

**RAPPORT ANNUEL 2024**

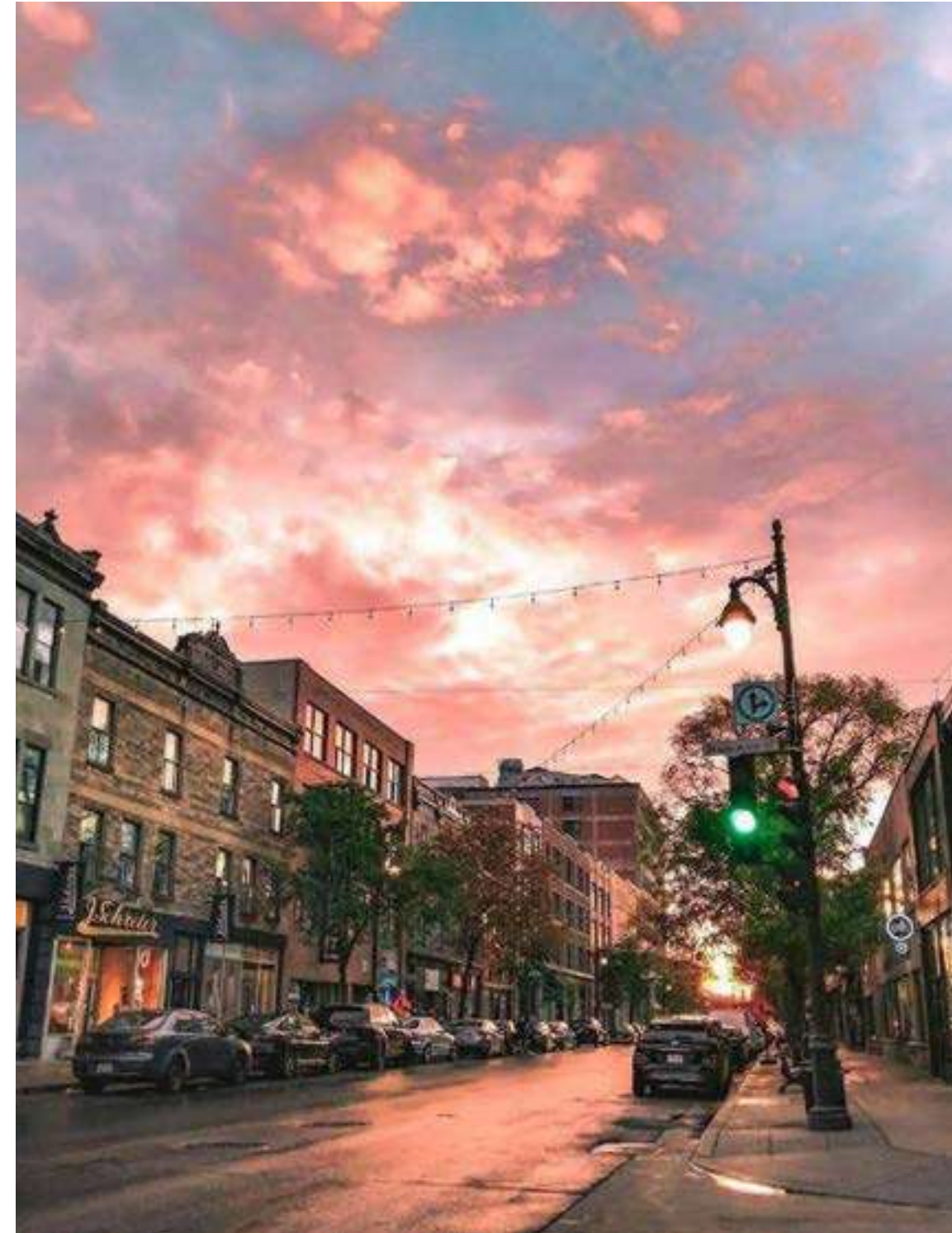
# **SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DU BOULEVARD SAINT-LAURENT**





# TABLE DES MATIÈRES

- 1.Énoncé de mission.....
- 2.Affectation du budget 2024.....
- 3.Positionnement et Marketing.....
- 4.Réalisations.....
- 5.Embellissement du territoire.....
- 6.Représentation.....
- 7.Équipe et Conseil d'administration.....





# Énoncé de mission

Fondée en 2000, la Société de développement du boulevard Saint-Laurent (SDBSL), initialement le Village international du boulevard Saint-Laurent, a pour mission de veiller au développement économique, culturel et social de l'artère entre la rue Sherbrooke et l'avenue Laurier. Financée à même les cotisations de plus de 600 établissements d'affaires situés sur son territoire, la SDBSL travaille de concert avec la communauté et les autorités locales afin d'assurer le bon développement et la prospérité du secteur.

## Notre mission

- Représenter et défendre les intérêts des entreprises et organismes membres de la SDBSL
- Faire la promotion du secteur et favoriser le développement économique, social et culturel de la *Main*
- Créer des opportunités d'affaires pour nos membres et des retombées socio-économiques sur le territoire

## Nos objectifs

- Consolider la notoriété et faire rayonner le boulevard tant localement qu'à l'international
- Augmenter la fréquentation
- Promouvoir la croissance économique, culturelle et sociale de nos membres



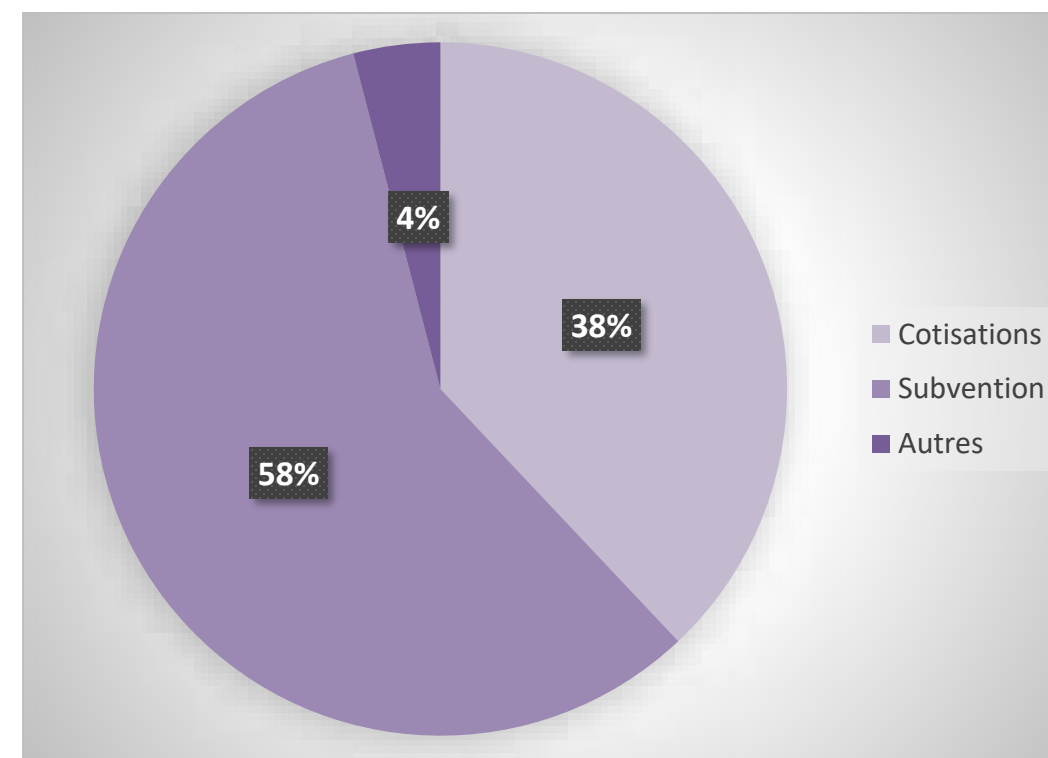
# Affectation du budget 2024

Le budget de la SDBSL est principalement composé de fonds privés, soit les cotisations obligatoires des entreprises sur son territoire, prélevées par la Ville de Montréal. Ces fonds servent en majorité à offrir des services aux membres, sous forme de représentation et de promotion, en plus de servir aux opérations journalières de l'organisation.

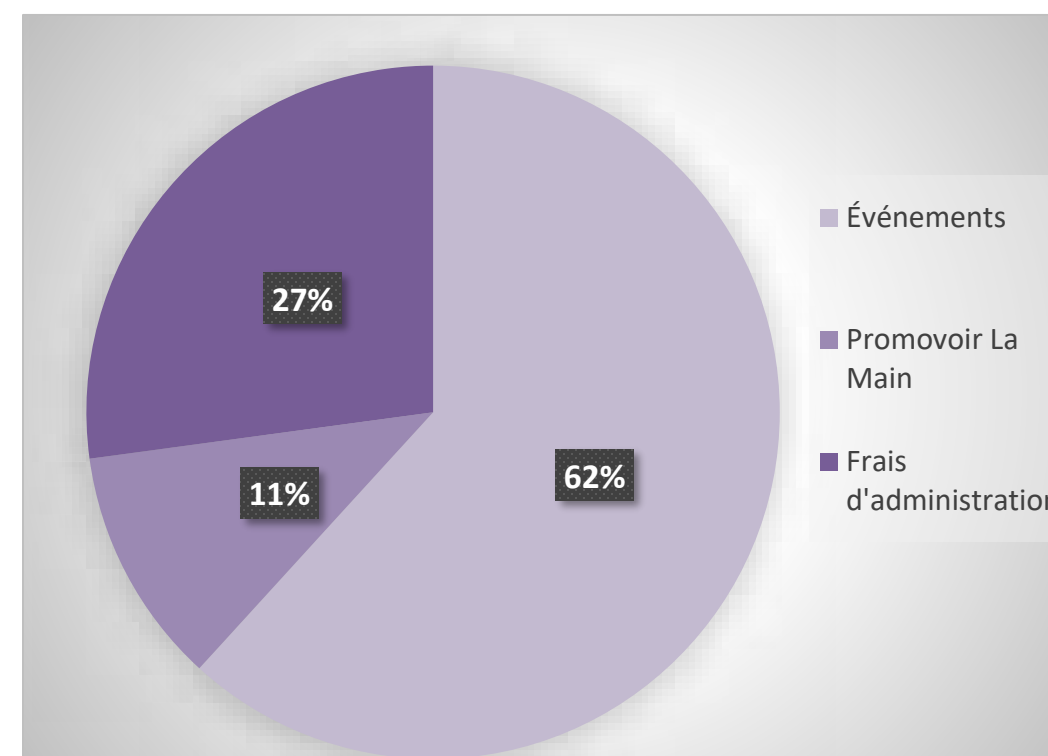
Afin de financer des projets d'envergure, tels que des interventions sur le domaine public ou des événements majeurs, la SDBSL dépend de subventions publiques provenant de différents paliers gouvernementaux. La Ville de Montréal est de loin la plus importante source de financement public pour la SDBSL. La principale source de revenus provient du programme de **Soutien aux SDC 2022-2024**. Une subvention de 100 000\$ a également été octroyée par l'arrondissement du Plateau-Mont-Royal pour soutenir le festival BLVD.

En 2024, en partenariat avec le festival Mural et studio Iregular, La SDBSL a obtenu une subvention du gouvernement du Québec pour le programme: Rayonnement de la culture québécoise. Nous sommes fiers d'annoncer que cette subvention de 625,000\$ nous a permis d'animer le Boulevard pendant Mural avec 5 monolithes produits par le Studio Iregular. Ce projet a ajouté un élément interactif au festival, nous propulsant dans le futur.

## Revenu 2024



## Affectation de budget 2024





# POSITIONNEMENT ET MARKETING

## Image de marque et perception

### Guide du Plateau Mont-Royal

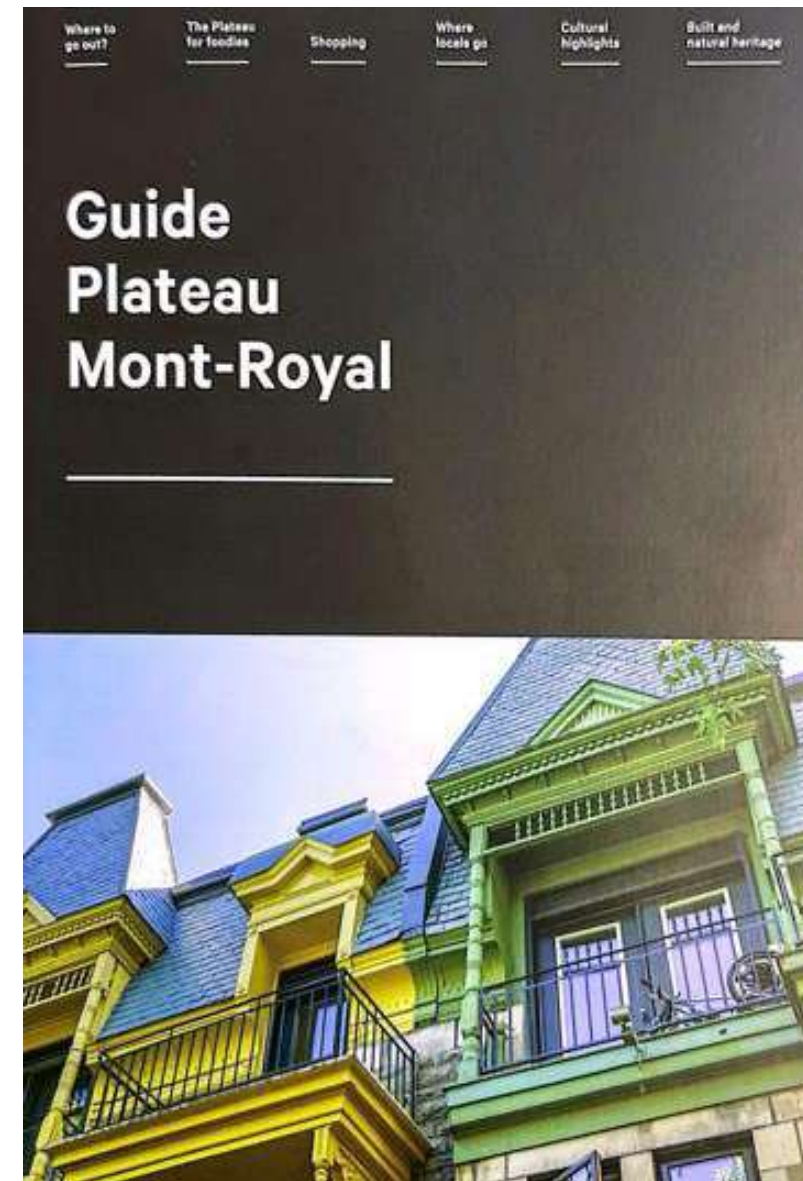
La SDBSL continue de collaborer avec les SDC de l'avenue du Mont-Royal, Laurier Ouest et la rue Saint-Denis pour présenter le guide du Plateau Mont-Royal. Faisant partie des cinq principales destinations touristiques de Montréal, il est important de souligner les caractéristiques uniques du quartier ainsi que chacune de ses grandes artères commerciales à l'aide d'un guide promotionnel.

Pour l'édition 2024, les destinations ont été présentées sous différentes catégories plutôt que par artère commerciale. Celles-ci étaient :

- Où sortir
- Le plateau gourmand
- Magasinage
- Comme un local
- Bouillon de culture
- Patrimoine bâti et naturel

Afin de bien compléter le guide, un calendrier regroupant tous les événements prévus de mai à décembre pour chaque artère a été inclus.

Les exemplaires ont été distribués chez les commerçants, les hôtels de Montréal et les kiosques d'information touristique.





# POSITIONNEMENT ET MARKETING

## Revue de presse

La portée médiatique totale des parutions mentionnant le boulevard Saint-Laurent en 2024 s'élève à **550 936 501**, marquant une augmentation notable par rapport aux **400 523 000** de 2023 et aux **445 282 000** de 2022. Cette progression démontre un rayonnement médiatique en forte croissance malgré une diminution du nombre de parutions.

Cette année, nous avons enregistré un total de **458** parutions, dont **près de 300** sont directement liées à l'événement **Mural**, confirmant son rôle essentiel dans la visibilité du boulevard. Comparativement, en 2023, **593** parutions avaient été recensées, indiquant une légère baisse du volume de couverture.

Par ailleurs, la présence médiatique internationale a connu une diminution, avec **48 parutions hors Canada**, contre **62 en 2023**. La répartition pour 2024 est la suivante :

- **États-Unis** : 22 (contre 24 en 2023)
- **Royaume-Uni** : 12 (contre 11)
- **France** : 9 (stable)
- **Allemagne** : 2 (stable)
- **Italie** : 2 (stable)
- **Tuvalu** : 1 (contre 2)

### Perspectives et recommandations

L'événement Mural continue d'être le principal levier de rayonnement international du boulevard, attirant une couverture médiatique significative. Enfin, il est crucial de gérer les attentes et d'éviter toute pression excessive sur les résultats futurs. Cette performance témoigne du travail accompli pour promouvoir l'image du boulevard Saint-Laurent et ouvre la voie à de nouvelles opportunités médiatiques.





# POSITIONNEMENT ET MARKETING

## La communication numérique de la SDBSL

Toujours en quête d'innovation, la Société de développement du boulevard Saint-Laurent adopte une approche créative et dynamique pour diffuser des contenus variés sur de multiples plateformes numériques. L'objectif est d'atteindre un large public et de faire rayonner l'actualité du boulevard.

### Nos missions

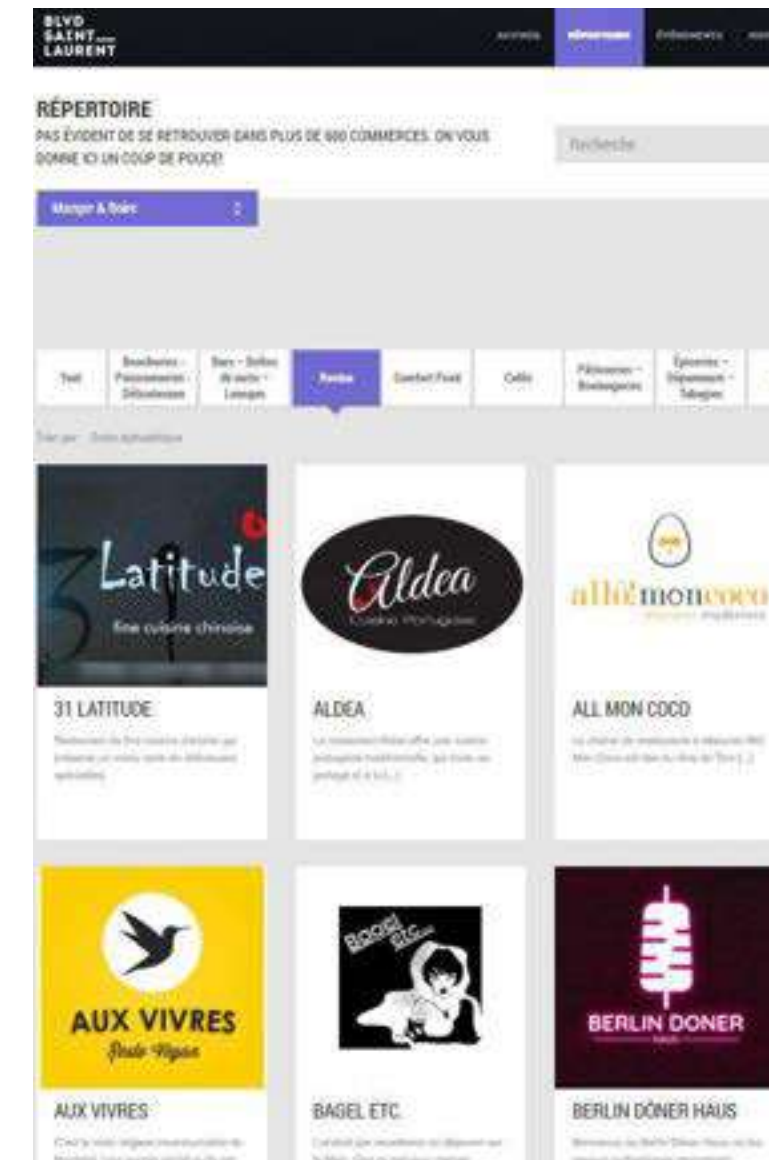
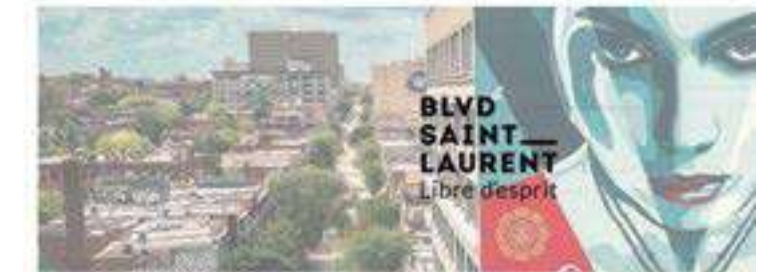
- Mettre en avant l'actualité et les événements qui animent le boulevard tout au long de l'année.
- Promouvoir l'offre des membres au quotidien en valorisant les commerces, restaurants, services et initiatives locales.
- Faire connaître le boulevard comme une destination unique et renforcer son attractivité.

### Un site web au service du public et des membres

Le site internet de la SDBSL propose un répertoire détaillé des commerces et services, ainsi qu'une section dédiée aux événements. Les membres bénéficient d'un accès personnalisé leur offrant des ressources exclusives, dont une boîte à outils et des informations stratégiques pour optimiser leur visibilité.

### Des infolettres et des formations tout au long de l'année

Les infolettres publiques permettent de tenir la communauté informée des actualités du boulevard, des événements à venir et des offres spéciales proposées par les membres. Par ailleurs, des **formations** et **webinaires** sont offerts aux membres tout au long de l'année afin de les accompagner dans leur développement et d'optimiser leur présence sur le boulevard.



### Piétonnisation de l'été

Venez nous rejoindre sur le boulevard !



Rejoignez-nous pour nos festivals d'été et découvrez un boulevard animé et vibrant, festifs !

→ Festival MURAL → du 6 au 16 juin →

# POSITIONNEMENT ET MARKETING

## Plateformes numériques

### Médias sociaux

La SDBSL assure une présence active sur Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn grâce à une veille quotidienne. Chaque semaine, les plateformes numériques du boulevard mettent en lumière son histoire et ses moments marquants, ses murales emblématiques, l'arrivée de nouveaux commerces, les aménagements urbains et les actualités importantes des commerçants, travailleurs et résidents.

### Abonnés

 14 749 abonnés (14 500 en 2023)

 10 373 abonnés (9 301 en 2023)

 2 932 abonnés (2 932 en 2023)

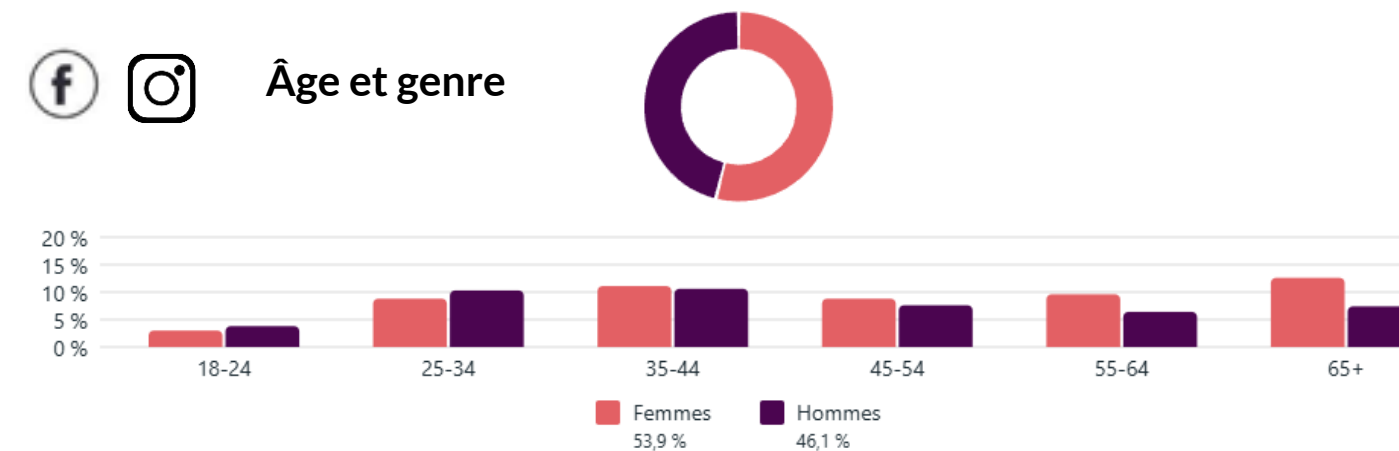
 375 abonnés (288 en 2023)

Au cours de l'année 2024, les médias sociaux ont généré **460 publications et 444 stories**. Parmi ces contenus, **33 concours, 5 publicités, 38 vidéos** ont été réalisées ou partagées.

À noter que l'audience est majoritairement composée de femmes : **53,9% audience féminine** contre **46,1% d'audience masculine**.

Les femmes âgées de 35 à 44 ans (11,1 %) et de plus de 65 ans (12,6 %) constituent les principales tranches d'âge présentes sur Facebook et Instagram. Du côté des hommes, les groupes les plus représentés sont ceux de 25 à 34 ans (10,3 %) et de 35 à 44 ans (10,6 %).

	Facebook	Instagram
Couverture	<b>434K</b> (229K en 2023)	<b>434K</b> (252,5K en 2023)
Interactions avec le contenu	<b>13,5K</b> (7,2K en 2023)	<b>25,5K</b> (18,1K en 2023)
Abonnés	<b>14.7K</b> (14,5K en 2023)	<b>10.3K</b> (9,3K en 2023)
Clics sur un lien	<b>7,4K</b> (4,1K en 2023)	<b>3,2K</b> (1,7K en 2023)
Visites sur la page	<b>45K</b> (26K en 2023)	<b>20,3K</b> (20K en 2023)





# POSITIONNEMENT ET MARKETING

## Plateformes numériques

### Concours

La SDBSL a collaboré avec les commerçants à l'occasion de la **Saint-Valentin, la Fête des Mères et le temps des Fêtes** pour faire gagner des expériences et des cartes-cadeaux à la communauté du boulevard.

Cette année, la SDBSL a relancé son fameux concours du **Calendrier de l'Avent**. Pendant 30 jours, des cartes-cadeaux de 100\$ ont été offertes quotidiennement dans différents commerces du territoire. En 2024, plus de 3,500\$ en prix ont été remis.

### Carte rabais pour les employés

En 2024, la SDBSL a maintenu son programme de carte rabais, offrant aux employés de la *Main* un rabais minimum de **10% dans les commerces participants**.

Les cartes sont distribuées gratuitement aux employés situés entre la rue Sherbrooke et l'avenue Laurier et sont valables pendant 1 an. Cette initiative favorise l'achat local tout en procurant des avantages aux travailleurs du boulevard.

Au total, **plus de 1,200 cartes** ont été distribuées et plus de 60 commerces, entreprises de services, restaurants et bars ont offert des rabais exclusifs aux détenteurs de ces cartes.





# POSITIONNEMENT ET MARKETING

## Plateformes numériques

### Portraits de femmes entrepreneurs sur le boulevard

En 2024, la SDBSL a mis à l'honneur les femmes qui façonnent le boulevard Saint-Laurent à travers une campagne dédiée sur les réseaux sociaux.

Cette série de portraits a permis de plonger dans l'univers et l'histoire de celles qui dirigent des commerces et entreprises sur la *Main*, mettant en avant leur parcours, leurs défis et leur vision.

À travers ces entretiens, nous avons voulu célébrer la diversité, la créativité et l'audace des femmes entrepreneuses qui contribuent au dynamisme du boulevard. Chaque mois, un nouveau portrait a permis de découvrir les visages et les histoires de ces femmes qui font vibrer et font rayonner au quotidien notre artère emblématique.

Cette initiative s'inscrit dans notre engagement à soutenir et valoriser nos membres en mettant en lumière celles et ceux qui font vivre la *Main* au quotidien. Une belle façon d'inspirer et de renforcer la communauté d'affaires de Saint-Laurent !

Nous remercions ces femmes entrepreneuses qui nous ont ouvert les portes de leur quotidien :

- Amandine, propriétaire de **Art salon**
- Becky & Lara, propriétaires de **Citizen Vintage**
- Masha, Directrice de la **Garderie La Cloche**
- Mirella Di Blasio, Présidente de **Lulu événements**
- Marie Madelin, avocate et fondatrice de **Allen Madelin Lawyers - Avocats**





# RÉALISATIONS

## Événements et activités

### La Grande Corvée | 19 mai

Le 19 mai 2024, la SDBSL a tenu sa corvée de nettoyage annuelle afin de préparer le boulevard à l'arrivée de la belle saison. Comme chaque année, les commerçants et l'équipe de nettoyage du programme TAPAJ se sont mobilisés aux côtés de la SDBSL pour redonner éclat et propreté à l'artère.

En plus du nettoyage des parcs et des trottoirs, l'entreprise *Solutions Graffiti* a été mandatée pour effacer les traces de vandalisme sur le mobilier urbain, certaines façades de locaux vacants ainsi que sur les trottoirs.

Pour ajouter une touche artistique à cette mise en beauté du boulevard, l'artiste montréalaise *MonoSourcil* a été invitée à réaliser plusieurs fresques au sol, apportant ainsi couleur et dynamisme à l'espace public en vue de l'été. (Pour plus de détails sur les marquages au sol - voir p23)



### Les activités dans le parc | 4 mai au 8 septembre

Avec le retour du beau temps et des journées ensoleillées, l'été devient le moment idéal pour profiter des activités extérieures. Cette année, **Modo Yoga** et **Espace Yambae** étaient de retour au parc des Amériques et au parc du Portugal pour donner des cours gratuits de yoga et de danse.

Comme pour chaque édition des activités dans le parc, Modo Yoga a donné les cours chaque dimanche alors que pour Espace Yambae, les activités étaient offertes chaque premier samedi du mois.





# RÉALISATIONS

## Événements et activités

### Taverne Tour | 8 au 10 février

De retour en présentiel cette année, le Taverne Tour est un festival de musique hivernal qui présente une variété d'artistes émergents et établis de renommée locale et internationale dans les salles de spectacles et bars de la rue Saint-Denis, de l'Avenue Mont-Royal et du boulevard Saint-Laurent.

En prenant place au début du mois de février, cet événement vise à briser la morosité hivernale en diversifiant l'offre d'activités culturelles montréalaise dans une période plus calme au niveau du calendrier culturel et musical. Aussi, les concerts offerts pendant le Taverne Tour sont accessibles et abordables, ce qui permet à un public plus large de découvrir des artistes.

Parmi la vingtaine d'établissements participants, **cinq étaient situés sur le boulevard Saint-Laurent** : La Sala Rossa, La Sotterenea, Le Ministère, Le Belmont et La Casa del Popolo. La SDBSL est heureuse d'annoncer sa participation à la 8e édition du Taverne Tour, lors de la Nuit Blanche de Montréal en mars 2025.





# RÉALISATIONS

## Événements et activités

### **La Main Non-Stop | 2 mars, 15 juin et 31 décembre**

Suite au succès des deux éditions pilotes en 2023, la SDBSL est fière d'annoncer que l'événement *La Main Non Stop!* s'est solidement implanté en 2024 avec trois éditions marquantes, tenues les 2 mars, 15 juin et 31 décembre.

Initialement lancé dans le cadre de la Nuit Blanche de Montréal, *La Main Non Stop!* a été intégré de manière stratégique au Festival MURAL ainsi qu'à la veille du jour de l'An, offrant ainsi aux restaurants et bars servant de l'alcool une opportunité unique d'étendre leurs heures d'ouverture jusqu'au petit matin.

En décembre 2024, une édition spéciale a donc été organisée pour le réveillon du 31, permettant au public de célébrer la nouvelle année jusqu'aux premières lueurs du jour sur le boulevard Saint-Laurent. L'événement a connu un franc succès, avec une participation enthousiaste des établissements impliqués.

Comme lors des éditions précédentes, la SDBSL a collaboré avec l'organisme *Dans la Foule* ainsi qu'avec *Équipe médicale* afin d'assurer un environnement sécuritaire et agréable pour tous lors des trois éditions de l'année.





# RÉALISATIONS

## Événements et activités

### Festival MURAL | 6 au 16 juin

Le boulevard Saint-Laurent a célébré le début des festivités estivales avec la 12e édition du Festival MURAL !

MURAL se démarque comme étant le seul festival d'art urbain en Amérique du Nord réunissant plusieurs disciplines artistiques dans une programmation riche et diversifiée. Ce festival représente une plateforme exceptionnelle pour la culture urbaine et les talents émergents, tout en contribuant à la démocratisation de la discipline, un objectif poursuivi par l'organisme depuis 2013.

En plus des spectacles de musique, des projections murales et des activations variées par les artisans, les festivaliers ont pu découvrir de nouvelles expériences interactives. Parmi elles, **FORTUNES**, un projet artistique participatif et innovant du studio Iregular, soutenu par le Ministère de la Culture et des Communications. Ce projet proposait cinq monolithes artistiques animés de sons et lumières, invitant les festivaliers à libérer leur créativité. En tout, cette initiative a suscité l'intérêt et encouragé l'interaction de plus de 84 000 festivaliers.





# RÉALISATIONS

## Événements et activités

### Festival MURAL | 6 au 16 juin

Du 6 au 16 juin, le boulevard a fermé à la circulation automobile, entre la rue Sherbrooke et l'avenue Mont-Royal, pour accueillir le festival. Le secteur nord, entre l'avenue Mont-Royal et l'avenue Laurier a également fermé, toutefois, du 6 au 9 juin.

Ayant été l'un des éléments clés de l'édition passée, la **scène Milton** a été réaménagée pour accueillir les spectacles de Drag Queen, les performances musicales et les concours de peinture en direct. Les artistes qualifiés pour la demi-finale et la finale étaient votés par le public, offrant davantage une expérience interactive pour les festivaliers. La SDBSL est fière de mettre en avant Mono Sourcil, l'artiste mandatée pour le projet de marquage au sol et gagnante du concours de peinture. Au cours des **10 jours d'activation**, la zone Milton a accueilli **69,000 festivaliers**.

Cette année, la scène musicale dans le secteur nord, entre l'avenue Mont-Royal et Laurier, n'a pas été installée. Pour compenser, la SDBSL a collaboré avec l'artiste **Bibi Una** et les écoles primaires locales afin que des groupes d'élèves de bas âges puissent participer à une activité de peinture au sol. Celle-ci a été bien appréciée par les élèves ainsi que par les piétons. Le maquillage de fantaisie, les ateliers de cirque et les cours de DJ ont également permis d'animer cette zone. Cependant, la SDBSL a pris la décision de ne pas fermer le secteur nord pour les éditions futures.





# RÉALISATIONS

## Événements et activités

### Festival BLVD | 29 août au 1 septembre

Attendu avec impatience par tous, le Festival BLVD est rapidement devenu un incontournable à la fin de l'été. L'événement de quatre jours permet de se rassembler en famille ou entre amis et de prendre part à plusieurs activités offertes gratuitement. Le but étant d'inviter les familles et d'encourager l'activité physique tout en promouvant les attraits de l'artère.

Pour cette édition, une programmation musicale a été ajoutée au festival offrant des concerts gratuits. **Plus de 145 commerces** ont participé, invitant les festivaliers à se promener sur la *Main* pour découvrir une diversité de produits locaux et déguster des plats variés offerts par les restaurateurs.

Cette année, la SDBSL a poursuivi son partenariat avec **Corgi Pawty** afin d'accueillir le plus grand rassemblement de corgis sur le boulevard. Plus de **300 chiens** sont partis de la place Guilbault pour se rendre jusqu'au parc des Amériques où a eu lieu le concours du corgi le plus stylé. Malgré la pluie, tous étaient au rendez-vous pour assister à l'événement et, par la suite, se joindre au festival pour explorer les multiples activations tout au long de l'artère.

La SDBSL continue aussi son partenariat avec **TAZ**, le plus grand Skate-park intérieur au Canada, pour offrir des cours gratuits à la clinique d'initiation de planche à roulette et trottinette. Encore une fois, l'activité était bien appréciée des festivaliers.





# RÉALISATIONS

## Événements et activités

### Festival BLVD | 29 août au 1 septembre

MTL Activity était à nouveau présent pour animer l'artère avec une variété d'activités. En plus des jeux habituels, une zone de mini-putt et une autre de tic-tac-toe ont été ajoutées et ont été bien achalandées. Les participants pouvaient également reprendre de l'énergie et jouer à des jeux ludiques dans la zone détente, aménagée devant le parc du Portugal.

La SDBSL continue de travailler avec l'artiste **River June** pour offrir les ateliers de peinture au coin de l'avenue Mont-Royal. Des panneaux de type tête à trou sont utilisés pour cette activité, permettant ainsi aux participants de prendre des photos souvenirs de leur œuvre. De plus, les enfants pouvaient se rendre devant le parc du Portugal pour se faire maquiller gratuitement tout le long du festival.

Grâce à la collaboration des crémeries et commerces du boulevard, la **chasse au trésor** a été reconduite lors de la 7<sup>e</sup> édition de BLVD. L'activité était accessible autant de jour que de soir, donnant la chance à plus de festivaliers de recevoir une crème glacée gratuite.

Enfin, ces quatre jours de festivités ont permis de conclure la saison estivale sur la *Main* dans une ambiance conviviale et en bonne compagnie.





# RÉALISATIONS

## Événements et activités

### FrancoVille | 20 septembre

Cette année, la SDBSL a participé à la deuxième édition du projet **FrancoVille**, visant les nouveaux étudiants internationaux à Montréal. En collaboration avec l'Université Concordia et l'Université de Montréal, ce projet avait pour objectif de faire découvrir la richesse culturelle de la métropole par le biais de parcours ludiques et des défis en français. D'ailleurs, les étudiants ont pu en apprendre sur l'histoire, l'architecture, les commerces emblématiques et les murales du boulevard grâce à la visite guidée organisée par l'organisme Les Amis du boulevard.

Soutenue par le [Ministère de la Langue française](#) dans le cadre du programme « En français, naturellement ! », cette initiative met en avant l'importance de la langue et de la culture francophones, renforçant ainsi l'intégration de nos étudiants internationaux

Au final, **une dizaine d'étudiants** ont participé et découvert différents commerces et restaurants du boulevard Saint-Laurent : Magasin le Chaînon, Azores, L'Heureux Bouddha, Tapi Go!, Ripples, Librairie Espagnole et Sophie Sucrée.





# RÉALISATIONS

## Événements et activités

### Vitrines pour le temps des fêtes

À l'occasion de la période des fêtes de fin d'année, la SDBSL a reconduit le projet de décorations des vitrines en collaboration avec les **étudiants du CÉGEP du Vieux-Montréal**. En équipe de deux ou seul, les étudiants étaient responsables de l'élaboration de concept, de la fabrication et de l'installation des décors sur les vitrines des commerçants du boulevard Saint-Laurent.

Les commerces participants étaient Savonnerie M'Nonga, Cul-de-sac, Jet-Setter, Biltmore Domicile, Travail Sans Frontières et Oppen's. Encore cette année, le projet a été bien accueilli parmi les membres et tous étaient heureux des résultats. De plus, l'ajout de cette touche festive et unique chez les commerçants a eu un impact positif sur l'image du boulevard.





# EMBELLISSEMENT DU TERRITOIRE

## Mobilier urbain

### Bancs, bacs à fleurs et verdissement

La SDBSL continue de collaborer avec **OutThere Studio** pour divers projets d'aménagement urbain, incluant les bancs, les bacs à fleurs et le verdissement. Grâce à son approche créative, qui combine design urbain et design d'événements, le studio s'affirme comme un acteur innovant dans la conception d'objets durables aux usages variés. OutThere offre à la fois des projets personnalisés clés en main et des services d'entretien et de verdissement des installations.

Les aménagements de verdissement apportent une touche de fraîcheur à l'environnement urbain du boulevard Saint-Laurent, ce qui les rend particulièrement appréciés par la communauté. La disposition des bacs à fleurs complète les devantures de certains commerces, améliorant ainsi l'image du boulevard, tandis que l'ajout de bancs crée davantage d'espaces de détente dans le secteur. Conçus pour s'intégrer aux arbres des trottoirs, ces mobiliers ont également permis à la SDBSL de constater une réduction des déchets autour de ceux-ci.





# EMBELLISSEMENT DU TERRITOIRE

## Mobilier urbain

### Chaises Bowman

Aménagement récurrent sur le boulevard, les **30 chaises Bowman** ont été installées par le studio de design OutThere pour la période du printemps à l'automne. Les chaises orange apportent une touche de couleur à l'artère tout en offrant des espaces de repos.



### Supports à vélo

La SDBSL a travaillé de nouveau avec OutThere Studio pour l'installation des supports à vélo le long du boulevard. Cet ajout stratégique améliore l'accessibilité de l'artère et favorise une mobilité active et durable. De plus, leur couleur rose et leur forme en cœur ont rapidement fait de ces supports un élément emblématique de la *Main*.





# EMBELLISSEMENT DU TERRITOIRE

## Terrasse mutualisée

La SDBSL a de nouveau aménagé la terrasse mutualisée devant le parc des Amériques. Appréciée de tous, cette aire commune est l'endroit idéal pour les 5 à 7 ou pour se rejoindre entre amis et partager différents plats des restaurants environnants. D'ailleurs, la terrasse est un ajout bénéfique pour les travailleurs des bureaux qui souhaitent prendre leur pause repas à l'extérieur en profitant du soleil et de l'air frais. Cet aménagement a également été créé par le studio de design OutThere.



## Équipe d'entretien

La SDBSL continue de travailler avec son propre concierge sortant de l'organisme Dîners Saint-Louis – un organisme communautaire offrant du soutien vers l'insertion sociale. **Marcel David** s'engage à assurer la propreté de l'artère et est chargé de l'équipe d'entretien. L'équipe est présente sur le boulevard sept jours par semaine durant l'été et quatre jours durant l'hiver. Leurs principales tâches quotidiennes sont le nettoyage des trottoirs, le maintien de la propreté des mobiliers urbains, le retrait des signes de vandalisme et des graffitis ainsi que le déneigement et le déglacage des intersections et des devantures de commerces en hiver.





# EMBELLISSEMENT DU TERRITOIRE

## Décorations

### Sapins de Noël

Projet récurrent depuis 2020, les sapins de Noël sont de retour pour illuminer le boulevard et ajouter une touche festive pour le temps des fêtes et les mois ayant des journées plus courtes. Les 26 sapins sont répartis tout le long de l'artère, dont 6 sont placés sur des plateformes en demi-lune affichant le logo de la SDBSL. Cette année, les bases des sapins ont d'ailleurs été remises à neuf, en ajoutant de la couleur et le logo de la SDBSL pour les embellir.

### Lumières

Depuis sa première installation en 2014, le projet au nom de la Constellation de la *Main* continue de représenter une facette identitaire du boulevard Saint-Laurent. Composé de plus de 6,000 ampoules et 12,600 pieds de câblage entre les lampadaires, les lumières de type bistro illuminent le boulevard tout au long de l'année et représentent maintenant un élément clé pour l'image de la *Main*.





# EMBELLISSEMENT DU TERRITOIRE

## Marquage au sol

Chaque année, un nouvel artiste-peintre est sélectionné pour contribuer au projet de marquage au sol sur le boulevard Saint-Laurent. Cette fois-ci, la SDBSL a choisi de faire appel aux talents de **Mono Sourcil**. Originaire de Montréal, Mono Sourcil est une artiste muraliste pratiquant le street art, la peinture, le dessin, la sculpture, l'installation et l'art performatif. Ses murales ont été présentées dans plusieurs festivals et événements renommés, notamment aux États-Unis, en Guadeloupe, au Mexique, en Haïti, ainsi qu'à travers l'est et l'ouest du Canada.

En tant qu'artiste, Mono Sourcil souhaite transmettre des notions de coexistence en soulignant la richesse des différences et de la diversité pour favoriser une **harmonie collective**. Dans cette optique, l'artiste a créé **13 œuvres**, toutes plus variées les unes que les autres, afin de représenter le côté estival de l'été ainsi que l'aspect festif et multiculturel de Montréal. Le projet a commencé lors de la Grande Corvée en mai et a été complété lors du Festival MURAL en juin.





# REPRÉSENTATION

## Collecte de données

### Mix commercial

La SDBSL met à jour chaque année un registre précis de tous ses membres. Pour avoir une vue d'ensemble de l'offre commerciale du boulevard, les entreprises sont classées selon le Système de Classification des Industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Cette approche permet de mieux identifier les secteurs clés et d'analyser les tendances en comparaison avec les années précédentes.

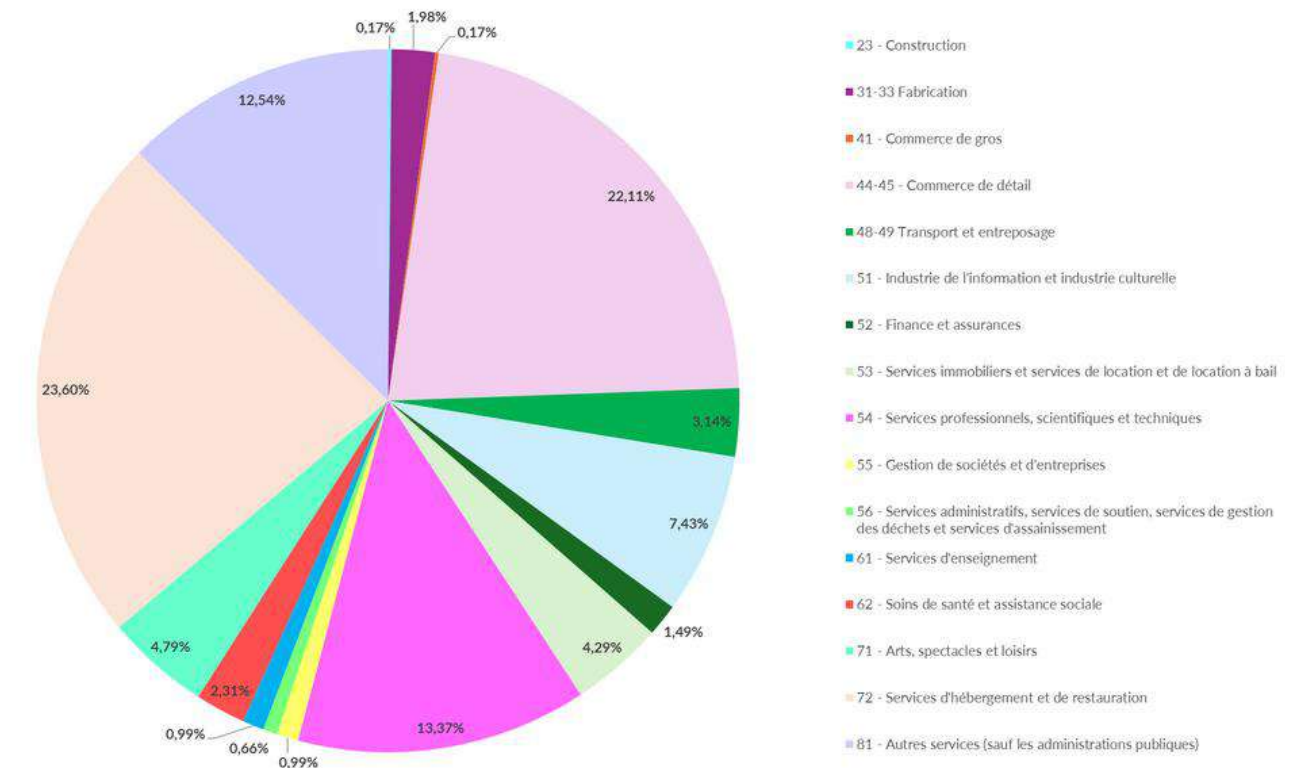
Le mix commercial est également un outil essentiel pour promouvoir le boulevard Saint-Laurent en tant qu'emplacement de choix pour les entreprises. La diversité de l'offre, issue de cultures différentes, favorise l'inclusion et permet à tous de trouver sa place sur la *Main*.

### Locaux à louer

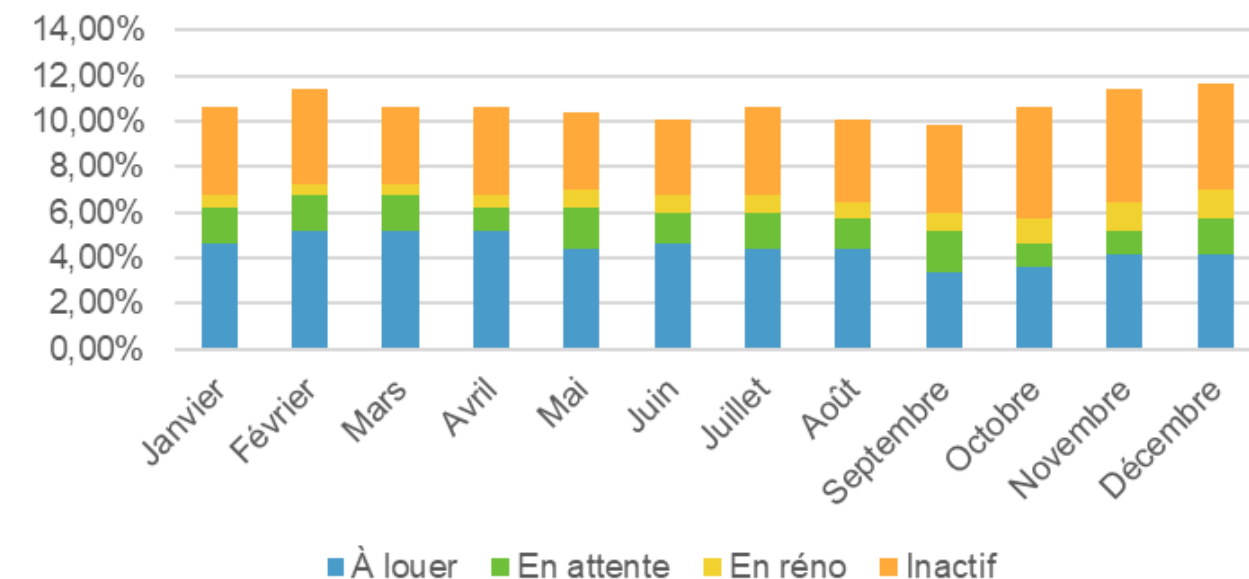
La SDBSL actualise mensuellement son registre des locaux à louer, permettant ainsi de rester informée des ouvertures et fermetures de commerces au cours de l'année. Cette mise à jour régulière permet de calculer le taux d'occupation et de repérer les secteurs où celui-ci est le plus bas, mettant en avant des opportunités d'affaires stratégiques.

Pour les entrepreneurs souhaitant s'installer sur le territoire, la SDBSL présente des locaux disponibles au rez-de-chaussée et aux étages sur son site internet et dans un catalogue mensuel. Le catalogue est aussi partagé mensuellement avec l'arrondissement et PME MTL.

RÉPARTITION DES INDUSTRIES DU BOULEVARD SAINT-LAURENT 2024



TAUX DE VACANCE MENSUEL - RDC





# REPRÉSENTATION

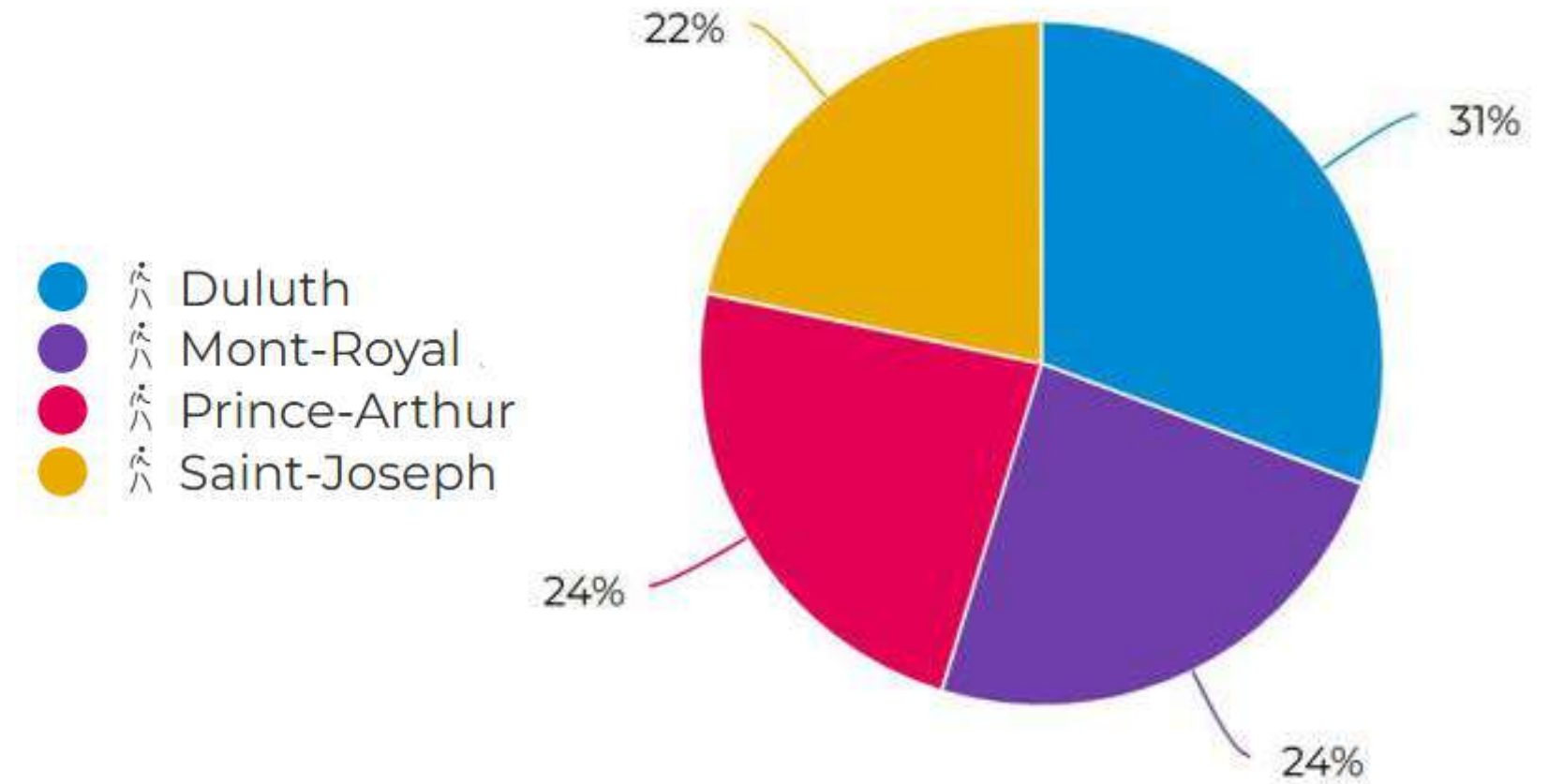
## Collecte de données

### Éco-compteurs

Pour recueillir l'indice d'achalandage, la SDBSL continue de travailler avec l'entreprise Éco-Compteur. Des quatre compteurs piétons installés aux intersections principales (Prince-Arthur, Duluth, Mont-Royal et Saint-Joseph), deux sont installés sur le côté est et deux sur le côté ouest.

Cette année, plus de **6,2 millions de personnes** ont fréquentés le boulevard Saint-Laurent. Cette donnée prend compte des résultats obtenus de nos compteurs et du nombre de piétons lors du festival MURAL et BLVD.

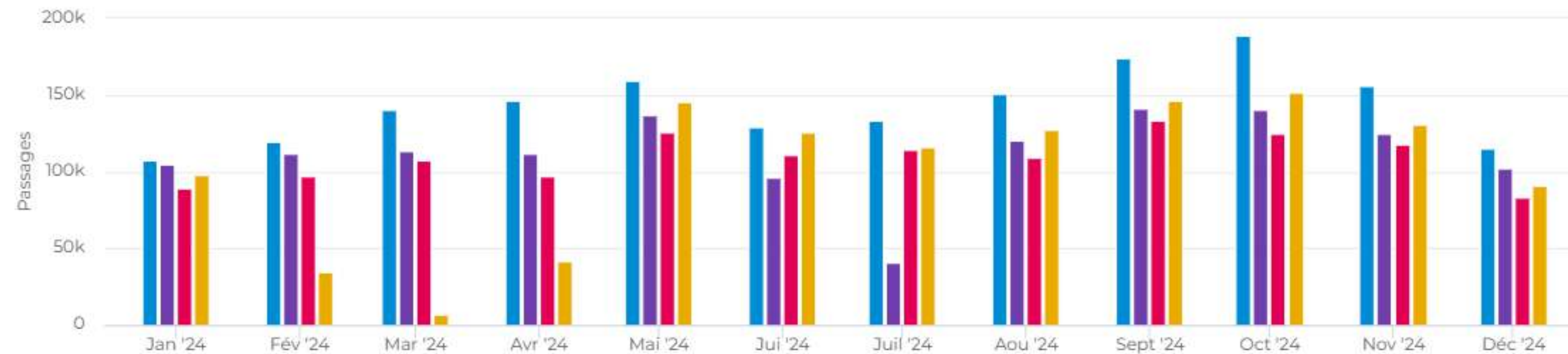
DISTRIBUTION DES SECTEURS CLÉS - 2024



Achalandage Mensuel par site ↗

01/01/2024 → 31/12/2024

📍 Saint-Joseph (PYRO) | Mont-Royal (P)





# REPRÉSENTATION

## Collecte de données

### Bilan offre-demande

L'an dernier, la SDBSL a lancé une étude de marché de l'offre et la demande sur son territoire, grâce au financement du programme de soutien aux SDC de Montréal. Les résultats ont été publiés cette année et ont permis d'en apprendre davantage, entre autres sur la clientèle, la raison des visites, la répartition des dépenses, l'impact économique et sur l'emploi et le trafic piétonnier. Un résumé de l'étude a été transmis aux membres du boulevard par infolettre.

### Origine, fréquence et raison des visites de la clientèle

- Environ 60% des clients viennent du **Plateau Mont-Royal et du centre-ville de Montréal**.
  - 29% viennent de l'extérieur, dont 12% proviennent de l'extérieur de la province.
- 76,7% des clients fréquentent le boulevard de manière régulière
  - 17,3% visitent chaque jour ou presque
  - 38,6% quelques fois par semaine
  - 20,7% au moins une fois par semaine
- 54%, soit la majorité des clients, visitent des restaurants ou des cafés.
- 24,3% font des achats de produits courants
- 19,6% effectuent des achats semi-courants et réfléchis.



### Trafic piéton, mode de transport et emploi

- Le trafic moyen par intersection est de 31 000 piétons par semaine
  - Il y a une augmentation quotidienne, atteignant un pic le samedi avec 6 100 piétons par jour en moyenne.
- 76 % des clients utilisent un mode de transport actif ou les transports en commun pour se rendre sur le boulevard. Parmi eux :
  - 42% marchent
  - 28% utilisent le bus
  - 28% le métro
  - 2% le vélo
- Le nombre total d'emplois est estimé à 7 300, dont :
  - 6 050 sont des bureaux aux étages
  - 1 250 des commerces de détail et restauration



# REPRÉSENTATION

## Opportunités de financement

### Concours American Express

La *Fondation d'International Downtown Association* reconnaît le rôle essentiel des petits restaurants dans la vitalité des communautés, mais aussi leur vulnérabilité face aux défis de l'économie mondiale. Leur programme de subventions *Backing International Small Restaurants*, soutenu par American Express, vise à **stimuler l'activité de petits restaurants** indépendants et à assurer leur durabilité à long terme.

Cette année, les membres du boulevard Saint-Laurent ont eu la chance de participer pour la première fois. Parmi les neuf restaurants bénéficiaires de la subvention à Montréal, **cinq se trouvent sur la Main** : Bocadillo, Le Roseline, Montreal Paella, Snatch Restaurant et Sophie Sucrée.

### Commerce-Montréal

Suite au succès du programme PRAM-Commerce, la Ville a mis sur pied Commerce-Montréal. Ce programme de financement a pour objectif d'encourager la rénovation des locaux et des immeubles commerciaux et de renforcer l'économie montréalaise en misant sur des projets qui soutiennent l'économie sociale, circulaire et écoresponsable. Sept commerces sur le boulevard Saint-Laurent ont pu bénéficier de ce financement.





# REPRÉSENTATION

## Opportunités de financement

### PME MTL x SDBSL - Je choisis le boulevard Saint-Laurent

Cette année, PME MTL Centre-Ville a collaboré avec la SDBSL pour lancer l'appel de projets *Je choisis le boulevard Saint-Laurent*. Cette initiative visait à **revitaliser l'artère**, entre la rue Sherbrooke et l'avenue Laurier, en encourageant la venue de nouveaux commerces et la diversification de l'offre des commerces déjà établis.

Pour être admissibles, les projets d'entrepreneuriat commercial devaient se démarquer par une offre de produits et de services distincte et innovante, tout en répondant aux besoins du quartier, des Montréalais et des touristes. Les projets devaient également respecter l'authenticité, la créativité et la diversité de l'artère, qui représentent des caractéristiques essentielles pour l'image de la *Main*.

Au final, **cinq bourses** ont été remises pour des projets de croissance et de démarrage. Les entreprises lauréates sont : Café Miracolo, L'Étoile (avec Pizza Bouquet), Espace Skins, Galerie Eli Kerr et Marché Frengo.





# REPRÉSENTATION

## Formation et accompagnement

### Infolettres

Les infolettres destinées aux membres du boulevard servent à transmettre des informations sur les règlements, les opportunités commerciales et les événements annuels. Elles incluent aussi des détails sur les ressources disponibles, telles que les formations gratuites, les programmes de subventions et les concours



### Formations gratuites

La SDBSL poursuit son partenariat avec **Détail Formation** dans le but d'offrir l'opportunité à ses membres de participer gratuitement à divers ateliers. De gestion à marketing, ou service et vente à ressources humaines, cet appui est l'outil complémentaire idéal pour favoriser le développement d'entreprises ou le perfectionnement des compétences des employés.

Infolettre SDBSL

Septembre 2024

[English version](#)



### COLLECTE DE DÉCHETS

Nouvelles dates

À partir du 1er septembre 2024





# REPRÉSENTATION

## Les Veilleurs

Depuis la création du projet en 2015 par la SDBSL, les Veilleurs étaient de retour cette année pour sensibiliser la clientèle nocturne aux incivilités potentielles. L'équipe est présente les jeudis, vendredis et samedis entre 21h et 4h chaque semaine, et ce, tout le long de la période estivale. Cela permet ainsi d'offrir un soutien au **PDQ38** et aux propriétaires de bars pour intervenir dans les situations qui se produisent sur l'artère. Les Veilleurs assurent aussi le retour en toute sécurité des personnes en état d'ébriété.

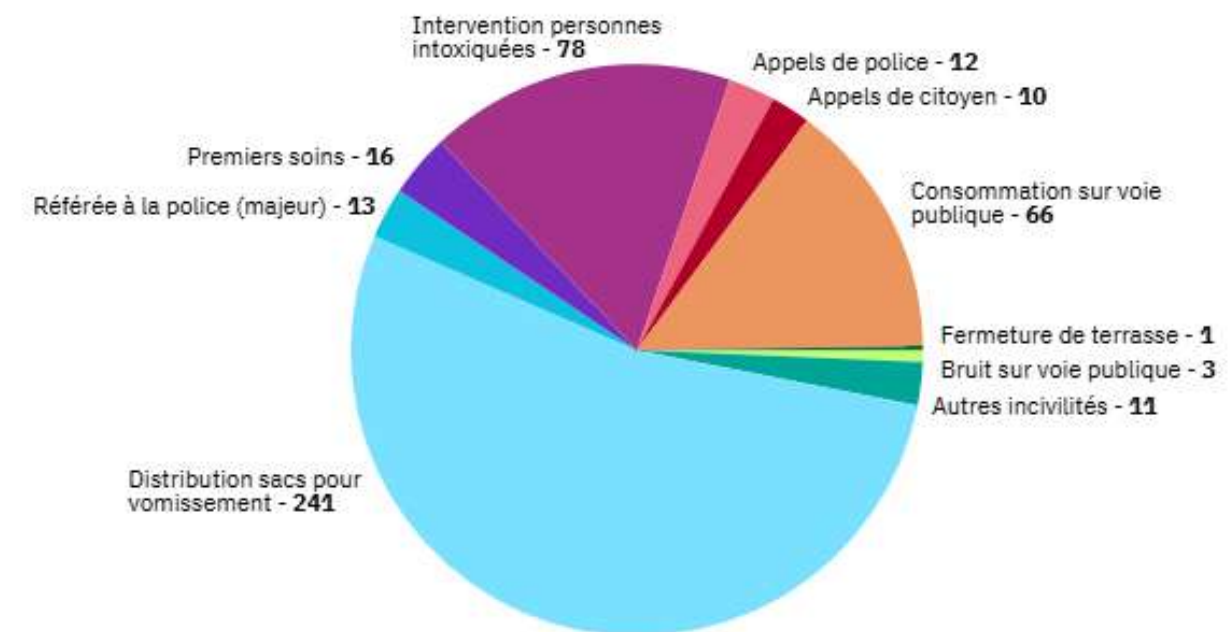
Pour la saison 2024, il y a eu **2,312 interventions** sur le boulevard. Parmi celles-ci, 1,861 interventions réfèrent au ramassage de bouteilles. Toutefois, la majeure partie du travail des Veilleurs a été consacrée à intervenir auprès des personnes intoxiquées par l'alcool ou d'autres substances illicites, ainsi que des personnes consommant sur la voie publique.

Grâce au soutien financier de la Ville de Montréal, la SDBSL a de nouveau étendu son offre de services à l'avenue Mont-Royal et l'avenue Duluth, ce qui a permis d'augmenter le nombre de Veilleurs sur le territoire.



### Interventions mineures sur le boulevard Saint-Laurent

Nombre total d'interventions : 2312





# REPRÉSENTATION

## Mémoire | Politique sur la vie nocturne

La SDBSL s'est prononcée dans le cadre du processus consultatif sur la **Politique de la vie nocturne**, en rédigeant un mémoire incluant diverses recommandations adressées à la Ville de Montréal. Ce mémoire recommande, entre autres, que le territoire de la SDBSL soit reconnu comme une zone de vitalité nocturne de la future Politique de la vie nocturne de Montréal. On y retrouve **12 recommandations** couvrant divers sujets, notamment l'encadrement du bruit, le soutien aux établissements, la gestion des conflits, la centralisation des décisions, la sécurité, ainsi que plusieurs autres aspects liés à la vie nocturne.

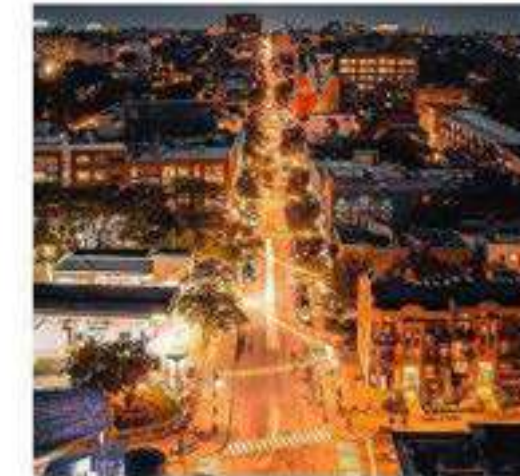
Dans ce mémoire, la SDBSL a mis en avant son événement **La Main Non-Stop!** comme exemple concret soutenant l'une des recommandations. L'inclusion des commerçants et l'extension des heures d'ouverture des bars, salles de spectacles et restaurants ont démontré un succès retentissant, offrant une expérience exceptionnelle aux visiteurs du boulevard. La SDBSL a également mentionné deux autres initiatives, **l'équipe des Veilleurs et l'équipe de propreté**, qui ont eu et continuent d'avoir un impact positif sur la vie nocturne du territoire, contribuant ainsi à une meilleure cohabitation entre les différentes parties prenantes.

**SDBSL**  
SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DU BOULEVARD SAINT-LAURENT

2

### À propos de la Société de développement du boulevard Saint-Laurent (SDBSL)

Créée en 2000, la SDBSL a pour mission de veiller au développement économique, culturel et social du boulevard Saint-Laurent entre la rue Sherbrooke et l'avenue Laurier.



**BLVD  
SAINT-  
LAURENT**

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DU BOULEVARD SAINT-LAURENT

4398 Boul. Saint-Laurent,  
Bureau 309  
Montréal (Québec)  
H2W 1Z5

Tous droits réservés - SDBSL 2000

**BLVD  
SAINT-  
LAURENT**  
Libre d'esprit



# REPRÉSENTATION

## IDA Canada

Le 8 octobre 2024, la directrice de la SDBSL et déléguée du Québec pour International Downtown Association Canada a pris la parole lors d'une conférence de presse au Parlement d'Ottawa. Le sujet abordé concernait les défis liés à l'itinérance, à la santé mentale, à la toxicomanie et la sécurité publique qui ont des répercussions négatives sur les centres-villes et les quartiers d'affaires.



## ASDCM

L'Association des sociétés de développement commercial de Montréal regroupe 24 SDC, correspondant à plus de **12 000 entreprises et commerces**. Sa mission est de représenter ses membres et de promouvoir l'émergence et la croissance des SDC. La SDBSL est membre de l'association et siège sur son conseil d'administration à titre de présidente.



## RSDCQ

Le Regroupement des Sociétés de développement commercial du Québec (RSDCQ) est un organisme à but non lucratif qui regroupe **52 SDC partout au Québec**. L'objectif de l'organisation est d'unir leurs forces et de parler d'une seule voix aux autorités gouvernementales et d'agir comme canal de communication principal entre les autorités politiques et les entreprises. La SDBSL est aussi membre de l'organisation et siège à titre de trésorière au sein du conseil d'administration. Cette année avait lieu le Congrès du Regroupement des SDC du Québec, où l'équipe de la SDBSL a pu rencontrer et réseauter avec les membres d'autres SDC et assister à différentes conférences.





## Équipe



**Tasha Morizio**  
DIRECTRICE GÉNÉRALE



**Conrad Skierka**  
DIRECTEUR DES  
OPÉRATIONS



**Jérôme Busquet**  
GESTIONNAIRE DES  
COMMUNICATIONS



**Marcel David**  
CHEF D'ÉQUIPE  
MAIN-TENANCE



**Naomie Morin**  
ASSISTANTE CHARGÉE  
DE PROJETS

## Conseil d'administration



**Emily Robertson**  
PRÉSIDENTE  
GALERIE ROBERTSON ARÈS



**Zach Macklovitch**  
VICE-PRÉSIDENT  
SAINT-WOODS



**Marcos Almaguer**  
TRÉSORIER  
DARLING



**Marie Madelin**  
SECRÉTAIRE  
ALLEN MADELIN AVOCAT



**Paul Sen**  
ADMINISTRATEUR



**Rachel Schwartz**  
ADMINISTRATRICE



**Marie Plourde**  
ADMINISTRATRICE  
CONSEILLÈRE D'APMR



**Guillaume Thibault**  
ADMINISTRATEUR  
DIME MTL



**Louise Hugot**  
ADMINISTRATRICE  
EDELMAN