



RAPPORT ANNUEL

Bilan des activités

2026

VIEUX-
MONTREAL
SDC

Sommaire

3	INTRODUCTION ET MOT DE LA DIRECTION
4	MENTION SPÉCIALE
5	LA SDC VIEUX-MONTRÉAL
7	PROGRAMME PROPRETÉ
8	PROGRAMME COHABITATION ET SÉCURITÉ
9	PROGRAMME ACCESSIBILITÉ
10	STRATÉGIE D'INTERVENTIONS CIBLÉES
11	PROGRAMME ATTRACTIVITÉ HIVERNALE
12	PROJET EMBELLISSEMENT
13	PROJET ÉCLAIRAGE VIEUX-MONTRÉAL
14	MITIGATION CHANTIER
15	SOUTIEN À L'ANIMATION ET AUX ÉVÉNEMENTS
16	ACCUEIL DES VISITEURS
17	RAYONNEMENT ET PROMOTION
18	RELATIONS MEMBRES & MAILLAGE
19	INTELLIGENCE D'AFFAIRES
20	BILAN DES RETOMBÉES MÉDIATIQUES
21	MARKETING & COMMUNICATION
22	PARTENAIRES ET COLLABORATEURS
23	EXTRAIT DES ÉTATS FINANCIERS
24	CONSEIL D'ADMINISTRATION ET ÉQUIPE
25	CONTACT



Introduction

ET MOT DE LA DIRECTION

2026, UNE ANNÉE CHARNIÈRE AU NIVEAU DE LA CONTRIBUTION OPÉRATIONNELLE DE LA SDC VIEUX-MONTRÉAL SUR LE TERRITOIRE

Dans l'optique de répondre adéquatement aux besoins de ses membres, tout en suivant l'évolution du quartier historique, l'organisation a réalisé un important sondage à la fin de l'été 2025. Celui-ci soulevait les intérêts de la collectivité d'affaires et abordait les grands enjeux auxquels le Vieux-Montréal était confronté, selon eux. Les résultats obtenus ont permis à la SDC de concrétiser son plan d'action 2026. La synthèse des réponses à ce sondage fut sans équivoque : des actions opérationnelles concrètes étaient souhaitées par le milieu, dans différents champs d'intervention se rapportant au territoire.

C'est ainsi que la SDC a pu définir les axes prioritaires de l'année à venir, autour des 4 grands piliers suivants :

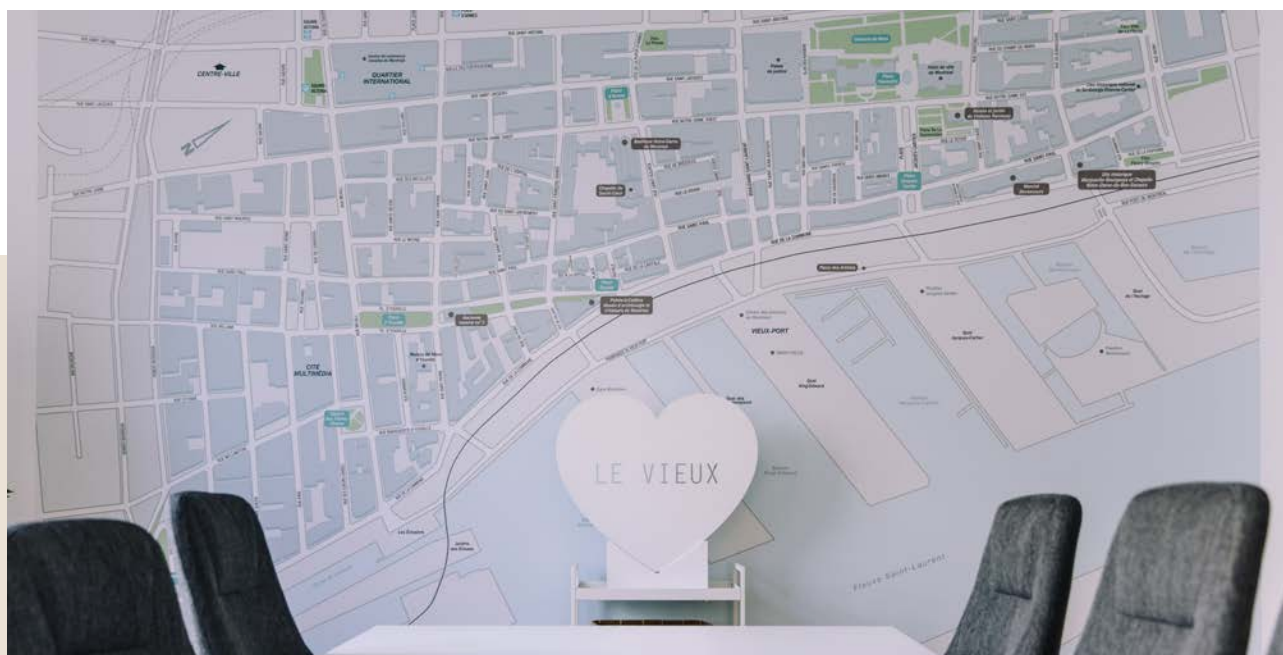
la propreté, la cohabitation sociale, la sécurité urbaine et l'accessibilité du quartier. De ces priorités ont découlé de nouveaux projets concrets pour 2026, s'ajoutant aux initiatives de rayonnement, de mise en valeur du territoire



et de service aux entreprises déjà bien ancrés dans la planification des actions de la SDC Vieux-Montréal.

Nous avons abordé 2026 de façon itérative, nous consoliderons 2027 de façon proactive. C'est avec fierté que nous vous partageons ce bilan.

Mario Lafrance, directeur général de la SDC Vieux-Montréal



Mention spéciale

& REMERCIEMENTS

CES GENS D’AFFAIRES QUI ONT CONTRIBUÉ GRANDEMENT À L’ÉVOLUTION DE L’ORGANISATION ET AU DÉVELOPPEMENT DU QUARTIER HISTORIQUE

Dans le cadre du présent rapport, la SDC Vieux-Montréal tient à souligner la contribution exceptionnelle de 3 de ses administrateurs de longue date qui quitteront leur fonction au sein du Conseil d’administration de l’organisation cette année :

- **Me Robert Astell**, siégeant sur le CA de la SDC Vieux-Montréal depuis 2012 et ayant assuré sa présidence depuis 2013;
- **Mme Anne De Shalla**, membre fondatrice de la SDC et siégeant sur le CA depuis sa création officielle en 2004;
- **M. Dimitri K. Antonopoulos**, impliqué dans le Vieux-Montréal depuis plusieurs décennies et ayant siégé sur le CA de la SDC Vieux-Montréal pendant plus de 5 ans en nombre d’années cumulées.

Sans l’implication, l’engagement et le dévouement d’entrepreneurs ayant une vision macroéconomique du quartier, son bon développement serait impossible.

L’organisation tient donc à souligner l’apport significatif et la participation de longue date de ces administrateurs, qui ont su démontrer un intérêt sincère pour le Vieux-Montréal depuis de nombreuses années.

L’Équipe de la SDC Vieux-Montréal



Me Robert Astell



Anne De Shalla



Dimitri K. Antonopoulos

À PROPOS

De la SDC Vieux-Montréal

Fondée en 2004 et régie par les articles 458.1 à 458.44 de la Loi sur les cités et villes (RLRQ, c. C-19), la SDC Vieux-Montréal est la 2e plus grosse SDC au Québec. Elle a un profil sectoriel, représentant une collectivité de +2400 membres passionnés, réunis pour faire vibrer l'offre d'affaires unique du quartier historique.

SES MEMBRES

Le portrait d'affaires du Vieux-Montréal se segmente selon la répartition suivante :

- Art et culture : 5 %
- Restaurants et bars : 26 %
- Boutiques : 11 %
- Hébergement : 3 %
- Bureaux d'affaires : 41 %
- Services, soins et biens de proximité : 14 %

**+ 30 NOUVEAUX MEMBRES RECENSÉS EN 2026,
AYANT PIGNON SUR RUE**

Territoire

VIEUX-MONTRÉAL
SDC

ET MISSION



Le territoire de la SDC Vieux-Montréal s'étend de la rue Saint-Hubert (limite est) jusqu'au boulevard Robert-Bourassa (limite ouest) et de la rue Saint-Antoine (limite nord) jusqu'à la rue de la Commune (limite sud). C'est donc dire qu'il se trouve entre le Centre-Ville et le Vieux-Port de Montréal.

Toute entreprise établissant sa place d'affaires sur le territoire desservi par la SDC Vieux-Montréal devient automatiquement membre.

En apprendre davantage sur le modèle d'affaires :

[À propos des cotisations](#)

MISSION

Le mandat premier de la SDC consiste à rassembler ses membres et à constituer une collectivité d'affaires unifiée. Elle se doit de travailler sans relâche sur le partage d'idées, la mise en commun de problématiques courantes, la recherche de solutions réalistes et la création d'un milieu de vie et de travail où règne le bon voisinage. Plus la SDC est participative, plus elle est influente en tant qu'organisation œuvrant dans le développement économique local.

Programme Propreté Vieux-Montréal

UNE OPTIMISATION DE LA COLLABORATION DES FORCES DU MILIEU



Brigade SDC Vieux-Montréal

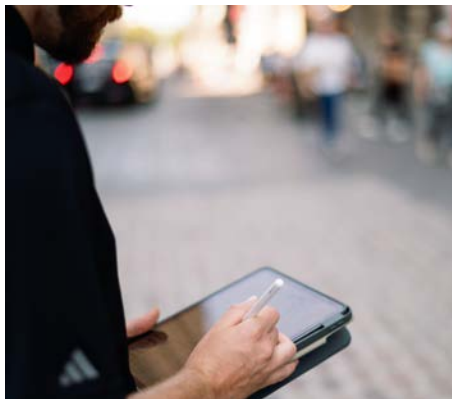
En 2026, le tout nouveau programme propreté Vieux-Montréal a misé sur l'apport de plusieurs acteurs et interventions complémentaires pour améliorer des aspects concrets sur le terrain. L'objectif ultime était de contribuer concrètement aux mesures de propreté dans le quartier historique. Le tout a pris forme entre les mois de mai et décembre.

Parmi les actions entreprises dans le cadre du programme cette année :

- Couverture élargie du territoire en matière de brigades propreté entre autres grâce à la collaboration de la Maison du Père et des équipes des travaux publics de l'arrondissement de Ville-Marie;
- Amélioration du mobilier dédié à la propreté;
- Nouvel outil visant à faciliter les signalements (destiné aux membres et au grand public);
- Vigie des collectes de façon hebdomadaire;
- Adhésion aux campagnes de sensibilisation de l'arrondissement de Ville-Marie;
- Analyse des problématiques récurrentes et service-conseil auprès des parties prenantes;
- Soutien aux équipes de l'arrondissement en matière de propreté et inspections sur le domaine public.



Brigade de propreté sociale



Résultats de cette année:

- **6329 heures de main-d'œuvre** allouées au volet des brigades propreté ;
- **88.5% des signalements répondus** en moins de 24h;
- **56 sacs ramassés** en moyenne par semaine;
- **65 heures de vigies** allouées en moyenne par mois sur le territoire par l'équipe de la SDC;
- **Augmentation de la couverture du territoire de 65 %** en matière de service de brigade propreté;
- Notre campagne de sensibilisation en matière de bonnes pratiques propreté a cumulé **8055 impressions sur les plateformes sociales**;
- **115 membres** ont été considérés dans les démarches d'analyse de 8 sites névralgiques en matière d'enjeux de propreté.

[En savoir plus](#)

Programme Cohabitation & Sécurité Vieux-Montréal

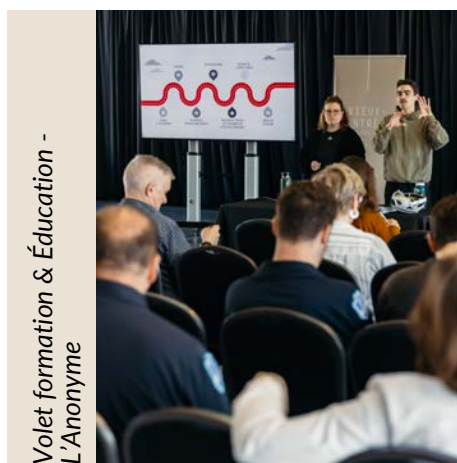
LA CRÉATION D'UN RÉSEAU D'ALLIÉS POUR LE VIEUX-MONTRÉAL

Partenaires
communautaires 2026

Avec comme trame de fond le soutien aux personnes en situation de précarité sur le territoire, le présent programme a proposé différents volets d'intervention ayant un but commun: réduire les enjeux liés à l'itinérance dans le quartier historique, tout en favorisant le sentiment de sécurité et une cohabitation sociale harmonieuse.

Parmi les actions entreprises dans le cadre du programme cette année :

- Équipe d'intervention de milieu (d'avril à décembre) en partenariat avec le **groupe communautaire l'Itinéraire**;
- Initiatives de réinsertion sociale au niveau de la propreté et de l'animation de l'espace avec **la Maison du Père**;
- Formation en sécurité urbaine avec l'organisme **L'Anonyme**;
- Collaboration avec **l'Accueil Bonneau** pour faciliter les opérations quotidiennes découlant du Programme;
- Brigade œuvrant au niveau de la sécurité urbaine avec l'organisation **COHAB** pendant la saison estivale (couverture sur 10 semaines à raison de 7 jours/semaine);
- Collaboration auprès de l'arrondissement de Ville-Marie ainsi que du SPVM (PDQ21) pour le maintien d'un réseau d'alliés solide pour le quartier historique.

Volet intervention de rue
- L'ItinéraireVolet réinsertion sociale -
La Maison du PèreVolet formation & Éducation -
L'Anonyme

Résultats de cette année (entre avril et décembre) :

- **6300 heures de couverture** en matière d'intervention de rue effectuées;
- **1327 interventions de première ligne réalisées** (rencontre de personnes en situation de précarité);
- **28 signalements de commerçants reçus** en matière de sécurité urbaine;
- **+350 commerçants rencontrés** dans le cadre de la campagne de sensibilisation sur la cohabitation et la sécurité urbaine;
- **180 travailleurs et entrepreneurs formés** en matière de sécurité urbaine (taux d'appréciation des formations offertes : **4.8/5**)

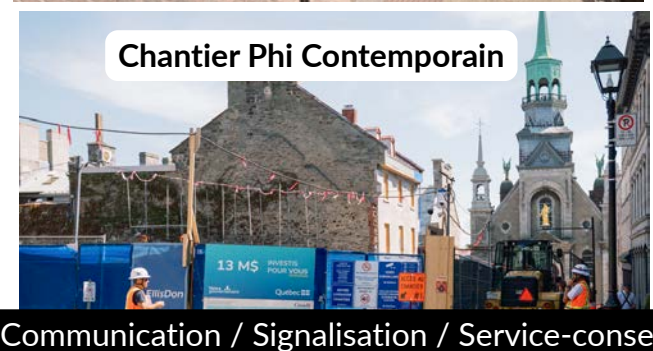
[En savoir plus](#)

Programme Accessibilité Vieux-Montréal

LE SERVICE-CONSEIL ET LA CONNAISSANCE DU MILIEU

Cette année, avec son programme accessibilité Vieux-Montréal, la SDC est venue consolider ses processus internes et son approche participative avec ses partenaires de l'environnement externe, tout en développant une nouvelle stratégie collaborative avec ses membres. Le but de cette démarche était de faciliter la mise en commun des parties prenantes et d'améliorer la prévisibilité ainsi que la communication dans les dossiers liés à l'**Accessibilité** dans le quartier.

Qu'il s'agisse d'entraves reliées à des projets d'envergure, d'importants chantiers, des événements majeurs, des tournages cinématographiques ou une démarche logistique impliquant le département de la mobilité de l'arrondissement de Ville-Marie, le Service de l'urbanisme (SUM) ou le Bureau du Cinéma (BCTM) de la Ville, la SDC a définitivement su renforcer son rôle de catalyseur en matière de service conseil cette année. Parmi les différents dossiers d'accessibilité sur lesquels la SDC s'est impliquée en 2026, on compte notamment:



Résultats de cette année :

- 37 relais d'avis auprès de la collectivité locale (8667 courriels envoyés / taux d'ouverture de 50.04%)
- +150 heures de service-conseil auprès de partenaires
- +40 mises en relations entre membres et gestionnaires de chantier ou agents de liaison et 645 interactions sur les réseaux sociaux.

Stratégie d'interventions ciblées / Secteur Bonsecours

UNE DIVERSITÉ D' ACTIONS AVEC UN OBJECTIF COMMUN

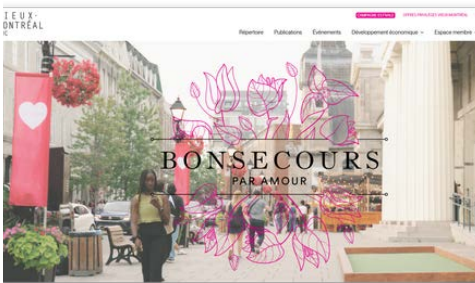


La stratégie d'interventions ciblées visait à soutenir la dynamique commerciale et augmenter l'attractivité générale du secteur Bonsecours cette année (situé à l'est de la place Jacques-Cartier), ayant connu une certaine baisse d'achalandage depuis les derniers mois. L'observation d'un ensemble de facteurs pouvant influencer le développement économique du secteur a donc été réalisée, générant différentes stratégies d'interventions pouvant améliorer l'affluence et la rétention de clientèle.



Parmi les actions entreprises dans le cadre de cette stratégie cette année :

- Campagne promotionnelle de 6 semaines visant à mettre de l'avant l'offre commerciale et culturelle du secteur;
- Animation culturelle physique et numérique avec la reconduction du projet *Les Chroniques du Vieux* - saison 2 : secteur Bonsecours
- Déploiement d'une placette publique estivale sur le parvis du Marché Bonsecours;
- Élaboration de nouvelles bornes d'affichage dédiées aux visiteurs;
- Campagne d'habillage centralisée visant à rendre le secteur attractif;
- Amélioration des relations avec le chantier du PHI Contemporain, situé au cœur du secteur, afin d'offrir plus de prévisibilité aux entreprises touchées;
- Bonification des actions liées à la cohabitation sociale ainsi qu'à la propreté dans le secteur;
- Démarche d'analyse de la logistique dans le secteur afin d'offrir des recommandations à l'arrondissement de Ville-Marie en matière de zones dédiées à la livraison.



Résultats de cette année :

- Une **augmentation de la clientèle de +27%** constatée dans le secteur en saison estivale par rapport à 2025;
- Une **nette amélioration de la perception** des commerçants et visiteurs par rapport au secteur;
- Une bonification de la stratégie de communication intra-quartier du chantier PHI Contemporain + **meilleure acceptabilité sociale** des travaux;
- Un rayonnement ayant généré **9 507 208 impressions** via la stratégie promotionnelle déployée pour le secteur.



Programme attractivité hivernale

UNE BONIFICATION DE L'AMÉNAGEMENT ET DE L'ANIMATION LOCALE EN SAISON HIVERNALE



Le programme attractivité hivernale Vieux-Montréal a combiné les interventions reliées aux projets d'aménagement d'hiver de la SDC Vieux-Montréal en 2026, en plus d'initiatives d'animation grand public. Le tout, complémentaires aux illuminations hivernales, visait à rendre le quartier convivial et accueillant pour l'ensemble des visiteurs malgré la froide saison, tout en contribuant à la rétention de la clientèle et en améliorant significativement l'expérience de visite.

Lieux aménagés en 2026 :

- Place Jacques-Cartier
- Parvis Nord du Marché Bonsecours
- Place d'Armes
- Parvis de l'ancienne caserne (355 rue Saint-Pierre) et place d'Youville Ouest
- Parvis Nord de la Place Royale, où est située l'ancienne Douane (rue Saint-Paul Ouest)



Éléments compris dans l'aménagement des différents sites :

- Chaises Adirondack
- Sapins Baumiers
- Illuminations
- Foyers extérieurs (alimentation et vigie selon un horaire prédéfini)
- Déneigement manuel (sentiers piéton & mobilier)
- Bornes d'affichage proposant des parcours illuminés
- Animation diurne



Résultats de cette année :

- **1170 heures d'animation des foyers extérieurs** entre les mois de janvier et de mars 2026 + prévision de **640 heures** en décembre;
- La bonification de la mobilité piétonne sur les places publiques principales du quartier par un **déneigement manuel lors de tombées de neige de 3 cm et plus**;
- Le **taux de satisfaction** de la part des visiteurs ayant profité des aménagements sur la rue Saint-Paul Ouest entre les mois de janvier et mars fut de **90%**;
- **92.5%** des visiteurs ont allongé leur temps de visite sur une artère commerciale grâce à l'aménagement hivernal;
- Un rayonnement et une couverture médiatique inespérée en début d'année 2026 (mention des projets d'aménagement dans **17 médias**, ayant généré **+2,140,000 impressions**).



Projet Embellissement Vieux-Montréal

UNE OPTIMISATION DE LA COLLABORATION DES FORCES DU MILIEU



En 2026, afin de rendre le Vieux-Montréal convivial et encore plus attractif en saison estivale, la SDC a reconduit ses démarches de fleurissement du quartier dans le cadre de son important projet d'embellissement. Cette initiative majeure, déclinée sur l'ensemble du territoire, représente un exemple concret des démarches collaboratives efficaces entre les équipes de l'arrondissement de Ville-Marie et la SDC Vieux-Montréal. Le projet a pris forme entre les mois de mai et octobre.

LA QUANTITÉ D'ACTIFS FLORAUX SUR LE TERRITOIRE :

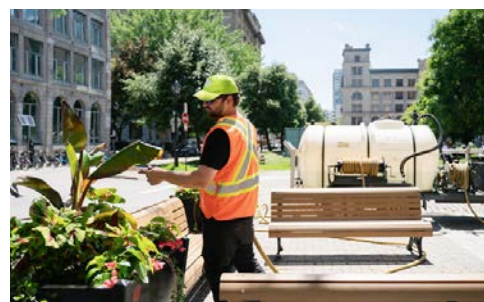
- 247 bacs Versailles et autres formats (incluant place Jacques-Cartier et place de la Dauversière);
- 23 jardinières sur la rue Berri;
- 10 bancs fleuris dans la ruelle Saint-Amable;
- 8 bacs aménagés sur la rue Le Royer;
- 10 nouveaux aménagements floraux sur la rue Saint-Paul Ouest

EN TERMES DE RÉSULTATS PROBANTS :

- **8 artères commerciales centrales et 3 places publiques** d'importance embellies par le fleurissement estival;
- **5 oasis urbaines** créées pour les piétons;
- **Augmentation de 43,6% des actifs** sous gestion SDC comparativement à 2025;
- **Total de 1794 heures** dédiées à la plantation, à l'arrosage et au maintien des actifs floraux sur l'ensemble de la période de fleurissement;
- **Taux de floraison active** (massifs maintenant une floraison esthétique conforme tout au long de la période cible de juin à octobre) : **100%**;
- Indice de biodiversité : **13 espèces de plantes mellifères** ont été intégrées au projet en 2026, visant à attirer les pollinisateurs;
- Respect du calendrier de plantation en 2026 : **100%**;

Sondage grand public réalisé à la fin de l'été 2026 :

De plus, 91% de la clientèle mentionne avoir apprécié le fleurissement et les projets d'aménagement estivaux dans le quartier. Parmi ces gens, 65% mentionnent aussi que les différents aménagements et l'embellissement du quartier historique les ont incités à prolonger leur visite dans le Vieux-Montréal



Projet Éclairage Vieux-Montréal

UN PRODUIT D'APPEL SANS ÉGAL POUR LE VIEUX-MONTRÉAL EN SAISON HIVERNALE

Grâce au projet *Éclairage Vieux-Montréal*, des centaines de structures lumineuses sont déployées durant l'hiver dans le Vieux-Montréal. Depuis les dernières années, la mise en valeur du patrimoine bâti grâce à l'éclairage hivernal donne au quartier des allures féeriques pendant la saison froide. Ce dernier peut alors développer une meilleure attractivité ainsi qu'une rétention de clientèle, tout en favorisant le sentiment de sécurité via l'aménagement lumineux des lieux.



L'IMPORTANCE DU PROJET

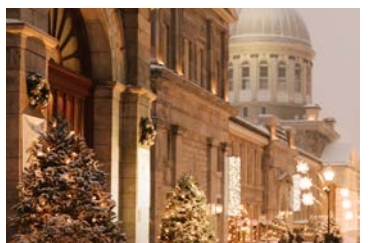
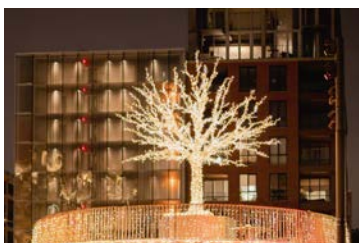
- **Principal produit d'appel** du quartier historique en saison hivernale;
- **Contribution au plan lumière** ainsi qu'au cachet patrimonial du Vieux-Montréal;
- Déploiement visible **entre les mois de novembre et mars inclusivement**, favorisant la rétention de clientèle pendant la période des Fêtes, mais aussi les périodes clés au calendrier (festivités de fin d'année, semaine de relâche);



LES CHIFFRES DE LA SAISON HIVERNALE 2025-26

- Près de 30 lieux illuminés sur l'ensemble du territoire;
- +135 heures de vigie et maintenance qualitative des actifs lumineux sur un total de 19 semaines d'opération;
- 14 traverses de rues installées sur la rue Saint-Paul;
- 24 petites étoiles autoportantes installées dans l'ensemble du secteur;
- 40 boules de vignes lumineuses installées sur les rues Saint-François-Xavier, Saint-Paul, Saint-Vincent et d'Youville;
- 38 décors 2D installés sur la rue Notre-Dame;
- 35 décors 2D installés sur la rue Saint-Jacques;
- 75 décors 2D installés sur la rue de la Commune;
- 40 décors 2D installés dans la Cité du Multimédia;
- 40 arbres illuminés 3D installés sur la rue McGill;
- 544 guirlandes lumineuses installées dans des arbres de la place de la Dauversière, au parc La Presse et sur la place d'Armes;
- Un total de 17 pièces Signature aménagées, dont : 3 arbres de vie scintillants situés sur place Royale, au Square des frères-Charon et devant le Palais de Justice + une structure centrale sur la place Jacques-Cartier, ainsi que des séries d'étoiles géantes lumineuses sur la place d'Armes (Qté : 8) et la place Vauquelin (Qté : 9).
- Plus de 4000 pieds carrés d'entreposage sont requis pour ce projet

Taux d'appréciation des clientèles à l'égard des illuminations du quartier lors de la saison hivernale 2025-26 : 94%



Mitigation chantier : Saint-Paul Ouest (Phase 3B)

DES INTERVENTIONS CLÉS DANS L'OPTIQUE DE FAVORISER L'ATTRACTIVITÉ DU SECTEUR



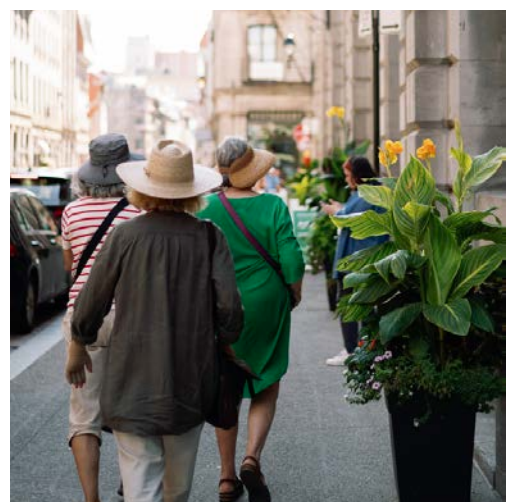
Dans un objectif de soutien à la vitalité commerciale de secteurs en chantier majeur, la SDC Vieux-Montréal a déployé différentes interventions en 2026. Celles-ci étaient destinées à favoriser le rayonnement et l'attractivité d'un tronçon de la rue Saint-Paul Ouest se relevant de travaux majeurs s'étant terminés en plein cœur de l'été 2026 (Phase 3B). La mise en lumière de l'offre commerciale et de tout nouveaux aménagements furent au cœur de la stratégie déployée entre le boulevard Saint-Laurent et la rue Saint-François-Xavier.

PARMI LES ACTIONS ENTREPRISES :

- Un projet d'aménagement hivernal spécial déployé entre les mois de janvier et mars sur le parvis Nord de la place Royale;
- Une campagne promotionnelle numérique mettant de l'avant plus d'une soixantaine d'entreprises du secteur de la rue Saint-Paul Ouest : Le tout fût déployé au printemps 2026 et permit d'atteindre une **portée livrée à 2 241 313 personnes, ainsi qu'un grand total de 8 766 022 d'impressions;**
- Le déploiement de nouveaux décors Signature dans des zones stratégiques de l'artère, soit ; un mur végétal décoratif venant bonifier l'emplacement où se trouve la statue *Les Chuchoteuses* et une arche décorative surplombant la ruelle Saint-Dizier, reprenant l'esprit de la ruelle Saint-Amable, prisée par les visiteurs, avec ses bougainvilliers colorés;
- Une bonification du fleurissement du secteur avec de nouveaux bacs adaptés à la mobilité universelle.

EN TERMES DE RÉSULTATS

- 90% des visiteurs ont mentionné que les nouveaux aménagements de la rue Saint-Paul Ouest amélioreraient de façon positive leur opinion générale du Vieux-Montréal.



Soutien à l'animation et aux événements du quartier

LA SDC, PRÉSENTE À L'ANNÉE, SUR DIFFÉRENTS PLANS



EXPOS PHOTO EXTÉRIEURES

- Partenariat dans le cadre de l'expo photo extérieure *Jacques Nadeau, l'instinct du réel*, produite par le Château Ramezay à l'été 2026
- Production de l'expo photo extérieure *Vénérables*, par Jacques Nadeau sur la rue de la Commune Ouest en collaboration avec le World Press Photo Montréal, de juin 2026 à mai 2027

VISITES GUIDÉES HISTORIQUES

- Production de 24 visites guidées gratuites pendant le mois d'août, réalisées en collaboration avec des guides certifiés et l'entreprise Guidatour, sous le thème de la 2e édition des *Chroniques du Vieux*, mettant l'emphase sur le secteur Bonsecours

SOUTIEN AUX ÉVÉNEMENTS SIGNATURE DU QUARTIER

RENTÉE CULTURELLE

- World Press Photo Montréal, 19e édition
ÉVÉNEMENT OFFICIEL DU NOUVEL AN
- Le Grand Minuit de Montréal 2027 (3e édition)

ANIMATION CULTURELLE

Partenaire dans la création de programmations culturelles familiales gratuites

SOUTIEN AUX INITIATIVES ESTIVALES

- *Marché public dans l'ambiance du 18e siècle*, 33e édition, produit par Pointe-à-Callière
- *Programmation La tête dans les nuages - Le Vieux-Montréal illuminé*, produite par le Site historique Marguerite-Bourgeoys
- *Programmation 2026 de l'Espace urbain de Pointe-à-Callière*

SOUTIEN AUX INITIATIVES HIVERNALES

- *Les Choralies 2026* à la Chapelle Notre-Dame-De-Bon-Secours
- *Programmation Les Fêtes sur la Pointe 2026*
- *Programmation Vivez la semaine de Relâche à Pointe-à-Callière 2026*

HABILLAGE DE RUE

Production d'ambiance festive

- Habillage de rue lors des célébrations entourant le Grand Prix à Montréal - Mai 2026
- Signalisation colorée dans le secteur Bonsecours en lien avec l'aménagement spécial d'une placette publique estivale - Été 2026



+ PROMOTION DES ÉVÉNEMENTS DU QUARTIER SUR UNE BASE ANNUELLE

Promotion des événements et activités culturelles du quartier via les outils de la SDC Vieux-Montréal, dont un onglet spécial sur le site web (+90 fiches **Événements mises en ligne en 2026** et en moyenne une quinzaine d'activités promues mensuellement via les réseaux sociaux du quartier ainsi que l'infolettre de la SDC).



Accueil des visiteurs

DES OUTILS INFORMATIFS RÉPONDANT AUX BESOINS CONCRETS DES VISITEURS

En 2026, la SDC Vieux-Montréal a reconduit des initiatives clés en matière d'accueil des visiteurs. **L'objectif** : améliorer l'expérience de visite avec la mise en place d'outils informatifs complets et pertinents tout en favorisant la rétention des clientèles à travers l'ensemble du territoire.



RENOUVELLEMENT DU PARTENARIAT ENTOURANT LA CARTE TOURISTIQUE OFFICIELLE DU VIEUX-MONTRÉAL, ÉDITION 2026

- Partenaire présentateur d'un outil de quartier imprimé à **400 000 exemplaires annuellement** (version française et version anglaise) ciblant principalement les attraits historiques et culturels;
- Réseau de distribution hautement performant : présence dans plus de 60 hôtels du Vieux-Montréal et du Centre-Ville, ainsi qu'au Palais des Congrès, au bureau d'information touristique, à l'Hôtel de Ville de Montréal et dans des dizaines d'établissements du quartier.



DÉPLOIEMENT DE 10 NOUVELLES BORNES CARTOGRAPHIQUES DANS LES ENDROITS À HAUT TAUX DE PASSAGES PIÉTONS

- Nouvel habillage et intégration de **nouveaux prototypes** en aluminium avec peinture électrostatique ayant une durée de vie maximisée;
- Confection adaptée aux différents types de sols dans le quartier historique, notamment le pavé;
- Ajout d'un éclairage à l'énergie solaire afin de faciliter la vision à la tombée du jour.

Rayonnement & promotion

LES CAMPAGNES PROMOTIONNELLES DE 2026 VISANT À OFFRIR UNE VISIBILITÉ À NOS MEMBRES ET FAIRE RAYONNER LE QUARTIER



CAMPAGNE GRAND PRIX MAI 2026

Stratégie numérique venant appuyer une campagne d'habillage terrain afin de soutenir le volet d'animation et de promotion liées aux festivités entourant la fin de semaine du Grand Prix à Montréal.

- Nombre d'impressions totales de la stratégie numérique : 1 492 783
- Portée calculée : 906 552
- 14 traverses de rues et 180 drapeaux damiers installés à travers le quartier

CAMPAGNE COHABITATION VIEUX-MONTRÉAL JUILLET 2026

Stratégie de sensibilisation et de rayonnement visant à promouvoir les différents volets du Programme Cohabitation & Sécurité Vieux-Montréal, de même que ses partenaires. 5 capsules spéciales furent créées et diffusées sur les plateformes de la SDC à l'été 2026.

- Nombre de vues au total : 940 483

LES CHRONIQUES DU VIEUX SECTEUR BONSECOURS

AOÛT 2026

Une série de 26 capsules historiques qui fut dévoilée pendant l'été 2026, et qui venait appuyer la stratégie d'interventions ciblées destinée à soutenir le secteur Bonsecours. Les Chroniques du Vieux furent déployées en version numérique, mais aussi en visites guidées gratuites sur le terrain.

Portion numérique :

- Nombre de vues au total : 2 081 760

CAMPAGNE HIVERNALE HISTORIQUE & FÉÉRIQUE HIVER 2026-27 (à venir)

Visant à soutenir le rayonnement du Vieux-Montréal et de son offre d'affaires locale en saison hivernale.

Chiffres de la campagne 2025-26 :

- Nombre d'impressions totales : 6 509 597
- Portée calculée : 2 627 682
- ROI : 2.10

CAMPAGNE CHANTIER SAINT-PAUL OUEST

PRINTEMPS 2026

Déployée afin de venir en soutien aux établissements situés sur le tronçon 3B du chantier Saint-Paul Ouest, réalisée à l'aube de la saison estivale.

- Nombre d'impressions totales : 8 766 022
- Portée calculée : 2 241 313

CAMPAGNE BONSECOURS, PAR AMOUR

ÉTÉ 2026

Campagne promotionnelle tirée de la stratégie d'interventions ciblées visant à soutenir l'attractivité du secteur Bonsecours pendant la période estivale.

- Nombre d'impressions totales : 9 507 208
- Portée calculée : 2 314 510

CAMPAGNE PUBLIPOSTAGE PROPRETÉ & COHABITATION

AUTOMNE 2026

Ciblant les adresses d'affaires sur le territoire et permettant aux membres de la SDC d'accéder à de nouveaux outils facilitant les signalements.



Relations membres

MAILLAGE & REPRÉSENTATION

LA CLASSIQUE VIEUX-MONTRÉAL

ÉDITION 2026 : 10 SEPTEMBRE

L'événement réseautage phare de la rentrée, le tournoi de pétanque annuel de la collectivité d'affaires du Vieux-Montréal, a eu lieu cette année encore. Bien que la date due être reportée à cause de la météo, le tout fut couronné de succès et a permis à des centaines de travailleurs, entrepreneurs et résidents du quartier d'échanger dans un environnement des plus convivial.



Également

FAITS SAILLANTS DE L'ÉDITION 2026

- ✓ Nouvelle formule sur une journée de tournoi
- ✓ 270 joueurs inscrits (90 équipes)
- ✓ 8 partenaires de quartier
- ✓ +5000 mises en relation potentielles
- ✓ Segmentation des participants inscrits:
 - 1) Commerces et Culture : 26%
 - 2) Bureaux d'affaires : 52%
 - 3) Résidents : 9%
 - 4) Partenaires corporatifs : 13%



Un aperçu des dossiers opérationnels où la SDC Vieux-Montréal a représenté ses membres cette année :

- Représentation sur le dossier d'aménagement du domaine public auprès des services de la mobilité de l'arrondissement de Ville-Marie suivant la fin du chantier Saint-Paul Ouest;
- Représentation sur le Comité Cohabitation de l'arrondissement de Ville-Marie pour aborder les enjeux liés à l'itinérance;
- Représentation sur le dossier d'audit de la piste cyclable de la rue de la Commune, réalisé par le Service de l'urbanisme de la Ville de Montréal;
- Mise en relation des membres auprès des gestionnaires de chantiers sur les entraves planifiés et dossiers d'accessibilité majeurs;
- Représentation des membres et mises en relation personnalisées auprès des acteurs pertinents dans le cadre des Mondiaux UCI (Ville + promoteur);
- Représentation auprès des élus municipaux afin d'aborder le sujet des enjeux liés à la propreté et à la cohabitation sociale dans le Vieux-Montréal.



Intelligence d'affaires

DES DONNÉES PROBANTES POUR L'ANNÉE 2026

- Achalandage annuel 2025-2026 : **+6.4 millions de visiteurs***
- La saison des Croisières a attiré **près de 50 000 visiteurs** dans le quartier cette année.** La SDC Vieux-Montréal a d'ailleurs reconduit sa présence sur le Comité Croisière Montréal en 2026.
- Tendances d'achalandage record sur la principale artère piétonnière du quartier historique (rue Saint-Paul Est) : **+12.4% comparativement à 2025** (4 759 825 passages recensés entre le 1er janvier et le 31 août 2026)***
- Le Vieux-Montréal se classe au **9e rang des 25 attraits canadiens les plus populaires et au 1er rang des quartiers montréalais** se démarquant à l'ère de la recommandabilité numérique ****
- Le Vieux-Montréal a affiché des indicateurs parmi les plus élevés sur l'ensemble de l'île en matière d'occupation hôtelière en 2026. Seulement pour le mois de juillet, l'occupation se chiffrait à 90.9% (représentant une augmentation de +16% par rapport à 2025).*****



INTERVENTIONS 2026 RÉALISÉES PAR LA SDC

- Mise à jour et maintenance de la flotte de compteurs piétons sur le territoire (**achat de 9 nouveaux CITIX AI**);
- Partage des données d'achalandage mensuelles sur le site web de la SDC Vieux-Montréal;
- **13 sondages réalisés** (sur le terrain et en ligne) afin de valider le taux de satisfaction des clientèles à l'égard du quartier et des projets de la SDC;
- Partage régulier des rapports relatifs à la Cohabitation sociale et à la Propreté aux équipes de l'arrondissement de Ville-Marie, au SPVM et aux partenaires œuvrant dans ces domaines;
- Visites en entreprise en continu tout au long de l'année.



Données provenant de Tourisme Montréal

- Une trajectoire record pour la métropole : Le bilan de mi-saison (mai à juillet) dévoilé par Tourisme Montréal montre que la demande hôtelière a bondi de 12 % par rapport à l'année précédente, dépassant largement les prévisions. Le taux d'occupation des hôtels a atteint une moyenne de 82 % (et jusqu'à 86 % en juillet), ce qui se traduit directement par des rues noires de monde dans le Vieux-Montréal;
- Le retour en force des clientèles clés : L'achalandage est fortement soutenu par le retour massif des touristes américains (+7 %), favorisés par un taux de change très avantageux, ainsi qu'une hausse marquée des visiteurs canadiens (+10 % au début de l'été) et européens (+7 %);
- L'effet du Grand Prix devancé : La décision de déplacer le Grand Prix du Canada au mois de mai a permis d'activer la saison touristique beaucoup plus tôt, provoquant une hausse spectaculaire de 40 % de l'achalandage dès le mois de mai, prolongeant l'effervescence sur tout l'été.

* Décompte effectué entre le 1er avril 2025 et le 31 mars 2026 par la Société du Vieux-Port de Montréal

** Basé sur les données du Port de Montréal

*** Lecture tirée des compteurs de la SDC Vieux-Montréal

**** Basé sur l'article de Tourisme Express

***** Basé sur des données provenant de l'Association des Hôtels du Grand Montréal en 2026

Bilan des retombées médiatiques

PORTÉE CUMULÉE DE PRÈS DE 7.5 MILLIONS



SAISON HIVERNALE 2025/2026

Dans le cadre de sa stratégie de rayonnement hivernal, la SDC a déployé un volet de relations de presse couvrant à la fois la période des Fêtes, la mise en place des projets d'aménagements hivernaux ainsi que la programmation de la semaine de relâche dans le quartier. Entre le 22 novembre 2025 et le 28 février 2026, cette stratégie a rapporté un total de 33 retombées médiatiques.

PORTÉE CUMULÉE ESTIMÉE : 4 361 612

RAYONNEMENT SPÉCIAL GRAND PRIX

En lien avec l'arrivée du Grand Prix à Montréal, la SDC a déployé une campagne d'influence et des interventions de relation de presse* ayant permis de générer 10 retombées de presse dont 30% provenaient de médias à portée nationale (via Le Journal de Montréal, Le Journal de Québec et TVA Nouvelles). Ces interventions sont venues appuyer une campagne promotionnelle numérique ainsi qu'une intervention terrain avec l'habillage de rue festif aux couleurs du Grand Prix.

**100% des retombées ont été publiées en amont du Grand Prix afin de maximiser la visibilité de la programmation et des établissements du quartier.*

PORTÉE CUMULÉE ESTIMÉE : 2 634 553



PROGRAMME COHABITATION & SÉCURITÉ VIEUX-MONTRÉAL

La campagne de relations de presse du printemps, alignée avec le dévoilement d'un tout nouveau programme de la SDC, a généré 9 retombées médiatiques auprès de 6 médias et marques distinctes, avec une **présence à la radio, à la télévision, sur le Web et en balado.** La SDC Vieux-Montréal a ainsi pu bénéficier de reportages à ICI Première et au Téléjournal de Radio-Canada, d'une présence à QUB avec Benoit Dutrizac et à CIBL 101,5 FM, ainsi que de quatre articles Web dans Journal Métro et Info de Montréal, afin de promouvoir ses nouvelles initiatives à l'égard de la cohabitation sociale dans le Vieux-Montréal.

PORTÉE CUMULÉE ESTIMÉE : 435 600

Marketing & communication

L'ANNÉE 2026 EN CHIFFRES



RÉSEAUX SOCIAUX

Le nombre d'abonnés en croissance sur nos plateformes sociales, surtout TikTok et YouTube* :

- Facebook : 48 072 (+6.7%)
- Groupe Facebook Gens du Vieux : 2 048 (+3.1%)
- Instagram : 64 722 (+1.3%)
- **TikTok : 8 584 (+18.6%)**
- LinkedIn : 1 692 (+8.75%)
- **YouTube : 702 (+11.7%)**

*Nombre d'abonnés en date du 6 sept. 2026

**Pourcentage d'augmentation depuis le 1er janvier 2026

PROMOTION DES MEMBRES

Une présence soutenue et régulière

- 15 heures de visites terrain / mois, exclusivement dédiées à la création de contenu commercial et lifestyle;
- Création de plus d'une centaine de fiches Membre en 2026;
- Mandats promotionnels spéciaux visant à dynamiser des secteurs spécifiques (géographiques ou secteurs d'activité), tel que : secteur Bonsecours, rue Notre-Dame Ouest et établissements participants à Mtl à Table 2026.



CAMPAGNE COURRIEL

- +30 campagnes courriel (infolettres mensuelles, relais d'avis, communiqués spéciaux) ciblant la collectivité d'affaires ou le grand public;
- Nombre d'abonnés actifs : 4981;
- Taux d'ouverture mensuel moyen : 36,2%.

SITE WEB

- 25 300 sessions (une moyenne de +33% par rapport à 2025);
- +90 fiches Événements créées sur l'onglet Événements;
- +douzaine d'articles de contenu créés proposant des offres commerciales, des activités ou des informations économiques sur le quartier.

Partenaires et collaborateurs

PARTENAIRES FINANCIERS 2026

Montréal 

Ville-Marie
Montréal 

TOURISME /
MONTREAL

PARTENAIRES ENVIRONNEMENT EXTERNE

L'ITINÉRAIRE



MAISON
DU PÈRE



Accueil
Bonneau

L'ANONYME



Cohab
Service de sécurité
spécialisé en itinérance



Palais
des congrès
de Montréal



GRAND QUAI
DU PORT DE MONTRÉAL

WORLD PRESS PHOTO

EXPOSITION
2026

MULTICOLORE

COLLABORATEURS DU MILIEU

ENB



PHI

HYATT
CENTRIC®
MONTRÉAL

BASILIQUE NOTRE-DAME
DE MONTRÉAL

SITE HISTORIQUE
MARGUERITE
BOURGEOYS



POINTE-À-CALLIÈRE
Cité d'archéologie et
d'histoire de Montréal

CHÂTEAU RAMEZAY
MUSÉE ET SITE HISTORIQUE DE MONTRÉAL
VIEUX-MONTRÉAL

Extrait des états financiers

VIEUX-MONTRÉAL
SDC

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL VIEUX-MONTRÉAL

Résultats

Exercice terminé le 31 décembre 2025

	2025	2024 (redressé)
Cotisation des membres	1 747 859 \$	1 659 228 \$
Subventions de la ville de Montréal (annexe A)	802 587	798 348
Revenus d'intérêts sur cotisations en retard et de placements	41 148	37 430
Amortissement - apports reportés afférents aux immobilisations corporelles (note 9)	27 662	26 000
	2 619 256	2 521 006
Frais d'exploitation		
Opérations en aménagement urbain (annexe B)	989 023	890 418
Communications et promotions (annexe C)	470 227	763 507
Projets et événements (annexe D)	218 298	206 183
Affaires financières et juridiques (annexe E)	128 906	150 239
Service aux membres et réseautage (annexe F)	146 256	227 952
Frais d'administration (annexe G)	475 988	464 649
Amortissement (annexe H)	39 386	37 941
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges d'exploitation	151 172	(219 883)
Autres charges		
Perte sur radiation ou mise hors service d'immobilisations corporelles	(10 454)	(88 635)
Excédent (insuffisance) des produits sur les charges	140 718 \$	(308 518) \$

[Accédez au rapport financier 2025 complet](#)

Conseil d'administration 2025-2026

VIEUX-
MONTREAL
SDC

Me Robert Astell
Président
Astell & Associés, avocat

Dimitri A. Antonopoulos
Vice-président
Corner Collection

Anne De Shalla
Trésorière
Diffusion Griff

Dimitri K. Antonopoulos
Administrateur
Gray Collection

Guillaume Couraud
Administrateur
BreWskey Pub

Nathalye Laliberté
Administratrice
Gestion Georges Coulombe

Me Francis Tourigny
Administrateur
Exeo Avocats

Geneviève Émond
Administratrice
Bota-Bota, spa-sur-l'eau

Stéphanie Turcotte
Administratrice
Arrondissement de Ville-Marie

ÉQUIPE



Mario Lafrance
Directeur général



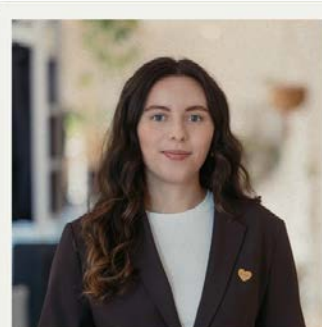
Fannie Pratte
Directrice générale adjointe



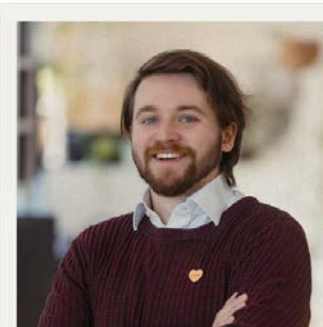
Beya Charfadi
Adjointe administrative



Geneviève Giguère
Gestionnaire Opérations terrain
et service aux entreprises



Emmy Lainé
Coordonnatrice communication
& marketing



Anastase Pepin
Coordonnateur logistique

Merci

LE VIEUX

À L'ŒUVRE POUR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DU
VIEUX-MONTRÉAL ET LA CROISSANCE DE SA
COLLECTIVITÉ D'AFFAIRES

NOUS SUIVRE :



[vieuxmontreal](#)



[levieuxmontreal](#)



[sdvieux-montreal](#)



[levieuxmontreal](#)



[sdcvieuxmontreal](#)

NOUS JOINDRE :

SDC VIEUX-MONTRÉAL

info@sdcvieuxmontreal.com

514-732-8685

sdcvieuxmontreal.com

388 rue Saint-Jacques, suite 600
Montréal, QC, H2Y 1S1

S'INFORMER :



VIEUX-
MONTRÉAL
SDC

ÉCHANGER :

