



L'AUTORITÉ DU DISTRICT
DU MARCHÉ BY

RAPPORT ANNUEL 2024

FONDATION POUR UN IMPACT SIGNIFICATIF

CONSEIL D'ADMINISTRATION

DIRECTION

- Rosemary Thompson, présidente du Conseil
- Suzanne Valiquet, vice-présidente
- Bryan Chandler, président de la gouvernance
- Mischa Kaplan, Governance Chair
- Stephen Berry, trésorier

MEMBRES NON-DÉSIGNÉS

- Deek LaBelle (présidente du Comité Consultatif d'Affaires)
- Grace Xin (membre non-désigné)
- Nina Kressler (membre non-désigné)
- Maire Mark Sutcliffe (membre non-désigné)

OBSERVATEURS

- Conseillère Stephanie Plante (observatrice)
- Conseiller Jeff Lieper (observateur)

DÉLÉGUÉE DE LA VILLE D'OTTAWA

- Sheilagh Doherty (Ville d'Ottawa, Développement économique)

ÉQUIPE DE LEADERSHIP

- Zachary Dayler, directeur exécutif
- Melanie Anderson, directrice générale
- Victoria Williston, responsable des Communications
- Jeanne Matthiss, responsable de l'Intégration d'affaires
- Samson Ojo, gestionnaire immobilier





TABLE DES MATIÈRES

MANDAT	5
MESSAGE DU DIRECTEUR EXÉCUTIF	6
ANNÉE EN REVUE	8
Paramètres et suivi	8
PROGRAMMATION DU MARCHÉ ET ACTIVITÉS	10
Faits saillants de la programmation 2024	11
AMÉNAGEMENT ET EMBELLISSEMENT	14
MARKETING ET COMMUNICATIONS	18
Faits saillants de la couverture médiatique	19
Infolettre(s) et diffusion	20
Adhésions, partenariats et formation	23
PLAIDOYER ET SOUTIENS	24
SÉCURITÉ DE LA COMMUNAUTÉ	26

MANDAT

LA VILLE D'OTTAWA A FOURNI UN MANDAT EN SEPT POINTS POUR L'ADMB EN JUIN 2023, CECI COMPREND CE QUI SUIT :

01.

Maintenir le paysage urbain et les espaces publics du district du Marché By à un niveau de service supérieur à la norme de qualité de maintenance de service de la ville d'Ottawa.

02.

Améliorer l'expérience des résidents et des visiteurs dans le quartier.

03.

Organiser des événements spéciaux et des activités d'importance tant locale que nationale et promouvoir l'expérience du district du Marché By et du marché Parkdale auprès des résidents et des visiteurs.

04.

Plaider en faveur d'initiatives qui améliorent la sécurité et le bien-être communautaire dans la limite opérationnelle du district du Marché By et la limite opérationnelle du marché Parkdale.

05.

Plaider pour des investissements dans la limite opérationnelle du district du Marché By et la limite opérationnelle du marché Parkdale en conformité avec le plan de l'espace public du Marché By de la ville d'Ottawa ou d'autres objectifs de la zone déterminés par le membre (conseil municipal) ou le conseil d'administration

06.

Soutenir et défendre les intérêts des propriétés, des petites entreprises et des entrepreneurs dans le district du Marché By et la limite opérationnelle du marché Parkdale, y compris la disponibilité, l'accessibilité et la promotion des aliments, producteurs, biens, artisans et créateurs locaux à travers les marchés publics.

07.

Intégrer dans toutes les initiatives un accent sur l'adaptation au changement climatique, l'avancement de l'équité sociale, de l'inclusion et de la diversité, et célébrer et promouvoir la tradition du patrimoine culturel et bâti des quartiers du marché By et Parkdale.



MESSAGE DU DIRECTEUR EXÉCUTIF

L'espace public, et par conséquent, les marchés publics, sont essentiels à la vitalité et à la santé d'une ville. C'est dans ces espaces que nous trouvons des points communs, nous célébrons, nous faisons la fête... nous sommes même en désaccord, mais tant que l'humanité a organisé des communautés - nous avons sculpté cet « espace ».

Le district du Marché By est l'endroit où la ville a commencé il y a presque 200 ans - c'est l'espace public original d'Ottawa. Le rôle de l'Autorité du district du Marché By (ADMB), en partenariat avec les parties intéressées, est de revitaliser cet espace historique. Alors que je réfléchis à notre première année d'opération en tant qu'ADMB, je tiens à reconnaître l'occasion unique que j'ai eue d'observer et d'apprendre des contributions des anciennes organisations, Marchés d'Ottawa et la Zone d'Amélioration Commerciale du Marché By. Ces deux groupes, qui ont défendu l'esprit d'entreprise du Marché By, ont depuis fusionné pour former ce qui est maintenant l'« Autorité du district ». Ce faisant, ils ont établi un organisme central dédié à la gestion de transformations

significatives visant à améliorer, rehausser et revitaliser cette partie historique et dynamique de notre capitale nationale. Le travail passé de ces deux groupes, et leur volonté d'évoluer dans la recherche d'un espace public pour tous, est un véritable hommage à la construction collaborative de la ville.

Au cours de sa première année, l'ADMB a établi une base solide qui comprenait l'expansion de nos ressources en personnel, ainsi que le recrutement et l'intégration d'un nouveau conseil d'administration pour diriger la planification stratégique et la gouvernance. Une partie de ce travail a consisté à lancer notre Comité consultatif d'Affaires et le Groupe de travail sur les marchés publics. De plus, nous avons investi dans des projets critiques d'embellissement et d'entretien dans toute la zone, tels que la rénovation de l'éclairage patrimonial, l'entretien des arbres, l'éclairage décoratif et l'augmentation du nettoyage des places et des trottoirs.

De plus, un investissement a été réalisé pour élargir les partenariats afin de soutenir et d'améliorer les activités d'événements dans le Marché By, dans le but d'attirer des visiteurs et des résidents vers le district, d'établir des raisons pour de futures visites et de ramener des dépensiers. Des événements comme le

Festival des tulipes, Cinco de Mayo, le FlyMarket, Caravibe, le Festival du Jour des Morts et le Bal de neige ancrent notre offre de marché en plein air régulière quotidienne d'une semaine à l'autre, et d'une saison à l'autre.

Au fur et à mesure que l'organisation grandit, nous pouvons élargir cette offre dans d'autres domaines, comme des performances d'artistes récurrentes, des visites guidées locales et des événements d'importance nationale, comme la Fête du Canada.

Dans notre premier rapport annuel - *Fondation pour un impact significatif* - vous trouverez une variété d'aperçus et de paramètres que nous suivons alors que nous construisons l'argumentaire pour de futurs investissements.

Ces données ont été collectées au cours de notre première année de collecte de renseignements en tant qu'organisation, principalement par l'intermédiaire d'Environics et de la Société d'évaluation foncière des municipalités (MPAC). Notre objectif en 2024 était clair - établir des points de référence pour mesurer les progrès. L'avenir est prometteur pour les espaces publics, et alors que nous avançons à travers les prochaines quatre années de nos priorités stratégiques, nous sommes confiants dans notre capacité à renforcer l'argumentaire pour un investissement continu.

Enfin, aucun de ces travaux ne serait possible sans le dévouement remarquable de cette équipe, des entreprises et des résidents qui contribuent à la vitalité de ce district chaque jour. Leur engagement continu et leur passion pour le Marché By sont ce qui soutient son caractère unique et son héritage durable.

Je tiens également à exprimer ma sincère gratitude au Conseil d'administration—des bénévoles qui ont généreusement offert leur temps, leurs idées et leurs conseils constants tout au long de l'année. Leur leadership a été déterminant dans l'orientation de l'organisation, et je suis profondément reconnaissant pour leur soutien indéfectible



Aucun de ce travail n'est possible sans notre fantastique équipe, les entreprises et les résidents qui se présentent chaque jour et qui affichent leur amour pour ce district incroyable.



ANNÉE EN REVUE

PARAMÈTRES ET SUIVI

Le rapport annuel 2024 de l'Autorité du district du Marché By (ADMB) présente une année de référence pour la société. Établir une base solide permet à l'ADMB de construire d'année en année pour informer, soutenir et s'adapter aux tendances et aux besoins d'un district complexe.

L'ADMB utilise diverses méthodes de collecte de données, telles que des enquêtes, la Société d'évaluation foncière des municipalités (MPAC) et Environics, qui aident à suivre les visites générales et les profils des clients de ceux qui visitent et vivent dans le district du Marché By.

Tout au long de 2024, il est devenu évident que le district est un moteur économique avec l'une des plus hautes bases d'imposition foncière et valeurs foncières évaluées, et en tant que tel, le Marché By a financé une grande partie de la croissance de la ville.

283

PROPRIÉTÉS COMMERCIALES

7

ZONE DE CHARGEMENT AJOUTÉES

2 794 \$

MÈTRES CARRÉS D'ESPACE PUBLIC CONVERTI EN ESPACE DE TERRASSE COMMERCIAL

100 000 \$

DÉPENSÉS EN MARKETING ET PROMOTIONS

130 000 \$

INVESTIS DANS L'EMBELLEMENT ET L'APPARAT

11

HEURES QUOTIDIENNES D'ACCÈS ÉTENDU AUX TOILETTES PUBLIQUES (5 H À 24 H)

536

PERMIS DE VENTE DÉLIVRÉS

191

JOURS DE PROGRAMMATION D'ÉVÉNEMENTS ET ACTIVITÉS

11 millions

DANS LES INVESTISSEMENTS PUBLICS

22 millions

VISITES AU DISTRICT

254 406

VISITES DU SITE WEB

159

ILLUMINATIONS DU PANNEAU D'OTTAWA

BILAN ANNUEL DE HAUT NIVEAU PAR LES CHIFFRES

NOMBRE(S) / PARAMÈTRES

Valeur évaluée du district	1 103 885 229 \$
Immeubles résidentiel	1 069
Immeubles multi-résidentiels	13
Immeubles commerciaux	283
Circulation piétonnière 2024 (nombre de visites)	22 000 000
Investissement en revitalisation (tous les niveaux de gouvernement)	11 000 000 \$
Subventions et accords de financement supplémentaires	670 000 \$
Investissements en marketing et publicité traditionnels	100 000 \$
Augmentation d'abonnés sur les réseaux sociaux	11 000
Impressions combinées des médias sociaux	4,5 millions
Jours de programmation d'événements et activités	191
Activités de murales et de peintures	40
Places de stationnement dans la limite de l'ADMB (15 min / payées combinées)	1 805
Zones de chargement	15

PROGRAMMATION DU MARCHÉ ET ACTIVITÉS

- **191 jours d'événements, festivals et marchés**
- **Lancement inaugural du marché d'hiver du Marché By**
- **22 millions de visites annuelles enregistrées**

Le Marché By est un district unique avec de nombreuses fonctionnalités, dont un composant majeur étant un espace de rassemblement exceptionnel pour les résidents et les visiteurs d'Ottawa. Qu'il s'agisse d'un marché d'artisans, d'un événement de performance en direct ou d'un festival de plusieurs jours, l'ADMB a organisé 191 jours de programmation dans toute la région. Un objectif essentiel pour 2025 sera la poursuite d'une programmation d'événements cohérente et prévisible, permettant à plus de résidents et de visiteurs de planifier leurs journées et leurs visites au Marché By.



POINTS SAILLANTS DE LA PROGRAMMATION 2024

Lancement d'événements de collaboration commerciale et de partenariats avec les partenariats de la Chambre de commerce d'Ottawa

Le Comité Consultatif d'Affaires (CCA) a dirigé des sessions trimestrielles pour la communauté des entreprises, axées sur des mises à jour importantes et des présentations sur des sujets clés ayant une incidence sur le district. L'ADMB s'est associée à la Chambre de commerce d'Ottawa pour de nombreux événements de revitalisation du centre-ville et des séances de réseautage afin d'améliorer et de renforcer la notoriété de la marque de l'organisation.



46^e Bal de Neige

UN TOTAL DE 918 151 VISITES

Le 46^e festival annuel du Bal de Neige a apporté de la joie saisonnière au Marché By avec une programmation dynamique et des activités familiales. Avec un soutien financier réduit, en 2024, l'ADMB a fièrement pris l'entière responsabilité de livrer l'expérience, investissant directement dans notre communauté en embauchant des talents et des créateurs locaux. Les points saillants comprenaient un livre de coloriage interactif fantaisiste à l'intérieur de la Galerie 55 par un artiste local, une installation « Dessinons Ensemble » sur la place principale, et des démonstrations en direct par des sculpteurs sur

glace et sur bois. De l'organisation de la bien-aimée Course de lits Kiwanis à l'offre de balades en voiture et en calèche des écuries Cundell, chaque dollar dépensé est resté dans le district.



Partenariat du Festival canadien des tulipes

UN TOTAL DE 887 307 VISITES

Pour la première fois, le Marché By était le district officiel du Festival des tulipes d'Ottawa, ravivant un partenariat réussi après presque une décennie! Plein de plaisir, de nouvelles activités, ce partenariat était un excellent ajout à l'ouverture de la saison estivale. Collectivement, l'ADMB et les organisateurs d'événements du festival des tulipes ont exploité un service de navette entre l'emplacement du lac Dows et le Marché By, enregistrant 3 418 trajets à prix réduit.



Cinq à sept : une série de concerts au Marché By

VISITES MOYENNES PENDANT LA SÉRIE : 75 359,04 | VISITES TOTALES : 1 431 821,71

La série musicale récurrente du Marché By, présentée en tant que partenariat payant entre l'Autorité du district du Marché By (ADMB) et la Coalition de l'industrie musicale d'Ottawa (CIMO), a amené des talents locaux en direct dans les rues chaque jeudi soir de mai à octobre. Se déroulant de 17 h à 19 h, un typique cinq à sept, la série a transformé le marché en un centre vibrant de son et de connexion communautaire. Cette collaboration a permis à l'ADMB d'assurer des salaires équitables pour les artistes participants, soutenant directement l'économie créative d'Ottawa.



Les dimanches de la salsa!

VISITES MOYENNES PENDANT LA SÉRIE : 83 177,91 | VISITES TOTALES : 998 134,94

Une indication sûre de l'utilisation réussie de l'espace public est lorsque les gens dansent! Se déroulant chaque dimanche, de juin à septembre, la ville d'Ottawa est venue participer à une leçon de danse gratuite. Cette activité offre un excellent moyen de créer une communauté, de célébrer et de s'amuser un peu!



Festival de la Fête du Canada

212 403 VISITES TOTALES (3 JOURS)

Au cours de la fin de semaine du festival de la Fête du Canada, la rue York a pris vie avec un marché rétro et un festival de nourriture de rue vibrant, célébrant le cœur de la ville où tout a commencé il y a près de 200 ans. Malgré des averses, les habitants d'Ottawa se sont présentés dans un véritable esprit canadien pour profiter de la bonne nourriture, de la belle musique et de la chaleur de la communauté. L'événement a offert un mélange festif de nostalgie et de saveurs, avec des vendeurs et des musiciens locaux ajoutant au charme.

Marchien : un marché pour animaux de compagnie

UN TOTAL DE 71 747 VISITES.

Un paradis pour les amoureux des animaux, le Marchien de cette année a été un succès, attirant des foules d'amis à fourrure et leurs humains pour une journée de plaisir à remuer la queue. Le marché centré sur les animaux de compagnie a présenté un défilé de mode pour chiens, des chiots adoptables d'un refuge local et des séances de portrait professionnel pour animaux de compagnie. Des vendeurs uniques avec des articles comme « Pup-cuiterie » ont proposé des friandises et des accessoires faits exclusivement pour les animaux, ajoutant à l'atmosphère festive. Du début à la fin, c'était une célébration joyeuse de la communauté animalière dynamique d'Ottawa.



Festival du Jour des Morts

UN TOTAL DE 249 506 VISITES (3 JOURS)

Le Festival du Jour des Morts est l'un des plus en croissance à Ottawa. Promouvoir la richesse de la culture mexicaine à travers l'art, la gastronomie, la musique et la danse, séduisant les sens de tous les âges. Ce festival, un partenariat avec YZETA Meeting & Event Management, est une occasion de vivre un morceau du Mexique au cœur du Canada.



Marché d'hiver Inaugural du Marché By

UN TOTAL DE 2 805 354,29 VISITES.

Lancé en 2024 et se poursuivant jusqu'en 2025, le marché d'hiver inaugural du Marché By visait à offrir quelque chose pour tout le monde. Chaque semaine, du jeudi au dimanche, les visiteurs étaient invités à se promener dans un marché extérieur présentant des vendeurs offrant des artisanats locaux uniques, des friandises de Noël et des délices saisonniers. Avec des lumières scintillantes, une décoration de Noël et une ambiance chaleureuse, le marché d'hiver du Marché By est devenu l'endroit parfait pour magasiner, manger et célébrer l'hiver!



CRÉATION D'ESPACES ET EMBELLISSEMENT

- **130 000 \$** investis dans des projets d'embellissement du district
- **5 812 mètres carrés** d'espace piéton ajouté
- **101 puits d'arbres nettoyés**, et **76 bacs à fleurs entretenus**

L'ADMB a amélioré et ajouté des normes, au-dessus de la ligne de base de la Ville d'Ottawa, pour l'entretien du Marché By et des actifs dans ses limites. En partenariat avec la Ville, l'objectif est de fournir un niveau de service et de soutien amélioré à ses résidents et entreprises. Pour réaliser ce composant de notre mandat, l'ADMB s'associe à de nombreux prestataires de services, y compris LaFleur de la Capital, un service d'aménagement paysager renommé dans la région de la capitale nationale.



Rénovation des poteaux et arbres patrimoniaux

Au cours des mois d'été, l'ADMB a actualisé des comptes et de la peinture des 86 poteaux d'éclairage patrimoniaux dans tout le district. Ce travail a également compris un nettoyage initial des arbres de rue et des puits, car ces actifs ont reçu une quantité significative d'usure au fil des ans.



Programme de plantation et de paniers suspendus

L'ADMB a établi un programme de plantation saisonnier pour les infrastructures actuelles et nouvellement installées, contribuant à l'embellissement global du district. Située au 55, place du Marché By, l'ADMB a utilisé les services de fournisseurs locaux pour installer 48 arrangements floraux autour du bâtiment historique du marché. De plus, 28 jardinières florales ont été entretenues saisonnièrement, d'abord pour le Festival canadien des tulipes, puis à nouveau avec des fleurs de saison pour les mois d'été, d'automne et d'hiver.



Patrouille des bacs et Comité de la propreté

L'ADMB et la Ville d'Ottawa collaborent à un programme de propreté accru, qui comprend des services de déneigement et de déblaiement dans le district. En tant que zone prioritaire désignée, le centre-ville reçoit une attention régulière de la Ville, tandis que l'ADMB fournit des soins supplémentaires. Au cours de cette saison, nos améliorations comprenaient 42 nettoyages supplémentaires de la place, ainsi qu'un déneigement ciblé autour des zones piétonnes pour garder les espaces publics sûrs et accessibles.

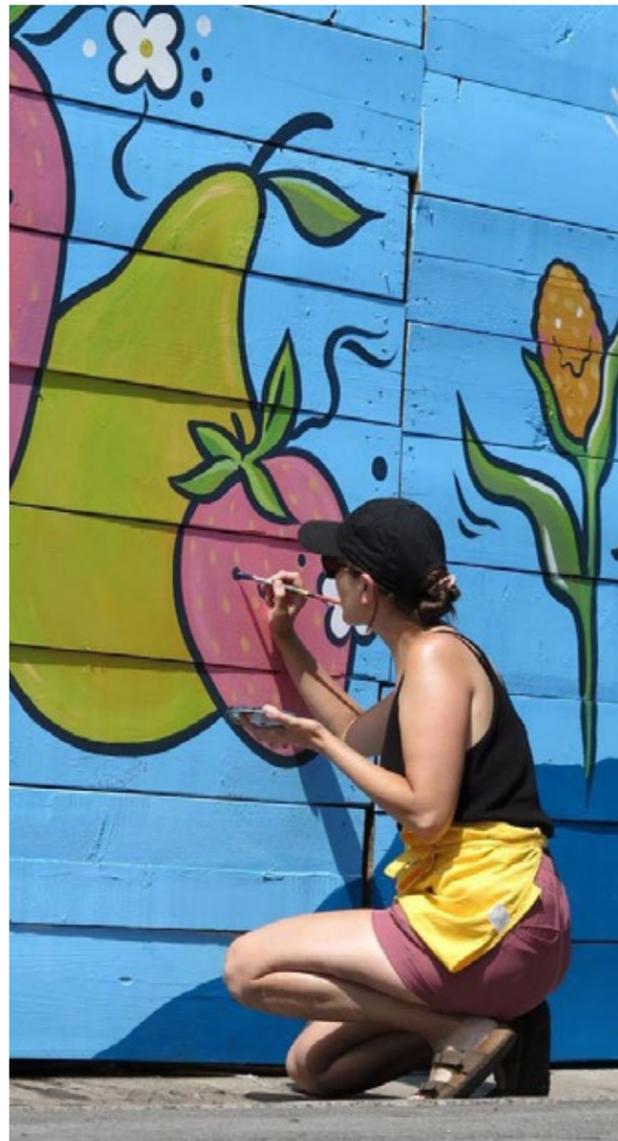


Le Marché By : une histoire vivante

Découvrez au deuxième étage du bâtiment patrimonial l'histoire du district du Marché By dans cette exposition d'art historique mettant en valeur son passé, son présent et son avenir. Explorez à travers des images d'archives et des voix communautaires comment ce quartier emblématique a évolué et où il se dirige. Éducative et inspirante, l'exposition invite à réfléchir sur le rôle du marché dans la vie communautaire et la création de lieux, mettant en lumière son importance en tant qu'espace de rassemblement et symbole d'identité partagée.

Peintures murales

En 2024, l'ADMB a soutenu 40 projets de peinture et de murales dirigés par des artistes locaux. L'ADMB a achevé, entre autres, deux grandes murales et un énorme livre de coloriage de 22 panneaux, comme mentionné précédemment. La communauté artistique est un partenaire central dans l'effort de revitalisation du district et aide à apporter une excitation supplémentaire à notre espace public et à nos bâtiments.



Section de la rue William convertie en espace piétonnier

Au cœur de la revitalisation du district du Marché By se trouve le Segment II de la rue William. Située entre les rues George et York, cette section de la rue William sert d'artère principale vers le Marché By. L'ADMB gère l'espace comme une place piétonnière ajoutée grâce à l'installation de sièges, d'occasions de vente et de programmes, comme Cinco de Mayo, la Fête du Canada, le Marchien. Bien que la revitalisation du site supprime 17 emplacements de stationnement payant dans la rue, elle abrite 20 emplacements de vente qui soutiennent les entrepreneurs locaux. L'emplacement peut également attirer jusqu'à 250 000 visites lors d'une fin de semaine chargée, comme on le voit avec le Festival du Jour des Morts.

Le Segment II de la rue William sera la première intervention du Plan du domaine public de la Ville d'Ottawa, dont la construction devrait commencer en 2026.



MARKETING, MARQUE ET COMMUNICATIONS

- **100 000 \$ investis dans la publicité**
- **Augmentation de 11 000 abonnés sur Instagram et Facebook**
- **4,5 millions d'impressions combinées sur les médias sociaux**

Le Marché By est sur le bout de presque tous les stylos ou doigts régulièrement présentés dans les médias locaux et les discussions plus larges sur le centre-ville, ce qui est évident dans les médias comme la série Fixing ByWard du Ottawa Citizen. Bien que les histoires médiatiques offrent une visibilité précieuse, elles varient également largement en ton et en impact. L'ADMB explore activement la façon de suivre et interpréter ces récits, tout en reconnaissant leur influence sur la perception publique.

Au-delà de la surveillance des médias, l'ADMB continue de renforcer sa stratégie de communication globale. En partenariat avec l'agence artistique Banfield, nous lançons une campagne de sensibilisation du district conçue pour réintroduire les résidents et les visiteurs à la vitalité du Marché By. Cela comprend le développement de stratégies pour promouvoir les événements dirigés par l'ADMB et ceux organisés par des entreprises locales.

En plus de notre infolettre remaniée, qui présente des tests A/B pour optimiser l'engagement, nous exploitons nos canaux de médias détenus, comme notre site Web, où nous partageons des blogues informatifs et d'autres contenus utiles pour le public. Notre carrousel d'événements hebdomadaires sur les médias sociaux tient la communauté informée et engagée, tandis que notre stratégie LinkedIn met en avant les réalisations, les partenariats et les initiatives communautaires de notre organisation pour montrer l'impact positif que nous avons.

Alors que nous avançons en 2025, notre objectif est de peaufiner notre message, de tirer parti des leçons apprises et de veiller à ce que le Marché By reste une destination résiliente, inclusive et célébrée pour tous.

Parmi nos efforts de communication en 2024, plusieurs éléments se distinguent :

Programme d'affichage du district amélioré

Tout au long du district du Marché By, de nombreuses structures ont été installées pour annoncer et promouvoir les événements à venir, les thèmes de l'apparat et aider à l'orientation. Ces efforts sont parallèles à la propriété patrimoniale ancrée au 55, place du Marché By grâce à des écrans d'information numériques.

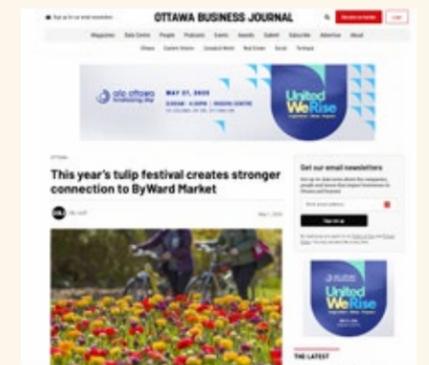
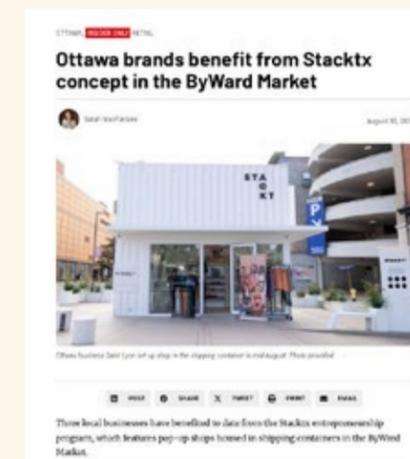
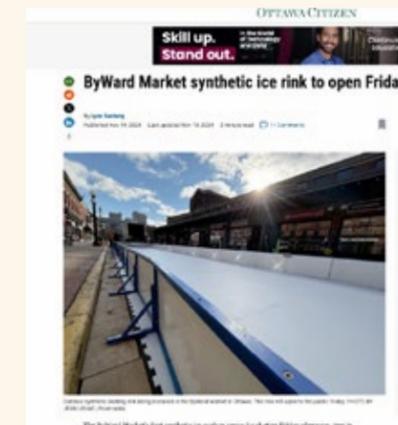
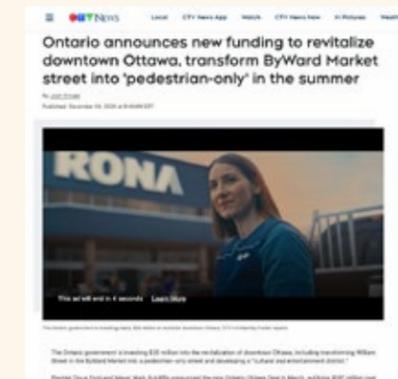
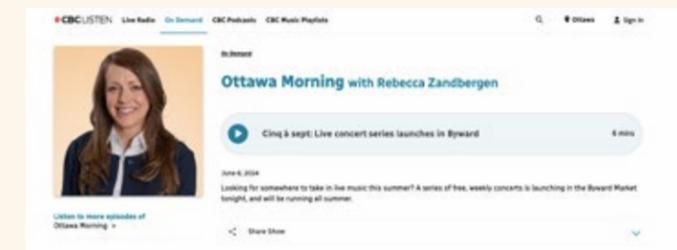
Promotions hebdomadaires sur les médias sociaux et l'infolettre.

Notre carrousel de promotion d'événements sur les médias sociaux a été créé en réponse à des rétroactions précieuses de la part des entreprises locales. Conçu pour tenir la communauté informée, ce carrousel met en avant les événements, les marchés et les activités à venir ayant lieu dans le district du Marché By, offrant un moyen cohérent et engageant pour les entreprises de promouvoir leurs offres à notre large public. C'est un outil essentiel pour favoriser la connexion et la visibilité au sein du district.

En conjonction avec notre carrousel d'événements sur les médias sociaux, notre infolettre hebdomadaire se concentre sur la vie nocturne et les événements artistiques et culturels, ainsi qu'un segment d'entreprise en vedette qui met en avant un restaurant ou un établissement de vente au détail différent chaque semaine.

Le segment d'entreprise, qui a été introduit en réponse aux suggestions du Comité Consultatif d'Affaires en fonction des rétroactions du public, améliore la visibilité des diverses offres du Marché By, favorisant l'engagement et promouvant la vitalité du district.

POINTS SAILLANTS DE LA COUVERTURE MÉDIATIQUE



INFOLETTRE(S) ET DIFFUSION

L'ADMB a établi trois principaux canaux d'infolettre.

Le mot du Marché Bilingue

3 045 ABONNÉS

Une infolettre hebdomadaire axée sur les événements dans le district et ses réalisations et destinée à un public d'abonnés et visiteurs.

L'Éclaireur d'Affaires

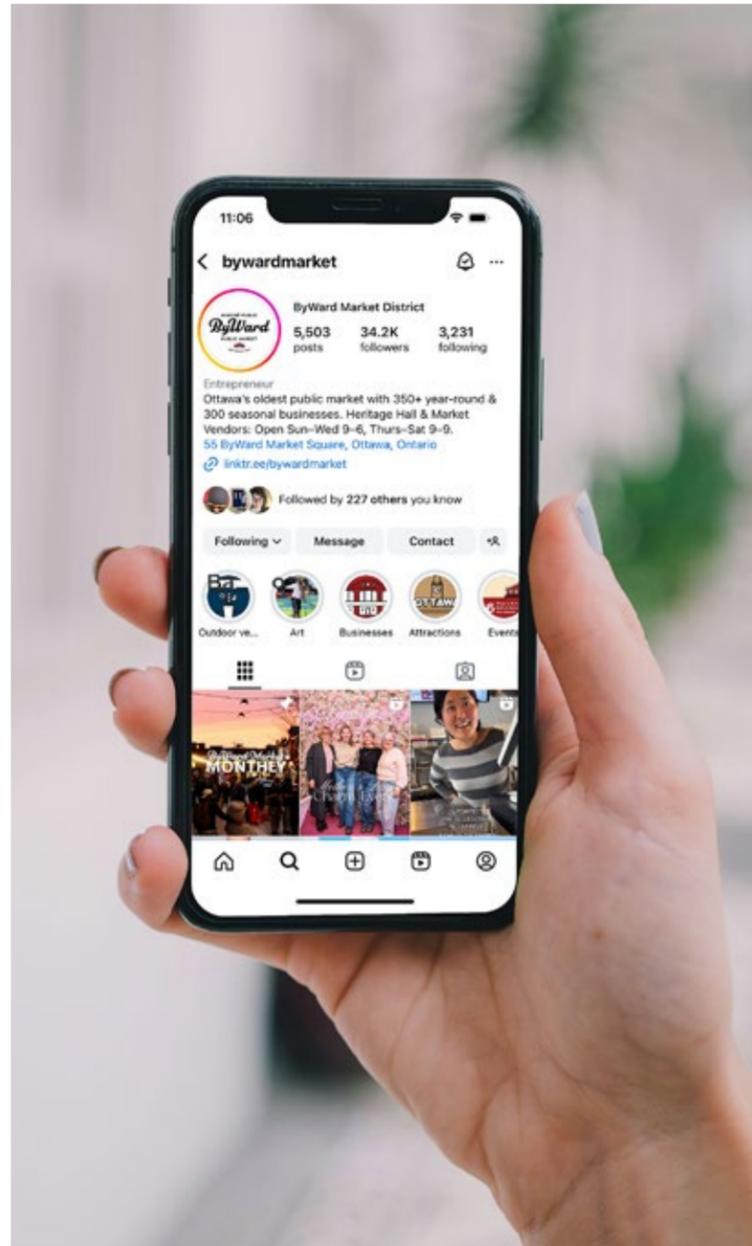
507 ABONNÉS

Une infolettre trimestrielle pour la communauté des entreprises qui partage les occasions à venir, les détails sur les travaux à venir et les perspectives sur l'économie locale. Des communications supplémentaires sont émises au besoin pour transmettre des renseignements critiques ou urgents en dehors du calendrier de distribution régulier.

Vendor Times

259 ABONNÉS

Une infolettre mensuelle qui partage des renseignements, des mises à jour et des occasions pour nos communautés de vendeurs. Des communications supplémentaires peuvent être envoyées périodiquement pour transmettre des mises à jour importantes qui surviennent entre les éditions programmées.



Médias sociaux

PORTÉE COLLECTIVE : 2 480 885

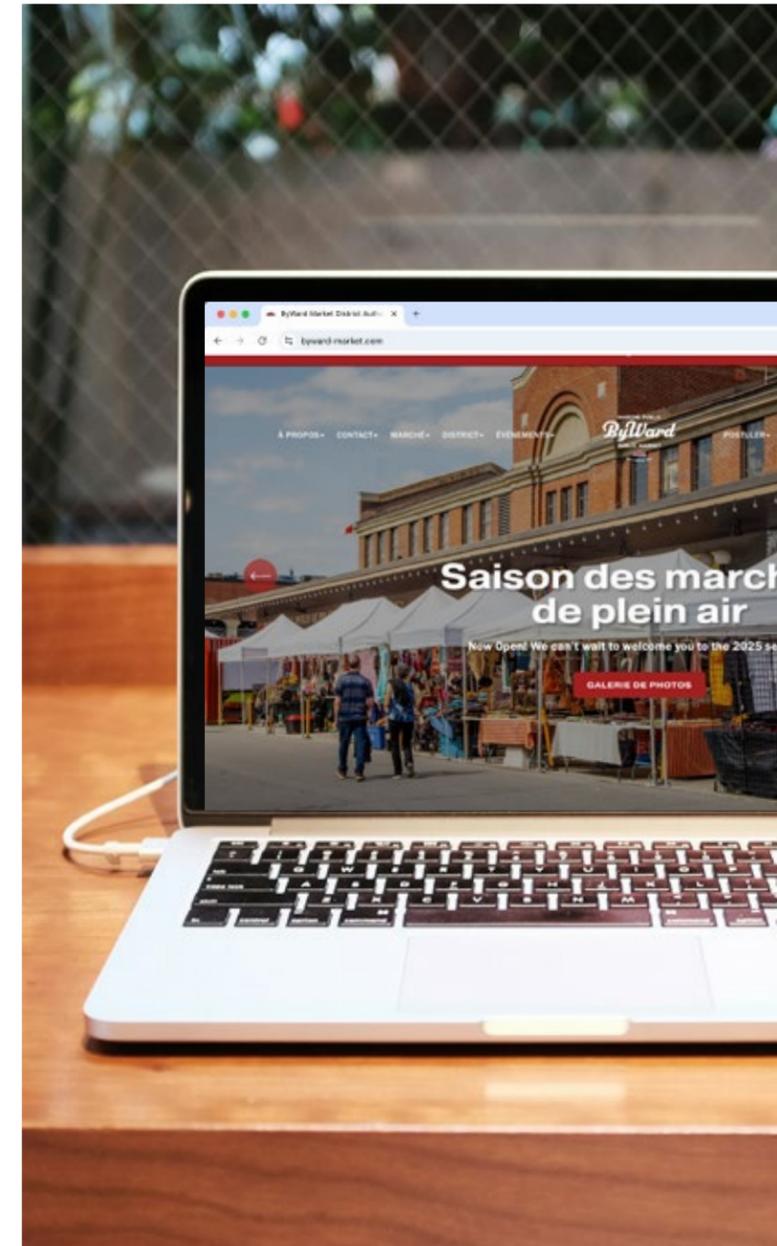
Les médias sociaux, en particulier Instagram et Facebook, sont l'un des principaux canaux de communication de l'ADMB. Notre objectif est de mettre en valeur le district de manière holistique qui résonne avec un large éventail de démographies, et il est important de garder à l'esprit que ces canaux sont principalement axés sur le service de notre public. Nous y parvenons en créant notre contenu original, ainsi qu'en collaborant avec des influenceurs et des agences de marketing créatif pour garantir une représentation dynamique et inclusive.

Le taux d'engagement moyen avec le contenu en 2024 est de 4,33 % (Instagram) et 5,27 % (Facebook)

Site Web

VISITES TOTALES : 254 406

Le site Web de l'ADMB est un point d'accueil central pour tous les programmes, réservations et renseignements nécessaires pour travailler avec l'organisation. Le site Web accueille également les renseignements sur les événements, les articles d'actualité, les promotions et les photos. Collectivement, le site Web sert un double objectif en tant qu'outil principal de réservation pour les vendeurs du marché public, les événements et les activités, mais aussi comme source d'information pour les résidents et les visiteurs.



Dans le cadre de la nouvelle image visuelle de Marchés d'Ottawa à l'ADMB, l'organisation a actualisé son logo pour mieux refléter la nouvelle identité.

La mise à jour comprend des logos distincts pour le marché public et la marque d'entreprise. Ancrée par l'image du bâtiment historique du marché, la nouvelle conception supprime le texte rouge au profit d'une palette plus dynamique et neutre avec une touche de couleur. Cette nouvelle image est plus adaptable à différentes applications et fonctionne parfaitement avec la marque des partenaires, limitant les conflits avec des éléments comme les affiches promotionnelles, les uniformes du personnel et les marchandises.



Version précédente



Version mise à jour



Version mise à jour (Blanc)



Variation d'hiver



Version Fierté



Variation de la Semaine de la musique de la capitale

ADHÉSIONS, PARTENARIATS, FORMATION

Programme Brillons

Tous les nouveaux membres du personnel saisonnier de l'ADMB participent à la formation de l'Académie Brillons de Tourisme Ottawa pour s'assurer de maintenir un haut niveau de service et d'offrir des expériences client exceptionnelles. Ce programme leur fournit des connaissances approfondies sur le paysage touristique d'Ottawa et renforce les pratiques exemplaires en matière d'hospitalité.

Formation de premiers secours, de RCR et de Naloxone de la St. John Ambulance

L'ADMB assure une formation de premiers secours de base pour tous les membres du personnel saisonnier, contractuel et à temps plein afin de s'assurer qu'ils sont préparés à réagir avec confiance en cas d'urgence. Étant donné les besoins complexes du district et le volume élevé de visiteurs, cette formation est un élément clé pour maintenir un environnement sûr et réactif.

Partenaires



PLAIDOYER ET SOUTIENS

- **11 millions de dollars** de financement provincial pour soutenir le Plan de revitalisation du Marché By
- **11 heures** ajoutées quotidiennement à l'accès aux toilettes publiques
- **4 zones** de chargement supplémentaires

L'ADMB soutient trois groupes d'intérêts distincts : les résidents, les propriétaires d'entreprises et d'immeubles et les visiteurs. En fin de compte, le mandat de l'ADMB est axé sur l'amélioration de l'expérience des visiteurs dans le district du Marché By, garantissant une zone accueillante et dynamique pour tous. En tant qu'organisation de création de lieux, l'ADMB se concentre sur la création d'une ville qui favorise les connexions culturelles, économiques et sociales. Bien qu'il existe de nombreuses organisations défendant les petites entreprises, le rôle de l'ADMB est d'accorder la priorité au bien-être de la communauté, à la sécurité, à l'inclusivité et à un espace où tout le monde peut prospérer.

Financement du Plan du domaine public du Marché By – Phase 1

En 2024, la province de l'Ontario et la Ville d'Ottawa ont négocié le nouvel Accord Ontario-Ottawa, décrivant 197 millions de dollars sur trois ans pour soutenir diverses initiatives de la Ville. L'accord verra 11,8 millions de dollars consacrés à l'amélioration du district du Marché By grâce à des projets de revitalisation sur la rue William et la place du Marché By.

Accès accru aux toilettes publiques

Grâce à un partenariat de financement avec la Ville d'Ottawa et la province de l'Ontario, l'ADMB a élargi son accès aux toilettes publiques. Le projet

pilote des toilettes, qui a commencé en 2024 et est devenu pleinement opérationnel en février 2025, vise à améliorer l'accès de la communauté aux services essentiels. Situées dans le bâtiment historique du Marché au 55, place du Marché By, les installations de toilettes, y compris les toilettes accessibles, sont maintenant ouvertes au public de 5 h à minuit, soit une augmentation de 11 heures par jour. Ce projet d'heures prolongées ne répond pas seulement aux défis d'accès de la communauté, mais fournit également des résultats mesurables, y compris le nombre d'utilisateurs pendant ces heures prolongées (données à venir). L'initiative est conçue pour améliorer la commodité publique et soutenir l'objectif plus large d'encourager un environnement plus inclusif et accessible dans le district du Marché By.



Table des champions du centre-ville et Commission de la vie nocturne

L'ADMB siège à la Table des champions du centre-ville de la Chambre de commerce d'Ottawa et au Conseil de la vie nocturne de la ville d'Ottawa. Les deux organismes se concentrent sur la promotion d'un programme de plaidoyer qui améliore la vitalité, la sécurité et la résilience économique du cœur d'Ottawa en soutenant la croissance des entreprises, en améliorant les espaces publics et en défendant une expérience de centre-ville dynamique et inclusive. Lié au programme d'action du centre-ville, le plan prévoit un investissement de 500 millions de dollars dans le centre-ville, visant une augmentation de 40 000 résidents.

Ajout de zone(s) de chargement

L'ADMB, en partenariat avec la Ville, a abordé un certain nombre de problèmes de zones de chargement, particulièrement dans la zone de la rue George et York. En 2024, l'ADMB a pu ajouter quatre zones de chargement supplémentaires pour faciliter les livraisons commerciales et limiter le potentiel d'infractions.

SÉCURITÉ DE LA COMMUNAUTÉ

- **Facilitation de 25 000 \$ pour la prévention de subventions de la prévention du crime par l'aménagement du milieu (PCAM)**
- **Soutien de la création du programme Chefs de bloc**
- **Distribution du poster *Faites le bon appel***

Groupe de sécurité du centre-ville

L'ADMB est un participant actif dans le Groupe de sûreté du centre-ville. La réunion trimestrielle et dirigée par nos partenaires au Centre national des Arts (CNA), le groupe se réunit pour discuter des problèmes en cours et des solutions pour la sécurité communautaire avec diverses parties intéressées telles que les zones d'amélioration commerciale de Rideau et du centre-ville, ainsi que le Service de police d'Ottawa (SPO).

Dans le cadre de ce travail, l'ADMB participe aux journées de sensibilisation et aux réunions communautaires du Centre des opérations de quartier du SPO. Ces engagements offrent une occasion de connecter directement avec les résidents, les prestataires de services et les partenaires communautaires, nous permettant de sensibiliser au rôle de l'ADMB et d'offrir un niveau supplémentaire de soutien sur le terrain. En étant présents et réactifs dans ces espaces, nous veillons à ce que les préoccupations touchant l'expérience des visiteurs soient entendues et traitées, renforçant notre engagement à construire un district sûr, accueillant et dynamique pour tous.

Programme Chefs de bloc

L'ADMB a été un partenaire de soutien en nature du programme Chefs de bloc d'Ottawa Inner City Health. Grâce à la mise à disposition de notre Bâtiment historique situé au 55, place du Marché By comme *base d'opérations*, le programme Chefs de bloc aide à circuler et à soutenir la connexion des personnes dans le besoin avec les services qui leur sont disponibles. Le programme aide également avec la procédure d'ouverture matinale dans le cœur du district.

Faites le bon appel

L'ADMB a mis à jour et réédité *Faites le bon appel*, un guide de référence rapide initialement distribué par le Service de police d'Ottawa. Cet outil pratique a été conçu pour aider les entreprises et les membres de la communauté dans le quartier du Marché By à savoir avec qui communiquer dans diverses situations, que ce soit un vol, une urgence médicale ou un problème de santé mentale.

Le guide *Faites le bon appel* a été mis à jour pour refléter les besoins actuels et vise à réduire la confusion et à soutenir une approche plus coordonnée et informée de la sécurité publique dans le district.

ÉNONCÉ DE MISSION

Gérer le district du Marché By pour améliorer sa vitalité économique, culturelle et sociale, honorant son patrimoine et favorisant un engagement communautaire transformateur.

ÉNONCÉ DE MISSION COMPRÉHENSIF

L'Autorité du district du Marché By (ADMB), en tant que gardien de la vision, de la prospérité économique et de la vitalité du district historique du Marché By, s'engage à s'assurer que ce trésor communautaire partagé soit la principale destination de la Ville tant pour les locaux que pour les visiteurs. En tirant parti de ses profils commerciaux, résidentiels, patrimoniaux et de marché public, nous visons à favoriser des destinations uniques tout au long de l'année tant au Marché By qu'au marché Parkdale où les personnes peuvent bénéficier de produits et biens locaux et d'une gamme diversifiée de services.

En nous appuyant sur notre riche patrimoine, nous défendons l'importance de la durabilité alimentaire locale. En adoptant un esprit entrepreneurial, l'ADMB s'engage à créer un mélange innovant de vente au détail et de vente en plein air, garantissant que nos espaces publics résonnent avec une signification locale et une fierté nationale et internationale, et en collaborant avec des partenaires pour revitaliser et améliorer nos espaces de marché pour le plaisir de tous.



L'AUTORITÉ DU DISTRICT
DU MARCHÉ BY