



Rapport annuel 2023

MONTREAL
CENTRE
—VILLE

Sommaire

3	MOT DE LA PRÉSIDENTE ET DE LA DIRECTION
4	LA SDC MONTRÉAL CENTRE-VILLE
6	PROPRETÉ ET SÉCURITÉ
10	VERDISSEMENT ET EMBELLISSEMENT
16	ILLUMINATIONS ET MISE EN VALEUR DU PATRIMOINE
19	ATTRACTION ET RÉTENTION DES GRANDS ÉVÉNEMENTS
23	INTELLIGENCE D'AFFAIRES
27	PROMOTION DU TERRITOIRE
36	REPRÉSENTATION ET DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES
40	LES GRANDS PROJETS DU CENTRE-VILLE
43	RETOMBÉES MÉDIATIQUES ET MARKETING
49	EXTRAIT DES ÉTATS FINANCIERS
51	CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRECTION GÉNÉRALE

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

Chers membres,

Si 2022 signalait une relance postpandémique réussie, 2023 aura signalé le début d'une renaissance. Une renaissance démographique d'une part et, de l'autre, une modernisation accélérée de notre organisation, nous permettant d'optimiser nos actions et de mieux répondre aux attentes des entreprises et usagers de notre centre-ville.

Alors que notre centre-ville a connu la plus forte croissance démographique de tous les centres-villes du pays, notre organisation a entamé une importante restructuration organisationnelle. Nous avons revu nos façons de faire et développé notre capacité opérationnelle afin de maximiser l'impact de nos actions et d'optimiser nos ressources existantes sans pour autant augmenter le fardeau financier sur notre membership.

Notre approche pragmatique vise à intervenir là où nous pourrions faire la différence tout en quantifiant l'impact réel de nos actions. Jumelée à une intelligence d'affaires nous permettant de mesurer concrètement l'impact de nos interventions, cette approche donne des résultats fort prometteurs alors que le taux de satisfaction des usagers du centre-ville est en hausse.

Les défis demeurent multiples et il nous faudra redoubler d'efforts pour assurer la vitalité de notre centre-ville dans un contexte de ralentissement économique. C'est pourquoi nous poursuivons la modernisation de notre organisation et le déploiement de projets structurants visant à faire de notre centre-ville l'un des plus attrayants et dynamiques du continent.



**GLENN
CASTANHEIRA**

Directeur général



**NATHALIE
GAGNON**

Présidente du
conseil d'administration



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

40

hôtels

860

entreprises d'hébergement
et de restauration

+ 300

terrasses

612

commerces de détail



Pôle universitaire
incontournable

30

établissements
d'enseignement

135 000

étudiants

Pôle culturel de
renommée mondiale

+ 25

festivals

60

établissements d'art, de
culture et de loisirs

Pôle résidentiel

24,2 %

de croissance démo-
graphique*

* Selon le dernier recensement de 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 au centre-ville tout en contribuant à l'insertion sociale et professionnelle d'une main-d'œuvre marginalisée.

En 2023, la SDC s'est fixée pour objectif principal d'accroître le volume de recyclage collecté en améliorant l'efficacité de la brigade de propreté. Cela a permis d'augmenter la proportion de recyclage, qui est désormais dix fois plus élevée qu'en 2022.

+ 10 M
de litres de résidus ramassés

10 X
plus de recyclage qu'en 2022

+ 350
seringues ramassées

35
employés



Propreté et sécurité

La brigade des ambassadeurs : votre ressource au centre-ville

Fondée en 2021, la brigade des ambassadeurs est une équipe polyvalente déployée sur le terrain, dont la mission est d'améliorer l'expérience des usagers du centre-ville. Ces agents assurent le lien entre la SDC et ses entreprises membres, veillent à maintenir une cohabitation sociale harmonieuse dans l'espace public et accueillent les visiteurs. En 2023, le projet a été renforcé avec une présence accrue sur le terrain et des interventions bonifiées auprès des membres.

+ 4 000

interventions auprès des entreprises membres

+2 000

interventions auprès des populations marginalisées

+ 1 200

directions pour les citoyens et touristes du centre-ville

+ 500

signalements propreté



Propreté et sécurité

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

Le projet P'tit Coin a fait son retour pour la période estivale 2023 afin d'offrir à tous un accès simple, sécuritaire et gratuit aux toilettes du centre-ville. Grâce au soutien apporté par Montréal centre-ville pour la propreté et à une stratégie d'affichage signalétique déployée sur l'ensemble du territoire, les usagers du centre-ville ont pu bénéficier de toilettes propres et accessibles tout au long de l'été.

10

partenaires privés : hôtels, centres commerciaux et centres communautaires

83 %

de taux de satisfaction parmi les membres qui connaissent le projet

+ 70

pastilles installées pour orienter les citoyens et touristes du centre-ville

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, sur les artères principales telles que la rue Sainte-Catherine Ouest, le boulevard De Maisonneuve et la rue Sherbrooke.

Pour la première fois, le projet de verdissement a continué au-delà de la saison estivale. En effet, l'installation d'aménagements pour l'automne a apporté une valeur ajoutée au territoire.

1 075

installations estivales

58

installations hivernales

48

installations automnales

81 %

des visiteurs ont apprécié le verdissement durant l'été 2023



Verdissement et embellissement

Aménagement et programmation des squares

En 2023, Montréal centre-ville a installé du mobilier de style « bistro » dans les squares Phillips et Dorchester pendant la période estivale. Cette initiative s'inspire de Bryant Park à New York, où le mobilier est librement accessible aux visiteurs et aux travailleurs pour aménager l'espace selon leurs besoins.

De plus, près d'une dizaine de concerts ont enrichi l'expérience des usagers.

2

squares aménagés avec du mobilier en libre-service

12

concerts tenus au square Phillips

210

pièces de mobilier mises à disposition

84 %

des visiteurs ont fortement apprécié l'ajout de mobilier



Verdissement et embellissement

Les terrasses du village Shaughnessy

Le village Shaughnessy est un quartier dynamique qui réunit résidents, étudiants et commerces au centre-ville. Pour pallier au manque de terrasses dans ce secteur, Montréal centre-ville a mis en place des installations légères, colorées et fonctionnelles. Ces installations invitent la clientèle à s'y installer et à fréquenter les restaurants à proximité.

Dans le cadre des efforts de développement économique du quartier Shaughnessy, Montréal centre-ville vise à créer des lieux de rassemblement.

27

tables de pique-nique

20

bacs de verdissement



Verdissement et embellissement

Murelles

Depuis près de 10 ans, Montréal centre-ville et Tourisme Montréal ont lancé diverses initiatives visant à améliorer l'apparence des ruelles du centre-ville. En 2022, le projet pilote d'habiller deux murelles a été inauguré, suscitant l'intérêt des riverains et des partenaires. En 2023, 5 ruelles ont été aménagées.

Montréal centre-ville a opté pour un aménagement léger et modulaire, permettant ainsi une circulation locale fluide dans les ruelles.

5

murelles disposées
sur le territoire

1. Ruelle Peel : 1232 rue Peel
2. Ruelle Stanley : 1432 rue Stanley
3. Ruelle Sainte-Catherine :
500 rue Sainte-Catherine Ouest
4. Ruelle Chomedey (Chez Doris) :
1430 rue Chomedey
5. Ruelle Palace : 1260 boulevard
Robert-Bourassa

73 %

des visiteurs les
ont appréciées

Partenaires du projet :

**TOURISME /
MONTREAL**



Illuminations et mise
en valeur du patrimoine

Illuminations et patrimoines

Mise en lumière : pleins feux sur les places publiques du centre-ville

Les illuminations apportent une touche féerique et chaleureuse à la saison hivernale, en illuminant le cœur de la métropole québécoise. Montréal, bien que connue pour son hiver rigoureux, se distingue également par sa créativité et sa capacité à transformer les défis en opportunités. Le décor lumineux hivernal reflète cette vision en égayant les rues, les places et les espaces publics du centre-ville pendant la saison froide.

L'objectif est de créer une atmosphère accueillante qui invite travailleurs, résidents et visiteurs à profiter des charmes de la ville. Ils sont ainsi encouragés à flâner dans les rues commerçantes, à fréquenter les restaurants, les boutiques et les lieux culturels, et à célébrer la période des fêtes dans un environnement enchanteur.

36

structures autoportantes

72 %

des répondants ont admis avoir remarqué les installations lumineuses

+ 15 km

de guirlandes lumineuses

93 %

de ceux qui les ont remarquées déclarent les avoir appréciées

+ 750

décorations lumineuses

69 %

aimeraient en avoir plus



Attraction et rétention des grands événements



Attraction et rétention des grands événements

Les festivals et événements sont toujours au rendez-vous

L'année 2023 a été marquée par une célébration intense pour les industries culturelles, touristiques et événementielles. En tant que SDC, nous avons joué un rôle clé en tant que catalyseur et facilitateur, encourageant le retour des grands événements tout en soutenant l'émergence de nouvelles initiatives créatives sur notre territoire.

Que ce soit par un soutien financier, logistique ou politique, la SDC est fière d'avoir contribué à l'effervescence de nombreux événements en 2023. Nos efforts ont permis de dynamiser le centre-ville, de renforcer les liens au sein de notre communauté et d'attirer un large public.

370 000 \$

montant total de l'appui
financier octroyé



Les grands événements appuyés

- ▶ Le Festival International de Jazz de Montréal
- ▶ Les Francos de Montréal
- ▶ Le M.A.D Festival
- ▶ Montréal en Lumière
- ▶ Le Grand Marché de Noël de Montréal
- ▶ Montréal Complètement Cirque
- ▶ C2 Montréal
- ▶ Art Souterrain
- ▶ Juste pour rire



© Benoit Z Lerouz



© productionsnovak



© aartpix

Intelligence d'affaires





Intelligence d'affaires

Performance du centre-ville : une attractivité retrouvée

Montréal centre-ville s'est donnée pour 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 des piétons, de sondages et d'études. Les résultats confirment que le centre-ville retrouve son achalandage prépandémique, notamment pendant l'été, avec des pics de fréquentation à l'automne.

4 %

augmentation de
l'achalandage des piétons
(par rapport à 2022)

18 %

taux d'innoculation
des immeubles à bureaux
(classe A)*

25 novembre

journée la plus fréquentée de
l'année (Défilé du père Noël)

21 %

taux d'innoculation
des commerces

* État du centre-ville - 7e édition



Intelligence d'affaires

Faits saillants de nos réalisations

Afin de dresser un portrait complet des activités économiques du territoire et de mieux cerner les tendances de fréquentation ainsi que les réalités des entreprises et des usagers du centre-ville, plusieurs actions ont été entreprises :

LE SAVIEZ-VOUS?

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

Nos actions :

- ▶ Développer le tableau de bord des indicateurs de performance du centre-ville en collaboration avec Google Cloud;
- ▶ Collaborer avec l'Institut de développement urbain du Québec (IDU) pour déployer la 6e édition de L'état du centre-ville;
- ▶ Analyser les données des compteurs d'achalandage des piétons;
- ▶ Réaliser des sondages saisonniers (été comme hiver) et lors des événements auprès des clientèles et des entreprises du centre-ville;
- ▶ Mener des études sur l'achalandage et la provenance lors des événements phares;
- ▶ Acquérir les données sur les transactions et les volumes de ventes réalisés au centre-ville afin de suivre les tendances d'achat dans certaines industries.

Promotion du territoire



BIENVENUE DANS SHONI

→ SHONIMTL.CA

MONTRÉAL
CENTRE
—VILLE

SHONI

Promotion du territoire

Les Moments Shoni : où les goûts se rencontrent

La SDC Montréal centre-ville a lancé Les Moments Shoni 2023, une fête de quartier destinée à mettre en valeur le quartier Shaughnessy, à l'ouest du territoire. Cet événement familial s'est déroulé sur 3 jours, du 8 au 10 septembre 2023.

L'événement avait pour objectif de tester l'intérêt des commerçants, résidents et visiteurs afin de planifier les futures actions promotionnelles et l'aménagement sur le territoire. Cet événement a également servi de test pour évaluer les investissements à court et à long terme.



Promotion du territoire

Les Moments Shoni en quelques chiffres

12

commerces participants

+ 25

artistes et troupes de danse

+ 3 M

d'impressions publicitaires

15

influenceurs lors de
l'événement de lancement

80 %

taux de satisfaction des
participants sondés

750

sacs promotionnels distribués





Promotion du territoire

Défilé du père Noël : une 71^e édition réussie

Événement incontournable du centre-ville, le Défilé du père Noël s'est tenu le 25 novembre 2023 pour marquer le début de la saison des fêtes. Malgré un parcours réduit, la programmation a été enrichie avec un spectacle sur l'esplanade PVM, des animations périphériques, un écran géant au square Dorchester et une fée des étoiles inspirante en la personne de Farah Alibay. Grâce à une identité visuelle renouvelée, une stratégie de relations publiques ambitieuse et une collaboration réussie avec Québecor, le défilé a permis à des milliers de familles de vivre la magie et la tradition de Noël sur la mythique rue Sainte-Catherine.



11

chars allégoriques

+ 115 000

visites sur le site web du
Défilé du père Noël

+ 1 000

bénévoles et artistes

+ 600 000

spectateurs TVA

+ 2 M

impressions publicitaires

82 %

des personnes sondées
ont déclaré avoir
fortement apprécié

97 %

de notoriété

110 \$

en dépenses moyennes
par spectateur



Promotion du territoire

Concours et collaborations : l'union fait la force

Cette année encore, Montréal centre-ville a prouvé qu'elle était un partenaire de choix. Que ce soit en se ralliant au Partenariat du Quartier des spectacles, à la Ville de Montréal et à Tourisme Montréal pour promouvoir le territoire, ou en renouvelant la collaboration avec Ivanhoé Cambridge pour le Grand concours « Gagne tes achats », nous avons su bien nous entourer.

281

participations gagnantes

130 \$

réclamés en moyenne

+ 3 000

participations

+ 8 000

pages vues sur le site web

+ 390 000 \$

réclamés

37

jours de concours

25 NOV. —
31 DEC.

Grand concours

GAGNE TES ACHATS

En collaboration avec

**NOUVEAU
CENTRE**
DES MONTREALS

Plus de 30 000 \$
en cartes-cadeaux

2 forfaits
Séjournes et magasinez
valeur 5 000 \$

Nuitée dans
la Suite de rêve
Barbie

Forfait zone VIP
valeur 1 000 \$

EATON
pm
COMPLEXE
DESJARDINS
Fairmont
LE REINE ELIZABETH
ALOUETTES
MONTREAL

Une initiative de

**MONTREAL
CENTRE
—VILLE**



© Fairmont Le Reine Elizabeth



© Restaurant Bivouac

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 collectif entamé pendant la pandémie afin d'assurer le développement du cœur de la métropole en un pôle culturel, économique, touristique et académique dynamique en toutes saisons.

4

tables de concertation

41

membres et partenaires

3

actions prioritaires définies

+ 40

constats recensés autour de six thématiques



Représentation et développement des affaires

Missions économiques et accueil de délégations

À travers ses activités de représentation au Canada et à l'international, Montréal centre-ville s'inspire des meilleures pratiques, tout en faisant rayonner au-delà des frontières l'expertise locale et en promouvant notre centre-ville comme une destination de calibre mondial.

- ▶ Accueil des délégations économiques d'Atlanta, de la Conférence du Commonwealth, de la Conférence de Montréal et de SIOR Global
- ▶ Visite d'une délégation de Paris La Défense
- ▶ Présentation lors d'une conférence de International Downtown Association, à Chicago

Représentation et développement des affaires

Mémoires et consultations publiques

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 2023, Montréal centre-ville est intervenue dans le cadre de multiples consultations publiques.

- ▶ **Structure électorale de l'Arrondissement de Ville-Marie** : Montréal centre-ville a déposé un mémoire soutenant le maintien de la double fonction de la mairie de la ville et de l'arrondissement.
- ▶ **Secteur Bridge-Bonaventure** : Montréal centre-ville a déposé un mémoire devant l'OCPM favorable au redéveloppement du secteur Bridge-Bonaventure et recommandant l'amélioration des accès et des parcours nord-sud vers le centre-ville.

Les grands projets du centre-ville

Les grands projets du centre-ville

Le centre-ville fait peau neuve : les grands projets

Alors que notre centre-ville connaît la plus grande croissance démographique de tous les centres-villes canadiens, le cœur de Montréal fourmille de nouveaux projets. Après que les résidents, touristes et étudiants se soient réappropriés leur centre-ville en 2022, l'année 2023 a vu naître plusieurs nouveaux espaces publics et projets structurants, tant publics que privés, prêts à les accueillir. Voici quelques projets particulièrement marquants.

Siège social de la Banque Nationale

Construit selon les normes les plus exigeantes au monde en matière de construction durable, la Banque Nationale a érigé son nouveau siège social de 40 étages au centre-ville de Montréal.



HEC Montréal

HEC Montréal arrive au centre-ville avec l'inauguration de l'édifice Hélène-Desmarais, désormais achevé et opérationnel après quatre années de travail intensif.



Maestria

Au cœur du Quartier des spectacles, ce projet résidentiel à usage mixte, lancé en 2023, comprend deux tours de 58 et 61 étages, reliées par la plus haute passerelle suspendue jamais construite dans la province.



Victoria sur le parc

Alliant mesure et démesure, cette tour de 200 mètres de haut offre la possibilité de vivre, travailler et se divertir dans un écosystème à l'architecture unique.



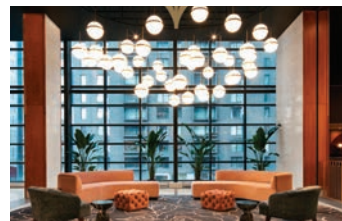
Solstice

Le Solstice abrite 330 condominiums, une salle pour professionnels, un espace aquatique, des salles d'exercice et de yoga, ainsi qu'un cellier privé et une salle de dégustation.



Ivy Montréal et Hôtel HoneyRose

Ce projet ambitieux comprend plus de 140 chambres d'hôtel et 265 appartements luxueux. Le complexe hôtelier de style « Art Deco » offre de nombreuses salles de réunion et d'événement, ainsi que deux restaurants et un café.



Retombées médiatiques et marketing



Retombées médiatiques et marketing

Dans les médias

Montréal centre-ville est un interlocuteur de premier ordre pour représenter les intérêts de ses membres et faire rayonner le territoire en tant que destination de calibre mondial. À cet effet, l'organisation intervient régulièrement dans les médias par le biais de la direction générale, qui agit en tant que porte-parole.

537

retombées médiatiques

395 618 \$

en gain de réputation pour
le centre-ville

294 670 \$

en valeur publicitaire



Retombées médiatiques et marketing

Relations de presse

En 2023, Montréal centre-ville a intensifié ses actions de représentation et ses efforts médiatiques pour contribuer activement à la relance du cœur de la métropole. Basée sur l'analyse de 100 couvertures médiatiques, Montréal centre-ville a enregistré 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

10

communiqués
de presse

90

entrevues

+ 1 000

mentions médias

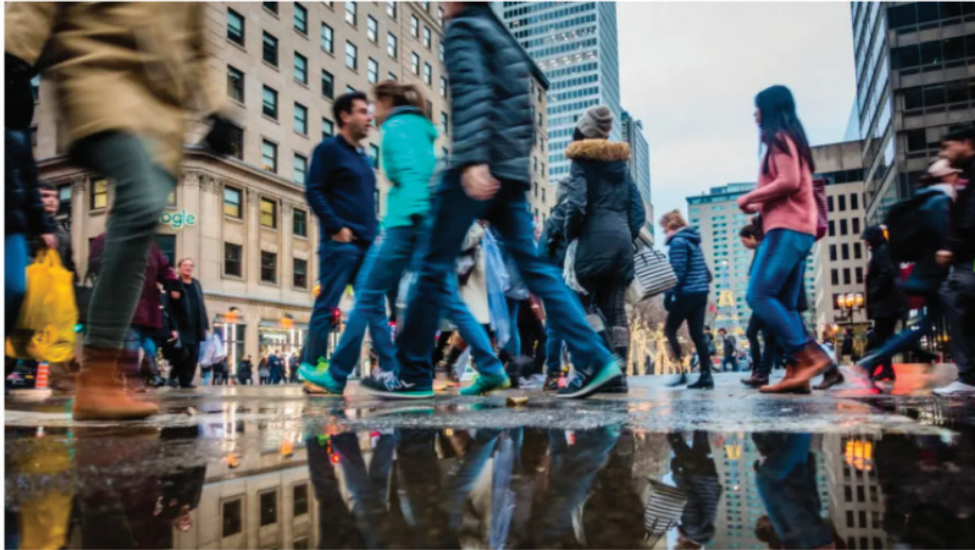
4

événements d'affaires
publiques

2

lettres ouvertes

Piétons: le centre-ville de Montréal plus dynamique que Toronto et Vancouver



La reprise de l'achalandage dans les rues du centre-ville de Montréal dépasse considérablement celle constatée dans des villes comme Vancouver et Toronto.
Photo: iStock, aetb

LE DEVOIR

Le centre-ville de Montréal «renoue avec les chiffres de 2019»

Par Zacharie Gaudreault




Le centre-ville de Montréal a été presque complètement remis des effets de la pandémie, qui a durement affecté l'achalandage dans les commerces dans les dernières années, en plus de changer les habitudes de travail et de consommation de la population. Mais cette reprise n'est pas uniforme, et des défis demeurent pour assurer sa vitalité à long terme.

- On renoue avec les chiffres de 2019, s'est réjouie mardi avant midi le directeur général de la société de développement commercial Montréal centre-ville, Glenn Carabin, dans le cadre d'une conférence de presse tenue au square Phillips.

La mairesse de Montréal, Valérie Plante, a dévoilé des données encourageantes sur le taux d'activité des commerces du cœur de la métropole. Dans les rues commerciales, celui-ci est passé de 24% en 2020 à 36% aujourd'hui. Quant aux galeries marchandes, situées principalement rue Sainte-Catherine Ouest, le taux d'occupation des locaux est passé de 34% à 42%.

Ainsi, « le taux d'activité commerciale sur Sainte-Catherine et dans les galeries marchandes du centre-ville est au plus bas depuis 2000 », dans les mois précédant le début de la pandémie, a poursuivi la mairesse. Selon elle, la création de zones piétonnes contrôlées ces dernières années et le réaménagement progressif de la rue Sainte-Catherine Ouest ont contribué à redynamiser le cœur de la métropole.

Selon des données de la Ville, ce sont d'ailleurs six fois plus de commerces qui ont ouvert leurs portes depuis le mois d'avril par rapport à ceux qui ont cessé leurs opérations hors de cette année rétroclaire.

TimeOut

News Things to Do Food & Drink Arts & Culture Travel Movies Music Time Out Market



The 40 coolest neighbourhoods in the world

We polled thousands of city-dwellers and grided local experts to rank the greatest places for fun, food, culture and community

Tuesday 17 October 2023 | Photograph: Aethel Marie Beauséjour

36. Downtown

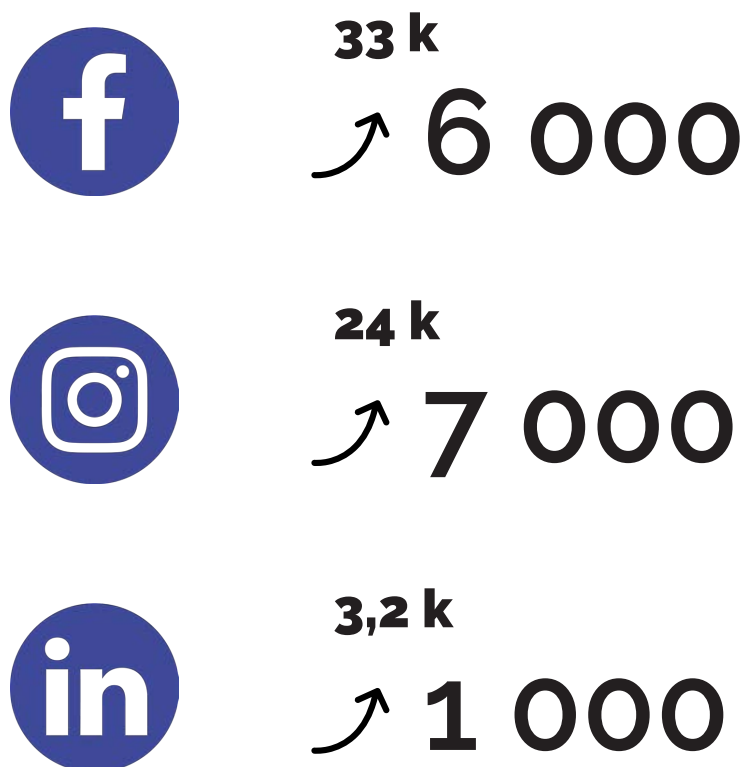


Photograph: Stéphane Poulin / Tourisme Montréal

Retombées médiatiques et marketing

Évolution du nombre d'abonnés par rapport à 2022

Au cours de l'année 2023, Montréal centre-ville a renforcé sa présence sur les réseaux sociaux avec une stratégie de contenu axée sur la diversité de l'offre culturelle, commerciale et expérientielle du centre-ville. Les différentes initiatives de Montréal centre-ville ont également été mises en avant sur ses différentes plateformes. L'année 2023 marque le début d'une collaboration avec l'agence Bloom, spécialisée en gestion des médias sociaux. Les résultats significatifs démontrent le succès de cette démarche.





Retombées médiatiques et marketing

Site web et infolettres

L'année 2023 a été marquée par la mise en avant du blogue mtlcentreville.ca, visant à positionner l'organisation comme concierge pour le grand public.

Il convient de noter que la refonte du site web a été amorcée au cours de l'année 2023, avec l'objectif de dévoiler le nouveau site au début de l'année 2024.

230 000

visiteurs

+ 50

nouveaux commerces
ouverts ont été mis de l'avant
via des articles

1 min

temps passé sur le site

**Page la plus
visitée en 2023 :**

450 000

pages vues

Le Défilé du père Noël

Retombées médiatiques et marketing

Excellentes performances des infolettres mensuelles en 2023

Infolettres grand public

- ▶ Nombre d'abonnés : **11 838**
- ▶ Taux d'ouverture moyen : **46,16 %**
- ▶ Taux de clics moyen : **6,19 %**

Infolettres membres

- ▶ Nombre d'abonnés : **2 229**
- ▶ Taux d'ouverture moyen : **48,88 %**
- ▶ Taux de clics moyen : **9,29 %**

Extrait des états financiers

Extrait des états financiers

Produits	2023	2022
Cotisations des membres	4 292 007 \$	4 152 578 \$
Subventions	1 736 126 \$	1 963 723 \$
Commandites sous forme de services	663 002 \$	134 480 \$
Commandites	84 000 \$	35 457 \$
Autres revenus	147 117 \$	94 575 \$
Apports afférents aux immobilisations corporelles	296 671 \$	144 456 \$
Contribution - Fondation Montréal centre-ville	350 000 \$	-
	7 568 923 \$	6 525 269 \$

Charges d'exploitation	2023	2022
Communications, marketing et développement	2 963 295 \$	2 630 174 \$
Programmation et projets spéciaux	1 156 531 \$	1 292 119 \$
Propreté et sécurité	1 545 559 \$	1 160 427 \$
Embellissement et aménagement	1 095 123 \$	730 719 \$
Administration	435 387 \$	425 212 \$
Apports afférents aux immobilisations corporelles	363 244 \$	172 103 \$
	7 559 139 \$	6 410 754 \$
Excédent des produits sur les charges avant revenus (pertes) de placements	9 784 \$	114 515 \$
Revenus (pertes) de placements	180 394 \$	(56 942) \$
Excédent des produits sur les charges	190 178 \$	57 573 \$

Conseil d'administration
et direction générale

Conseil d'administration au 31 décembre 2023

Présidente

Nathalie Gagnon
Avocate, associée,
BCF Avocats d'affaires

Administratrice

Anne-Marie Laoun
Présidente, Georges
Laoun Opticien

Vice-président

Paul-André Goulet
Président, Groupe Goulet Sports

Administratrice

Chantal Riopel
Directrice générale,
Hôtel Le WestinMontréal

Secrétaire

André Bouthillier
Vice-président directeur Cabinet de
relations publiques NATIONAL

Administrateur

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

Trésorier

Simon Castonguay
Chef de pratique, Gestion
des risques et Courtage

Administrateur

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

Administratrice

Sonia Gagné
Architecte, associée, Provencher Roy

L'équipe de Montréal centre-ville au 31 décembre 2023



Glenn Castanheira
Directeur général



Emmanuelle Allaire
Responsable des
relations publiques



Jules Hébert
Directeur général adjoint



Alicia Orlowski
Responsable des
communications et marketing



Franck Subra
Directeur des opérations



Alejandra Obregon
Chargée de projets

L'équipe de Montréal centre-ville au 31 décembre 2023



Selma Emna Jmii
Responsable relations membres
et intelligence d'affaires



Marie-Claude Desrosiers
Coordonatrice administration
et comptabilité



Théo Closson
Responsable des
équipes terrain



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