

SDC Destination centre-ville

- ✓ Société de développement commercial fondée en 1999
- ✓ 8 000 places d'affaires: le centre des affaires de Montréal
- ✓ Initiatives pour assurer le maintien de la qualité de vie au centre-ville
- ✓ Représentation, propreté, animation, promotion



Stratégie de développement économique 2005-2010 de la Ville de Montréal

Objectif principal:

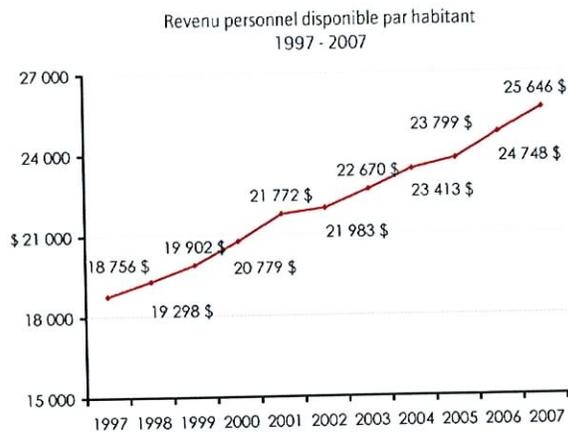
- Hisser Montréal parmi les métropoles qui affichent le meilleur niveau de vie et la meilleure qualité de vie en Amérique du Nord d'ici 2025

Objectifs complémentaires

- Accélérer la croissance économique de Montréal
- Suppose de doubler le taux de croissance annuel anticipé pour les prochaines années



Le revenu personnel disponible des montréalais



Source: Bilan économique 2008 de l'agglomération de Montréal, Ville de Montréal



Revenu disponible per capita Principales villes canadiennes

| | 2004 | 2008 | % |
|-----------|--------|--------|----------|
| Calgary | 32 299 | 41 983 | + 30 % |
| Ottawa | 27 202 | 32 617 | + 19,9 % |
| Vancouver | 23 878 | 28 416 | + 19 % |
| Montreal | 23 095 | 26 739 | + 15,7 % |
| Toronto | 26 099 | 30 015 | + 15,4 % |



Rappel des 5 axes de positionnement souhaités par la stratégie 2005-2010

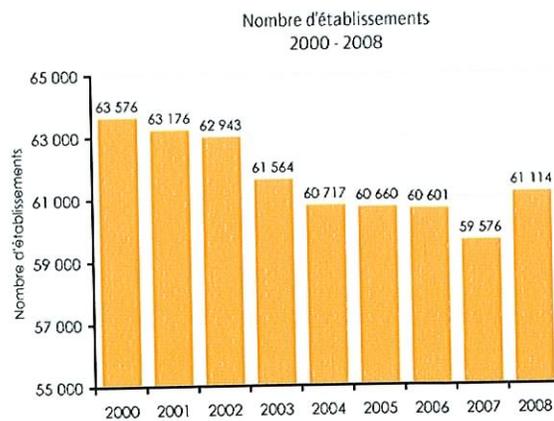
1^{er} axe

L'environnement d'affaires:

Montréal, une destination d'affaires
où l'on investit et réussit?



Variation du nombre d'établissements

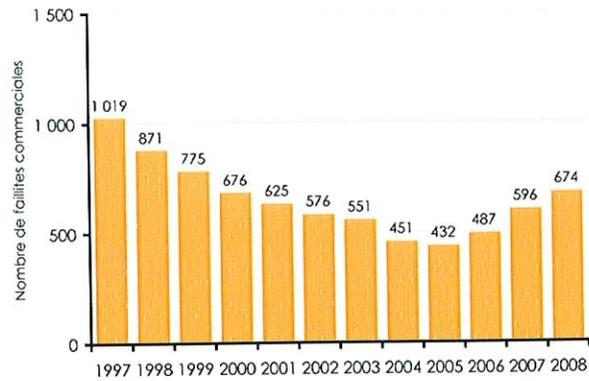


Source: Bilan économique 2008 de l'agglomération de Montréal, Ville de Montréal



Les faillites commerciales plus fréquentes

Nombre de faillites commerciales
1997 - 2008

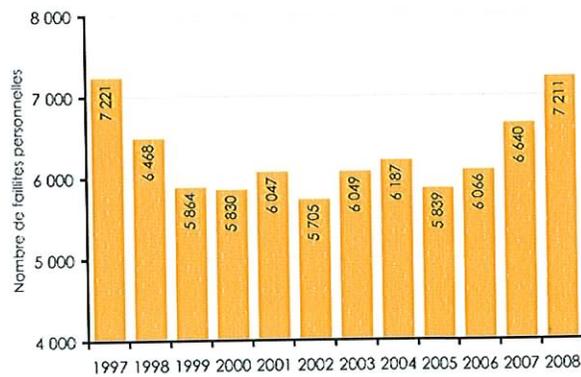


Source: Bilan économique 2008 de l'agglomération de Montréal, Ville de Montréal



Hausse inquiétante des faillites personnelles

Nombre de faillites personnelles
1997 - 2008

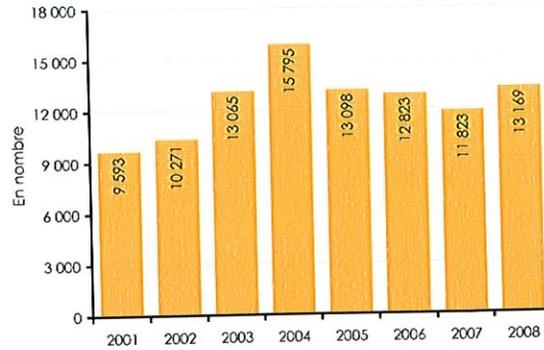


Source: Bilan économique 2008 de l'agglomération de Montréal, Ville de Montréal



Moins de permis de construction émis

Nombre de permis de construction émis
2001 - 2008

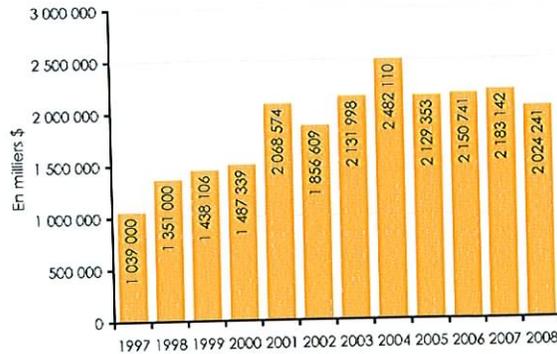


Source: Bilan économique 2008 de l'agglomération de Montréal, Ville de Montréal



Permis de construction émis de moindre valeur

Valeur des permis de construction
1997 - 2008



Source: Bilan économique 2008 de l'agglomération de Montréal, Ville de Montréal



Industrie hôtelière montréalaise

| | Valeur moyenne des nuitées | Taux d'occupation |
|----------------------|----------------------------|-------------------|
| 2009 (8 mois) | 129,35 \$ | 60,42 % |
| 2008 | 140,25 \$ | 65,07 % |
| 2007 | 138,79 \$ | 67,16 % |
| 2006 | 140,31 \$ | 67,67 % |
| 2005 | 139,57 \$ | 67,35 % |
| 2004 | 135,46 \$ | 66,71 % |



Rappel des 5 axes de positionnement souhaités par la stratégie 2005-2010

2^{ième} axe

Le savoir et l'innovation:

Montréal, une ville de savoir et de design où les grappes industrielles innovent et performant?

Peu ou pas de mesures, de résultats et de contribution à l'objectif de développement économique



Rappel des 5 axes de positionnement souhaités par la stratégie 2005-2010

3^{ième} axe

La culture:

Montréal, une métropole culturelle d'avant-garde?

Peu de mesures.

Croissance de nouvelles salles de spectacles
et de cinéma en périphérie de Montréal



Rappel des 5 axes de positionnement souhaités par la stratégie 2005-2010

4^{ième} axe

La qualité de vie:

Montréal, une ville où il fait bon vivre et travailler?



MONOCLE

A BRIEFING ON GLOBAL AFFAIRS, BUSINESS, CULTURE & DESIGN

The top 20 cities

2007

1. Munich
2. Copenhagen
3. Zürich
4. Tokyo
5. Vienna
6. Helsinki
7. Sydney
8. Stockholm
9. Honolulu
10. Madrid
11. Melbourne

12. Montréal

13. Barcelona
14. Kyoto
15. Vancouver
16. Auckland
17. Singapore
18. Hamburg
19. Paris
20. Geneva

2008

1. Copenhagen
2. Munich
3. Tokyo
4. Zürich
5. Helsinki
6. Vienna
7. Stockholm
8. Vancouver
9. Melbourne
10. Paris
11. Sydney
12. Honolulu
13. Madrid
14. Berlin
15. Barcelona

16. Montréal

17. Fukuoka
18. Amsterdam
19. Minneapolis
20. Kyoto

2009

1. Zurich
2. Copenhagen
3. Tokyo
4. Munich
5. Helsinki
6. Stockholm
7. Vienna
8. Paris
9. Melbourne
10. Berlin
11. Honolulu
12. Madrid
13. Sydney
14. Vancouver
15. Barcelona
16. Fukuoka
17. Oslo
18. Singapore

19. Montréal

20. Auckland



Rappel des 5 axes de positionnement souhaités par la stratégie 2005-2010

5^{ième} axe

L'ouverture sur le monde:
Montréal, une ville internationale et cosmopolite ouverte sur le monde?

Peu ou pas de mesures.
Difficultés d'intégration pour les immigrants
(emploi et reconnaissance des diplômes)



Constats 2004-2009

Ce qui n'était pas prévu:

- Travaux d'infrastructure sur nos rues commerciales: Sherbrooke, Boulevard Saint-Laurent, dalle de béton sur de Maisonneuve, Amherst, Notre-Dame, de Maisonneuve/ rue Stanley/ Rue Drummond
- Fermeture de commerces et restaurants d'importance : Marks & Spencer, Archambault, Gap, Les Ailes de la Mode, Caban, Les Halles, Les Chenets, La Rapière, Guy et Dodo Morali, L'Actuel, Hard Rock Café, Le Paris, Marché Movenpick, Super Monde des Athlètes, Cinéma Eaton



Constats 2004-2009

Le développement commercial:

- Prolifération de commerces non souhaitables: salons de massage et bureaux de change
- Projets de développement commercial élaborés en toute confidentialité :
 - Griffintown
 - Centre Bell (Cadillac Fairview)
 - Dickson et Notre-Dame
 - Autres Lifestyle Centers



Suggestions pour la prochaine stratégie quinquennale de développement économique

- Se donner des indicateurs de mesure liés aux objectifs et aux axes de positionnement
- Ne pas attendre 5 ans avant d'évaluer les résultats afin d'ajuster le tir au besoin
- Investir en fonction des objectifs poursuivis



Quelques stratégies possibles

- Recruter des jeunes diplômés de l'étranger et créer des incitatifs pour qu'ils viennent s'établir à Montréal
- S'assurer que ces nouveaux arrivants puissent exercer leur profession/ métier
- Favoriser la construction résidentielle versus la construction commerciale
- Mise en place d'une politique d'accès à la propriété plutôt qu'une politique de logement social
- Plus de transparence et stopper le développement de nouveaux projets des centres commerciaux



Quelques stratégies possibles (suite)

- Favoriser le commerce de proximité dans les quartiers de Montréal
- Arrêter de cibler le centre-ville comme une zone à problèmes :
 - Circulation automobile (trafic, congestion)
 - Stationnement (coût et rareté)
 - Qualité de vie : sécurité/ incivilité/ espace vert / propreté et embellissement/ animation
- Gérer l'offre commerciale (ex : Bureau de change, studio de massage)
- Modifier notre relation avec les gouvernements supérieurs. Nous sommes le moteur économique du Québec et la 2^{ème} ville en importance au Canada



Ce que d'autres villes ont fait:

- New York : faciliter et encourager la création de petites entreprises, "mom & pop shops", Small Businesses Department
- Chicago et Philadelphie: amélioration de la qualité des écoles dans les quartiers centraux pour attirer les travailleurs à habiter ces secteurs
- Dubaï (sièges sociaux), Abu-Dhabi (culture et tourisme), Chine (CBD, BID, SDC), Inde (éducation)



À éviter à tout prix...

Mauvaise planification
des travaux du tramway
ou du métro et d'autres
chantiers d'importance



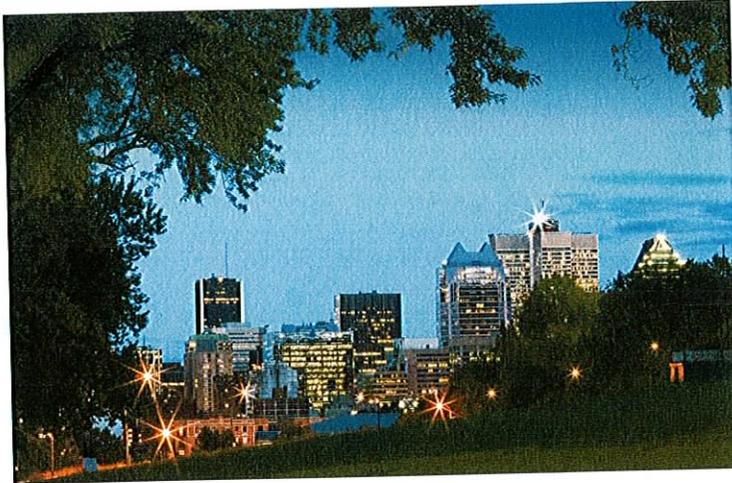
Quelques stratégies possibles (suite)

- Enfin, et en terminant:

Pourquoi ne pas créer un organisme avec une structure semblable à celle du Conseil des Arts de Montréal qui fête ses 50 ans cette année ?

- Conseil du développement économique de Montréal
- Financé par la Ville de Montréal avec un conseil d'administration prestigieux, crédible et représentatif du milieu





Merci pour votre attention.

Montréal 

**ÉTUDE PUBLIQUE DU BILAN DE LA
STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE 2005-2010**

**André Poulin
Société de développement commercial
Destination centre-ville**



Commission du conseil d'agglomération
sur le développement économique

**ÉTUDE PUBLIQUE DU BILAN DE LA
STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE 2005-2010**

Objectifs de la présentation de Destination centre-ville :

- Commenter le bilan de la stratégie de développement économique
- Soumettre des idées et des orientations pour la prochaine stratégie

