

PLAN DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE MONTRÉAL 2003-2010

**Sommaire
Novembre 2003**

**TOURISME
Montréal**

LE NOUVEAU PLAN DE DÉVELOPPEMENT DE TOURISME MONTRÉAL (2003-2010)

Arrivé à mi-course de son premier plan de développement touristique, Tourisme Montréal a choisi d'en faire une mise à jour. Le précédent plan de développement touristique (2000-2005) de Tourisme Montréal, réalisé en 1999, avait permis de dresser un bon portrait de l'offre touristique régionale et de définir des orientations précises en matière de développement de produits, d'accessibilité, d'accueil et d'organisation régionale. Ce plan avait également jeté les bases de nombre d'interventions au cours des récentes années.

Cependant, l'essor du produit touristique montréalais au cours des trois dernières années ainsi que l'évolution du cadre administratif sont venus changer la donne et appellent un tout nouveau plan de développement. En effet, l'évolution rapide du produit touristique montréalais, conjugué à la nécessaire mise à jour du plan marketing de Tourisme Montréal, milite en faveur d'un nouveau plan de développement ayant comme horizon 2003-2010.

1- Les rôles de Tourisme Montréal en matière de développement du produit touristique

À titre de partenaire privilégié des pouvoirs publics 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.

En ajoutant à sa mission l'orientation du développement touristique de Montréal en 1998, Tourisme Montréal traduisait sa volonté de doter la métropole d'un produit d'une grande qualité lui permettant de soutenir l'attractivité et de satisfaire les attentes des touristes qui sont sollicités par diverses approches de vente et de marketing. Le but ultime de l'intervention de Tourisme Montréal en matière de développement est de faire en sorte qu'une vision concertée au niveau du produit touristique émerge : Tourisme Montréal travaillera à la forger et s'en fera le porte-parole et le gardien. Après plus de cinq ans, force est de constater que Tourisme Montréal a gagné son pari. Conséquemment, deux grands rôles caractérisent l'intervention de Tourisme Montréal en matière de développement touristique :

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

Deux facteurs de réussite expliquent en quoi Tourisme Montréal est devenu un joueur crédible et écouté en matière de développement touristique :

- ✓ Son aptitude à assurer une coordination efficace entre les nombreux intervenants à l'œuvre, au premier chapitre les pouvoirs publics.
- ✓ L'articulation des projets autour d'une réelle vision touristique, conçue et diffusée à large échelle et prise en compte dans les planifications des intervenants publics et privés.

Essentiellement, l'intervention de Tourisme Montréal en matière de développement touristique vise deux grands objectifs :

- ✓ Orienter le développement touristique dans la trame urbaine et susciter de nouveaux investissements dans des secteurs qui en ont besoin.
- ✓ Assurer une cohérence dans l'action des différents acteurs actifs en matière de développement afin que le tourisme soit intégré à la réflexion d'ensemble.

Rappelons qu'au cours des trois dernières années, c'est près d'un milliard de dollars qui aura été investi à Montréal – notamment avec le Quartier international et l'agrandissement du Palais des congrès – alors que pour les trois prochaines années c'est plusieurs centaines de millions de dollars qui devraient être investis.

2- Les projets actuels et à venir

Malgré la présence d'une masse critique d'attraits permanents d'intérêt, malgré leur importance en nombre et en qualité, il n'en demeure pas moins que ces derniers sont de moyenne envergure et ne suscitent pas un puissant déclencheur d'intérêt chez la clientèle internationale potentielle. Le développement touristique doit bénéficier d'investissements importants dans les infrastructures – pas nécessairement touristiques – qui donneront un nouveau visage à Montréal.

Néanmoins, Montréal a vu plusieurs projets se réaliser au cours des récentes années. Nous en faisons une énumération, en ajoutant les projets en cours de réalisation et ceux qui ont été reportés.

Projets complétés au cours des trois dernières années

Affaires :

- Agrandissement du Palais des congrès.
- Complétion de la première phase du Quartier international de Montréal.
- Ouverture de la jetée transfrontalière à l'aéroport de Dorval.
- Rénovations de la Place Bonaventure et de son centre d'exposition.
- Projets complétés au cours des trois dernières années.

Agrément :

- Réouverture du Canal de Lachine à la navigation de plaisance.
- Venue de la Série Champ Car en course automobile.
- Approbation du projet de la Place des festivals et création de la corporation du Quartier des spectacles.
- Acquisition de La Ronde par l'américaine *Six Flags* (ronde d'investissements pour renouveler le produit).
- Tenue de deux éditions des Mosaïcultures, dont la deuxième à l'été 2003.
- Mise sur pied de la corporation menant à la création de la Vitrine culturelle de Montréal.
- Création de la Société du havre.

Projets en cours de complétion ou reportés

En cours de complétion :

- Agrandissement prévu du Stade du parc Jarry.
- L'adoption, par la nouvelle ville, du nouveau plan d'urbanisme (2004).
- Ouverture de la salle des arrivées internationales à l'aéroport international de Dorval.

Projets reportés :

- Gare maritime du Port de Montréal.
- Amélioration de l'accessibilité à l'aéroport de Dorval par une liaison rapide (autoroutière ou ferroviaire).

Certains irritants :

- Affichage et signalisation encore déficients.
- Entretien négligé des rues et des places publiques.
- Présence importante de terrains et d'édifices abandonnés ou laissés en friche au centre-ville.

3- La concurrence

Beaucoup de villes d'envergure moyenne et similaires à Montréal (Barcelone, Pittsburgh, Milwaukee et Boston) s'investissent actuellement dans le développement touristique. À titre d'exemple, la Ville de Toronto a de nombreux projets en cours après une période de léthargie dans la dernière décennie. Parmi ces projets en chantier, mentionnons l'agrandissement et la modernisation du *Royal Ontario Museum*, de la construction de l'*Opera House* qui abritera le Ballet national du Canada ainsi que le méga-projet du *Waterfront* qui inclura des volets de parcs urbains et une concentration d'attraits culturels en plus d'inclure un fort volet de réaménagement urbain. De la même manière, beaucoup de destinations essaient de rehausser leur trame événementielle, que l'on pense au Canada, à Vancouver et à Toronto.

4- Les constats sur le produit touristique montréalais

✓ **Attractivité de Montréal**

Montréal a connu des ajouts significatifs depuis le début des années 90 au niveau des équipements culturels et récréatifs. Toutefois, malgré la présence d'une masse critique d'attraits permanents d'intérêt, malgré leur importance en nombre et en qualité, il n'en demeure pas moins que ces derniers sont de moyenne envergure et ne suscitent pas un puissant déclencheur d'intérêt auprès de la clientèle internationale potentielle.

En somme, les phases successives de développement qu'a connu Montréal au cours des dernières années lui permettent aujourd'hui de bénéficier d'infrastructures comparables à de nombreuses grandes villes canadiennes et américaines. Le produit touristique montréalais n'en demeure pas moins, dans son ensemble, peu différencié par rapport aux villes nord-américaines concurrentes.

Il est important de noter cependant que notre destination se distingue par la qualité et le rayonnement des grands événements et de l'animation urbaine qui permet à Montréal de se démarquer sur les marchés internationaux.

✓ **La trame hôtelière**

La trame hôtelière montréalaise s'est grandement améliorée au cours des quatre dernières années, avec l'ajout d'une dizaine de nouveaux hôtels dans le Vieux-Montréal et au centre-ville. Avec ces ajouts, la trame montréalaise ne souffre pas de manques flagrants et la gamme d'établissements s'est diversifiée, notamment dans le Vieux-Montréal, avec l'apparition récente ou en devenir d'hôtels boutiques. Actuellement, 65 % des chambres à Montréal sont cotées 4 ou 5 étoiles.

✓ **Restauration et gastronomie**

Montréal présente une offre de restauration reconnue pour sa qualité, sa diversité, son accessibilité et son prix abordable. De plus, les notions de plaisirs et d'ambiance qui teintent l'expérience gastronomique montréalaise lui permettent de se distinguer et de se hisser au rang d'attrait : l'ambiance y est plus festive qu'ailleurs en Amérique du Nord. Néanmoins, Montréal ne bénéficie pas d'une trame qui lui permettrait d'en faire un produit d'appel, reconnu et vendu comme tel.

✓ **Transport**

Montréal est aux prises avec des problèmes de transport important, comme c'est le cas de nombreuses métropoles du monde : surabondance de véhicules dans le centre de la ville, pollution galopante et financement inadéquat du transport en commun. De manière particulière, Montréal souffre des problématiques suivantes :

-
- ✓ Le transport entre l'aéroport international de Dorval et le centre-ville demeure toujours déficient.
 - ✓ Le transport collectif entre le centre-ville, le Vieux-Montréal et le parc Jean-Drapeau est problématique et ne permet pas des déplacements aisés aux visiteurs, diminuant d'autant l'achalandage de ces pôles à certaines périodes.
 - ✓ Les liens entre les zones d'intérêt touristique hors du district des affaires (centre-ville) ne sont pas efficaces, les touristes préférant souvent rester cantonnés dans un périmètre bien étroit.

STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT DU PRODUIT TOURISTIQUE MONTRÉALAIS

Les stratégies de développement visent avant tout le renforcement et l'augmentation de l'attractivité de Montréal en toutes saisons de manière à affirmer son caractère distinctif. Des investissements importants seront nécessaires pour permettre le développement adéquat du produit touristique et de ses infrastructures complémentaires et pour favoriser la structuration d'expériences touristiques uniques et de qualité.

Principes du développement touristique

Le précédent plan de développement 2000-2005 avait énoncé une série de principes. Ces principes directeurs sont nécessaires puisque le développement dépasse les seules activités d'investissement dans l'offre pour toucher des volets plus larges d'intervention, notamment au chapitre de la dynamique entre les intervenants, des impacts sur la main-d'œuvre, de la gestion des entreprises, etc.

Quatre principes directeurs proposés dans le plan de développement 2000-2005 demeurent toujours d'actualité :

- ✓ **La préservation du caractère particulier et le renforcement de la personnalité de Montréal.**
- ✓ **Le développement durable misant sur la préservation du cadre urbain et la qualité de vie des Montréalais.**
- ✓ **L'amélioration continue de la qualité du service à la clientèle et de l'accueil.**
- ✓ **La promotion du développement des ressources humaines.**

La nouvelle stratégie de développement du produit touristique montréalais, proposée aux partenaires privés et publics, repose sur cinq principaux piliers, à savoir :

1. Affirmer l'importance du centre-ville :

Le centre-ville représente à lui seul plus de 80 % de l'activité touristique montréalaise : il doit être reconnu et soutenu comme tel. Les efforts visant à reconnaître le statut particulier de l'arrondissement Ville-Marie et le centre-ville de manière générale doivent être soutenus. La stratégie de développement touristique de Montréal passe par un centre-ville plus fort, plus attrayant et plus diversifié. Pour ce faire, il faut réduire de façon marquée le nombre de terrains vacants, en assurant un environnement bâti et des lieux publics de haute qualité, en réaménageant les accès au centre-ville de façon à leur donner une image distinctive, en poursuivant la mise en valeur du mont Royal et en développant le plein potentiel du Havre de Montréal.

D'un point de vue touristique, deux aspects doivent faire l'objet d'une attention toute particulière, à savoir, prioriser l'aménagement urbain et assurer la cohérence dans la planification des projets, principalement ceux déjà annoncés ayant une forte consonance touristique (QIM, Havre de Montréal, Quartier des spectacles). Cette intervention, prioritaire pour Tourisme Montréal, a comme horizon la fin de la présente décennie.

Par contre, certains éléments appellent une intervention à court terme, notamment au chapitre de la gestion, de l'entretien et du financement du centre des affaires. C'est pourquoi des actions doivent être entreprises pour régler des problèmes criants d'esthétisme et de développement. Parmi les initiatives à soutenir et encourager, mentionnons les efforts visant à reconnaître le statut particulier de l'Arrondissement Ville-Marie. Parmi les autres éléments d'action sur le centre-ville, mentionnons :

- ✓ Donner au centre-ville de Montréal une valeur ajoutée qui le distinguera des autres centres-villes en Amérique du Nord.
- ✓ S'assurer de la propreté constante de l'espace public.
- ✓ Harmoniser l'aménagement de l'espace urbain.
- ✓ Accroître les éléments d'art public.
- ✓ Apporter des améliorations au mobilier urbain et l'entretenir adéquatement.
- ✓ Favoriser la cohabitation des fonctions urbaines.

2. **Soutenir activement le développement culturel et patrimonial :**

La culture et le patrimoine sont les fondements du tourisme. Il s'agit d'éléments incontournables, chacun participant au rayonnement international de Montréal. Il faut soutenir les projets qui suscitent l'intérêt des clientèles touristiques. À cet égard, Tourisme Montréal endosse et supporte les priorités retenues au Sommet de Montréal en matière de patrimoine et de culture. De manière particulière, trois types d'intervention interpellent directement le tourisme, à savoir, travailler à la préservation du patrimoine montréalais, soutenir les projets d'agrandissements, deux projets méritant particulièrement d'être soutenus à cet égard :

- ✓ L'agrandissement du Musée des beaux-arts.
- ✓ L'agrandissement de Pointe-à-Callière, musée d'archéologie et d'histoire de Montréal.

Enfin, il faut procéder à la modernisation des équipements culturels d'envergure et prioriser les équipements culturels :

- ✓ Création de la Vitrine culturelle de Montréal.
- ✓ Construction de la Maison de l'OSM.
- ✓ Construction du Complexe Spectrum.
- ✓ Aménagement du Parc des festivals.

3. **Consolider la trame événementielle montréalaise :**

Les événements montréalais ont connu une phase de croissance importante au cours des dix dernières années. Les grands événements montréalais ont accru leur rayonnement international et, de plus, on a constaté l'apparition de plusieurs nouveaux événements spécialisés ou de créneaux. On remarque aussi devant ce bouillonnement que plusieurs partenaires gouvernementaux re-questionnent leurs modalités d'intervention et d'aide auprès des événements montréalais et québécois. En effet, on a observé une sollicitation croissante auprès des pouvoirs publics quant au financement de ces mêmes événements. Il faut donc développer les mécanismes assurant la croissance et le rayonnement des événements montréalais porteurs de retombées touristiques et également favoriser la venue d'événements hors saison.

L'approche proposée par Tourisme Montréal s'articule autour de la consolidation. Cela se concrétisera en :

1. Soutenant les événements estivaux à réelle portée touristique qui se subdivisent en deux catégories :

- ✓ Les événements de masse que sont les grands festivals d'animation urbaine, ayant le pouvoir d'attirer plus de 200 000 visiteurs différents et propres à intéresser les touristes (représentant minimalement 15 % des visiteurs) et qui ont un rayonnement international :
 - A) Récurrents :
 - Culturel
 - Sportifs
 - De divertissement
 - B) Grandes expositions muséales de calibre international : par exemple l'exposition Monet du Musée des beaux-arts de Montréal.
- ✓ Les événements de créneaux, c'est-à-dire ceux témoignant de l'avant-garde ou de la modernité montréalaise et qui lui confèrent un caractère trendy :
 - Gays et lesbiens
 - Avant-garde

2. Soutenant les événements touristiques hors saison estivale, principalement culturels, et qui pourraient devenir de nouvelles priorités. Les périodes prioritaires seront les moments forts que sont les fêtes religieuses et populaires : Halloween, Pâques, *Thanksgiving* américain, période des Fêtes, congé scolaire ainsi que la période du Festival Montréal en Lumière.

4. **Assurer le développement de produits de support touristiques:**

De nombreux projets, d'envergures diverses, auraient un impact positif sur la croissance du tourisme à Montréal et permettraient de consolider le produit touristique montréalais. Il s'agit de projets plus spécifiquement liés à l'industrie touristique :

- Doter Montréal d'un centre de foires de calibre international.
- Agrandir et moderniser la Gare maritime.
- Améliorer l'accès ferroviaire et terrestre entre Dorval et le centre-ville.
- Développer une liaison ferroviaire rapide reliant Montréal à New York ainsi que Montréal à Toronto.
- Consolider la vocation scientifique du Pôle Maisonneuve en y favorisant (entre autres) le déménagement du Planétarium.

5. **Développer des infrastructures de portée métropolitaine** (bleu, vert, patrimonial) :

À cet égard, Tourisme Montréal a ciblé quatre (4) champs d'interventions:

- Développement **du Grand Montréal bleu**
- Développement **du Grand Montréal vert**
- Mise en valeur **du réseau cyclable**
- Mise en valeur **du patrimoine**

PROJETS PRIORITAIRES (2003-2010)

Tourisme Montréal, dans l'ensemble des projets envisagés ou en cours de complétion, privilégie dix projets dont la réalisation lui paraît essentielle au développement harmonieux et planifié du tourisme montréalais. Toutefois, le développement du tourisme à Montréal ne peut se résumer à dix (10) projets et d'autres initiatives privilégiées dans ce Plan doivent aussi être soutenues. **Chacun de ces projets aura à s'inscrire dans la préoccupation plus large de l'amélioration de la qualité intrinsèque et esthétique de Montréal, notamment dans le souci d'en faire une destination attrayante, propre et sécuritaire.**

Ces projets sont, dans l'ordre :

1. **Assurance de la viabilité des grands événements touristiques montréalais.**
2. **Amélioration de la qualité de l'aménagement urbain ainsi que de la conversion des espaces vacants et des stationnements au centre-ville** (amélioration globale de la qualité de l'aménagement urbain, de l'art public, de l'architecture, des places et parcs, etc.) en prenant exemple sur le Quartier international de Montréal.
3. **Construction d'un centre de foires de calibre international** dans le centre-ville élargi de Montréal.
4. **Amélioration de l'accès ferroviaire et terrestre entre l'aéroport (Dorval) et le centre-ville.**
5. **Développement du Havre de Montréal et du Quartier des spectacles (salle de l'OSM, Parc des festivals et Complexe Spectrum).**
6. **Agrandissement de Pointe-à-Callière, musée d'archéologie et d'histoire de Montréal.**
7. **Agrandissement du Musée des beaux-arts de Montréal.**
8. **Réalisation de la Vitrine culturelle.**
9. **Poursuite active de la réflexion pour trouver une nouvelle vocation multifonctionnelle à la Gare maritime.**
10. **Le projet de relocalisation du Planétarium au Pôle Maisonneuve.**

L'avancement des projets de trains à grande vitesse entre Montréal et Toronto ainsi qu'entre Montréal et New York est aussi une priorité de Tourisme Montréal, mais ces projets devraient voir le jour au-delà de 2010.