

PLAN D'ACTION

2012



Plan d'action 2012

Des nouvelles de l'enquête sur les places d'affaires du Vieux-Montréal

- Portrait statistique du Vieux-Montréal selon les secteurs d'activité;
- Questionnaire: Interactions;
 - Avec le territoire
 - Avec les personnes (chefs d'entreprises).
- Groupes de discussion.

Plan d'action 2012

À la source du plan d'action: Un diagnostic basé en partie sur les réponses du questionnaire

- “Quels sont les avantages d’une localisation dans le Vieux-Montréal?” / “Quels sont les inconvénients d’une localisation dans le Vieux-Montréal?”
- “Avez-vous des suggestions d’actions que la SDC pourrait entreprendre?”
- “Quelles sont les problématiques du Vieux-Montréal dont vous voudriez discuter dans le cadre d’un groupe de discussion?”

Plan d'action 2012

OBJECTIF 1

**Mieux faire connaître la SDCVM
et le Vieux-Montréal aux membres**

Plan d'action 2012

ACTION 1 : Étoffer le site web de la SDCVM et accroître sa fréquentation

- Des informations plus détaillées sur la SDCVM et sa mission;
- Informations générales sur le Vieux-Montréal;
- Informations et ressources pour les membres de la SDCVM;
- Liste des locaux vacants et coordonnées des personnes contact.

Plan d'action 2012

ACTION 2 : Rendre plus efficace et intéressante l'infolettre de la SDCVM.

- Diversifier et bonifier son contenu;
- Accroître le nombre d'abonnés;
- Régulariser la fréquence des envois.

Plan d'action 2012

OBJECTIF 2

Promotion du quartier et de son offre

Plan d'action 2012

ACTION 1 : Continuer à faire la promotion générale du Vieux-Montréal dans les médias traditionnels et les médias sociaux

- Faire en particulier la promotion du secteur du commerce de détail, cela en tenant compte de l'identité commerciale du quartier, qui demeure encore à être précisée.
- Diffuser les principales raisons pour lesquelles les entreprises se localisent dans le Vieux-Montréal (réponses à la question « pourquoi votre entreprise se localise-t-elle dans le Vieux-Montréal? » du sondage).

Plan d'action 2012

ACTION 2 : Accorder un soutien logistique et financier à de nombreuses initiatives, de projets et événements extérieurs

- Déjà de nombreux partenariats sont établis;
- Porter une attention particulière à la partie Ouest du territoire, et aux projets susceptibles de dynamiser le territoire en hiver.

Plan d'action 2012

ACTION 3 : Produire des publications présentant l'offre commerciale du Vieux-Montréal, et les distribuer dans les lieux pertinents

- Mettre en valeur la complémentarité des commerces de manière à accroître le temps passé dans le Vieux-Montréal;
- Lieux stratégiques de distribution : hôtels et restaurants, commerces, quai des bateaux de croisière du Vieux-Port, Palais des Congrès, bureaux de tourisme de Montréal, etc.;
- Trouver des commanditaires pour financer le projet.

Plan d'action 2012

OBJECTIF 3

**Dynamiser le Vieux-Montréal
et
améliorer la qualité de l'offre**

Plan d'action 2012

ACTION 1 : Faire du Vieux-Montréal un quartier où il fait bon vivre et travailler

- Midi-concerts et autres événements culturels pour les travailleurs;
- Réfléchir aux stratégies à adopter pour renforcer et maintenir la présence des travailleurs en soirée dans le quartier;
- Travailler avec les gestionnaires de stationnements pour les inciter à améliorer l'offre;
- Secteur Nord-est : Mieux intégrer la cité administrative dans le Vieux-Montréal;
- Continuer de travailler en partenariat avec le milieu communautaire et les policiers (enjeux de sécurité).

Plan d'action 2012

ACTION 2 : Développement des affaires dans le secteur commercial

- Travailler avec les membres de la SDCVM à la précision de l'identité commerciale du Vieux-Montréal;
- Dynamiser et tenter d'impliquer le secteur des créateurs dans le Vieux-Montréal;
- Élaborer et lancer des projets d'embellissement (ex.: thématiques de vitrines, respect de la réglementation, etc.);
- Salon de l'offre commerciale : Événement créé pour répertorier les commerçants et commerces existants, pour permettre à ces derniers de mieux se connaître et leur offrir la possibilité de discuter de l'offre du Vieux-Montréal.

Plan d'action 2012

ACTION 3: Développement des affaires dans le secteur B2B (entreprises de services aux entreprises).

- Créer des évènements de réseautage selon les secteurs d'activité afin de favoriser les partenariats entre bureaux d'affaires du Vieux-Montréal;
- Souligner les réussites et petits succès des entreprises de ce secteur.

Budget 2012

REVENUS

Cotisations des membres non-limitées	1 011 000
Aide financière de l'Arrondissement	120 000
Revenu d'intérêt	1000
Total des revenus	1 132 000

DÉPENSES

1- Projets spéciaux et événements	542 000
2- Communications et promotion	241 500
3- Études - recherche et développement	25 000
4- Affaires financières et juridiques	28 700
5- Administration	294 800
Total des dépenses	1 132 000