



Développement de l'offre, de l'accueil et des services aux visiteurs
2010-2017

Tourisme Montréal, juin 2009

Rappel de la démarche



- **Une démarche...** *Le Plan de match pour la croissance de l'industrie touristique de Montréal 2010-2015.*

- **Trois plans ...**
 - *Stratégies marketing 2010-2013.*
 - *Plan de développement de l'offre touristique vision 2017.*
 - *Orientations services aux visiteurs (Accueil et information).*

Retour sur le plan de développement 2003-2010



Rôles de TM en matière de développement du produit touristique jusqu'ici :

*À titre de partenaire privilégié des partenaires gouvernementaux en matière de développement touristique, Tourisme Montréal agit déjà comme **aviseur** auprès des pouvoirs publics qui doivent évaluer des projets récréotouristiques. Ce rôle vise donc à **orienter**, voire influencer, le développement touristique en permettant d'apprécier de façon globale les projets en fonction de priorités bien définies. Cette intervention permet également de **faciliter** la tâche aux promoteurs privés.*

Retour sur le plan de développement 2003-2010



Deux grands rôles caractérisent l'intervention de TM en matière de développement touristique :

- Recherche, diffusion d'information / conseil et planification
- Leadership et mobilisation

Un des enjeux de la présente démarche sera nécessairement de confirmer, préciser ou revoir le rôle de Tourisme Montréal à l'égard du développement de l'offre touristique.

Rappel des objectifs du dernier plan de développement



Le dernier plan de développement visait globalement le renforcement et l'augmentation de l'attractivité de Montréal et ce, en toutes saisons, de manière à affirmer son caractère distinctif. Cela devait se traduire autant par des interventions concrètes sur la qualité de l'offre montréalaise que par la concrétisation de divers projets de développement de l'offre.

Les orientations de Tourisme Montréal, établies dans le plan 2003-2010, étaient les suivantes :

- Affirmer l'importance du centre-ville de Montréal et de son aménagement
- Soutenir activement le développement culturel et patrimonial
- Consolider la trame événementielle montréalaise
- Assurer le développement de produits de support touristiques
- Développer des infrastructures de portée métropolitaine.
- Favoriser la promotion de la qualité du service et de l'accueil des touristes.

Les phases du développement touristique à Montréal



Les années 1960-1976 : la première ère d'un véritable développement touristique pour Montréal avec la venue d'importants équipements à connotation touristique (Parc Jean-Drapeau, Parc olympique, etc.).

Les années 80, marquées par un faible investissement dans les équipements hormis le Palais des congrès, et l'émergence d'événements à portée internationale (Films du Monde, Jazz, Juste pour rire, Grand Prix F1) qui sont venus amorcer une nouvelle image de dynamisme à Montréal, surtout en période estivale.

Faute d'icône touristique fort constituant une raison primordiale de visite, **Montréal se positionnait dès lors par son caractère festif et son caractère de «destination urbaine où l'on peut vivre, le temps d'une fête, des expériences uniques».**

Les phases du développement touristique à Montréal



- Les années 1990 : un sursaut d'investissements publics dans le produit touristique et culturel, plus particulièrement à l'occasion des Fêtes du 350e anniversaire de Montréal en 1992 (Pointe-à-Callière, Biodôme, Vieux-Port, etc.). Bien que ces équipements aient donné un nouvel essor à Montréal, il n'en demeure pas moins que ces derniers, à l'échelle internationale, représentent **des équipements de moyenne envergure, aucun pouvant à lui seul être déclencheur de visite auprès des clientèles internationales.**
- Après 1992, nouvelle période de faible investissement au niveau du produit touristique comme tel ; l'industrie touristique mettra encore plus en évidence une trame événementielle d'importance, permettant d'ajouter un pouvoir attractif à Montréal en période estivale.

Les phases du développement touristique à Montréal



- **Le produit touristique montréalais, malgré les importants efforts de consolidation des années 2000, prend du retard par rapport à ses concurrents.**
- Les années 2000 marquées parallèlement par une augmentation sensible, en qualité et en quantité, de l'offre hôtelière, sans hausse correspondante d'achalandage touristique, entraînant nécessairement un recul des taux moyens d'occupation.
- Bref, Montréal, au cours des années, a connu des ajouts significatifs au plan de l'offre touristique et des améliorations sensibles au plan de ses infrastructures, qui lui permettent de se comparer, sauf exception, à de nombreuses villes canadiennes et américaines sans être – et de loin – dans le peloton de tête.
- L'exception : au niveau des infrastructures pour les congrès et les foires commerciales, où Montréal est de moins en moins concurrentielle et souffre d'équipements lui permettant de maintenir et d'accroître sa part de marché à ce niveau.

Les enjeux du développement touristique à Montréal



- **Le produit touristique montréalais demeure encore peu différencié dans son ensemble et il faut compter, encore aujourd'hui, sur la qualité et le rayonnement de la trame événementielle et sur l'animation urbaine pour se démarquer.**
- **Le contexte touristique montréalais et l'importance du secteur au plan économique obligent à redéfinir les principes et orientations qui devraient dicter un nécessaire réinvestissement d'importance dans le produit touristique ; faute de quoi, tous les efforts marketing, aussi extraordinaires qu'ils puissent être, ne pourront suppléer à une baisse relative d'attractivité de Montréal par rapport à ses concurrents.**

Évaluation des projets 2005-2010



Projets priorisés	Éléments d'évaluation
Assurer la viabilité des grands événements touristiques montréalais	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accroissement collectif des sommes investies dans les événements ▪ Soutien à la représentation pour l'aide au financement des événements ▪ L'investissement de Tourisme Montréal a doublé ▪ Mise en place récente d'indicateurs de la performance touristique
Améliorer la qualité de l'aménagement urbain ainsi que la conversion des espaces vacants et des stationnements du centre-ville	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lobby au niveau de la propreté et de l'aménagement urbain ▪ Propreté améliorée au centre-ville ▪ Démarrage de l'aménagement du Square Dorchester/Place du Canada ▪ Encore plusieurs commentaires négatifs sur le Web 2.0
Construire un centre de foires de calibre international	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Peu d'avancement dans le projet ▪ Réalisation d'études ▪ Questionnement en cours de l'avenir du stade olympique
Améliorer l'accès ferroviaire et terrestre entre l'aéroport (Dorval) et le centre-ville	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lobby actif et bonne réceptivité ▪ Poids de TM dans le dossier est faible ▪ Réfection de l'échangeur annoncée ; navette ferroviaire toujours sous étude

Évaluation des projets 2005-2010



Projets priorités	Éléments d'évaluation
<p>Développer le Havre de Montréal et le Quartier des Spectacles</p>	<p><u>Havre</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encore au niveau de la planification ▪ Implication dans les consultations <p><u>Quartier des Spectacles</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Financement attaché et engagement des gouvernements à le réaliser ▪ Présidence, par Charles Lapointe, du Partenariat du Quartier des Spectacles ▪ Phase 1 en voie d'être complétée (juin 2009) ▪ Planification du QDS au plan de l'aménagement urbain et du développement économique
<p>Agrandir Pointe-à-Callières, le musée d'archéologie et d'histoire de Montréal</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intervention publique lors du Sommet de la culture ▪ Dossier qui tarde à se confirmer
<p>Agrandir le Musée des Beaux-arts de Montréal</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Présence sur le CA du musée ▪ Début des travaux au printemps
<p>Réaliser la Vitrine culturelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ouverture de la vitrine culturelle, fin 2007 avec le soutien de TM ▪ Présence sur le CE ▪ Après une période de rodage en 2008, La Vitrine semble avoir des pistes d'avenir intéressantes avec son déménagement au 2-22 en 2010

Évaluation des projets 2005-2010



Projets priorisés	Éléments d'évaluation
Poursuivre activement la réflexion pour trouver une nouvelle vocation multifonctionnelle à la Gare maritime	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encore beaucoup de travail et de consultation à faire ▪ Les changements successifs à la direction du Port de Montréal sont venus influencer sur la poursuite de cet objectif, toujours en suspens
Poursuivre le projet de relocalisation du Planétarium au Pôle Maisonneuve	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lobby au niveau fédéral ▪ Montage financier terminé ▪ Lancement de l'appel d'offres au niveau des architectes ▪ Concrétisation au cours des deux prochaines années

Développement de l'offre VS destinations comparables



Attraits 2005 à 2008

	Montréal		Toronto	
2005	École de musique Schulich de l'Université McGill	70 millions		
2006			Maison de la Compagnie d'opéra canadienne	150 millions \$
			George R. Gardiner Museum of Ceramic Art	20 millions \$
2008			Musée royal de l'Ontario (ROM)	270 millions \$
			National Ballet School - projet Grand Jeté	90 millions \$
			Musée des Beaux-Arts de l'Ontario	250 millions \$

Développement de l'offre VS destinations comparables



Attraits 2009 à 2011

	Montréal		Toronto	
2009	Conservatoire de musique et d'art dramatique de Montréal	45 millions \$		
	Quartier des spectacles – 1 ^e phase	120 millions \$	Conservatoire royal de musique – TELUS Centre for Performance and Learning	90 millions \$
	Maison du Festival de Jazz	15 millions \$		
	Hall de la Place des Arts	15 millions		
2010	Agrandissement Musée des Beaux-Arts de Montréal	40 millions \$	Toronto International Film Festival Group – Bell Lightbox	195 millions \$
2011	Nouveau Planétarium	35 millions \$		
	Maison de l'OSM	266 millions \$		

Développement de l'offre VS destinations comparables



Aéroports et Hôtels

	Montréal		Toronto		Vancouver		Boston	
AÉROPORTS		\$		\$		\$		\$
Investissements	Entre 2000 et 2009	1,5 milliards	Entre 2000 et 2008	4 milliards	Entre 2004 et 2007	200 millions	1994	4,4 milliards
							Stationnement de l'aéroport (2009)	205 millions
HÔTELS		nb		nb		nb		nb
Chambres additionnelles	2005-2009	3 500	Entre 2007 et 2008	765	Entre 2005 et 2008	∅	2008	386
					Entre 2009 et 2010	1 800	2009	497

L'accueil et les services aux visiteurs : les constats



- Les touristes sont généralement satisfaits de leur expérience montréalaise.
- Montréal jouit d'une bonne réputation sur le plan touristique et doit faire en sorte de conserver, voire même accroître cette réputation.
- L'expérience positive vécue lors d'un séjour est la meilleure garantie de retour de la clientèle ainsi que la meilleure source de publicité de bouche à oreille. Dans ce contexte, l'investissement dans l'accueil et les services aux visiteurs pourrait devenir un enjeu stratégique.
- Tourisme Montréal n'a actuellement pas de stratégie définie au niveau des services aux visiteurs et encore moins d'objectifs spécifiques à cet égard, ce qui est une anomalie pour une destination de cette importance.
- Tourisme Montréal ne contrôle pas tous les éléments d'information et d'accueil à l'égard des visiteurs, dont particulièrement le centre Infotouriste, et ne peut influencer, à ce niveau, le comportement d'achat de ces derniers.

L'accueil et les services aux visiteurs : les constats



- De nouveaux moyens électroniques se développent rapidement. D'un point de vue marketing, ces nouveaux outils, tels les téléphones intelligents, permettent de rejoindre directement un éventuel visiteur intéressé par Montréal ou d'influencer le séjour d'un visiteur une fois à destination.
- Le bail du bureau d'information touristique de Montréal dans le Vieux-Montréal vient à échéance en mars 2011 et le décret régissant le centre Infotouriste se termine en mai 2015. Tourisme Montréal devra se positionner au niveau de la dimension qu'il compte donner à l'accueil touristique et prendre les décisions qui en découlent pour ces deux bureaux d'information touristique.
- Les ressources étant limitées, on doit inventer de nouveaux moyens pour attirer et capter les visiteurs.

L'accueil et les services aux visiteurs : les constats



- Le vieillissement de la population, et conséquemment le départ à la retraite de plusieurs employés de première ligne expérimentés dans les hôtels et autres points de contact avec les touristes et leur remplacement par des gens moins expérimentés risquent de fragiliser la qualité d'accueil dont jouit Montréal.
- Toute expérience négative risque de nuire à l'expérience du visiteur et risque de faire en sorte que celui-ci ne voudra pas revenir et parlera de la destination de façon négative à son entourage, d'où l'importance de contrôler ce que l'on peut contrôler au niveau de l'accueil et des services aux visiteurs.

Les orientations du développement touristique à Montréal



- Plusieurs projets sont sur la table, en voie de réalisation ou encore à l'état de projet.
- Il faudra définir quels sont ceux qui sont susceptibles d'avoir un effet structurant sur le produit touristique montréalais et son pouvoir attractif.
- **Il faut prioriser.**
- Il faudra pouvoir compter sur un leadership politique pour aller chercher la nécessaire implication des divers paliers de gouvernement dans cette nouvelle ronde d'investissements dans le produit touristique.
- **Il faudra surtout agir rapidement car tout retard à investir dans l'attractivité de Montréal fera perdre des plumes à Montréal par rapport à une concurrence féroce et qui agit rapidement.**

Les orientations du développement touristique à Montréal



- Trois niveaux d'orientations :
 - Des orientations visant à accroître l'attractivité de Montréal
 - Des orientations visant à accroître la compétitivité de Montréal
 - Des orientations pour accroître les investissements dans le produit touristique montréalais

Les orientations du développement touristique à Montréal



- **Accroître l'attractivité de Montréal**
 - **Privilégier un développement qui positionne Montréal comme lieu par excellence de la créativité**
 - **Accroître le potentiel de Montréal en tant que pôle majeur d'animation urbaine**
 - Assurer l'essor du Quartier des spectacles comme destination d'envergure
 - Poursuivre le développement de la trame événementielle comme facteur attractif au plan touristique en privilégiant :
 - Les événements assurant une grande visibilité internationale
 - Les événements destinés à la clientèle gaie
 - Les événements mettant en valeur la créativité montréalaise contemporaine

Les orientations du développement touristique à Montréal



- **Accroître l'attractivité de Montréal (suite)**
 - **S'assurer que Montréal dispose des infrastructures nécessaires pour accroître sa part relative les marchés de tourisme d'affaires**
 - Nécessité d'un «Centre des expositions» et d'un Palais des congrès agrandi
 - **Poursuivre les efforts visant l'amélioration de l'aménagement urbain**
 - La concrétisation des projets de développement du Havre/Parc Jean-Drapeau
 - **Faire de Montréal une destination leader en matière de développement durable urbain :**
 - Le plan de développement des Muséums Nature de Montréal
 - Les efforts entrepris par le Comité vert de l'industrie touristique et avec la National Geographic Society

Les orientations du développement touristique à Montréal



- **Accroître l'attractivité de Montréal (suite)**
 - **S'assurer de la reconnaissance du Cœur historique de Montréal comme élément du patrimoine mondial de l'UNESCO et de sa mise en valeur**
 - **Poursuivre le développement des réseaux bleu et vert du Grand Montréal**
 - **L'accessibilité et la mise en valeur du Parc du Mont-Royal**
 - **Mettre en place un Chantier 2017 pour s'assurer que cette année anniversaire importante pour Montréal puisse être l'occasion d'un développement significatif de l'offre touristique et culturelle**

Les orientations du développement touristique à Montréal



- **Accroître le compétitivité de Montréal**
 - **Poursuivre les efforts d'amélioration de l'accessibilité à Montréal**
 - L'accès à l'aéroport de Dorval (lien ferroviaire et autoroutier, échangeur, etc.)
 - Le développement et la concrétisation des projets visant l'amélioration du transport collectif
 - L'aménagement de la Gare Maritime
 - Le développement des liaisons ferroviaires rapides reliant Montréal et New York, Montréal et Toronto

Les orientations du développement touristique à Montréal



- **Accroître le compétitivité de Montréal (suite)**
 - **Assurer une meilleure qualité d'accueil, d'informations et de services aux visiteurs**
 - Développer l'expérience technologique d'informations aux visiteurs
 - Élaborer et concrétiser une politique d'accueil, d'informations et de services aux visiteurs
 - Contrôle des outils et des canaux d'information destinés aux visiteurs
 - Sensibilisation des divers intervenants concernés à l'importance stratégique de l'accueil et du service aux visiteurs comme partie prenante de l'expérience touristique
 - Développement de programmes permettant aux visiteurs d'entrer en contact avec les résidents
 - Coordination et cohésion des actions de Tourisme Montréal en matière d'accueil et d'informations touristiques
 - Assurer le développement de la Vitrine culturelle

Les orientations du développement touristique à Montréal



- **Accroître les investissements dans le produit touristique**
 - **Créer un Fonds d'initiative touristique pour soutenir l'amorçage de projets touristiques montréalais dans le sens des orientations retenues**
 - **Rechercher de nouvelles sources de financement du développement touristique**

Les projets prioritaires



10 PRIORITÉS DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT 2010 – 2017

- Agrandissement du Palais des congrès de Montréal vers l'est
- Poursuite du développement de la trame événementielle comme facteur attractif, incluant le retour du Grand Prix du Canada de F1
- Essor du Quartier des spectacles et de la Vitrine culturelle
- Plan de développement des Muséums nature de Montréal
- Stade Olympique (centre d'exposition)
- Plan de développement du Vieux-Port de Montréal
- Accès et aménagement du Parc du Mont-Royal
- Réaliser le Havre de Montréal/Parc Jean-Drapeau et Canal de Lachine
- Agrandissement du Musée Pointe-à-Callière
- Oratoire Saint-Joseph

Mise en place d'un **Chantier 2017**