



**MÉMOIRE DE TOURISME MONTRÉAL
SUR LES QUARTIERS CULTURELS**

Présenté à la Commission sur la culture, le patrimoine et les sports
Montréal, le 21 novembre 2011

À PROPOS DE TOURISME MONTRÉAL

Tourisme Montréal est un organisme privé à but non lucratif qui a été créé en 1919 et incorporé en 1924. Il regroupe plus de 750 membre et partenaires de l'industrie touristique montréalaise, qui partagent son objectif de promouvoir Montréal comme destination touristique auprès des clientèles extérieures.

Sa mission est d'assumer le leadership de l'effort concerté de promotion et d'accueil pour le positionnement de la destination Montréal auprès des marchés de voyages d'affaires et d'agrément et de créer des occasions d'affaires pour ses membres et partenaires. Il lui incombe également de générer des retombées économiques pour la région et d'orienter le développement du produit touristique montréalais en fonction de l'évolution constante des marchés.

Leader de la promotion touristique de la métropole, Tourisme Montréal met sur pied de nombreuses activités, au Canada et à l'échelle internationale, afin d'attirer congrès et réunions d'affaires à Montréal. L'organisme offre également un soutien logistique hors pair aux organisateurs de congrès ainsi qu'aux journalistes de la presse étrangère spécialisée. Il conçoit et développe de nombreux outils destinés à convaincre les voyageurs d'agrément de séjourner à Montréal, et il veille à ce que l'accueil offerts aux visiteurs par les divers intervenants du milieu touristique montréalais en soit un de qualité.

Cette responsabilité exige l'application des politiques provinciales en la matière, la sensibilisation et la concertation du milieu touristique sur l'importance de la qualité de l'accueil, et l'encadrement des initiatives pour développer les services appropriés sur le territoire montréalais. Ce dernier point nécessite, entre autres, la production de documentation touristique et la mise en place de bureaux d'accueil touristique.

Les stratégies de développement de Tourisme Montréal visent avant tout l'accroissement de la force d'attraction de Montréal en toutes saisons, pour affirmer et renforcer son caractère distinctif.

L'intervention de Tourisme Montréal en matière de développement touristique vise deux grands objectifs :

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

C'est dans cette optique que Tourisme Montréal dépose un mémoire dans le cadre de la présente consultation sur les quartiers culturels à Montréal.

Depuis plus de douze ans, Tourisme Montréal entretient des liens étroits avec le ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine et depuis plus de trois avec la Ville de Montréal, deux partenaires animés tout comme nous par la volonté de contribuer activement au développement culturel de la métropole pour accroître son pouvoir d'attraction auprès de la clientèle touristique et lui permettre ainsi de se démarquer de la concurrence.

Dès 2008, nous avons convenu ensemble d'une planification pour guider nos actions au cours des prochaines années afin de consolider la position de Montréal à titre de destination culturelle de prédilection en Amérique du Nord. Cette décision découle : a) De la stratégie d'intervention du plan d'action du « Rendez-vous novembre 2007 — Montréal, métropole culturelle », qui vise entre autres à stimuler le tourisme culturel; b) Du dépôt de *l'état de la situation du tourisme culturel à Montréal et à l'international*; c) De la consultation auprès de certains acteurs clés de la culture et du tourisme; d) De la remise du document *Tourisme culturel : vision, grandes orientations et actions*, travaux menés par la firme de consultations Zins Beuchesne et associés mandatée à cet effet.

En 2010 le partenariat tripartite a mis sur pied le plan d'action *Développement du tourisme culturel à Montréal — Stratégies et actions*. Notre modèle de travail englobe plusieurs enjeux et nous permet de moduler nos interventions en fonction de notre mission, nos impératifs, nos champs de compétence et nos moyens. Pour accroître sa valeur à titre de destination culturelle, Montréal s'est aussi dotée d'une stratégie de développement de ses équipements et de ses produits qui s'inscrivent dans un environnement porteur et qui permettra d'offrir et une expérience globale tant aux Montréalais qu'aux visiteurs.

Le tourisme culturel est une composante clé du tourisme urbain et Montréal doit s'assurer de maintenir la position unique qu'elle occupe en Amérique du Nord à ce chapitre. A cet effet, elle doit répondre à plusieurs enjeux notamment l'offre de produits et services, l'expérience globale des visiteurs, la dissémination de l'information sur l'offre culturelle montréalaise et la nécessité de créer une synergie entre les acteurs touristiques et culturels.

Dans la perspective du 375^e anniversaire de Montréal, ces actions revêtent une importance particulière. En effet, la mise en œuvre du développement du tourisme culturel à Montréal repose non seulement sur la volonté de chacun de participer au développement de Montréal, mais aussi sur le dynamisme des milieux du tourisme et de la culture et sur la synergie qui aura été établie entre ces milieux au sein des quartiers culturels montréalais.

RECOMMANDATIONS

Tourisme Montréal appuie l'initiative de la Ville de Montréal dans le dossier des quartiers culturels.

Voici quelques commentaires et recommandations sur certaines pistes de réflexion lancées par la Direction de la Culture et du Patrimoine et qui rejoignent les pistes de réflexion ciblées dans le Plan de développement du tourisme culturel à Montréal :

LE DÉVELOPPEMENT ET LA MISE EN VALEUR DE L'EXPÉRIENCE CULTURELLE DES QUARTIERS URBAINS MONTRÉLAIS À POTENTIEL CULTUREL ET TOURISTIQUE ÉLEVÉ

Nous croyons que le grand potentiel d'expériences culturelles uniques de Montréal peut être mis en valeur sur le plan touristique dans les différents quartiers qui caractérisent la trame et la vie urbaine de Montréal.

À la page 8 du document, il est fait mention « d'une trentaine de pistes de réflexion sur les moyens jugés nécessaires pour faciliter la consolidation et le développement de quartiers culturels. Ces pistes de réflexion concernent les aspects suivants : l'action culturelle locale; la promotion et l'animation; l'aménagement et le transport; les immobilisations; et enfin, la coordination des futurs quartiers culturels ». Ceci soulève la question du potentiel de développement touristique de certains de ces quartiers.

Ainsi, le Plan de développement du tourisme culturel à Montréal propose des rencontres avec les différents acteurs locaux afin de définir quels sont les quartiers culturels actuels ou émergents présentant un potentiel touristique élevé et déterminer les moyens nécessaires pour consolider leur offre et faciliter leur développement en fonction des besoins, attentes et aspirations.

En effet, nous croyons qu'établir une vision et des principes directeurs favorisera le développement touristique de ces quartiers, de même que la conception d'un plan d'action pour promouvoir ces quartiers auprès des clientèles touristiques cibles.

Tourisme Montréal ainsi que ses partenaires envisagent, toujours selon le plan de développement et la volonté déjà exprimée à ce chapitre, de mettre sur pied un projet pilote à cet effet.

CIRCUITS CULTURELS

Il appert que la question des circuits culturels est, pour plusieurs quartiers, un aspect important des pistes de réflexion retenues. En effet, ces circuits permettent de faciliter l'expérience du visiteur et de l'enrichir grâce aux attributs spécifiques offerts par chaque quartier.

Tourisme Montréal inventorie et analyse en ce moment l'offre des circuits culturels à Montréal afin déterminer les thèmes qui y sont le plus souvent abordés et la pertinence de ces thèmes par rapport à la clientèle cible. L'objectif est de mieux cerner l'offre montréalaise et d'évaluer les possibilités ou opportunités pour l'ensemble des intervenants, touristiques ou culturels, quant au développement de nouveaux circuits plus spécialisés ou ponctuels en lien avec des événements ou expositions spécifiques.

Nous savons d'ores et déjà qu'il existe plus de 400 circuits de nature culturelle sur l'île de Montréal et nous travaillons à recenser les meilleures pratiques et plateformes de promotion développées ailleurs au Canada et dans le monde.

Nous croyons que cette analyse et cet inventaire permettront aux différents organismes et quartiers de collaborer à la promotion de ces circuits, d'en assurer la pérennité et d'offrir une expérience unique au visiteur.

ACTIVITÉ COMMERCIALE

Une réflexion sur l'intégration des commerces de proximité aux circuits culturels serait également souhaitable. Ces commerces sont en effet non seulement des lieux d'échanges entre montréalais et touristes mais peuvent aussi enrichir l'expérience du visiteur en ouvrant une fenêtre sur le quotidien des quartiers. Ils peuvent par ailleurs être des éléments forts d'attraction, notamment dans le cas des commerces de restauration, compte tenu de la réputation grandissante de la gastronomie montréalaise depuis quelques années.

ESPACES PUBLICS : PARCS, PLACES, RUES ET CORRIDORS PIÉTONNIER

Le document traite aussi des espaces publics et de leur animation. L'intégration de corridors piétonniers dans l'aménagement de ces lieux est un aspect important parce qu'ils permettent au visiteur de découvrir et d'explorer un quartier de façon conviviale et sécuritaire.

LA SIGNALISATION CULTURELLE

Tourisme Montréal appuie cette piste de réflexion et considère important d'acquérir une meilleure connaissance des besoins des établissements culturels et des clientèles touristiques en matière de repérage. L'objectif poursuivi est de faciliter le repérage des lieux culturels et de simplifier ainsi le déplacement des touristes vers ces lieux, que ce soit par le transport en commun ou par les circuits piétonniers ou les pistes cyclables.

SYNERGIE ENTRE LES ACTEURS DU TOURISME ET DE LA CULTURE

En conclusion, Tourisme Montréal et ses partenaires croient que pour répondre de façon novatrice aux nouvelles attentes des touristes culturels et faire face à la vive concurrence des autres grandes métropoles, Montréal doit miser sur une meilleure synergie entre les différents acteurs culturels et l'industrie touristique.

C'est pourquoi nous offrons un service-conseil en tourisme aux organismes culturels montréalais désireux d'accroître leur potentiel touristique. Ce service vise à les outiller et les accompagner dans leurs efforts de développement d'une clientèle touristique.

Tourisme Montréal crée par ailleurs des occasions de réseautage entre les acteurs du milieu culturel déjà impliqués ou souhaitant s'engager dans la promotion touristique, soit par leur participation à des congrès touristiques pour faire valoir le tourisme culturel, soit par des rencontres plus informelles visant la création de forfaits ou la mise en place d'autres outils de promotion ou d'information.

Tourisme Montréal diffuse par ailleurs un bulletin électronique sur les nouvelles en tourisme culturel d'ici et d'ailleurs et propose une boîte à outils pour le développement d'une clientèle touristique sur le site www.culturalamontreal.com.

Pour plus de renseignements, n'hésitez pas à contacter Stéphanie Laurin, gestionnaire du tourisme culturel à laurin.stephanie@tourisme-montreal.org ou par téléphone au 514-844-1666.