



## DEMANDE DE DÉSIGNATION 2016 PR@M-COMMERCE

### REMARQUES ET NOTES EXPLICATIVES

- Le PR@M-Commerce est destiné aux gens d'affaires unis au sein de sociétés de développement commercial (SDC) ou de regroupements volontaires (associations) situés sur des rues commerçantes de l'agglomération de Montréal
- Les demandes de désignation seront soumises à un comité d'experts (comité de sélection) dont les recommandations seront présentées au comité exécutif de la Ville de Montréal pour décision
- Le comité de sélection sera composé d'experts de la Ville de Montréal qui proviennent de différents domaines, notamment le développement économique, l'urbanisme, le design et l'architecture
- Dans le cadre de cet appel de candidatures, trois secteurs devraient être désignés en 2016
- Les SDC et associations dont le territoire est établi sur une grande échelle doivent présenter une demande de désignation ciblant un secteur particulier possédant une dynamique et une cohésion commerciales qui lui sont propres
- Le présent formulaire doit être accompagné d'une résolution du conseil d'administration de l'organisme requérant autorisant la présentation de la demande de désignation
- Toutes les parties du présent formulaire doivent être dûment complétées en utilisant seulement l'espace qui est alloué
- Vous pouvez annexer des photos ou d'autres documents à votre demande, mais l'ensemble de votre argumentaire doit apparaître dans le présent formulaire sans que les membres du comité de sélection aient à référer obligatoirement à des documents annexés
- Les candidatures qui n'auront pas été retenues lors de cette sélection pourront de nouveau être soumises lors d'un appel de candidatures ultérieur

### PARTIE A – Identification de la SDC ou de l'association

Nom :

Adresse :

Ville :

Code postal :

Nom de la personne contact :

Téléphone :

Télécopieur :

Courriel :

## DEMANDE DE DÉSIGNATION 2016 PR@M-COMMERCE

### Partie B – Présentation de la SDC ou de l'association

Limites géographiques du territoire de l'organisme :

Revenus de cotisation des membres pour 2015 : \_\_\_\_\_ \$

Budget total de l'organisme pour 2015 : \_\_\_\_\_ \$

### Partie C – Présentation du secteur commercial à désigner aux fins du programme

Rue, avenue ou boulevard :

De : \_\_\_\_\_ À : \_\_\_\_\_

Nombre de place d'affaires au rez-de-chaussée : \_\_\_\_\_ Nombre de place d'affaires aux étages : \_\_\_\_\_

Nombre de membres : \_\_\_\_\_ Nombre de bâtiments commerciaux : \_\_\_\_\_

### Partie D – Axes d'intervention à cibler

Indiquez les motifs pour lesquels votre organisme souhaite participer au programme en précisant les axes d'intervention à cibler

## DEMANDE DE DÉSIGNATION 2016 PR@M-COMMERCE

**Partie E – Critère d'évaluation portant sur la dynamique commerciale (pondération : 30 %)**  
Éléments d'évaluation : dynamique associative, faiblesses du secteur commercial, dynamique commerciale, état des façades, redressement ou consolidation à envisager.

En fonction du secteur commercial à désigner, faites un bref portrait de votre SDC ou association, de son historique, de l'implication de ses membres ainsi que de ses activités et du degré de participation à ses dernières

Démontrez vos besoins de connaissance du marché et les besoins de redynamisation ou de consolidation du secteur commercial à désigner

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for the user to write their response to the prompt above it.

Résumez les études à caractère économique réalisées au cours des trois dernières années pour le secteur commercial à désigner, le cas échéant

**DEMANDE DE DÉSIGNATION 2016  
PR@M-COMMERCE**

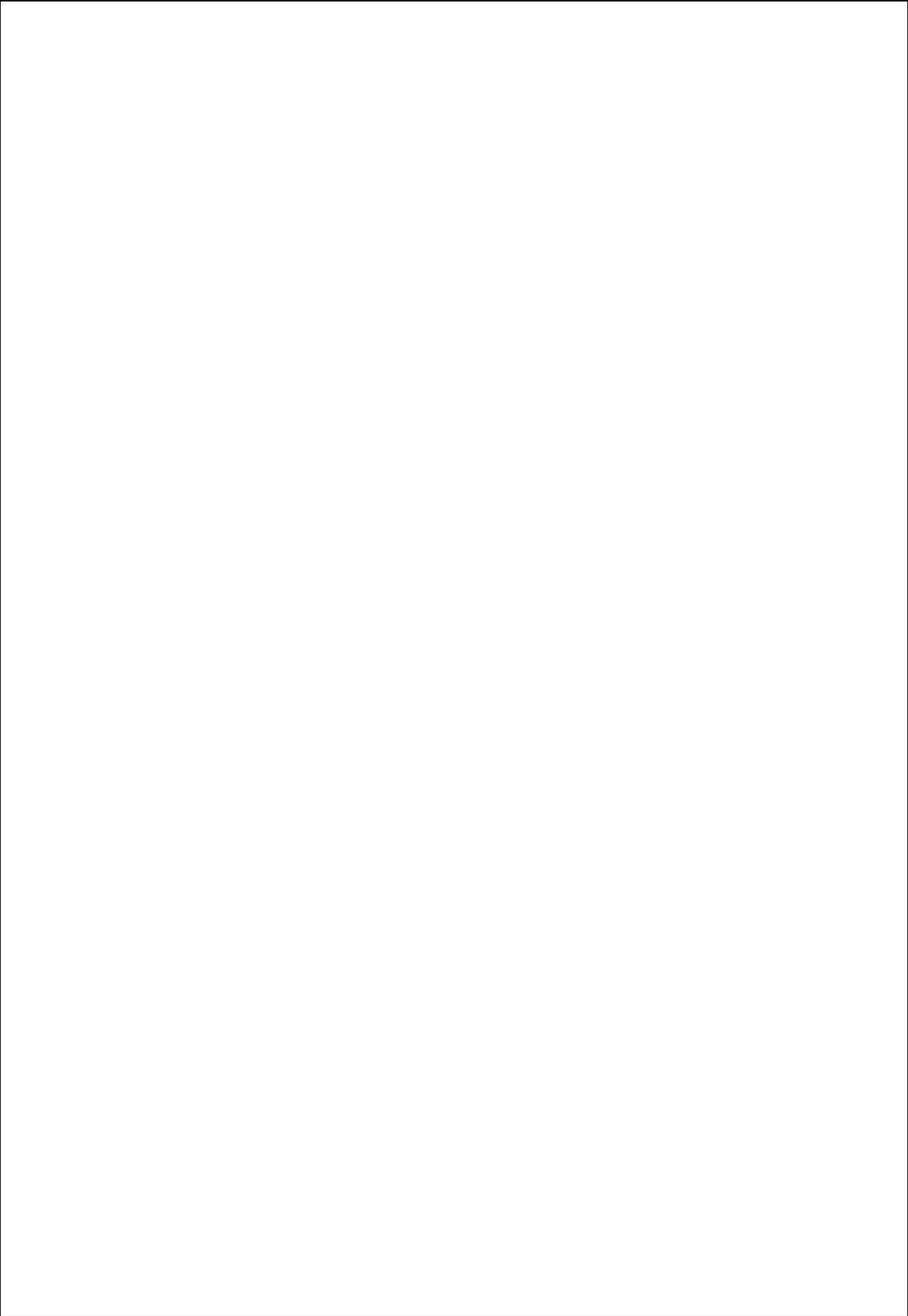
**Partie F – Critère d'évaluation portant sur les moyens préconisés pour favoriser la participation (pondération : 40 %)**

Indiquez les moyens que vous comptez mettre en place afin de favoriser la participation des commerçants et propriétaires au PR@M-Commerce

Éléments d'évaluation : stratégies de mobilisation et de communication, soutien aux membres, rôles et responsabilités de l'organisme requérant en lien avec la mise en œuvre du programme.







**DEMANDE DE DÉSIGNATION 2016  
PR@M-COMMERCE**

**Partie G – Critère d'évaluation portant sur la complémentarité avec des interventions privées ou publiques (pondération : 30 %)**

Indiquez en quoi le PR@M-Commerce peut être complémentaire à des interventions privées ou publiques actuellement en cours ou à venir dans le secteur commercial à désigner ou à proximité de celui-ci

**Éléments d'évaluation : travaux d'aménagement du domaine public prévus au Plan triennal d'immobilisation, démarche de revitalisation urbaine intégrée, grands projets ou investissement pressentis à proximité du secteur commercial à désigner, etc.**



## DEMANDE DE DÉSIGNATION 2016 PR@M-COMMERCE

### Partie H – Déclaration du requérant

Je, soussigné(e)

- sollicite la désignation du secteur commercial identifié à la partie C du présent formulaire aux fins du PR@M-Commerce;
- joins au présent formulaire une résolution du conseil d'administration de l'organisme requérant autorisant la présentation de la demande de désignation
- reconnais avoir été informé(e) que la désignation des secteurs relève du comité exécutif de la Ville de Montréal, basée sur des conditions et des critères de sélection approuvés par le conseil d'agglomération;
- atteste que les renseignements fournis sur le présent formulaire sont exacts.

\_\_\_\_\_  
Nom du requérant et son titre

\_\_\_\_\_  
Signature du requérant

\_\_\_\_\_  
J M A

**Date limite pour déposer une demande: vendredi 29 janvier 2016 à midi.**