organisateur
Ville Marie
Montréal

Promotion du territoire

Marché Shoni : le goût du centre-ville

Après une première édition à succès, le Marché Shoni a fait son retour entre les rues Guy et Chomedey du 8 au 11 septembre 2022, juste à temps pour la rentrée scolaire des milliers d'étudiants sur le territoire. Souhaitant bonifier l'expérience des visiteurs et augmenter la notoriété du village Shaughnessy, la deuxième édition débordait de nouveautés : programmation musicale internationale, marchandise exclusive, événement VIP, murales aux saveurs du coin, pavoisement et mobilier réinventés et une grande arche illuminée marquant l'entrée du village Shaughnessy.



Promotion du territoire

Marché Shoni en statistiques

+2 500

nuitées

28

commerces participants

+17 M

d'impressions
publicitaires

+15

artistes locaux
et internationaux

+50 %

augmentation
d'achalandage*

+250

adorables corgis

80 %

taux de satisfaction des
participants sondés

+4 000 \$

en prix et bourses
étudiantes

* Comparaison entre la période du 5 au 11 août et du 5 au 11 septembre 2022





Promotion du territoire

Défilé du père Noël : une 70e édition rassembleuse

Suite à deux années d'annulations, le Défilé du père Noël a fait son grand retour le 19 novembre 2022, pour lancer la saison des fêtes au centre-ville. Bonifié d'une nouvelle histoire captivante, d'artistes populaires dont Barbada de Barbades et le Cirque du Soleil, d'une identité visuelle renouvelée, d'une stratégie d'influenceurs ambitieuse et d'une entente fructueuse avec Québecor, le défilé a permis à des milliers de familles de vivre et célébrer la magie et tradition de Noël sur la mythique rue Sainte-Catherine.



10

chars allégoriques
sur 2,3 km de trajet

+400 000

spectateurs sur place

+1 000

bénévoles et artistes

+700 000

spectateurs TVA

+2 M

impressions
publicitaires

82 %

des gens sondés ont dit
avoir fort apprécié

88 %

de notoriété

76 \$

en dépenses moyennes
par spectateur





Promotion du territoire

C'est là que ça se passe : une vitrine sur le centre-ville

Lors de nos multiples rencontres et consultations avec nos membres et partenaires en 2021, une demande nous revenait souvent pour soutenir le retour des travailleurs et des étudiants : créer un répertoire des meilleures adresses, sorties et activités du centre-ville. Ainsi fut lancée la campagne de conciergerie "C'est là que ça se passe," un effort transversal incluant une stratégie publicitaire, un blogue et une ambitieuse stratégie de contenu dédiée à la découverte du centre-ville.

+3 M

impressions
publicitaires

+27 000

pages vues
en décembre

+80

colonnes statiques
et digitales

+30

articles publiés



Promotion du territoire

Concours et collaborations : l'union fait la force

Si la pandémie a encouragé de nouvelles collaborations, l'année 2022 aura su les concrétiser et solidifier. Que ce soit en se ralliant au Partenariat du Quartier des spectacles, à la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, à la Ville de Montréal et Tourisme Montréal pour promouvoir la saison hivernale grâce à la campagne des Moments lumineux du coeur de l'île, ou de renouveler la collaboration avec Ivanhoé Cambridge pour le tant-attendu concours Gagne tes Achats au centre-ville – nous avons su bien nous entourer.

D'ailleurs, 2022 aura aussi vu la création de concours mensuels sur nos réseaux sociaux, nous permettant de mettre de l'avant plus d'une vingtaine de nos membres et partenaires incluant le Balcon, Desjardins, le Fairmont Reine Élisabeth, et plus encore.



+4 M

impressions
publicitaires

138,75 \$

octroyés en moyenne
par participation
gagnante

+2 500

participants

+19 000

pages vues

+450 000 \$

réclamés

2,6 %

taux d'engagement sur
les réseaux sociaux

MONTRÉAL
CENTRE
—VILLE

LE GRAND CONCOURS DE NOËL

DU 19 NOVEMBRE AU 23 DÉCEMBRE 2022

PLUS DE
10 000\$
EN PRIX

EN
SAVOIR
PLUS

Fairmont
LE REINE ELIZABETH

ROSELYS
BISTRONOMIE

COMPLEXE
DES JARDINS

DOUBLETREE
by Hilton
MONTRÉAL

BIVOUCAC

Les
moments
du cœur
de l'île



GAGNE TES
ACHATS AU
CENTRE
—VILLE

1 chance sur 10
de gagner la valeur
de vos achats

Représentation et développement des affaires



Représentation et développement des affaires

L'Alliance pour le centre-ville de Montréal

Avec l'appui financier du Gouvernement du Québec, Montréal centre-ville a rallié une quarantaine de membres et partenaires activement engagés dans le rayonnement du territoire autour de l'Alliance pour le centre-ville. Cette initiative de concertation s'inscrit dans la volonté de poursuivre le travail entamé collectivement pendant la pandémie afin d'assurer le développement du cœur de la métropole en un pôle culturel, économique, touristique et académique dynamique en toute saisons.

4

tables de concertation

3

études rendues publiques

41

membres et partenaires

+40

constats recensés autour de six thématiques

Représentation et développement des affaires

Missions économiques

A travers ses activités de représentation au Canada et à l'international, Montréal centre-ville s'inspire des meilleures pratiques, en plus de faire rayonner au-delà des frontières l'expertise d'ici et les actions qui contribuent à la vitalité du cœur de la métropole.



- Participation au 68e congrès annuel de l'International Downtown Association à Vancouver ;
- Participation aux assises du plan de revitalisation du centre-ville de Calgary à l'invitation de la Ville de Calgary désireuse de s'inspirer du centre-ville de Montréal ;
- Participation au colloque des quartiers d'affaires mondiaux organisé par le Global Business District Innovation Club tenu à Paris La Défense.

Nos mémoires

Montréal centre-ville est un interlocuteur de premier ordre pour ses membres afin de faire connaître aux autorités publiques les enjeux prioritaires visant à maintenir et développer le dynamisme du centre-ville de Montréal. En 2022, Montréal centre-ville est intervenu dans le cadre de deux consultations publiques :

- **Plan de mobilité et d'urbanisme 2050** : Présentation de 12 recommandations en adoptant un angle spécifique au centre-ville de Montréal.
- **Plan directeur d'aménagement du site de l'ancien Hôpital Royal Victoria** : Montréal centre-ville a émis une recommandation favorable au projet de transformation présenté par l'Université McGill et la Société québécoise des infrastructures pour solidifier le positionnement du cœur de la métropole en tant que pôle du savoir tout en préservant son patrimoine.

Les grands projets du centre-ville

Les grands projets du centre-ville

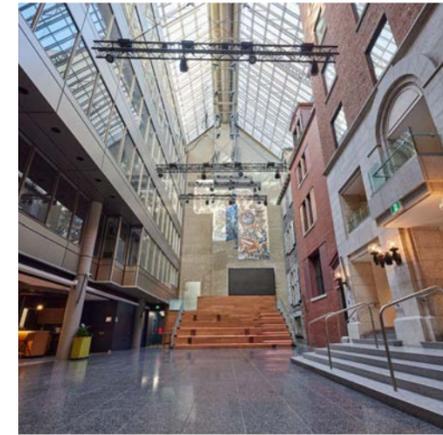
Le centre-ville fait peau neuve : les grands projets

Avec la seconde plus grande croissance démographique au Canada, le cœur de Montréal n'a rien perdu de son effervescence. Alors que les résidents, touristes et étudiants se réapproprient leur centre-ville en 2022, plusieurs nouveaux espaces publics et projets structurants, aussi bien publics que privés, étaient prêts à les accueillir. Voici quelques projets particulièrement marquants.



L'Anneau

Une œuvre de 30 mètres surplombant l'incontournable Place Ville Marie, une création Claude Cormier et de son équipe qui a vu le jour grâce à la vision grandiose d'Ivanhoé Cambridge.



La Maison Alcan

Un nouveau chapitre d'innovation pour une structure historique qui héberge au cœur du centre-ville les futurs champions des technologies créatives d'ici.



Le square Phillips

Une ambitieuse restauration d'un lieu de rencontre iconique devenu l'une des plus belles places publiques d'Amérique du Nord. Soulignons le travail remarquable des équipes de la Ville de Montréal et de la firme Provencher_Roy,



L'Esplanade Tranquille

Un espace polyvalent installé au cœur du Quartier des Spectacles devenu un nouvel attrait incontournable de l'hiver québécois.



Le Livmore

Une tour résidentielle de luxe munie d'un théâtre, d'un parc à chiens et à seulement quelques pas de tous les attraits du centre-ville.

Nos performances médias et marketing

Nos performances médias et marketing

Relations de presse

En 2022, Montréal centre-ville a intensifié ses actions de représentations et médiatiques pour contribuer activement à la relance du coeur de la métropole. Basé sur l'analyse de 100 couvertures médiatiques, Montréal centre-ville a acquis un gain de réputation de plus de 600 000 \$ et un score de performance de 106% indiquant une couverture médiatique très réussie pour l'organisation.

300 000 \$
pour 100 retombées
médiatiques

90
entrevues

10
communiqués
de presse

4
événements d'affaires
publiques

+ 1 000
mentions médias

+ 30
activités de
représentations

2
lettres ouvertes

Nos performances médias et marketing

Évolution du nombre d'abonnés par rapport à 2021

Au cours de l'année 2022, Montréal centre-ville s'est assurée d'une présence accrue et soutenue sur les réseaux sociaux avec une stratégie de contenu axée sur la diversité de l'offre culturelle, de magasinage et expérientielle du centre-ville.



27 K

+2 700



7,8 K

+540



17 K

+4 900



2,2 K

+2 000



Nos performances médias et marketing

Site web et infolettres

L'année 2022, a été marqué par le lancement du nouveau blogue mtlcentreville.ca dans le but de positionner l'organisation comme LA porte d'entrée du centre-ville tant pour nos membres qu'à titre de concierge pour le public B2C. Notons qu'une réflexion sur la refonte du site web de l'organisation s'est amorcée au cours de l'année en vue de lancer un nouveau site en 2023.

216 000

visiteurs

1 min 23 s

temps passé sur le site

390 352

pages vues

Page la plus visitée en 2022 :

**Le Défilé
du père Noël**

Nos performances médias et marketing

Excellentes performances des infolettres mensuelles en 2022

Infolettre membres

- Taux d'ouverture moyen : **35,38 %**
- Taux de clics moyen : **7,46 %**

Infolettres grand public

- Taux d'ouverture moyen : **41,80 %**
- Taux de clics moyen : **8 %**

Nos performances médias et marketing

Campagnes publicitaires

Montréal centre-ville a profité du contexte de relance pour mettre en valeur ses actions visant à rehausser l'expérience du territoire incluant le Défilé du Père Noël, les illuminations du centre-ville et le Marché Shoni. Les investissements en contenu et les placements médias sociaux ont particulièrement généré des performances au-delà des moyennes de l'industrie.



Campagne Marché Shoni

- Impressions : 21 M
- Taux d'engagement sur l'XTRA : 21,09 % (La Presse+)



Campagne hivernale (défilé, illuminations et concours)

- Impressions : 7 M
- Taux d'engagement sur l'XTRA : 22 % (La Presse+)



Campagne C'est là que ça se passe

- Impressions: 3,3 M

Extrait des états financiers

Résultats de l'exercice terminé le 31 décembre 2022



Produits	2022	2021
Cotisations des membres	4 152 578 \$	4 273 568 \$
Subventions	1 963 723 \$	1 049 086 \$
Commandites sous forme de services	134 480 \$	97 000 \$
Commandites	35 457 \$	122 875 \$
Autres revenus	94 575 \$	112 014 \$
Apports afférents aux immobilisations corporelles	144 456 \$	-
Contribution - Fondation Montréal centre-ville	-	330 008 \$
	6 525 269 \$	5 984 551 \$
Charges d'exploitation		
Communication, marketing	2 630 174	1 812 020
Programmation et projets spéciaux	1 292 119	950 325
Propreté et sécurité	1 160 427	1 038 760
Embellissement et aménagement	730 719	378 111
Administration (nette d'une aide gouvernementale de 36 922 \$ en 2021, aucune en 2022)	425 212	345 578
Projet - Expérience Centre-Ville Montréal	-	400 000
Provision pour mauvaises créances recouvrées	-	(182 347)
Amortissement des immobilisations corporelles	172 103	45 445
	6 410 754	4 787 892
Excédent des produits sur les charges avant revenus de placements	114 515	1 196 659
Revenus de placements	(56 942)	72 435
Excédent des produits sur les charges	57 573	1 269 094

Conseil d'administration et direction générale

Conseil d'administration au 31 décembre 2022

Présidente

Nathalie Gagnon
Avocate, associée, BCF
Avocats d'affaires

Trésorier

Simon Castonguay
Directeur, relations
clients, Willis Tower
Watson

Administratrice

Chantal Riopel
Directrice générale,
Hôtel Delta Montréal
par Marriott

Vice-président

Paul-André Goulet
Président, Groupe
Goulet Sports

Administratrice

Sonia Gagné
Architecte, associée,
Provencher Roy

Administrateur

Luciano D'Iorio
Président régional et
directeur associé,
CDN Global

Secrétaire

André Bouthillier
Vice-président
directeur
Cabinet de relations
publiques NATIONAL

Administratrice

Anne-Marie Laoun
Présidente, Georges
Laoun Opticien

Administrateur

Alain Dufresne
Directeur - Direction des
travaux publics Ville de
Montréal - Arrondissement
de Ville-Marie

L'équipe de Montréal centre-ville au 31 décembre 2022



**Glenn
Castanheira**

Directeur général



**Emmanuelle
Allaire**

Responsable des
relations publiques



Jules Hébert

Directeur général
adjoint



Alicia Orlowski

Responsable des
communications et
marketing



**Sarah
McMahon-Sperber**

Directrice des
communications



**Alejandra
Obregon**

Chargée de projets

L'équipe de Montréal centre-ville au 31 décembre 2022



Roxane Bailey

Responsable des réseaux sociaux



Selma Emna Jmii

Responsable relations membres et intelligence d'affaires



Théo Closson

Responsable des équipes terrain



Marie-Claude Desrosiers

Coordonnatrice administration et comptabilité



Gino Chiasson

Chargé de projets terrain et chef d'équipe de la brigade de propreté
