

DISCOURS DE L'HONORABLE CHARLES LAPOINTE, C.P.
CHAMBRE DE COMMERCE DU MONTRÉAL MÉTROPOLITAIN (CCMM)
MARDI LE 30 JANVIER 2007

GRANDEURS ET MISÈRES DU TOURISME MONTRÉALAIS

DISTINGUÉS INVITÉS,
CHERS AMIS ET PARTENAIRES,

1. LES DISCOURS SE SUIVENT ET SE RESSEMBLENT ...

BONJOUR,

C'EST AVEC PLAISIR QUE JE RÉPONDS À LA DEMANDE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE DU MONTRÉAL MÉTROPOLITAIN DE DISCOURIR AUJOURD'HUI DE LA GRANDEUR ET AUSSI DES MISÈRES DU TOURISME MONTRÉALAIS. NOTRE INDUSTRIE TOURISTIQUE EST TROP SOUVENT PERÇUE COMME LE PARENT PAUVRE DES SECTEURS INDUSTRIELS. POURTANT, AU QUÉBEC, AVEC DES RECETTES DE 2,4 MILLIARDS DE DOLLARS PROVENANT DES TOURISTES ÉTRANGERS SEULEMENT, LE TOURISME REPRÉSENTE LE 5E PRODUIT D'EXPORTATION.

À MONTRÉAL, LES RÉSULTATS PARLENT D'EUX-MÊMES : ENTRE 2000 ET 2005, NOUS AVONS EU LA MEILLEURE PERFORMANCE TOURISTIQUE AU CANADA, DANS UNE PÉRIODE OÙ L'ÉCONOMIE MONTRÉALAISE N'ÉTAIT PAS LA MEILLEURE DES VILLES CANADIENNES. CE N'EST PAS RIEN !

NOUS AVONS REÇU L'AN DERNIER À MONTRÉAL PAS MOINS DE 7,5 MILLIONS DE TOURISTES, DONT PRÈS DE 2 MILLIONS PROVENANT DE L'EXTÉRIEUR DU CANADA.

À L'HEURE ACTUELLE, LE TOURISME À MONTRÉAL, CE SONT DES DÉPENSES DE PLUS DE 2,5 MILLIARDS DE DOLLARS (DONT UN MILLIARD DÉPENSÉ PAR DES TOURISTES ÉTRANGERS), PRÈS DE 70 000 EMPLOIS, UNE MASSE SALARIALE DE 1,6 MILLIARD DE DOLLARS.

VOUS ME DIREZ QUE TOUTES LES INDUSTRIES ONT LEUR BEAUX ET GROS CHIFFRES...

ALORS, COMPARONS UN PEU AVEC D'AUTRES SECTEURS. UNE DÉPENSE DE 100 \$ EN TOURISME GÉNÉRERA :

- 72 \$ EN CRÉATION DE RICHESSE (LE P.I.B.), 6 \$ DE PLUS QUE LE SECTEUR DE LA CONSTRUCTION RÉSIDENTIELLE ET 15 \$ DE PLUS QUE L'AÉRONAUTIQUE ;
- 26 \$ EN REVENUS FISCAUX ET PARAFISCAUX POUR LES GOUVERNEMENTS DU QUÉBEC ET DU CANADA, 8 \$ DE PLUS QUE LA CONSTRUCTION ET 16 \$ DE PLUS QUE L'AÉRONAUTIQUE ;
- UNE DÉPENSE TOURISTIQUE DE 100 M\$ GÉNÉRERA ET MAINTIENDRA EN MOYENNE 1370 EMPLOIS AU QUÉBEC, 347 DE PLUS QUE DANS LA CONSTRUCTION ET 1055 DE PLUS QU'EN AÉRONAUTIQUE.

PARLONS MAINTENANT DE MONTRÉAL, PRODUIT TOURISTIQUE.

IL RESTE BEAUCOUP DE TRAVAIL À FAIRE À CE CHAPITRE.

EN MARS 2003, VOILÀ PRESQUE QUATRE ANS, J'ÉTAIS SUR CETTE MÊME TRIBUNE À VOUS ANNONCER L'ARRIVÉE IMMINENTE DU PARC DES FESTIVALS, DU COMPLEXE SPECTRUM, DE LA SALLE DE L'OSM, DU NOUVEAU PAVILLON DU MUSÉE DES BEAUX-ARTS, DE L'ÉCOLE DES MÉTIERS DU TOURISME DANS L'ÉDIFICE VIGER, DE L'AGRANDISSEMENT DE POINTE-À-CALLIÈRE, LE MUSÉE D'ARCHÉOLOGIE... JE PARLAIS ÉGALEMENT QU'IL ÉTAIT PLUS QU'URGENT DE DOTER MONTRÉAL D'UN CENTRE DE FOIRES DE CALIBRE INTERNATIONAL ET QUE LA CONSTRUCTION DÉFINITIVE D'UN TOIT SUR LE STADE OLYMPIQUE ÉTAIT URGENTE.

CE SONT DES PROJETS QUI N'ONT PAS VRAIMENT BOUGÉ EN QUATRE ANS. POURTANT, CE SONT AUTANT D'INFRASTRUCTURES QUI AURAIENT FAIT EN SORTE D'ATTIRER BEAUCOUP PLUS DE TOURISTES À MONTRÉAL.

CELA DIT, DE GRANDS PROJETS SONT EN CHANTIER OU SUR LES PLANCHES À DESSIN ET ILS MÉRITENT NOTRE SUPPORT ACTIF. ON N'A QU'À PENSER AU STADE DES ALOUETTES OU ENCORE AU QUARTIER DES SPECTACLES, AU QUARTIER CONCORDIA, AUX PLANS DE L'UQAM SUR L'ÎLOT VOYAGEUR, L'INSTALLATION D'INFRASTRUCTURES SUR LES TERRAINS DE LA GARE DE TRIAGE D'OUTREMONT, CE QUI OUVRIRA LA PORTE À UNE LARGE EXPANSION DE L'UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL, LES DEUX CENTRES HOSPITALIERS UNIVERSITAIRES ANNONCÉS ET À LA TRANSFORMATION DE L'ANCIENNE GARE VIGER EN UN COMPLEXE HÔTELIER D'IMPORTANCE.

MAIS LA PLUPART DE CES PROJETS NE SONT PAS ESSENTIELLEMENT TOURISTIQUES.
REVENONS AU RAS DES PAQUERETTES : JE LE RÉPÈTE SANS CESSÉ DEPUIS 1992 - LE CENTRE-
VILLE DE MONTRÉAL PEUT ET DOIT DEVENIR LE PLUS BEAU D'AMÉRIQUE DU NORD. VOILÀ UN
PROJET TOURISTIQUE, MAIS, QUI PARTICIPERA À CONCRÉTISER CETTE VISION ?

2. CE QUE NOUS FAISONS À TOURISME MONTRÉAL

TOURISME MONTRÉAL ?

NON, NOTRE TRAVAIL, À TOURISME MONTRÉAL, NOTRE RESPONSABILITÉ DANS L'AMÉLIORATION DU TOURISME, C'EST DE DONNER ENVIE AUX TOURISTES DE TOUS LES CONTINENTS DE VENIR VISITER MONTRÉAL ! LES CONVAINCRE QUE MONTRÉAL EST LE MEILLEUR ENDROIT POUR PASSER DES VACANCES OU POUR S'Y RENCONTRER PAR AFFAIRES OU POUR UN CONGRÈS.

PLUS OFFICIELLEMENT, NOTRE MANDAT CHEZ TOURISME MONTRÉAL EST :

« D'ASSUMER LE LEADERSHIP POUR LES EFFORTS DE PROMOTION ET D'ACCUEIL DE LA DESTINATION MONTRÉAL ET ORIENTER LE DÉVELOPPEMENT DU PRODUIT TOURISTIQUE MONTRÉALAIS »

NOTRE MISSION EST TRÈS CLAIRE : NOUS DEVONS ORIENTER LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE. CELA SIGNIFIE :

1. QUE NOUS N'AVONS PAS LES RESSOURCES, NI LES MOYENS D'ÊTRE MAÎTRES D'ŒUVRE DES PROJETS DE DÉVELOPPEMENT ;

2. QUE VISIBLEMENT DE NOMBREUX ACTEURS DU MILIEU DES AFFAIRES AINSI QUE LES AUTORITÉS PUBLIQUES ONT LE POUVOIR - À DÉFAUT D'EN AVOIR L'OBLIGATION - DE MATÉRIALISER DE NOUVEAUX PROJETS.
3. QUE NOUS ASSUMONS, TOUS AUTANT QUE NOUS SOMMES, UN RÔLE DANS LE SUPPORT AUX NOUVEAUX PROJETS ET À L'AMÉLIORATION CONTINUE DE NOTRE VILLE. ON LE FAIT PREMIÈREMENT POUR NOTRE BÉNÉFICE À TOUS COMME CITOYEN. MAIS, CE FAISANT, NOUS ACCROISSONS L'ATTRACTIVITÉ DE MONTRÉAL COMME DESTINATION TOURISTIQUE DE CALIBRE INTERNATIONAL.

DEPUIS MA DERNIÈRE PRÉSENCE À CETTE TRIBUNE, LES MAURICE FORGET, JEAN-MARC EUSTACHE, ALAIN COUSINEAU, RICHARD FLORIDA SONT VENUS VOUS DIRE COMBIEN MONTRÉAL ÉTAIT UNE BELLE VILLE, COMBIEN SA CRÉATIVITÉ CULTURELLE ET SON SENS DE L'INNOVATION SONT SI PARTICULIERS À L'ÉCHELLE NORD-AMÉRICAINE, VOIRE MONDIALE. MAURICE FORGET ÉCRIVAIT DANS LE DEVOIR DU 30 AVRIL 2006 : « ON N'A QU'À SE PROMENER AILLEURS POUR SE RENDRE COMPTE DE L'IMPORTANCE DE LA CRÉATIVITÉ ET DE L'EFFERVESCENCE DU MILIEU CULTUREL À MONTRÉAL. MONTRÉAL EST LA VILLE CULTURELLE DU CANADA ET NOUS FIGURONS CERTAINEMENT DANS LE PELOTON DE TÊTE EN CE QUI CONCERNE LES VILLES NORD-AMÉRICAINES. »

3. LE BLUES DE MONTRÉAL

J'Y SOUSCRIS ET J'EN SUIS ! CECI ÉTANT DIT, EST-CE SI IMPORTANT DE TROUVER UNE ÉTIQUETTE ? MÉTROPOLE CULTURELLE, VILLE CRÉATIVE, VILLE DE SAVOIR, VILLE GASTRONOMIQUE, MÉTROPOLE DE LA SANTÉ, VILLE DE DESIGN, CAPITALE DE L'AÉRONAUTIQUE, VILLE PHARMACEUTIQUE, VILLE DES FESTIVALS ET J'EN PASSE. MONTRÉAL, N'EST-CE PAS TOUT SIMPLEMENT UNE VILLE OÙ IL FAIT BON VIVRE, OÙ L'ART DE VIVRE S'EXPRIME AVEC PASSION ? TOUTES LES CARACTÉRISTIQUES QUE JE VIENS D'ÉVOQUER SONT VRAIES. CEPENDANT, LORSQUE JE REGARDE LA VILLE, MON CONSTAT EST QUE MONTRÉAL NE VA PAS TRÈS BIEN, MONTRÉAL N'EST PAS TRÈS JOLIE ... ET QUAND JE ME PROMÈNE DANS LES RUES DE CERTAINS QUARTIERS - PAS LES PLUS MALFAMÉS, LES QUARTIERS TOURISTIQUES - J'AI LE BLUES DE MONTRÉAL.

VIDÉO DE ID3

MONTRÉAL EST, ENCORE TROP SOUVENT, LAIDE. À TROP SOUVENT S'AUTO-CONGRATULER, ON OUBLIE PARFOIS DE VOIR LES PETITES HORREURS QUE NOUS CÔTOYONS QUOTIDIENNEMENT, MAIS QUI SAUTENT AUX YEUX DES TOURISTES EN VISITE ICI.

VOUS VOUS RAPPELLEREZ TOUT CE QU'A DIT SIMON ANHOLT, GOUROU DU BRANDING DES PAYS ET DES VILLES, LORS DE SA PREMIÈRE VISITE À MONTRÉAL L'AN DERNIER. COMMENTANT

L'ÉTAT DES ROUTES ENTRE L'AÉROPORT MONTRÉAL-TRUDEAU ET LE CENTRE-VILLE, IL AVAIT DIT :

« JE CROYAIS M'ÊTRE TROMPÉ DE PAYS ET ÊTRE ATTERRI AU KAZAKHSTAN ... »

NOUS AVONS TOUS SURSAUTÉ EN ENTENDANT SES PROPOS QUI NOUS RENVOYAIENT UNE IMAGE DIFFÉRENTE DE NOUS. MAIS DANS LES FAITS, IL AVAIT RAISON.

UN AUTRE EXEMPLE, UN AMI LONDONIEN M'AVAIT DIT QU'UN DE SES AMIS, LUI-MÊME LONDONIEN VENAIT EN AMÉRIQUE DU NORD POUR LA PREMIÈRE FOIS ET COMPTAIT VISITER MONTRÉAL ET D'AUTRES VILLES AMÉRICAINES. LORSQU'IL A ÉTÉ DE RETOUR CHEZ LUI, JE LUI AI ENVOYÉ UN COURRIEL POUR SAVOIR COMMENT IL AVAIT APPRÉCIÉ SON VOYAGE. QUELLE N'A PAS ÉTÉ MA SURPRISE DE LE VOIR ME RÉPONDRE QU'IL AVAIT PRÉFÉRÉ CHICAGO À MONTRÉAL, PARCE QUE CHICAGO ÉTAIT DE LOIN PLUS BELLE ET PLUS PROPRE ... « I HAVE TO TELL YOU THIS, I LOVED MONTREAL BUT I MUCH PREFERRED CHICAGO. I FOUND MONTREAL A BIT RUN DOWN, THERE WERE MANY DERELICT BUILDINGS AND THE CLEANLINESS LEFT MUCH TO BE DESIRED. »

CES VOYAGEURS INTERNAUTES PARLENT DE NOUS SUR DES PLATES-FORMES - BLOGUES EN TOUT GENRE - OÙ ILS SONT LUS PAR DES MILLIERS DE VISITEURS, POTENTIELLEMENT INTÉRESSÉS À VISITER MONTRÉAL, QUI FONT D'AVANTAGE CONFIANCE À D'ILLUSTRES

INCONNUS QU'À NOUS ! ET QUAND ON REGARDE PLUS ATTENTIVEMENT LES COMMENTAIRES DES INTERNAUTES - QUE NOUS SURVEILLONS DÉSORMAIS DE TRÈS PRÈS - NOTRE EGO EN PREND POUR SON RHUME ... NOUS QUI NOUS CROYIONS SI BEAUX ET SI PARFAITS !

UN EXEMPLE ? VOICI CE QUE DISAIT UN NEW-YORKAIS EN VISITE À MONTRÉAL CET ÉTÉ. NOTEZ QU'IL A APPRÉCIÉ SON VOYAGE... PAR CONTRE, VOYONS CE QUI L'A LE PLUS MARQUÉ :

"RUE STE-CATHERINE IS AN INTERESTING PLACE WITH BOTH GOOD AND BAD QUALITIES. SINCE I LIVE IN NEW YORK, I KNOW DIRTY STREETS BUT THIS BY FAR WAS THE DIRTIEST STREET I HAVE EVER VISITED. EVERYWHERE YOU WENT THERE WAS A FOWL ODOR OF WASTE AND BLEACH."

DANS CE NOUVEAU CONTEXTE, MONTRÉAL NE PEUT PAS SE CONTENTER D'UNE APPROCHE « SOIT BELLE ET TAIS TOI ! » ...

[APARTÉ] ON PEUT PEUT-ÊTRE CONTINUER À SE TAIRE, MAIS ASSURÉMENT, ON NE PEUT PAS CONTINUER À S'ENLAIDIR...

4. LE « PRODUIT » TOURISTIQUE MONTRÉALAIS

CES « PETITS DÉTAILS », LA PROPRETÉ, L'ÉTAT DU MOBILIER URBAIN, L'ENTRETIEN DES RUES, BOULEVARDS ET TROTTOIRS SONT AUTANT DE PETITES MISÈRES QUE NOUS NE VOYONS PLUS ...

ON ENTEND TROP SOUVENT DE LA PART DES POUVOIRS PUBLICS LE DISCOURS « NOUS N'AVONS PAS D'ARGENT ... ». CE QUE JE PROPOSE, SANS METTRE UN SOU DE PLUS, C'EST QUE NOUS INSTAURIONS UNE CULTURE DE LA QUALITÉ. QUE NOUS FASSIONS AVEC QUALITÉ CE QUE NOUS AVONS À FAIRE.

EST-IL NORMAL QUE LA SIGNALISATION TOURISTIQUE DE MONTRÉAL N'AIT PAS ÉTÉ MODIFIÉE DEPUIS QUATRE ANS, PARCE QUE PERSONNE NE SAIT PRÉCISÉMENT À QUI EN INCOMBE LA RESPONSABILITÉ !? PLUTÔT QUE DE CHERCHER À REFILER LE PROBLÈME À QUELQU'UN D'AUTRE, EST-CE QUE QUELQU'UN NE VOUDRAIT PAS RÉGLER CE DOSSIER !

EST-IL NORMAL QU'IL MANQUE UN ARBRE SUR DEUX SUR LA RUE PEEL DANS LES TROUS PRÉVUS À CET EFFET !? COMMENT SE FAIT-IL QUE NOS ESPACES POUR LES ARBRES, COMME VOUS L'AVEZ VU DANS LA VIDÉO TOUT À L'HEURE, SERVENT D'AVANTAGE DE POUCELLE À CIEL OUVERT QU'À HÉBERGER DES ARBRES. QUAND ON VOIT LE SOIN QUE TORONTO, NEW YORK, WASHINGTON, BOSTON ET AUTRES VILLES METTENT À S'OCCUPER DE LEURS

ARBRES ? JE ME DEMANDE SI SIMON ANHOLT N'AVAIT PAS RAISON ET QUE NOUS AVONS UNE VISION TIERS-MONDISTES DE NOTRE VILLE ...

POURQUOI Y A-T-IL TANT D'AMPOULES BRULÉES DANS LES LAMPADAIRES DE LA RUE SHERBROOKE ? POURQUOI NE REMPLACE-T-ON PAS LES TUILES DE CÉRAMIQUES TOMBÉES DANS LE TUNNEL RUE DE LA MONTAGNE DONNANT ACCÈS AU CENTRE-VILLE À PARTIR DE L'AUTOROUTE VILLE-MARIE ? MÊME SITUATION DANS LE TUNNEL LOUIS-HIPPOLYTE-LAFONTAINE.

EST-IL NORMAL QUE LE SEUL SQUARE NON-ILLUMINÉ AU TEMPS DES FÊTES AIT ÉTÉ LE SQUARE DORCHESTER, SITUÉ AU CŒUR DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE MONTRÉLAISE ? POURQUOI LA VILLE NE RÉNOVERAIT-ELLE PAS LE SQUARE DORCHESTER OÙ IL NE RESTE MÊME PLUS DE GAZON EN ÉTÉ ? ON POURRAIT Y INSTALLER LES INFRASTRUCTURES NÉCESSAIRES POUR UNE PATINOIRE AU CENTRE-VILLE ET UNE FOIS RÉNOVÉ, QU'ON EN CONFIE LA GESTION À DESTINATION CENTRE-VILLE.

CERTES, IL Y A AMÉLIORATION AU NIVEAU DE LA PROPRETÉ, MAIS IL FAUT FAIRE BEAUCOUP PLUS.

AUTRE SUJET DE DÉCEPTION, ET C'EST LA DERNIÈRE FOIS QUE J'EN PARLERAI AVANT DE TOURNER LA PAGE SUR LE DOSSIER, C'EST LA CRÉATION D'UN NOUVEAU COMPLEXE DE

DIVERTISSEMENT LIÉ AU DÉMÉNAGEMENT DU CASINO AU BASSIN PEEL, AVEC LA COMPLICITÉ ARTISTIQUE DU CIRQUE DU SOLEIL. CE FUT UNE SUPERBE OCCASION MANQUÉE. JE TIENS D'AILLEURS À RAPPELER QUE LE CIRQUE DU SOLEIL FAIT PARTIE DES 10 MARQUES DE COMMERCE LES PLUS CONNUES AU MONDE, AUX CÔTÉS DE COCA COLA ET D'ASPIRIN !

D'AILLEURS, CERTAINS OPPOSANTS AU PROJET CRAIGNAIENT QUE MONTRÉAL COPIE BÊTEMENT LAS VEGAS ... C'EST PLUTÔT LAS VEGAS QUI A EU LE FLAIR DE FAIRE APPEL AU GÉNIE MONTRÉALAIS, TANT DANS LA CONCEPTION DE SES SPECTACLES, DE SES SALLES DE SPECTACLES QUE DANS LE CHOIX DES ARTISTES D'ICI !!!

ET POURQUOI SUIS-JE DÉÇU ? PARCE QUE C'ÉTAIT LE PLUS IMPORTANT, LE PLUS INTÉGRÉ DES PROJETS RÉCRÉO-TOURISTIQUES QUI ONT ÉTÉ PROPOSÉS À MONTRÉAL. CE DERNIER CADRAIT PARFAITEMENT DANS L'ESSENCE DE CE QU'EST MONTRÉAL. IL ÉTAIT UNE RÉPONSE FORTE AU PROBLÈME DE COMPÉTITIVITÉ DE MONTRÉAL AVEC LES AUTRES DESTINATIONS URBAINES. SI ON INVESTIT NULLE PART, ON NE SERA JAMAIS CAPABLE DE SE DÉMARQUER DES AUTRES. ET À TROP COMPTER UNIQUEMENT SUR NOTRE JOIE DE VIVRE, ON SE FERA UN JOUR OU L'AUTRE SUPPLANTER PAR UNE NOUVELLE DESTINATION, PLUS JEUNE ET PLUS JOLIE !

ALORS, C'EST QUOI LE PRODUIT TOURISTIQUE MONTRÉALAIS ? IL FAUT L'AVOUEUR, MONTRÉAL NE DISPOSE PAS DE « *LANDMARK* », D'UN ATTRAIT À CE POINT FORT QU'IL ÉVOQUERAIT SUR LES MARCHÉS ÉTRANGERS CE QUE NOUS SOMMES, COMME PEUVENT L'ÊTRE

LA TOUR EIFFEL, LA STATUE DE LA LIBERTÉ OU ENCORE LE MUSÉE GUGGENHEIM. CE SONT LES GENS QUI À MONTRÉAL FONT LA DIFFÉRENCE : MONTRÉAL OFFRE DAVANTAGE UNE AMBIANCE, ELLE OFFRE DES LIEUX ANIMÉS ET ACCESSIBLES, LÀ OÙ LES AUTRES SE CONTENTENT D'INFRASTRUCTURES.

QU'ON SE COMPRENNE, JE DEMEURE CONVAINCU QUE NOUS AVONS UN PRODUIT EXCEPTIONNEL. LA NOTORIÉTÉ DE MONTRÉAL EST FORTE PARCE QUE MONTRÉAL EST UNE VILLE ORIGINALE.

ORIGINALE DE PAR SON HISTOIRE, DE PAR SA POPULATION MAJORITAIREMENT FRANCOPHONE, DE PAR SON CARACTÈRE COSMOPOLITE : UNE POINTE D'EUROPE EN AMÉRIQUE DU NORD.

5. NOUVEAU CONTEXTE

IL ÉTAIT POSSIBLE ENCORE, IL N'Y PAS SI LONGTEMPS, DE CACHER LES PETITS DÉTAILS DE LA LAIDEUR MONTRÉLAISE. QUI S'EN SOUCIAIT !?

MAIS LE CONTEXTE A DRASTIQUEMENT CHANGÉ. INTERNET - QUI EST UN OUTIL FABULEUX POUR REJOINDRE LES TOURISTES POTENTIELS - LEUR A DONNÉ UN POUVOIR QU'ILS N'AVAIENT JAMAIS EU PAR LE PASSÉ. PENDANT QU'ON FAIT DU MARKETING, LE TOURISTE

POTENTIEL, LUI, POSSÈDE DÉSORMAIS LE « POUVOIR » DE SAVOIR, DE PLANIFIER, DE COMMENTER ET MÊME DE FAIRE DES DÉGÂTS...

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES NE SONT PAS DE SIMPLES GADGETS, ELLES REPRÉSENTENT UN NOUVEAU MODE DE VIE PLANÉTAIRE.

CETTE NOUVELLE RÉALITÉ A AUSSI PROFONDÉMENT CHANGÉ LA FAÇON DONT ON FAIT NOTRE TRAVAIL À TOURISME MONTRÉAL. POUR DES FINS DE SIMPLIFICATION, NOTRE TRAVAIL DANS LES ANNÉES 80 CONSISTAIT À FAIRE DE GRANDES CAMPAGNES DE PUBLICITÉ DANS DE GRANDS MÉDIAS GÉNÉRALISTES ET À ESPÉRER QUE QUELQU'UN « ACCROCHE » À NOTRE PROPOSITION. ON LANÇAIT LE FILET À LA MER !

PUIS, AU MILIEU DES ANNÉES 90, TOURISME MONTRÉAL A ÉTÉ LA PREMIÈRE DESTINATION CANADIENNE À SE DOTER D'UN SITE INTERNET. SANS LE SAVOIR, NOUS AVIONS MIS LA MAIN DANS UN IMMENSE TORDEUR ! PUIS, L'INDUSTRIE DU VOYAGE S'EST DRAMATIQUEMENT MODIFIÉE.

AUJOURD'HUI, LES VOYAGEURS, SUR LEUR PROPRE SITE OU AUTRES SITES DE VOYAGES ET DE COMMENTAIRES - LES BLOGUES - DEVIENNENT EUX-MÊMES CHRONIQUEURS DE VOYAGES.

NOUS NOUS INTÉRESSONS DONC, À L'AIDE D'EXPERTS, À COMPRENDRE LA VALEUR DE CES SITES, À COMPRENDRE LES SUJETS QUI INTERPELLENT LE PLUS LES VISITEURS À MONTRÉAL ET À VOIR DE QUOI ILS PARLENT, QUELS SONT LEURS COUPS DE COEUR ET LEUR COUPS DE PIED...

ALORS, Désormais, avec ce pouvoir parallèle des internautes, nous avons recentré notre message pour faire valoir ce qu'est Montréal. L'identité de Montréal repose donc sur ce que nous sommes :

ACÉTATE SUR LA MARQUE PARAPLUIE

À LA FOIS NORD-AMÉRICAINS, EUROPÉENS ET NOUS-MÊMES !

- ✓ NOUS AVONS DES LIEUX RICHES EN HISTOIRE, DES PLACES FESTIVES ET ANIMÉES, COMME EN EUROPE ;
- ✓ NOUS POSSÉDONS AUSSI UN « BUZZ » URBAIN, D'IMPORTANTES INFRASTRUCTURES ET UNE EFFICACITÉ TOUTE NORD-AMÉRICAINNE ;
- ✓ ENFIN, NOUS AVONS UN CENTRE-VILLE HABITÉ ET CONCENTRÉ ET UNE ARCHITECTURE QUI TOUS DEUX NOUS SONT PROPRES.

ET LES MONTRÉALAIS SONT :

- ✓ ROMANTIQUES, ÉPICURIENS PASSIONNÉS ET RAFFINÉS : NOTRE HÉRITAGE EUROPÉEN ;
- ✓ RELAX, ACCESSIBLES ET OUVERTS D'ESPRIT : NOTRE TOUCHE NORD-AMÉRICAINE ;
- ✓ ET TRÈS CRÉATIFS, INNOVATEURS ET AYANT UNE CULTURE PROPRE, SPÉCIFIQUE À MONTRÉAL.

QU'EST-CE QUI NOUS ATTEND POUR LES PROCHAINES ANNÉES À MONTRÉAL EN MATIÈRE DE TOURISME ? JE DEVRAIS PLUTÔT DIRE : QUE POUVONS-NOUS FAIRE COLLECTIVEMENT POUR AMÉLIORER L'INDUSTRIE TOURISTIQUE MONTRÉLAISE ?

6. LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE, UNE RESPONSABILITÉ COLLECTIVE QUI NOUS INTERPELLE INDIVIDUELLEMENT

SALUONS LES GRANDES RÉALISATIONS DES DERNIÈRES ANNÉES QUI CONTRIBUENT À LA QUALITÉ DE NOTRE PRODUIT TOURISTIQUE. JE PENSE ENTRE AUTRES À LA TOHU ET À LA CITÉ DES ARTS DU CIRQUE, À L'ACHÈVEMENT DU SPLENDIDE QUARTIER INTERNATIONAL, L'AGRANDISSEMENT DE L'AÉROPORT DE DORVAL, OU ENCORE L'AGRANDISSEMENT DU PALAIS DES CONGRÈS ET LA NOUVELLE BIBLIOTHÈQUE NATIONALE.

SOULIGNONS AUSSI L'OUVERTURE DE NOMBREUX HÔTELS BOUTIQUES DE LUXE QUI ONT CONTRIBUÉ À LA RENAISSANCE DU VIEUX-MONTRÉAL.

IL Y A DU PROGRÈS; PENSONS QU'IL Y A DIX ANS, IL Y AVAIT UN PARKING EN FACE DE L'HÔTEL DE VILLE ET LA FONDERIE DARLING N'ÉTAIT PAS ENCORE DEVENUE UN CENTRE DE CRÉATION. LA RUE MCGILL EST MAINTENANT RÉNOVÉE, ON ÉLARGIT LES TROTTOIRS SUR LE BOULEVARD SAINT-LAURENT ET L'ÉCHANGEUR DES PINS A DISPARU. IL Y A DEUX ANS, DES MONTRÉALAIS DÉCIDAIENT D'INVESTIR DANS LE SUD-OUEST ET DE CRÉER PARISIAN LAUNDRY, LIEU DE DIFFUSION D'ART CONTEMPORAIN. LA SAT A OUVERT SES PORTES BOULEVARD SAINT-LAURENT. AUJOURD'HUI, DHC/ART FONDATION, ORGANISME VOUÉ AU SOUTIEN ET À LA PRÉSENTATION DE L'ART ACTUEL, S'INSTALLE SUR LA RUE SAINT-JEAN DANS LE VIEUX-MONTRÉAL. ENFIN, LA SALLE DE L'OSM SERA CONSTRUITE ET LA FAÇADE DE L'ÉGLISE ST-JAMES, RUE SAINTE-CATHERINE NOUS EST RÉVÉLÉE.

JE SUIS CONFIAINT QUE MONTRÉAL EST APPELÉE À UNE CROISSANCE, MAIS NOUS DEVONS DEMEURER EFFICACES, AVOIR LES MOYENS DE NOS AMBITIONS, POURSUIVRE NOTRE VISION... RENDRE MONTRÉAL ENCORE PLUS BELLE REPOSE ENTRE LES MAINS DES FORCES SOCIO-ÉCONOMIQUES ET POLITIQUES PRÉSENTES À MONTRÉAL, ET COMMENT Y ARRIVER ? PAR LA COLLABORATION ET LA COMPLÉMENTARITÉ ENTRE LES SECTEURS PUBLICS ET PRIVÉS.

LE QUARTIER INTERNATIONAL EST L'EXEMPLE D'UNE SUPERBE RÉUSSITE QUI A GRANDEMENT ACCRU L'ATTRACTIVITÉ DE MONTRÉAL. LA MÊME DYNAMIQUE ANIME LA MISE EN PLACE DU QUARTIER DES SPECTACLES. LES EFFORTS PROMOTIONNELS DE TOURISME MONTRÉAL SONT UN ÉLÉMENT EN AVAL DE CES EFFORTS COLLECTIFS.

EN FAIT, CE NE SONT PAS SEULEMENT LES MÉGAPROJETS QUI FERONT LA GRANDEUR DE MONTRÉAL. IL FAUT TRAVAILLER, INDIVIDUELLEMENT ET À NOTRE ÉCHELLE DE GENS D'AFFAIRES À ADOUCIR, APLANIR ET SOULAGER LES MISÈRES DE LA VILLE ! IL FAUT SE DONNER LE DÉSIR DE BIEN FAIRE LES CHOSES, DÈS MAINTENANT. POUR NOTRE PART, IL ME FAIT PLAISIR D'ANNONCER QUE TOURISME MONTRÉAL OFFRIRA 100 000 \$, SUR CINQ ANS, À *DESTINATION CENTRE-VILLE* POUR AMÉLIORER L'AMÉNAGEMENT DE LA RUE PEEL, LÀ OÙ NOUS AVONS PIGNON SUR RUE ET OÙ SE TROUVE LE CENTRE D'INFORMATION TOURISTIQUE. CETTE FORMULE, TRÈS COURANTE AUX ÉTATS-UNIS, VISE EN PLUS DES TRAVAUX EFFECTUÉS PAR LES MUNICIPALITÉS, À EN FAIRE ENCORE DAVANTAGE POUR EMBELLIR LES ARTÈRES COMMERCIALES. CE SERA NOTRE CONTRIBUTION À L'EMBALLISSEMENT DE MONTRÉAL !

JE VOUS DEMANDE, IMMÉDIATEMENT, PENDANT QUE MES PROPOS SONT FRAIS À VOTRE MÉMOIRE, DE VOUS DONNER L'OBLIGATION MORALE, EN RENTRANT AU BUREAU TOUT À L'HEURE, DE VOUS DONNER UN OBJECTIF D'AMÉLIORATION DE VOTRE ENVIRONNEMENT IMMÉDIAT, DE SUPPORT À UN ORGANISME CULTUREL OU AUTRE. MIEUX, DÈS VOTRE RETOUR AU BUREAU, CONVOQUEZ VOS COLLABORATEURS ET METTEZ-LES DANS LE COUP !

LA GRANDEUR DE MONTRÉAL, CE N'EST PAS L'INDUSTRIE TOURISTIQUE QUI LA CRÉE ... NOUS NE FAISONS QUE LA VENDRE. CE QUE NOUS SOMMES COMME MÉTROPOLE, C'EST VOUS QUI L'INVENTEZ CHAQUE JOUR. POURTANT, À L'IMAGE DE CET HONNÊTE COMMERÇANT QUE VOUS AVEZ VU DANS LA VIDÉO TOUT À L'HEURE, DEVANT SA BOUTIQUE DE *TATTOOS* ET DE *PIERCING* AU COIN DE STE-CATHERINE ET ST-LAURENT, QUI PASSAIT LE BALAI DE MANIÈRE ÉNERGIQUE, NOUS DEVONS METTRE LA MAIN À LA PÂTE. CERTAINS CHOISIRONT DE PARRAINER UN ORGANISME CULTUREL, TANT MIEUX, D'AUTRES D'EMBELLIR LA VILLE.

OU, ENCORE, PETIT TRUC FACILE, ESSAYEZ AUTANT QUE FAIRE SE PEUT DE TENIR LES RÉUNIONS DE VOS ENTREPRISES À MONTRÉAL. C'EST BIEN BEAU TORONTO, MAIS ON Y VA BIEN SOUVENT ! UN PETIT GESTE QUI FAIT UNE GRANDE DIFFÉRENCE.

UNE AUTRE FAÇON DE FAIRE UNE DIFFÉRENCE EST D'APPORTER VOTRE SOUTIEN AUX GRANDS ÉVÉNEMENTS MONTRÉALAIS. TOURISME MONTRÉAL INVESTIT DÉJÀ DEUX MILLIONS DE DOLLARS ANNUELLEMENT POUR SOUTENIR LES FESTIVALS ET LES ÉVÉNEMENTS À VOCATION INTERNATIONALE ; L'EXPÉRIENCE NOUS A DÉMONTRÉ QU'IL S'AGIT D'UN INVESTISSEMENT TRÈS RENTABLE. L'ANIMATION URBAINE A BESOIN D'UN COUP DE POUCE, POURQUOI NE PAS CRÉER UN FONDS DE DÉVELOPPEMENT DES GRANDS ÉVÉNEMENTS S'AJOUTANT AUX EFFORTS DÉJÀ CONSENTIS ? EN FAIT, L'IDÉE N'EST PAS NOUVELLE, JE VOUS L'AVAIS PROPOSÉE EN 2003 ...

5. CONCLUSION

EN CONCLUSION, J'AIMERAIS NOUS INVITER À NOUS DONNER UNE CULTURE DE LA QUALITÉ, UN SOUCI DE BIEN FAIRE LES CHOSES. TANT QU'À LES FAIRE, FAISONS LES BIEN !

PRENONS EXEMPLE SUR NOS COLLÈGUES D'ALCAN, DOMTAR, SNC-LAVALIN, HOLT RENFREW QUI ONT CRÉÉ DES PARCS URBAINS POUR EMBELLIR LA VILLE. PRENONS EXEMPLE SUR FASKEN MARTINEAU QUI LÉGUERA UNE ŒUVRE D'ART PUBLIC À LA VILLE À L'OCCASION DE SON 100^{ème} ANNIVERSAIRE, PRENONS EXEMPLE SUR POWER CORPORATION QUI NOUS PERMET D'ADMIRER DE MAGNIFIQUES SCULPTURES CHINOISES DANS CERTAINS LIEUX PUBLICS DE LA VILLE ET QUI A CONTRIBUÉ À LA REVITALISATION DU LAC AUX CASTORS.

AVANT DE TERMINER, MA LISTE DE SOUHAITS POUR 2007 :

- 1) UN PLAN D'AMÉNAGEMENT DÉFINITIF DE L'ÎLOT BALMORAL TENANT COMPTE DE LA NÉCESSITÉ D'ASSURER DE FAÇON PERMANENTE L'IMPLANTATION DES GRANDS FESTIVALS DANS LE QUARTIER DES SPECTACLES ;
- 2) L'ACCÉLÉRATION DE LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN LUMIÈRE POUR LE QUARTIER DES SPECTACLES ET LA POURSUITE DU PROGRAMME DE SIGNALISATION DANS CE QUARTIER ;

- 3) L'ANNONCE DE LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE RÉAMÉNAGEMENT DU VIEUX-PORT ET DE L'AGRANDISSEMENT DU MUSÉE POINTE-À-CALLIÈRE; CECI POURRAIT ÊTRE LE DÉCLENCHEUR DU GRAND PROJET DE LA SOCIÉTÉ DU HAVRE ;
- 4) LE CHOIX D'UN EMPLACEMENT POUR UN CENTRE DE FOIRES DE CALIBRE INTERNATIONAL À MONTRÉAL ;
- 5) UNE DÉCISION FAVORABLE AU LIEN FERROVIAIRE ENTRE L'AÉROPORT TRUDEAU ET LE CENTRE-VILLE.

LA GRANDEUR DE MONTRÉAL NE SERA COMPLÈTE QUE LORSQU'ON AURA COLLECTIVEMENT
EFFACÉ SES « P'TITES MISÈRES » ! QUAND NOUS AURONS ENFIN UNE CULTURE DE LA QUALITÉ
ET CELA VIENT EN AMONT DE N'IMPORTE QUEL PROJET.

MESDAMES ET MESSIEURS, MERCI DE VOTRE ATTENTION.

Dernière version - 30 janvier 2007