

Montréal et son économie du tourisme en 2019

RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

MONTRÉAL ATTEINT DES SOMMETS INÉGALÉS

Le tourisme est en plein essor partout dans le monde. Sur la planète voyage, de nouvelles destinations voient le jour et les villes se font concurrence pour attirer une clientèle en quête de nouveauté, d'authenticité et d'émotions. À la fois européenne et nord-américaine, Montréal tire avantageusement son épingle du jeu grâce aux efforts concertés du secteur touristique et de l'hôtellerie, de Tourisme Montréal et de diverses instances gouvernementales.

Ville festive et créative, ville du bien-vivre et du vivre-ensemble, Montréal a beaucoup à offrir aux touristes qui n'ont jamais été aussi nombreux ! On aurait pu croire que le 375^e anniversaire de la métropole allait constituer un plateau en 2017. Or, tous les indicateurs démontrent qu'il a été un levier. Ainsi, les retombées économiques viennent prouver cette tendance à la hausse.

CHIFFRES IMPRESSIONNANTS

Les stratégies d'accueil de Tourisme Montréal et de ses partenaires visent à assurer des séjours de qualité, tout en optimisant les retombées économiques. En 2018, Montréal a ainsi accueilli plus de 11 millions de touristes, qui ont dépensé plus de 4,5 milliards de dollars. Déjà, 2019 laisse présager de nouveaux records. Yves Lalumière note également que l'ajout de nombreuses liaisons aériennes contribue à diversifier les clientèles. Il cite plus particulièrement la France, la Chine et le Mexique, trois pays dont les touristes affichent un intérêt exponentiel.

Il signale qu'une nouvelle liaison directe, comme Montréal-Shanghai, peut à elle seule créer 200 nouveaux emplois directs. Il souligne aussi qu'en saison estivale, 50 % des clients fréquentant la rue Sainte-Catherine, au centre-ville, sont des touristes.

Sur la même lancée, la présence croissante de bateaux de croisières constitue un nouvel atout de taille.

En 2018, 25 navires transportant un total de 127 000 passagers et membres d'équipage ont accosté 82 fois au Port de Montréal.

SOUTIEN CRUCIAL

En plus de développer ses propres initiatives, Tourisme Montréal soutient des dizaines de festivals et d'événements culturels bénéficiant aux touristes et aux communautés locales : « Les événements que nous soutenons engrangent des recettes récurrentes et appréciables, aptes à engendrer des flux touristiques et monétaires importants », explique le PDG de Tourisme Montréal. Au fil des ans, l'engagement de l'organisme aura joué un rôle primordial dans l'essor et le rayonnement de la métropole. Pensons aux événements grand public et à l'effervescence musicale du Quartier des Spectacles qui ajoutent à l'attrait pour la métropole.

Un récent sondage Ipsos indique d'ailleurs que 95 % des touristes d'agrément et d'affaires ayant séjourné à Montréal en 2018 étaient satisfaits ou très satisfaits de leur expérience.

Selon Yves Lalumière, la cartographie des ventes de nouveaux avions dans le monde, la saturation touristique de plusieurs villes européennes et l'attrait pour le caractère unique de Montréal permettent d'anticiper des horizons économiques favorables.

MONTRÉAL EST PRÊTE

L'engouement pour Montréal est palpable. La bonne nouvelle est que Montréal est prête à accueillir cet afflux touristique.

D'ici 2022, Tourisme Montréal souhaite atteindre les 13,5 millions de visiteurs. « On parle non seulement d'un nouvel apport monétaire que les touristes injectent dans le système économique montréalais, mais aussi d'un rayonnement de notre métropole à l'international, affirme Yves Lalumière.

« Avec leur regard enthousiaste, les touristes contribuent à renforcer le sentiment d'engagement et de fierté des citoyens à l'égard de leur ville », ajoute-t-il en citant la gastronomie, la variété et la qualité des expériences qui prévalent dans tous les quartiers.

Depuis 1919, Tourisme Montréal joue un rôle de premier plan dans l'orientation et le déploiement de stratégies soutenant le développement de produits et d'offres touristiques innovantes. Comme jamais dans son histoire, Montréal semble donc parfaitement positionnée pour se démarquer à l'échelle internationale.

TOURISME D'AFFAIRES

MONTRÉAL : PREMIÈRE VILLE EN AMÉRIQUE DU NORD POUR L'ACCUEIL D'ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX

Le tourisme d'affaires joue un rôle crucial dans la vitalité économique de Montréal et du Québec. En plus de contribuer à la création de milliers d'emplois, Tourisme Montréal, par ses unités « Événements d'affaires Montréal » et « Événements sportifs Montréal », investit des ressources significatives, avec la collaboration des partenaires du milieu montréalais, comme le Palais des congrès de Montréal, pour positionner la métropole comme destination phare en matière d'organisation de congrès, d'événements, de salons, de conférences et de grandes compétitions sportives.

Les résultats sont probants : l'an dernier, Montréal a accueilli plus de 1,5 million de personnes spécifiquement venues pour affaires. Pour y arriver, son équipe des ventes effectue du démarchage sur le marché des congrès associatifs, des réunions, des conférences, des voyages de motivation et des événements sportifs. Puis en aval, son équipe des services aux congrès soutient les organisateurs de rencontres professionnelles, en les accompagnant en matière de planification, de promotion et d'accueil.

Tourisme Montréal joue ainsi un rôle capital dans la promotion de la destination de Montréal avec son Palais des congrès, centre de premier plan directement situé au cœur de la ville, ce qui représente un grand atout. Et plus le Palais des congrès est rempli, plus les hôtels, restaurants et attractions tournent à plein régime.

« Si Montréal est la ville qui accueille le plus d'événements internationaux dans les Amériques, c'est en grande partie grâce au travail de partenariat entre le Palais, Tourisme Montréal, les Ambassadeurs du Palais et les universités, l'Association des hôteliers du grand Montréal et les autres partenaires de l'industrie. »

— Robert Mercure, président-directeur général du Palais des congrès de Montréal

« La ville jouit d'un important pouvoir d'attraction auprès des organisations mondiales qui reconnaissent l'excellente synergie qui existe entre les différents acteurs de la métropole », explique Robert Mercure, président-directeur général du Palais des congrès de Montréal. « Tourisme Montréal demeure un incontournable lorsque les organisateurs de congrès de grande envergure doivent choisir une destination pour leur prochain événement et nos équipes travaillent de concert pour attirer ces groupes dans notre ville, notre Palais » ajoute-t-il.

TOURISME D'AFFAIRES : TOUJOURS PLUS HAUT

Autres bonnes nouvelles ? Les touristes venus à Montréal pour affaires génèrent des retombées estimées à 927,4 M \$, soit 21 % du total des dépenses touristiques. Tourisme Montréal a également enregistré plus de 380 000 nuitées, dépassant ses objectifs et marquant un record avec plus de 500 congrès, réunions et événements sportifs comptabilisés.

Un récent sondage Ipsos indique que 84 % des touristes d'affaires souhaitent revenir à Montréal pour une visite d'agrément.

L'ajout de nouvelles liaisons directes d'Air Canada à destination de l'aéroport Montréal-Trudeau (YUL) et le rôle accru d'Air Transat positionnent Montréal comme plaque tournante internationale : en 2018, près de 20 millions de passagers ont franchi les portes de l'aéroport. Plusieurs autres partenaires s'inscrivent dans cette stratégie d'accueil, comme le Port de Montréal. Les initiatives de marketing et de relations de presse de Tourisme Montréal consolident aussi l'image de marque de la métropole auprès de la clientèle d'affaires et sportive.

VOIR ET FAIRE GRAND

Plusieurs grands événements contribuent également à cette performance, dont le World Summit AI (Artificial Intelligence) tenu en avril dernier. Parmi les événements à venir, le repêchage de la LNH apportera une manne substantielle à Montréal l'été prochain. En juin 2021, le congrès annuel du Lions Clubs International attirera à lui seul 15 000 délégués, ce qui se traduira par 50 000 nuitées d'hébergement et des retombées d'environ 40 millions de dollars. En 2023, le Championnat du monde de danse irlandaise accueillera 6 000 participants, pour un total de 18 000 nuitées.

Tourisme Montréal prévoit atteindre 1,5 million de nuitées supplémentaires en hébergement commercial dans les hôtels de Montréal en 2022, soit une hausse de 30 % par rapport à 2018. On franchirait ainsi le seuil des 13,5 millions de visiteurs, soit 2 millions de plus qu'en 2018.

Célébrant un siècle de promotion, d'accueil et d'hospitalité, Tourisme Montréal continue de voir grand et loin, tant pour ses membres, ses partenaires que pour l'ensemble de la collectivité montréalaise. Les prochaines décennies s'annoncent prometteuses pour l'essor de Montréal, grâce entre autres à l'appui à l'organisme de la Ville de Montréal, du ministère du Tourisme du

Québec, de Développement économique Canada et du ministère du Tourisme, des Langues officielles et de la Francophonie du Canada. Des équipes mobilisées et actives participent activement chaque jour au rayonnement international de Montréal auprès de la clientèle d'affaires et sportive.

Tiré de La Presse+, ce texte est édité pour la CGAQ par Luc de Bellefeuille, 23 septembre 2019.