

Société de développement
de l'Avenue du Mont-Royal

BILAN ANNUEL 2021



L'AVENUE DU
MONT—ROYAL

BILAN ANNUEL 2021

MOT DE LA DIRECTION

PORTRAIT DE LA SDAMR

Quelques chiffres.....	04
Budget.....	05
Vision, mission, positionnement.....	06

SERVICES AUX MEMBRES

Assemblée générale.....	08
Brigade propreté.....	08
Communications aux membres.....	09
Enjeux sociaux.....	09
Formations.....	10
Carte Mon Avenue 2021-2023.....	11

MARKETING ET COMMUNICATIONS

Image de marque.....	12
Portraits de commerçants.....	13
Habillage de vitrines.....	14
Piétonnisation estivale.....	15
Promotion du temps des fêtes.....	17

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Guide des bonnes pratiques écoresponsables	20
Service de compostage en commerces.....	22

ODACE ÉVÉNEMENT

Piétonnisation estivale.....	23
Exposition photos.....	25
Animations.....	25
Noël sur l'Avenue.....	26

PARTENAIRES

PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE



MOT DE LA DIRECTION

Chers membres de la **SDAMR**,

Plus que jamais, l'**Avenue du Mont-Royal** est une marque en mouvement qui a la capacité de fédérer et de rallier sa communauté pour changer le cours des choses afin de créer des liens durables et prospères. L'année 2021 aura été marquée par la COVID-19, la pénurie de main d'œuvre et les problèmes d'approvisionnement qui ont mis à rude épreuve la résilience de notre communauté d'affaires. Rappelons que les restaurants n'ont pu rouvrir que le 5 mai et les bars le 28 mai et ce, à capacité réduite. Malgré tout, le taux d'occupation des locaux est passé de 85% à 89% et l'équipe de la **SDAMR** et d'**ODACE ÉVÉNEMENTS** à maintenu son engagement à servir ses membres et à innover, entre autres avec la mise en œuvre de la deuxième année du projet de piétonnisation de l'**Avenue du Mont-Royal**.

Pleinement conscients des nombreux défis économiques à relever en cette période d'incertitude, il ne fait aucun doute au sein de la **SDAMR** qu'il s'agissait de la bonne stratégie pour contribuer non seulement à la relance économique et durable du quartier, mais également à la qualité de vie des citoyens, des visiteurs et des travailleurs. Avec une hausse de l'achalandage de 7% et un taux de satisfaction des usagers de plus de 95%, nous pouvons dire mission accomplie.

Notre objectif est de transformer l'Avenue pour en faire un lieu harmonieux où cohabitent une vie citadine et d'affaires prospère et une trame verte et citoyenne profonde. Un lieu culturel assumé. Une source de mieux-être pour ses commerçants et ses résidents. Un trait d'union entre les grandes places de rassemblement, les parcs, les citoyens, les visiteurs.

Il n'y a pas d'équation ni de formule aboutissant à la solution idéale. Nous avons la responsabilité d'agir humblement, avec conviction et avec un regard résolument orienté vers le futur. Ce rapport d'activités se veut un résumé des différents projets réalisés par notre équipe de la **SDAMR** et d'**ODACE ÉVÉNEMENTS**, qui a fait un travail remarquable afin de vous soutenir tout au long de l'année.

Bonne lecture

John Fogarty
Président du conseil

Claude Rainville
Directeur général

PORTRAIT DE LA SDAMR

Quelques chiffres



11%

de taux de vacance



488

entreprises membres entre
le boulevard St-Laurent et la
rue d'Iberville

24

nouveaux
commerces

- | | |
|----------------------|-------------------------|
| Valmont | Mici D'ici |
| Végâteau | Mignon Churros & Nougat |
| Zizi Pop | Moulin Lafayette |
| Maison Prunelle | Plat en bois |
| SQDC | Ramen Isshin |
| Boutique Palmo Goods | Sansotei Ramen |
| Kemmi Collection | Taco Signature |
| Roose Boom Vélo | Acuitis |
| Rütrafe Joailliers | Éditions Les Malins |
| Dojo | Effisca |
| Haruko Sushi | Pop-up Lab Collaboratif |
| Kebab Ville et Choco | |
| Le Pontiac | |



Budget

REVENUS	2019	2020	2021
Cotisation des membres	809 000 \$	822 016 \$	822 000 \$
Subventions municipales	444 000 \$	569 529 \$	659 331 \$
Revenus autonomes	206 000 \$	131 571 \$	133 000 \$
Subvention Recyq-Québec			67 872 \$
Subventions liées à la COVID			192 000 \$
TOTAL	1 459 000 \$	1 526 116 \$	1 874 203 \$

DÉPENSES	2019	2020	2021
Événements, animations et aménagement	801 000 \$	750 000 \$	1 082 000 \$
Services aux membres / ADM	347 000 \$	327 600 \$	332 000 \$
Développement économique et durable	265 000 \$	251 000 \$	350 000 \$
TOTAL	1 413 000 \$	1 328 600 \$	1 764 000 \$



Vision

Plaçant l'humain au cœur de sa vision, la Société de développement de l'avenue du Mont-Royal aspire à devenir une référence en termes de commerce de proximité, de transition écologique, d'innovations culturelles et de vie de quartier.

Mission

Bâtir le commerce de proximité de demain :

- Soutenir les membres dans leurs nouvelles pratiques;
- Devenir une destination pour des projets commerciaux innovants.

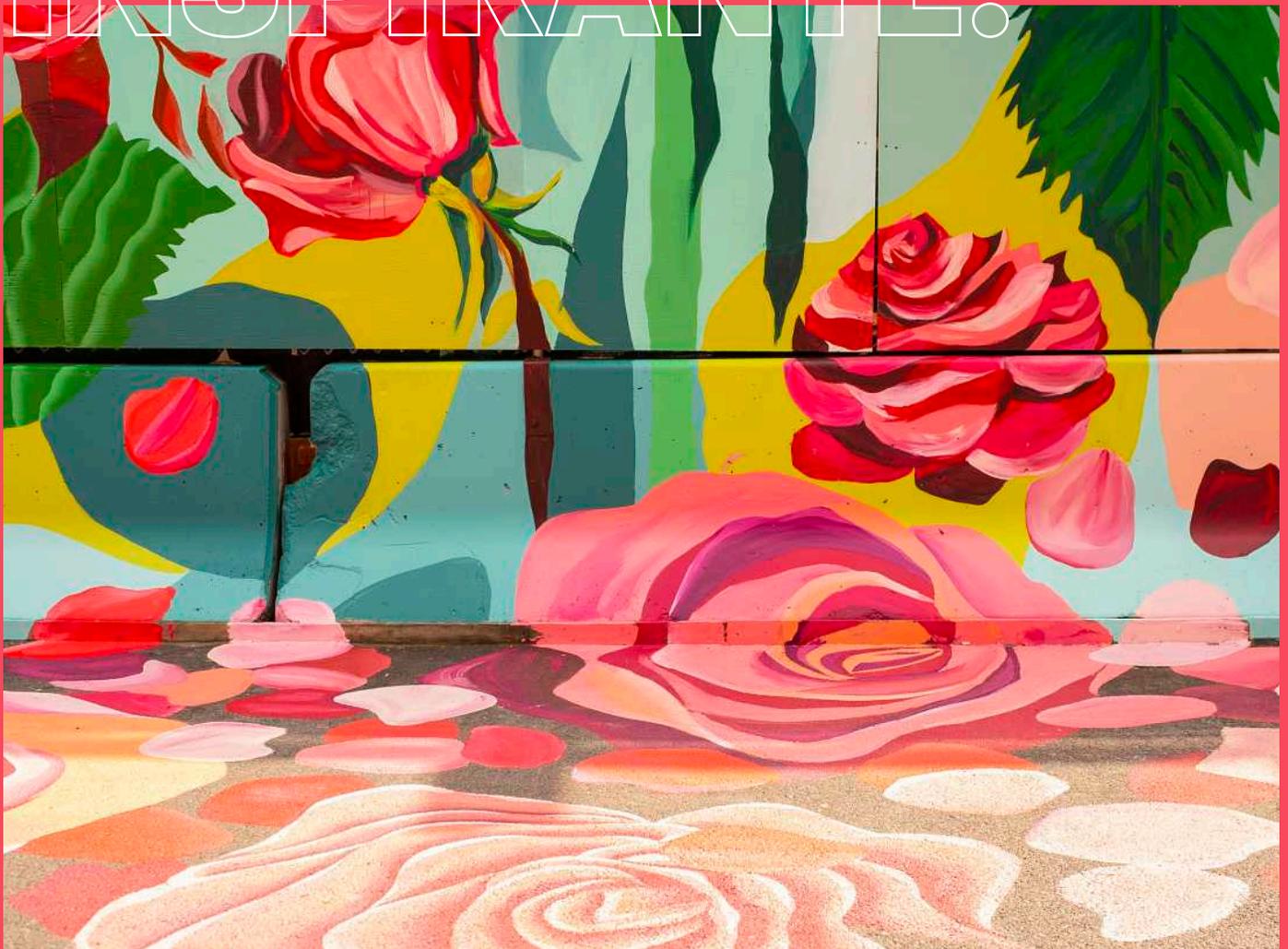
Bâtir le quartier de vie de demain :

- Améliorer le domaine public;
- Implanter une transition écologique;
- Implanter une activité touristique respectueuse du quartier;
- Consolider l'équilibre entre lieu de vie, culture, tourisme et commerce, dans le but de préserver la qualité de vie du Plateau-Mont-Royal.

Positionnement

Trait d'union entre le Mont-Royal et la tour olympique, deux symboles de Montréal, l'avenue du Mont-Royal se déploie au cœur du quartier francophone du Plateau-Mont-Royal. Fréquentée par les résidents, les travailleurs et les visiteurs, c'est une destination animée de jour comme de nuit, vivante à longueur d'année. Les nombreux commerçants-artisans offrent aux clients la possibilité de découvrir des produits exclusifs, de vivre une expérience à échelle humaine et de consommer en accord avec leurs valeurs écoresponsables. Le subtil équilibre entre les événements culturels qui s'y déroulent, le commerce de proximité et la vie de quartier fait de l'Avenue un lieu inspirant qui vibre au cœur même de l'identité québécoise.

L'AVENUE DU
MONT-ROYAL:
VIVANTE,
VIBRANTE,
INSPIRANTE.



SERVICES AUX MEMBRES

Assemblée générale

Encore une fois cette année, la SDAMR a dû tenir l'assemblée générale de manière virtuelle. Plus de 60 membres ont participé à cette assemblée qui a eu lieu le 11 mai 2021. Plusieurs sujets ont été abordés dont le bilan des activités 2020, la transition écologique, la formation et la piétonnisation.

Brigade propreté

En collaboration avec les Dîners St-Louis, un organisme communautaire qui vient en aide à des jeunes itinérants ou marginalisés du Plateau-Mont-Royal, la SDAMR a mis sur pied une brigade spéciale, en complément aux équipes déjà établies par l'arrondissement dans le but d'assurer le maintien de la propreté sur l'Avenue. La brigade propreté est généralement en opération de juin à octobre, mais exceptionnellement cette année, nous avons eu l'opportunité de prolonger le mandat de novembre 2020 à mars 2021. La brigade est composée de deux équipes d'environ 2 à 4 jeunes réintégrant le marché du travail, supervisée par une intervenante du programme Job 18-30.



Communications aux membres

- 48 infolettres avec un taux d'ouverture moyen de 42%;
- Plusieurs publications sur le groupe **Facebook Mon Avenue - Le groupe des employés de l'avenue du Mont-Royal** comptant 1 153 membres;
- Courriels ciblés sur différents projets participatifs.

Enjeux sociaux

Dans le but de représenter ses membres, de contribuer à l'amélioration de la cohabitation sociale et de la sécurité sur l'Avenue, la SDAMR fait partie du Groupe de travail en cohabitation sociale du Plateau-Mont-Royal, piloté par l'arrondissement et composé d'une quinzaine d'intervenants provenant de différents milieux. Plusieurs sujets sont abordés dont les enjeux liés aux personnes en situation d'itinérance et la propreté sur le domaine public de certains secteurs névralgiques. La SDAMR fait aussi partie du Comité itinérance de la CDC Action Solidarité Grand Plateau qui compte une cinquantaine de regroupements, principalement des organismes communautaires, auxquels se sont joints plusieurs acteurs sociaux importants du quartier.

La SDAMR travaille aussi en collaboration avec Plein Milieu, un organisme communautaire dont la mission est d'améliorer les conditions et de la qualité de vie des jeunes, des personnes qui utilisent des drogues et des personnes en situation d'itinérance. Dans une approche de médiation sociale, axée sur le dialogue, les intervenantes de Plein Milieu travaillent afin de régler les litiges en cours et de permettre un voisinage respectueux du mode de vie de tous les acteurs appelés à se côtoyer quotidiennement : les résidents, la police, les commerçants, les différentes institutions, les jeunes, les personnes qui fréquentent l'espace public.



**PLEIN
MILIEU**

Formations

Depuis plusieurs années, la SDAMR s'est unie à Détail Formation afin d'offrir un grand nombre de formations de qualité aux commerçants présentées sous forme d'ateliers de groupe et de coaching personnalisé. À travers ce programme de formation, 31 commerçants ont bénéficié de différents ateliers, pour un total de 180 heures de formation et coaching gratuit. Un investissement de près de 30 000 \$.



Toujours en collaboration avec Détail Formation, la SDAMR est fière d'avoir ajouté un service supplémentaire d'accompagnement spécialisé et gratuit à ses membres.

Les commerces participant ont eu droit à un maximum de 2 blocs de 3 heures.

Le programme d'accompagnement proposait 5 grands volets de coaching sur les thèmes suivants : soutien aux entrepreneurs, planification stratégique, bail commercial, virage numérique et marketing.

Affiche en tête

Centre emballons-nous

Plein Air Entrepôt

Boutique Modeco

Barraca Rhumerie Montréal

Vrac et bocaux

Maison Prunelle

LOCO Plateau

La Bobineuse

Café Rico

Intermarché

Klova

Imagine Le Fun

Fromagerie Hamel

Maison Acuitis

Vivaldi Sac

Boutique Point G

Quincaillerie Delorimier

Hôpital Vétérinaire Journet

Aiko Sushi

William J. Walter Mont-Royal

Boutique Romance

Ohana Sushi Vegan

Diabolik

Madame Dibou les gâteaux

Ernestine

Le Placard Boutique

Clinique 24/7

Salon Culture Aveda

Tony Pappas



Carte Mon Avenue 2021-2023

La carte Mon Avenue est remise à tous les employés travaillant dans les différents commerces situés sur le territoire de la SDAMR. L'objectif est de contribuer à dynamiser l'artère commerciale et d'appuyer collectivement le commerce de proximité de l'avenue du Mont-Royal.

À ce jour, **84 commerçants** proposent plusieurs rabais et promotions.

MARKETING ET COMMUNICATIONS

Image de marque

Oriflammes

Les anciens oriflammes de l'Avenue ont été remplacés par 63 nouveaux modèles qui reprennent la palette de couleurs corporatives développée pour notre site web et nos communications officielles.



Kiosque Place Gérald-Godin et borne Morris

Le kiosque a servi de support à deux niveaux :

- Comme borne d'information avec la liste des commerces de l'Avenue situés entre Saint-Laurent et D'Iberville
- Comme outil pour affirmer notre image de marque avec l'affichage du logo de l'Avenue (la borne d'affichage de type « colonne Morris » située devant le sanctuaire a également été utilisée pour afficher notre signature).



Portraits de commerçants

Commerçants de l'Est de l'Avenue

L'Avenue a publié une série de portraits photographiques réalisés autour du thème de la « créativité » et diffusés en début d'année.

26 500
impressions sur IG

10 500
impressions sur FB



ÉPICERIE MUSCADE



LA BOBINEUSE



BOSWELL,
BRASSERIE
ARTISANALE



TIMPANO PERCUSSION

Commerçants de l'Ouest de l'Avenue

Une deuxième série de portraits photographiques a été réalisée autour du thème de la « punk attitude » et a été diffusée à l'automne.

18 418
impressions sur IG

2 337
impressions sur FB



BOUTIQUE LE 63



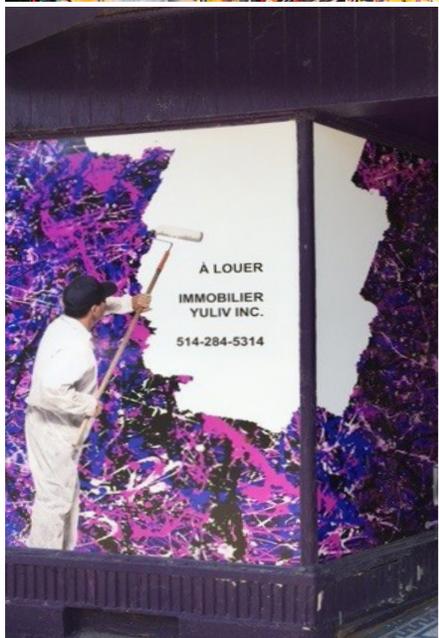
LES FOLLES ALLIÉES



DIABOLIK

Habillage de vitrines

La vitrine du local vacant situé au 817-819 avenue du Mont-Royal Est a été habillée avec une tapisserie auto-collante conçue par l'artiste Emmanuel Laflamme. Ce même artiste a créé spécialement pour l'Avenue une œuvre-tapisserie qui peut s'adapter aux couleurs et configurations des locaux vacants disponibles sur l'Avenue. Le défi demeure cependant toujours le même : résusir à rejoindre les propriétaires immobiliers de ces locaux vacants et avoir leur accord.



Piétonnisation estivale

Relations publiques

Une campagne de relations de presse a été déployée pendant tout l'été. Quatre communiqués diffusés les 1^{er}, 21, 30 juin et mi-août auprès de la liste de presse de l'agence Isabelle Bleau Communications et des relances effectuées de juin à septembre ont permis de générer de nombreux articles regroupés dans une revue de presse de 209 pages (disponible sur demande). La direction artistique ainsi que les installations de la piétonnisation ont fait l'objet d'une présentation filmée à Tourisme Montréal. L'Avenue a aussi été le lieu de tournage des émissions Salé Sucré et L'Épicerie

Signalétique du site

Afin de limiter la cacophonie visuelle et d'offrir aux visiteurs une expérience harmonieuse sur l'ensemble du territoire piétonnisé, le SDAMR et l'arrondissement ont convenu de s'arrimer au niveau des éléments d'informations installés sur l'Avenue. Les panneaux relatifs à la Zone lenteur (prérogative de l'arrondissement) et ceux consacrés aux installations artistiques (réalisés par la SDAMR) ont donc été conçus conjointement en intégrant les couleurs corporatives de la SDAMR, notamment le vert. La signalétique a gagné en fluidité et en clarté.



Publications web

Tout au long de l'été, du contenu a été généré autour de la piétonnisation et diffusé sur les plateformes web de l'Avenue :

- 2 vidéos produites en teaser et en clôture de piétonnisation
<https://www.youtube.com/watch?v=MCH1gHFIjLU>
<https://www.facebook.com/AvenueMontRoyal/videos/427274955729869>
- 7 articles concernant les collectifs de concepteurs des 7 sites d'activités
- De nombreux albums photos ont été diffusés (Latrompette Studio a reçu le mandat de produire des photos de l'Avenue pendant toute la période estivale)
- Créations d'événements Facebook pour faire notamment la promotion des 8 ateliers en horticulture urbaine donnés sur le site du Jardin nourricier

Statistiques des publications estivales sur nos réseaux sociaux :

FB de l'Avenue : 380 611 impressions
IG de l'Avenue : 70 643 impressions
TW de l'Avenue : 84 639 impressions



Les Collabs de l'Avenue

L'Avenue a décidé cette année de tester, dans trois commerces de détail, des activités basées sur le principe du marketing artistique, une tendance actuelle majeure dans le monde de la mode et des grandes marques. Le projet pilote des « Collabs artistiques de l'Avenue » a été déployé : trois artistes de la scène montréalaise ont été approchées afin de venir personnaliser en boutique les achats faits par les clients du magasin.

L'objectif était triple :

- Ajouter à l'objet acheté un élément de préciosité : l'objet « augmenté » prend de la valeur pour le client qui vit une expérience unique
- Inciter les clients à venir en magasin : ils ne pourront pas reproduire cette expérience sur le web
- Nourrir l'image de marque de l'Avenue qui se positionne comme une destination commerciale innovante et à saveur artistique

Des flyers ainsi que trois capsules vidéos ont été produits pour faire la promotion de cet événement :

<https://www.youtube.com/watch?v=zKpZ2I9yTc4>

<https://www.youtube.com/watch?v=2HL7qDlwzeg>

<https://www.youtube.com/watch?v=prGLSYg3VEE>



LES COLLABS DE L'AVENUE
ALEX'S EMBROIDERY × NAÏF



Plateformes web

Mont-Royal.net

- 45 articles de fond rédigés sur le site Internet mont-royal.net au cours de l'année
- Harmonisation visuelle des plateformes en fonction de nos événements
- 240 436 pages vues / 121 468 utilisateurs

Médias sociaux en 2021

1 288 706
impressions

Facebook

228 692
impressions

Instagram

229 563
impressions

Twitter

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Guide des bonnes pratiques écoresponsables

À l'occasion de la sortie officielle du Guide des bonnes pratiques écoresponsables du Plateau, dévoilé en mai dernier, deux entreprises de l'Avenue ont été mises en lumière :

- **Épicerie Muscade** pour son utilisation du pot consigné dans sa stratégie 0 déchet
https://www.youtube.com/watch?v=T_GbP4vbE84



- **Ekkip** pour son utilisation de l'éclairage LED dans sa stratégie d'économie d'énergie
<https://www.youtube.com/watch?v=R0naOd3fZ4Y>



Les Sociétés de développement commercial de la rue Saint-Denis et du boulevard Saint-Laurent ont, elles aussi, diffusé des capsules vidéos à ce moment-là. La sortie du Guide a fait l'objet d'un communiqué et de relations de presse.



Service de compostage en commerce

Dans la foulée du déploiement du Guide des bonnes pratiques écoresponsables, divers constats ont été effectués sur l'Avenue. L'un des enjeux identifié est l'absence de collecte municipale de compost pour les entreprises. La SDAMR a donc sollicité le soutien de Recyc-Québec dans le cadre d'un appel à propositions visant le détournement des matières organiques. Elle a obtenu du financement pour la mise en place d'un projet de collecte de compost mutualisée.

Les commerces desservis par le projet pilote de compostage sont :

Le Terminal

Le Rouge Gorge

Le Barraca

La distillerie

Boswell brasserie artisanale

Mme Dibou

Chez Victoire

Le pontiac

Chez Baptiste

Le cardinal

Valmont 2147

Valmont 1495

Valmont 205

Croissant Croissant

Columbus Café

Poke Station

Kiosque Mont-Royal

Muscade

Loco

Vrac et Bocaux

Par Ceme

Le boucanier

Bleu et persillé

Kyoto Fleurs



ODACE ÉVÉNEMENTS

Piétonnisation estivale

Pour l'édition 2021 de la piétonnisation, les nouveaux aménagements temporaires, des installations artistiques ainsi que des initiatives en verdissement ont été déployés sous la forme d'un geste affirmé, exploitant la thématique de la promenade et des jardins.

Sept installations-jardins d'envergure aux thèmes évocateurs comme La Roseraie, Le Jardin nourricier ou Le Bosquet des lucioles, des zones de détente et d'appropriation, des points de rencontre ainsi qu'un programme d'animation, ont composé un parcours inspirant et inédit pour les résidents et les Montréalais. Les œuvres-installations ainsi que l'aménagement du site ont été conçus par des tandems d'artistes et des collectifs de design et d'architecture professionnels, aux univers variés, allant du plus épuré au style le plus éclaté. Le dénominateur commun: procurer au citoyen une expérience estivale teintée de lenteur et de douceur de vivre, en plein cœur du Plateau.

Quelques données estivales :

- Données des sites de comptage de la firme Éco-Compteurs :
moyenne journalière 57 440 personnes sur l'Avenue.
- Sondage sur les moyens de locomotion de la clientèle par la firme L'Observateur :

	2021 JUIN RUE OUVERTE À LA CIRCULATION	2021 RUE PIÉTONNE
Marche	43%	47%
Vélo + Bixi	12%	18%
Transport en commun (bus et métro)	39%	29,5%
Automobile	9%	7%

- Perception à l'égard de la piétonnisation auprès de la clientèle par la firme L'Observateur :

juillet 2021		août 2021	
PERCEPTION DE LA PIÉTONNISATION DE LA RUE MONT-ROYAL	VISITEURS DE LA RUE MONT-ROYAL PHASE 2 (N=200)	PERCEPTION DE LA PIÉTONNISATION DE LA RUE MONT-ROYAL	VISITEURS DE LA RUE MONT-ROYAL PHASE 2 (N=200)
Très favorable + favorable	94% ↑	Très favorable + favorable	98,5%
Très favorable	70%	Très favorable	90,5% ↑
Favorable	24%	Favorable	8% ↓
Peu / pas du tout favorable	4,5% ↓	Peu / pas du tout favorable	1,5%
Peu favorable	3,0% ↓	Peu favorable	1,0%
Pas du tout favorable	1,5%	Pas du tout favorable	0,5%
Ne sais pas	1,5%		

4. Sondage sur l'impact de la piétonnisation sur les ventes par la firme SEGMA (réalisé en août 2021 auprès de 225 répondants avec un intervalle de confiance de 95,5) :

64% des répondants considèrent que les ventes sont demeurées stables ou ont augmentées

IMPACT DE LA PIÉTONNISATION SUR LES VENTES EN MAGASIN	TOTAL	MONT-ROYAL
n	723	225
Augmentation	29%	28%
Augmenter significativement	7%	3%
Augmenter légèrement	22%	25%
Stable	40%	36%
Diminution	26%	32%
Diminué significativement	15%	19%
Diminué légèrement	11%	14%

5. Positionnement à l'égard de la piétonnisation par la firme SEGMA (réalisé en août 2021 auprès de 225 répondants avec un intervalle de confiance de 95,5) :

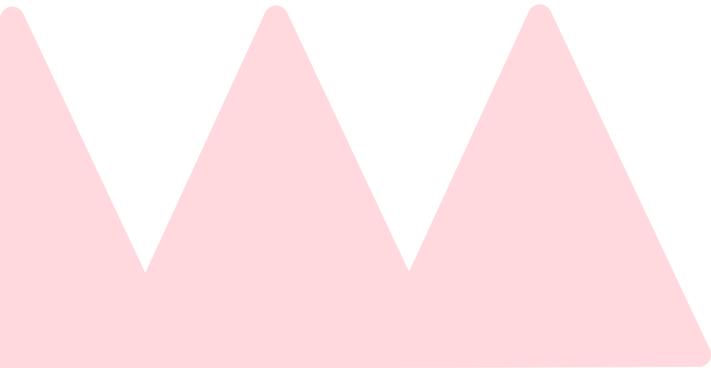
POSITIONNEMENT À L'ÉGARD DE LA PIÉTONNISATION DE L'ARTÈRE	TOTAL	MONT-ROYAL
n	723	225
La piétonnisation devrait être répétée de la même façon chaque été	26%	18%
On devrait répéter la piétonnisation mais modifier certains aspects	47%	58%
Sous total: Favorables pour répéter la piétonnisation avec ou sans modification	73%	76%
On ne devrait plus jamais piétonniser l'artère	19%	17%
Sa pertinence devrait être réexaminée à chaque année	6%	7%
Ça ne change rien pour mon commerce / sans opinion	1%	--

Exposition photos

Du 3 juillet au 6 septembre 2021, l'avenue du Mont-Royal a présenté Confidences du vivant, une exposition photographique extérieure en harmonie avec la thématique adoptée pour tout l'été sur la zone piétonnière : les jardins, la promenade, les transformations subtiles de la nature, du vivant. Deux artistes étaient présentés : Normand Rajotte, qui observe depuis vingt ans les moindres changements dans une même forêt située au pied du mont Mégantic, et Katherine Melançon, une photographe sans caméra, qui crée avec un numériseur qui permet de révéler un monde caché ou potentiel, au-delà des sens. Deux approches distinctes, mais deux artistes attentifs au vivant et à ses métamorphoses subtiles.

Animations

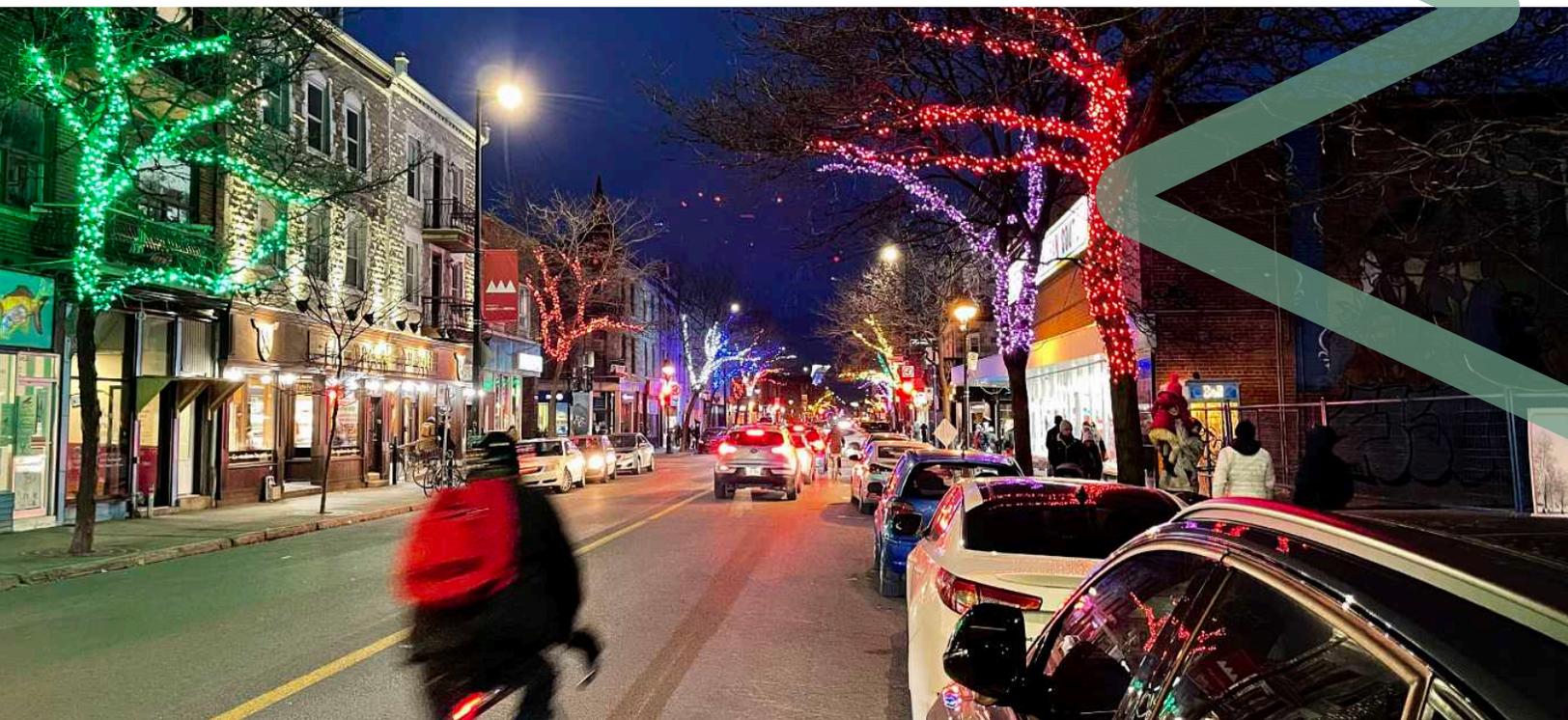
Tout au long du mois d'août un grand nombre de spectacles de rue et interventions surprises se sont déroulés pour le plaisir des promeneurs. Alliant arts visuels, musique, installation, danse, performance et animation, la programmation s'inspire, chaque année de ce qui nous entoure. La ville et notre manière de l'habiter, constituent un répertoire riche en références culturelles, qui assure l'accessibilité à la programmation par un public très large.



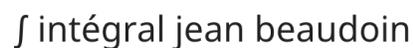
Noël sur l'Avenue

En collaboration avec le fournisseur Leblanc Illumination, l'Avenue s'est dotée d'un inventaire important de guirlandes de lumières. Pour toute la période du temps des fêtes, 86 arbres de l'Avenue ont été décorés avec des guirlande multicolores, installées à l'américaine (enroulées sur les branches). L'effet général que procurait ces 394 guirlandes était féérique et donnait une ambiance de fête pour agrémenter le magasinage. De la musique de Noël était diffusée sur l'ensemble du territoire.

Pendant le mois de décembre 2021, l'avenue du Mont-Royal s'est réenchantée pour célébrer le temps des fêtes. La chorale Le Chœur du Plateau et Les Petites Voix du Plateau – cinq chœurs de 6 à 17 ans – ainsi que l'Ensemble Résonne – un quatuor de cuivres – se sont installés à plusieurs endroits de l'avenue, notamment devant les Jeunesse musicales, la Place des Fleurs-de-Macadam, le Parc des Compagnons, pour offrir plusieurs courtes prestations d'une quinzaine de minutes chacune. Une première : le Blob-Royal, une nouvelle création interactive de MAPP MTL a fait vivre une expérience visuelle et sonore amusante présentée sous forme de projection sur le kiosque touristique à l'entrée du métro Mont-Royal.



Merci à nos partenaires!



L'AVENUE DU
MONT—ROYAL

PRÉSENTATION DE L'ÉQUIPE

SDAMR

Claude Rainville, Directeur général

Fabienne Boussin, Directrice du marketing et des communications

Valérie Marceau-Légaré, Coordonnatrice des services aux membres

Anissa Nejjar, Adjointe administrative

CONTRACTUELS

Isabelle Bissonnette, Chargée de projets en développement durable

Awaleh Godad, Gestionnaire de contenus et de communautés numériques

ODACE ÉVÉNEMENTS

Sylvie Dugré, Directrice générale

Catherine Jacques, Chargée de projets en développement des affaires
et production d'événements

CONSEIL D'ADMINISTRATION

John Fogarty, Président, Kiosque Mont-Royal

Fanny Lalonde, Vice-présidente, La Bobineuse

Philippe Haman, Secrétaire-Trésorier, La Distillerie II

Valérie Beaulieu, Administratrice, Culture Montréal

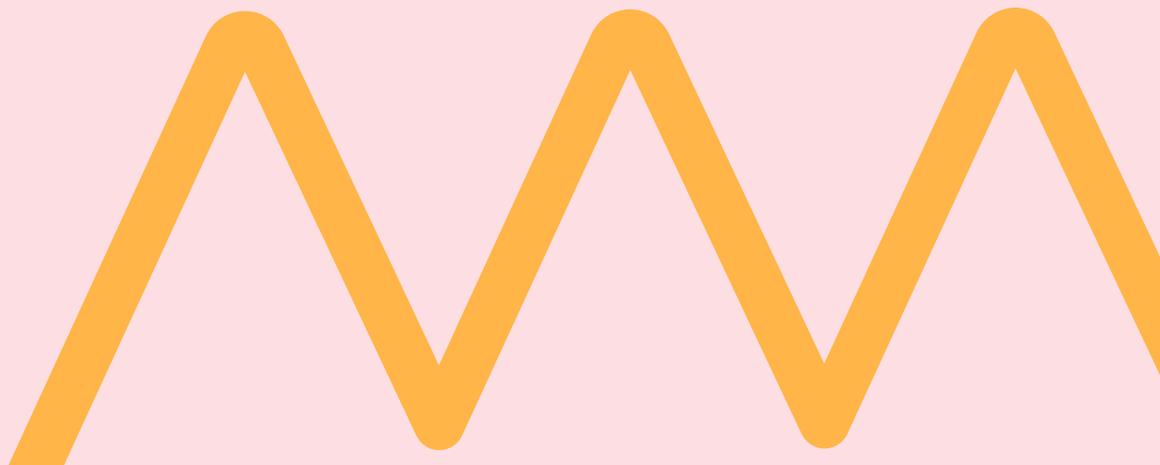
Marianne Giguère, Administratrice, Conseillère de Ville,
Arrondissement du Plateau-Mont-Royal

David Chevrier, Administrateur, La Licornerie

Fabien Lacaille, Administrateur, Bily Kun, Plan B

Édouard Dansereau, Administrateur, Via Capitale du Mont-Royal

Jean-François Grenier, Administrateur Groupe Altus





L'AVENUE DU
MONT—ROYAL