

COMMISSION PERMANENTE DU CONSEIL D'AGGLOMÉRATION
SUR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

RECOMMANDATIONS
SUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE À MONTRÉAL¹

PROJET ET COMMENTAIRES

CONSIDÉRANT l'importance de l'industrie récréotouristique :

- qui se classe parmi les secteurs d'activité économique les plus importants dans la région métropolitaine pour le nombre d'emplois;
- qui positionne Montréal au 2^e rang parmi les villes canadiennes pour le nombre de visiteurs;
- qui génère des dépenses de 2 568 M\$ et des retombées fiscales de 179 M\$ pour Montréal;

CONSIDÉRANT que l'industrie récréotouristique connaît une certaine stagnation depuis 2001, malgré sa bonne performance;

CONSIDÉRANT que Montréal doit continuer de hausser son niveau d'attraction pour maintenir sa position comme destination touristique face à la concurrence de plus en plus vive venant surtout des grandes villes nord-américaines;

CONSIDÉRANT que l'animation urbaine, les grands événements et le caractère festif constituent des éléments distinctifs de Montréal;

CONSIDÉRANT la richesse de notre patrimoine naturel, que l'on pense au réseau bleu et aux espaces verts;

CONSIDÉRANT que la présence de l'eau, qui est au cœur de l'identité montréalaise en plus de conférer aux secteurs riverains une grande valeur patrimoniale, présente un potentiel *écotouristique* remarquable;

CONSIDÉRANT la diversification des clientèles et les adeptes de plus en plus nombreux de l'écotourisme;

CONSIDÉRANT ce que révèlent les sondages réalisés auprès des touristes quant aux lacunes concernant la signalisation, la propreté et le mobilier urbain;

CONSIDÉRANT le rôle principal de Tourisme Montréal d'effectuer la promotion touristique de Montréal et le rôle complémentaire qu'il pourrait et devrait jouer pour concerter les principaux intervenants de l'agglomération dans la mise en valeur des attraits touristiques montréalais;

¹ Il est à noter que, dans les considérants et recommandations qui suivent, Montréal désigne l'Agglomération, c'est-à-dire la Ville de Montréal et les villes liées, sauf indication contraire.

CONSIDÉRANT qu'en vertu de la Loi 75, l'agglomération a le mandat d'assurer la promotion et l'accueil des touristes;

LA COMMISSION PERMANENTE DU CONSEIL D'AGGLOMÉRATION SUR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE RECOMMANDE :

Recommandations générales

R-1

Que Montréal, en collaboration avec ses partenaires, assure la pérennité des grands événements par un soutien financier et technique;

R-2

Que Montréal encourage la tenue d'événements qui contribueraient à prolonger la saison touristique par des activités étalées sur quatre saisons;

Financement

R-3

Que Montréal ait accès à une nouvelle source de revenus, par exemple, en majorant la taxe sur l'hébergement de 0,5%, la part qui lui serait remise pour créer un fonds dédié pour investir dans la qualité du produit touristique.

R-4

Que Montréal reconduise le programme de propreté, Montréal.net.

Grands projets

R-5

Que Montréal continue à stimuler la mise en œuvre du Quartier des spectacles et de ses différentes composantes : la signalisation, la vitrine culturelle et le parc des festivals;

R-6

Que Montréal investisse dans la revitalisation de la rue Sainte-Catherine, entre les rues Atwater et Amherst;

R-7

Que Montréal intervienne auprès des acteurs concernés, en particulier auprès de ses partenaires gouvernementaux et de partenaires privés, afin que se concrétisent les projets touchant les équipements culturels : salle de l'OSM, conservatoires, agrandissement des musées de Pointe-à-Callière, des Beaux-Arts, d'Art contemporain et McCord;

R-8

Que Montréal mobilise ses partenaires pour la mise en oeuvre du projet de la Société du Havre qui vise à restructurer la trame urbaine et à rapprocher la ville de son fleuve en multipliant les points de contact avec l'eau;

R-9

Que Montréal encourage le gouvernement fédéral à poursuivre ses investissements dans le site du Vieux-Port, de manière à mettre en valeur le patrimoine maritime et portuaire, à en faire un lieu animé de diffusion culturelle et ainsi bonifier l'offre touristique du quartier historique.

R-10

Que Montréal, en partenariat avec les acteurs concernés, se dote d'un centre de foires afin de concurrencer les autres destinations touristiques nord-américaines;

Pôle Maisonneuve**R-11**

Que Montréal invite tous les acteurs concernés à consolider le développement du pôle Maisonneuve autour d'une vision d'ensemble en donnant une nouvelle vocation au Stade olympique, dans les meilleurs délais, et en intégrant les équipements actuels et à venir : le Planétarium qui y sera relocalisé, le stade Saputo, l'Espace de diffusion des cultures autochtones (projet en gestation);

Montréal bleu et vert et marchés à cibler**R-12**

Que Montréal sollicite ses partenaires afin de mettre en valeur, dans son offre touristique, la présence de son réseau bleu, de même que ses espaces verts et ses pistes cyclables qui font partie de l'identité de Montréal et qui répondent à une demande de plus en plus grande en *écotourisme*;

R-13

Que Montréal et Tourisme Montréal développent, avec leurs partenaires, une approche ciblée pour des marchés spécifiques comme celui des visiteurs qui n'en sont pas à une première visite;

R-14

Que Montréal s'implique et sollicite ses partenaires afin d'offrir un accueil à grand déploiement aux congressistes du MPI (*Meeting Professionals International*) qui se réuniront à Montréal en juillet 2007;

R-15

Que Montréal et Tourisme Montréal généralisent ce type d'accueil à d'autres événements du même genre;

Partenariat

R-16

Que Tourisme Montréal aide les pôles touristiques situés sur l'ensemble de son territoire à compléter l'offre touristique concentrée au centre-ville (à titre d'exemples : le pôle des Rapides, le canal Lachine, le parc du mont Royal, les parcs régionaux, les pistes cyclables, la route panoramique du bord de l'eau, etc.);

Signalisation et information

R-17

Que Montréal sensibilise le ministère des Transports du Québec à la nécessité impérieuse d'améliorer la signalisation d'acheminement vers Montréal sur les voies d'accès à Montréal (autoroutes 10, 15, 20, 30, 40);

R-18

Que Montréal améliore la signalisation d'acheminement et l'information aux touristes aux entrées de l'île et sur le territoire;

R-19

Que Montréal actualise et poursuive la gestion du programme de signalisation touristique qui a été réalisé entre 1992 et 2000, en collaboration avec le ministère des Transports du Québec et Tourisme Montréal et avec la participation financière des attraits touristiques;

R-20

Que Montréal sollicite la collaboration de Tourisme Montréal et des autres acteurs de l'industrie *récréotouristique* afin d'améliorer l'accueil des visiteurs en installant des kiosques d'information dans des lieux stratégiques sur le territoire;

Transport

R-21

Que Montréal encourage un projet de navette ou de tramway visant à relier les différents sites et attraits touristiques;

R-22

Que Montréal intervienne avec détermination auprès du gouvernement fédéral et des intervenants concernés pour accélérer la mise en place d'un service de liaison rapide entre l'aéroport de Dorval et le centre-ville;

Propreté, entretien et aménagement urbain

R-23

Que les arrondissements et les villes liées fréquentés par les touristes accordent une attention particulière à la propreté qui joue un rôle primordial dans la qualité du produit touristique et dans la perception des touristes;

R-24

Que l'administration montréalaise revoie ses façons de faire pour assurer l'entretien régulier et nécessaire du mobilier urbain, dans les anciens arrondissements;

R-25

Que Montréal rehausse l'aménagement de certains secteurs où convergent les touristes, comme le square Dorchester qui pourrait devenir un lieu d'animation hivernale avec une patinoire, le retour de l'ancien palais de glace et autres attraits saisonniers;

R-26

Que Montréal profite des travaux entourant l'implantation à venir du CHUM et le recouvrement éventuel de l'autoroute Ville-Marie pour revoir et améliorer l'accès, depuis le métro Champ-de-Mars, à la cité administrative, au Vieux-Montréal et au Vieux-Port,;

Formation**R-27**

Que le Bureau du taxi soit sensibilisé à l'importance d'offrir une formation de base sur les principaux attraits touristiques de Montréal aux chauffeurs de taxi avec qui, bien souvent, les touristes établissent le premier contact.

R-28

Que Montréal sensibilise tous les acteurs de l'industrie à l'importance de la formation au service à la clientèle dans la restauration, l'hôtellerie, ainsi que dans les divers lieux touristiques;