

LA STRUCTURE CADRE DE REVITALISATION ET LE PLAN D'ACTION DU MARCHÉ BY – Année 1 (2026)

SECTEURS PRIORITAIRES	OBJECTIFS	INTERVENTIONS À COURT TERME	IMPACT	INDICATEURS DU RENDEMENT	*RÉSULTATS		
					R	V	E
Un marché -destination repensé pour toutes et pour tous	<ul style="list-style-type: none"> Rehausser l'aide offerte aux entreprises locales. Améliorer la navigation, le stationnement et l'ensemble de l'expérience offerte aux visiteurs. 	<ul style="list-style-type: none"> Mettre au point, pour l'ensemble du quartier, la stratégie de navigation, d'accès et de stationnement. Lancer le quartier des arts, de la culture et du divertissement. 	<ul style="list-style-type: none"> Accroître l'activité économique locale des entreprises locales grâce à l'augmentation du nombre de visiteurs. 	1.a) Accroître le pourcentage des taux d'occupation des places de stationnement dans les heures de pointe.		✓	✓
				1.b) Réduire le nombre d'établissements commerciaux inoccupés.	✓	✓	✓
Une identité culturelle imposante	<ul style="list-style-type: none"> Définir clairement l'identité du marché By et l'intégrer dans l'aménagement d'un quartier exceptionnel et rassembleur. 	<ul style="list-style-type: none"> Cocréer et mettre en œuvre le plan de l'identité de la marque du marché By (Ville/ADMB). Lancer la randonnée patrimoniale (GAO/Bicentenaire). 	<ul style="list-style-type: none"> Le marché By est connu comme lieu animé, culturellement distinct et nationalement important dans la capitale. 	2. Accroître le pourcentage de l'opinion favorable au quartier.	✓	✓	✓
La sécurité et le bien-être pour toutes et pour tous	<ul style="list-style-type: none"> Renforcer les liens avec la collectivité et un sentiment d'appartenance commun dans le quartier. 	<ul style="list-style-type: none"> Mettre en œuvre le modèle de rapprochement avec les personnes en situation d'itinérance et sans refuge. 	<ul style="list-style-type: none"> Personnes et ménages vulnérables appuyés grâce à une intervention compassionnée et concertée 	3. Accroître le nombre de personnes sans logis qui ont toutes les pièces justificatives voulues pour avoir droit à l'aide offerte dans la gestion des cas.	✓		
	<ul style="list-style-type: none"> Améliorer la réactivité et la coordination des services. 	<ul style="list-style-type: none"> Faire appel à l'outil de l'IA pour améliorer les réponses apportées aux demandes de service adressées au 3-1-1. 	<ul style="list-style-type: none"> Les problèmes récurrents, les tendances et les points névralgiques éclairent les décisions opérationnelles à prendre. 	4. Réduire le nombre de demandes de service adressées au 3-1-1 pour le marché By.	✓	✓	✓

*Résultats = Groupes cibles dont l'expérience est impactée par les interventions et les objectifs correspondants. Groupes primaires de l'expérience : Résidents (R), visiteurs (V) et entreprises (E)

LA STRUCTURE CADRE DE REVITALISATION ET LE PLAN D'ACTION DU MARCHÉ BY – Année 1 (2026)

SECTEURS PRIORITAIRES	OBJECTIFS	INTERVENTIONS À COURT TERME	IMPACT	INDICATEURS DU RENDEMENT	*RÉSULTATS		
					R	V	E
	<ul style="list-style-type: none"> Réduire l'activité criminelle. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Accroître la sécurité dans le marché By. ➤ Mettre sur pied une équipe à temps plein d'agents (CORE). ➤ Accroître le nombre de constables spéciaux dans le secteur de la rue Rideau. 	<ul style="list-style-type: none"> Amélioration de la sécurité réelle et perçue 	5. Réduire le nombre d'incidents criminels signalés dans le quartier.	✓	✓	✓
Des parcours et des points d'accès accueillants	<ul style="list-style-type: none"> Améliorer le repérage afin de guider les visiteurs qui se rendent dans le quartier et qui l'arpentent. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mettre en œuvre l'initiative de l'art sur l'asphalte de la rue York. ➤ Mettre en œuvre le Programme d'amélioration des façades patrimoniales des commerces. ➤ Mettre en œuvre les initiatives de repérage. 	<ul style="list-style-type: none"> Parcours plus clairs et plus accueillants, qui permettent d'améliorer le nombre de visiteurs 	6. Accroître le nombre de visiteurs.		✓	✓
	<ul style="list-style-type: none"> Créer des parcours sécuritaires et bien définis. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Améliorer la sécurité et l'expérience des utilisateurs le long de la passerelle Rideau-Sussex et du couloir de la station Rideau. 	<ul style="list-style-type: none"> Liaisons piétonnes et multimodales plus sécuritaires, plus confortables et plus accessibles 	7. Accroître le nombre de personnes qui empruntent les transports en commun pour avoir accès au quartier.	✓	✓	
Des lieux et des espaces transformateurs	<ul style="list-style-type: none"> Créer des espaces piétonnables et familiaux grâce à des activations qui attirent tous les groupes d'âge. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mettre en œuvre l'initiative de spatialisation dans l'ensemble du quartier. 	<ul style="list-style-type: none"> Accroître l'achalandage piétonnier et la durée des passages des visiteurs, grâce à des espaces publics plus confortables et plus invitants. 	8.a) Accroître les dépenses annuelles des visiteurs.			✓
				8.b) Augmenter le nombre de jours de programmation d'événements et d'activations.	✓	✓	

*Résultats = Groupes cibles dont l'expérience est impactée par les interventions et les objectifs correspondants. Groupes primaires de l'expérience : Résidents (R), visiteurs (V) et entreprises (E)