



village

RAPPORT ANNUEL
2021

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL
(SDC) DU VILLAGE - VILLAGE MONTRÉAL





TABLE DES MATIÈRES

- 3. Mission, vision, valeurs
- 4. Réalisations
- 5. Faits saillants
- 10. Objectifs et priorités
- 11. Notre C.A.
- 13. États financiers

MOT DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

En 2021, nous pouvons être fier·ère·s du chemin accompli par la Société de développement commercial du Village.

Si 2020 s'est vécue comme une épreuve d'agilité, voire de contorsion, 2021 nous a plutôt donné confiance en la capacité de notre organisation d'être proactive.

Nous avons tiré des leçons des années précédentes pour revoir nos stratégies d'achalandage, le sentiment de sécurité des commerçant·e·s, client·e·s et résident·e·s et avons redéfini le cœur même de notre identité pour tendre la main aux communautés de la diversité sexuelle et de genre, indissociables de l'ADN du Village.

L'année 2021 nous a également donné l'occasion d'aller plus loin dans notre volonté de tisser des liens de proximité avec nos membres, mais aussi des citoyen·ne·s, afin de mieux répondre à leurs besoins.

Ils sont désormais au centre de nos processus de décision, ce qui permet une vision à 360 degrés, plurielle et toujours plus affûtée.

En tant que président du conseil d'administration, je suis confiant que les projets futurs seront à la hauteur de l'engagement et la détermination de l'équipe de Village Montréal, ainsi que de ses partenaires, qui partagent la vision d'un avenir florissant de notre Village.



**JP Loignon,
La graine brûlée**

MOT DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE PAR INTÉRIM

À l'image de 2020, l'année 2021 est sortie de l'ordinaire à bien des égards.

Comme pour la plupart des entreprises du Québec, les commerces du Village n'ont pas échappé aux contrecoups de la pandémie. Ainsi, la SDC du Village a dû faire preuve de créativité pour actualiser ses façons de faire et contribuer à la vitalité économique du secteur dans un contexte aussi changeant qu'imprévisible.

Malgré les défis, c'est avec le sentiment du devoir accompli que nous avons conclu l'année 2021.

En effet, les nombreux projets portés par notre équipe et propulsés par des partenariats d'envergure ont su positionner la SDC comme un acteur essentiel au commerce local et de proximité.

À titre d'exemple, les campagnes d'achat local ont contribué à la redécouverte du secteur et à son dynamisme économique, tandis que notre équipe a favorisé son embellissement par le déploiement de différents décors saisonniers.

La SDC du Village a aussi tout mis en œuvre pour améliorer le sentiment de sécurité dans le secteur, qui s'était détérioré depuis la pandémie, en établissant, entre autres, un projet pilote d'agent·e·s d'accueil.

Le Village a aussi procédé à la refonte de son image de marque pour que la fierté, la validation des identités et le sentiment d'appartenance du plus grand Village 2SLGBTQ+ au monde soient célébrés.

En conclusion, je tiens à souligner l'implication du conseil d'administration et l'immense confiance et soutien dont ses membres font preuve depuis ma nomination au poste de directrice générale par intérim à l'été 2021.

Avec une équipe solidifiée et des administrateur·rice·s qui apportent une expertise nouvelle à sa gouvernance, la SDC du Village se donne plus que jamais les moyens de contribuer à la transformation économique et à la vitalité du Village en favorisant la diversité, l'inclusivité et l'innovation.



Gabrielle Rondy

MISSION

Contribuer à la transformation économique et à la vitalité du Village en favorisant la diversité, l'inclusivité et l'innovation.

VISION

Grâce à son offre commerciale riche et sa communauté engagée, positionner le Village parmi les destinations 2SLGBTQ+ les plus festives, inclusives et sécuritaires du monde entier.

VALEURS

Unicité · Respect · Accueil · Communauté

RÉALISATIONS

2021

- Lancement du projet-pilote d'agent·e·s d'accueil
- Installation de compteurs d'achalandage
- Installation d'oriflammes au drapeau « Progress Pride Flag »
- Déploiement de la phase 1 du projet d'aménagement signature
- Déploiement d'une programmation estivale en contexte pandémique
- Refonte de l'image de marque du Village
- Refonte du site web du Village
- Lancement de 4 campagnes promotionnelles pour optimiser l'achalandage dans le Village

FAITS SAILLANTS

2021

RÉPONDRE À L'URGENCE DE RETROUVER UN SENTIMENT DE SÉCURITÉ DANS LE VILLAGE : LES AGENT·E·S D'ACCUEIL

Au cours des dernières années, les enjeux entourant la dynamique sociale du Village se sont multipliés, créant ainsi un déséquilibre dans la mixité sociale du quartier. Avec la pandémie et l'arrêt complet de l'activité commerciale du Village, la cohabitation est devenue un défi particulier et le sentiment de sécurité des occupant·e·s du secteur s'est grandement détérioré. En janvier 2021, la SDC du Village a lancé un projet pilote d'agent·e·s d'accueil en partenariat avec l'arrondissement de Ville-Marie pour répondre à cet enjeu. 7 jours sur 7, de 9h à 21h, ces agent·e·s formé·e·s aux différentes réalités du Village sillonnent le secteur pour assurer un lien entre les commerçant·e·s, passant·e·s, habitant·e·s, et les différent·e·s acteur·rice·s de notre écosystème : populations marginalisées, organismes communautaires, groupes de médiation/cohabitation et postes de quartier.

D'abord assurée par une agence de sécurité externe et coordonnée par la SDC, le projet est complètement pris en charge par notre équipe depuis novembre 2021 afin d'assurer une gestion optimale du personnel et une communication plus directe.

Après une année d'activité, l'impact positif du programme sur le Village n'est plus à prouver. Ce sont près de 7000 d'interventions qui ont été réalisées et recensées par les agent·e·s d'accueil, allant de la collecte de matériel de consommation à l'intervention auprès des populations marginalisées, en passant par les visites de courtoisie aux commerces du secteur.



INSTALLATION DES COMPTEURS D'ACHALANDAGE

En juillet 2021, la SDC du Village a installé 11 capteurs d'achalandage à des endroits stratégiques du Village afin d'en mesurer l'activité. Les données récoltées nous permettent désormais d'optimiser les ressources dont nous disposons et de les adapter en fonction de l'achalandage généré.

AFFIRMATION DES VALEURS INCLUSIVES DU VILLAGE : DE NOUVEAUX ORIFLAMMES « PROGRESS PRIDE FLAG »

À l'automne 2021, la SDC Village Montréal a procédé au remplacement de ses oriflammes sur les rues Atateken et Sainte-Catherine est. Par la même occasion, la SDC Village Montréal a décidé de les remplacer par des oriflammes aux couleurs du « Progress Pride Flag » (drapeau de la progression), comportant les mêmes six couleurs du drapeau original, mais où le blanc, le bleu et le rose clair, s'ajoutent pour représenter les personnes trans, ainsi que le noir et le marron, pour représenter les communautés 2SLGBTQ+ de couleur.

Ce geste d'inclusion dans l'espace public montréalais contribue à positionner le Village de Montréal comme un « safe space » pour toutes.



UN VILLAGE PLUS VERT ET TOUJOURS PLUS COLORÉ

Le verdissement du secteur est depuis plusieurs années au cœur des projets d'aménagement du Village, et les installations déployées en 2021 n'y ont pas fait exception. En effet, ce sont pas moins de 146 bacs répartis sur l'ensemble du territoire et groupés afin de former de véritables îlots végétalisés qui ont contribué à verdir le Village lors de la saison chaude et d'atténuer l'impact des îlots de chaleur dans le secteur. Une centaine d'espèces de végétaux ont été sélectionnées minutieusement pour ajouter des couleurs au quartier. 25 % des plantes, des vivaces, ont été mises en serre à l'automne pour contribuer à un décor toujours plus luxuriant à l'été 2022.



UNE PROGRAMMATION ARTISTIQUE SÉCURITAIRE ET D'UNE AMPLEUR INÉDITE

À chaque année, la piétonnisation estivale dans le Village rime avec une importante animation culturelle et artistique. Dans le respect des mesures sanitaires en place, la SDC du Village a déployé en 2021 sa plus vaste programmation événementielle sur la rue Sainte-Catherine Est. Entre le 8 juillet et le 1er octobre, ce sont plus de 850 artistes en tout genre qui ont offert des spectacles hauts en couleurs pour le plaisir des petits et des grands.

Cette programmation artistique, dans laquelle se sont produits circassien·ne·s, drag queens et drag kings, musicien·ne·s et danseur·euse·s a été rendue possible grâce à une collaboration avec le Partenariat du Quartier des spectacles et le soutien financier de Tourisme Montréal.

L'achalandage de plus de 850 000 passant·e·s enregistré·e·s par nos capteurs était si important que la SDC a décidé de prolonger d'un mois sa programmation culturelle.

DES SCÈNES INTÉGRÉES AU DÉCOR URBAIN

Pour donner vie aux performances des nombreux artistes, 5 scènes, dont un « catwalk », ont été installées à des endroits stratégiques de la rue Sainte-Catherine Est. Entre les spectacles, ces scènes, parfaitement intégrées au décor urbain et aux ilots végétalisés, faisaient aussi office d'aires de repos pour les passant·e·s entre les représentations, favorisant les échanges et les rencontres dans le Village.



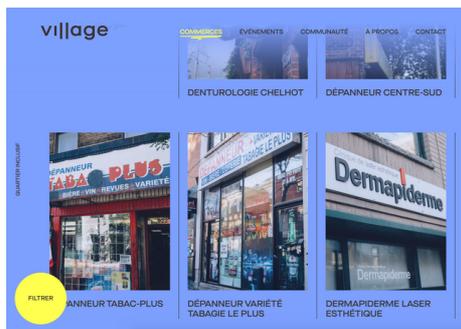
REFONTE DE L'IMAGE DE MARQUE DU VILLAGE ET DE SON ÉCOSYSTÈME NUMÉRIQUE

En novembre 2021, la SDC du Village a déployé sa nouvelle image de marque afin d'affirmer sa représentation des franges des communautés de la diversité sexuelle et de genre et pour incarner les orientations de son Manifeste pour la vitalité socioéconomique du plus grand Village 2SLGBTQ+ au monde, en se définissant comme le Quartier inclusif.

Pour marquer le changement, une campagne publicitaire ainsi qu'une nouvelle plateforme numérique développées en collaboration avec l'agence de renom Ig2 ont misé sur une visibilité à 360 degrés. Le nouveau logo du Village inclut depuis le symbole mathématique « égal », lequel se retrouve en plein cœur du mot « Village » par l'accentuation des deux « l ». De plus, ce symbole signifie la somme et la pluralité des personnes formant les communautés de la diversité sexuelle et de genre. C'est donc toute une histoire et des liens qui sont maintenant tissés avec l'usage de ce symbole aux significations multiples et rassembleuses.

À cela s'est greffé une nouvelle plateforme numérique, pour appuyer la refonte de cette marque emblématique. Couleurs, mouvements et navigation intuitive sont au cœur de la nouvelle plateforme afin de favoriser une expérience web agréable et moderne. Le site contribue depuis à faire rayonner les commerces, événements, personnalités et communautés du quartier.

Une vidéo promotionnelle produite par la maison de production Gorditos et mettant en scène la riche diversité du quartier a également été tournée en novembre en prévision d'une seconde campagne prévue au printemps 2022.



UN PARTENARIAT POUR POSITIONNER LE VILLAGE COMME UNE DESTINATION CULINAIRE INCONTOURNABLE

À la fin du mois de novembre 2021, la SDC du Village s'est associée à l'équipe de Tastet, un média québécois axé sur la riche proposition culinaire de la province afin de faire découvrir et redécouvrir les nombreuses adresses incontournables du quartier. À l'occasion d'un tout nouveau projet de balado animé par la drag queen Miss Butterfly, des invités tels que Manon Massé se sont entretenus au sujet de l'histoire du Village à travers ses bars, de la place des femmes dans le Village ainsi que ses secrets les mieux gardés. La diffusion est prévue au printemps 2022.



DES CAMPAGNES POUR REDYNAMISER L'ÉCONOMIE ET L'ACHALANDAGE DU VILLAGE

En décembre 2021, une campagne d'achat local en trois volets pour la redécouverte du Village a été lancée. D'abord, une campagne postale où des coupons rabais ont été envoyés à plus de 10 000 adresses du secteur. Dans un second temps, certains commerces ont été jumelés à d'autres afin d'inciter leurs client·e·s à les découvrir. Finalement, une carte rabais pour les employé·e·s du Village a été distribuée afin de les fidéliser et les encourager à fréquenter les nombreux autres commerces du secteur.

Une autre campagne de bonification a également vu le jour au mois de décembre 2021, en prévision du temps des Fêtes. La campagne « Village solidaire » proposait aux consommateur·rice·s d'encourager les commerçant·e·s du Village en achetant des bons d'achats optimisés. Grâce à l'entreprise Outgo, à Tourisme Montréal et au ministère du Tourisme du Québec, chaque montant investi par le public dans le cadre de la campagne Village solidaire a pu donner une bonification de 50 % par tranches de 15, 30 ou 60 \$. Cette campagne a permis d'injecter 45 000 \$ dans l'économie du Village.



OBJECTIFS ET PRIORITÉS

2022

- Augmenter l'achalandage dans le Village à longueur d'année
- Améliorer la propreté, la sécurité et l'inclusion dans le Village
- Positionner le Village comme un lieu vivant et dynamique
- Innover en matière d'art public, d'aménagement d'un milieu de vie et d'un lieu festif
- Améliorer le mix commercial en attirant des commerces de proximité

NOTRE CONSEIL D'ADMINISTRATION

En date du 31 décembre 2021

JP Loignon
PRÉSIDENT

La graine brûlée

Isabelle Corriveau
VICE-PRÉSIDENTE

Bar Renard, Bistro Tendresse et Mardi Snack-Bar

Steven Paul-Pioro
TRÉSORIER

Fondation LoJIQ

Jean-Philippe Dugal
ADMINISTRATRICE

Lead designer graphique

Francis Gaudreault
ADMINISTRATEUR

Armada par The Men's Room

Mélissa Lapierre-Grano
ADMINISTRATRICE

Arrondissement de Ville-Marie, Ville de Montréal

Bruno Laprade
ADMINISTRATEUR

Arrondissement de Ville-Marie, Ville de Montréal

Marleen Ménard
ADMINISTRATRICE

Cabaret Mado

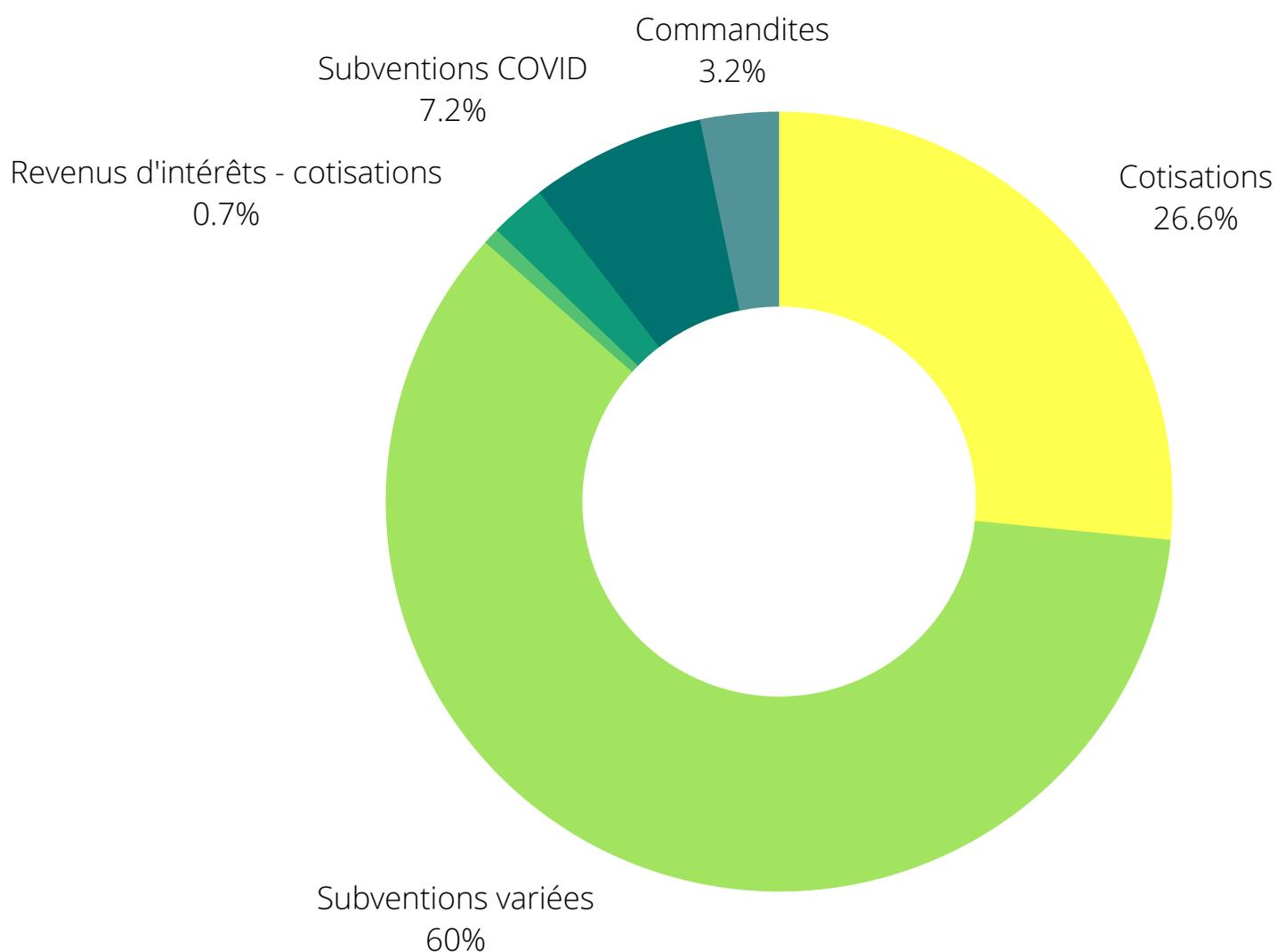
Nicolas Wegel
ADMINISTRATEUR

AEC Construction



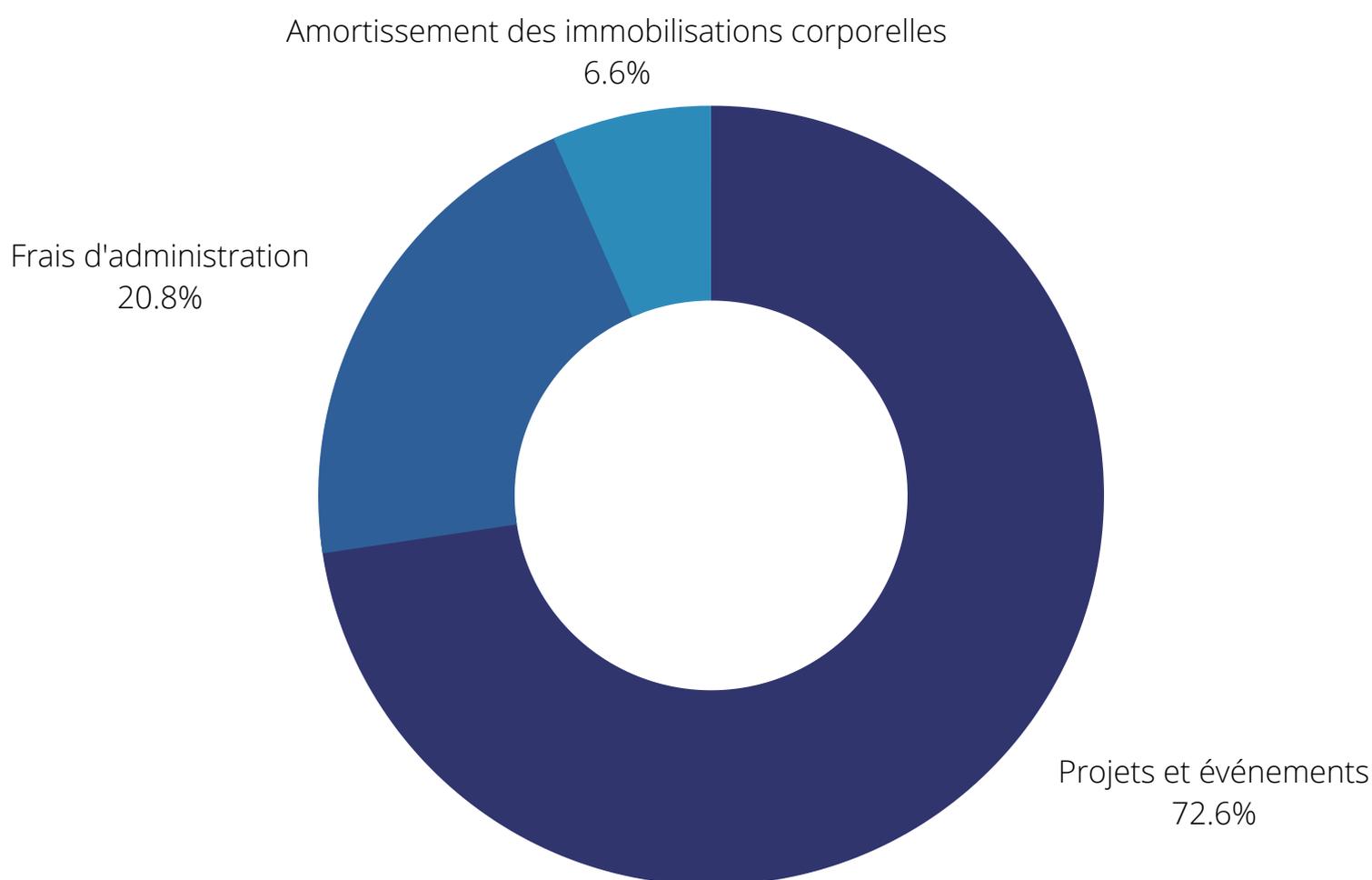
RÉPARTITION DES REVENUS

SUR UN TOTAL DE 2 322 261 \$



RÉPARTITION DES DÉPENSES

SUR UN TOTAL DE 2 425 936





QUARTIER
INCLUSIF

1211, RUE SAINTE-CATHERINE EST
MONTREAL (QC) H2L 2H1

514.529.1168
VILLAGEMONTREAL.CA

