

*Diffusion sur autorisation seulement*

**Allocution M. Charles Lapointe – Déjeuner-causerie de la  
Chambre de commerce, 26 mars 2013**

*L'attractivité de Montréal à l'étranger : perspectives et défis*

Merci madame Labelle.

Monsieur le maire de Montréal, Micheal Applebaum;

Chers amis de la table d'honneur;

Madame Suzanne Giguère, sous-ministre à Tourisme Québec;

Distingués invités,

Je remercie la Chambre de commerce du Montréal métropolitain pour son invitation à venir vous parler aujourd'hui sur cette tribune.

\*\*\*

Laissez-moi vous ramener en 1992, il y a 21 ans.

Le 5 février de cette année-là, le **New York Times** publiait l'article *Montreal Journal: The Proud city of Great Events has a Great Fall*. On pouvait y lire :

*“New hotels and office buildings begun in the 1980's struggle with crippling vacancy rates, while St. Catherine Street, heart of the central shopping district, is gap-toothed for a mile or more with stores that have been abandoned or are holding going-out-of-business sales.*

*For shelter from harsh winters and humid summers, many of the city's chic boutiques have moved into modern shopping atriums, but they too are often deserted at the height of the business day.”*

Imaginez, dans ce contexte rempli de défis, la complexité pour Tourisme Montréal de remplir sa fonction de promotion de la destination montréalaise à l'étranger.

Montréal la fière, la ville des grands événements, connaissait une chute spectaculaire.

La récession frappait très durement tous les secteurs, dont celui du tourisme. Plusieurs hôtels, construits une dizaine d'années plus tôt, affichaient un taux de vacances très élevé. Les marchands survivaient à peine, la clientèle locale ayant déserté leurs boutiques, tout comme les touristes qui se faisaient très rares à Montréal.

Le secteur des affaires connaissait aussi des difficultés. Plusieurs immeubles de bureaux avaient un taux d'occupation très bas.

Heureusement, cette récession n'est qu'un souvenir lointain. Une certaine prospérité est revenue. Nos grands équipements touristiques se sont développés. Nous avons investi dans nos institutions muséales et dans nos manifestations culturelles. Le Musée des beaux-arts et Montréal en lumière en sont de beaux exemples.

Tout récemment, l'acteur d'origine canadienne, Dan Aykroyd, faisait l'éloge de Montréal :

*« Anyone who doesn't think Montréal is one of the greatest cities in the world is clearly not from this planet! The people of Quebec are some of Canada's most valuable assets. Their comedy, music, culture and language have universal appeal. »*  
(Octobre 2012)

Que s'est-il donc passé entre 1992 et 2012? Les Montréalais ont été témoins, souvent sans s'en rendre compte, d'une véritable renaissance de leur ville.

Des quartiers entiers se sont transformés ces dernières années. Laissez-moi vous guider dans notre métropole :

- Le Quartier du multimédia;
- **Le Vieux-Montréal** (photo);
- **Le Quartier international** (photo);
- **Le Quartier des spectacles** (photo);
- Centre-ville de Montréal (Quartier du Musée des beaux-arts et Quartier Concordia);

Des investissements de 14 milliards de dollars en immobilier dans les prochaines années ont d'ailleurs été annoncés il y a deux semaines lors de la septième édition du Forum stratégique sur les grands projets organisé par la Chambre de commerce.

**\*\* 80 grues sont actuellement en activité à Montréal \*\***

- Il y a aussi Griffintown, Les shop Angus, la carrière Miron, etc.

Bref, au fil des ans, Montréal se développe et s'embellit. Elle devient plus belle et plus attirante pour les touristes.

Heureusement qu'il y a des étrangers pour mettre Montréal en évidence. Parce que si vous demandez à un Montréalais ses impressions sur sa ville, je parie qu'il déplorera le mauvais état des rues et des infrastructures. Il pestera contre les travaux qui ne semblent pas avoir de fin ou il vous parlera de **l'échangeur Turcot** qui cause bien des angoisses. Les Montréalais n'apprécient pas l'incessant Festival du cône orange, qui perturbe la circulation automobile.

Quand les chaînes de télévision du monde montrent des images des manifestations étudiantes, la réputation de Montréal, ville sécuritaire et festive, en prend un coup.

Quand les médias de Montréal rapportent les allégations de corruption et de collusion étalées au grand jour par la

Commission Charbonneau, Montréal en ressort avec un œil au beurre noir aux yeux des Montréalais.

Bref, si vous leur demandez leur avis, les Montréalais risquent d'exprimer une vision quelque peu sombre et négative de Montréal.

Comment dit-on déjà? Quand on se regarde...

Et pourtant, vu de l'extérieur, Montréal a un côté « givré », si vous me permettez cette expression.

Lorsque je voyage à l'extérieur du Québec, j'entends de très nombreux commentaires positifs et élogieux sur Montréal :

Montréal, ville festive : nous sommes sur le party à l'année avec tous nos festivals;

Montréal, ville de gastronomie;

Montréal, ville de créativité, de culture et d'histoire;

Montréal, ville la plus originale d'Amérique, la plus stimulante;

Montréal, ville sécuritaire.

PAUSE

Chez Tourisme Montréal, nous avons recensé des centaines de mentions sur Montréal dans toutes sortes de **palmarès**, guides touristiques, blogues et autres publications. Je vous en présente quelques-unes :

- World's best shopping cities (the Star.com)
- Top spots to explore by bike (Chicago Tribune)
- Montreal named Top Association Host (Meetings focus)
- 20 awesome winter foodie destinations (Zagat)
- Montréal, parmi les 10 villes les plus aimées au monde (CNNgo)
- Une des 10 villes du monde à visiter en 2013 (Lonely Planet)

Et puis, nous avons récolté d'autres honneurs que nous n'attendions même pas :

- Le sandwich Wilensky's Special parmi les 10 meilleurs sandwichs au monde (Travel + Leisure)
- Montréal parmi les 10 meilleures villes pour boire une bière (Readers Digest)
- Top 10 gay wedding destinations (Ottawa Citizen)

Comment dit-on cela encore : quand on se compare...

Quand on se compare, on a de quoi être très fiers de Montréal!

PAUSE

Montréal, pour les touristes, c'est une ville qui a de la personnalité. Ils trouvent à Montréal un alliage subtil entre histoire, géographie, urbanisme et architecture. Vous avez sans doute déjà entendu cela : Montréal est une ville au cachet européen en Amérique du Nord.

**À Tourisme Montréal, notre mission consiste entre autres à :**

- **Accroître l'attractivité de Montréal;**
- **Développer sa compétitivité;**
- **Et stimuler les investissements dans notre produit touristique.**

Cette mission nous aide à matérialiser **notre vision : celle de faire de Montréal la meilleure destination urbaine, quatre saisons, où l'on pourra vivre, le temps d'une fête, des expériences uniques au monde.**

Nous réunissons et mobilisons aussi tout un secteur dans un effort concerté de promotion et d'accueil pour la destination Montréal sur les marchés du voyage d'agrément et du voyage d'affaires. Nous créons des occasions d'affaires pour nos membres et des **retombées économiques** pour la région.

Au cours des dernières années, les membres de l'industrie touristique ont fait de grands efforts pour rendre notre ville encore plus attrayante :

**2 milliards de dollars ont été investis dans l'hébergement et la restauration.**

L'offre au niveau de ces services s'est ainsi considérablement améliorée et elle continue de s'enrichir jour après jour.

Pour atteindre notre plein potentiel en tant que destination, il nous faut maintenant développer certains **services essentiels**

**pour les gens d'affaires et les touristes, comme une gare maritime moderne, un lien rapide entre l'aéroport et le centre-ville et un centre de foire.**

Il nous faut aussi des **projets distinctifs**, des projets « wow » qui vont attirer les touristes, qui vont renforcer le positionnement de Montréal et nous distinguer des villes qui sont nos concurrentes.

Nous en avons un bel exemple avec l'ouverture du tout nouveau et spectaculaire **Planétarium** la semaine prochaine.

Il y a également une longue liste de projets dans nos cartons : **L'Espace pour la vie, l'Oratoire Saint-Joseph, le Quartier Bonaventure et la Promenade Smith** en sont quelques exemples. Nous pouvons aussi penser à des événements novateurs comme Montréal complètement cirque, les Mosaïcultures internationales, C2MTL et Montréal en histoire.

Ce midi, il y a quatre projets d'envergure sur lesquels j'aimerais insister et réfléchir avec vous.

PAUSE

### Le pont Champlain

Je commence en vous parlant du pont Champlain.



Vous voyez à l'écran quelques ouvrages qui se démarquent d'ailleurs à cet égard à travers le monde :

*Projection à l'écran du Golden Gate Bridge de San Francisco;*

*Du Viaduc de Millau de la Vallée du Tarn en France,*

*Et du Sixth Street bridge de Milwaukee.*

Pourquoi ne ferions-nous pas la même chose?

À Montréal, nous avons une occasion extraordinaire. Une chance unique qui ne se présentera pas avant longtemps. Je nous encourage à la saisir afin d'éviter de faire de notre nouveau pont un « non-pont » que nous contemplerons en disant : quand on se regarde, on se désole.

PAUSE

### 375<sup>e</sup> anniversaire de Montréal

Une autre opportunité qui s'offre à nous est le 375<sup>e</sup> anniversaire de la fondation de Montréal, en 2017. Quel beau prétexte pour inviter des touristes à venir célébrer notre ville et son histoire!

Des consultations ont eu lieu et il s'en est dégagé quatre grandes orientations. On a décidé de célébrer l'identité de Montréal à travers :

- Son histoire et son patrimoine;
- Ses espaces;
- Ses gens;
- Sa présence et son rayonnement.

Des Montréalais et Montréalaises de talent travaillent en ce moment à définir la programmation du 375<sup>e</sup>.

Déjà, de grands projets ont été identifiés, que ce soit la promenade autour de l'Île-Ste-Hélène, la réfection de la Place des nations ou le parcours culturel au Parc Jean-Drapeau.

Chez Tourisme Montréal, nous œuvrons à attirer des événements, des congrès et des réunions d'affaires pour cette grande occasion.

PAUSE

### Agrandissement du Palais des congrès

Parlant de congrès et de réunions d'affaires, saviez-vous que : **Montréal est la première destination en Amérique du Nord pour l'accueil d'événements associatifs internationaux?** Montréal est également la ville qui compte le plus grand nombre d'associations internationales gouvernementales et non gouvernementales au Canada. Nous en comptons 64.

On a de quoi être fiers, quand on se compare.

Ce résultat, on le doit à la collaboration entre les équipes de démarcheurs du Palais des congrès et de Tourisme Montréal.

**En 2011-2012, nous avons accueilli 221 congrès et réunions au Palais des congrès** et cela, sans compter tous les autres événements d'affaires qui ont eu lieu dans les hôtels de la métropole.

L'avenir s'annonce très prometteur dans le secteur du tourisme d'affaires pour les prochaines années. Déjà, pour 2013, plusieurs événements d'envergure sont attendus à Montréal :

- Congrès annuel de l'AIHA dans le domaine de l'hygiène industrielle (4000 délégués) en mai;
- Congrès international sur l'épilepsie (4500 délégués) en juin;
- Congrès mondial du Parkinson (3600 délégués) en octobre.

Notre Palais des congrès est grand. Mais bientôt, il sera trop petit. Selon les prévisions, le carnet de commandes du Palais sera saturé en 2015-2016. Quel beau défi en perspective!

À cet effet, j'aimerais saluer la décision du Gouvernement du Québec de mettre en réserve des terrains à proximité (du côté nord et du côté est) du Palais des congrès.

Maintenant, quelle est l'opportunité qui s'offre à nous? L'opportunité, c'est le nouveau CHUM qui est en construction, juste à l'est, dans le Quartier de la santé. À mon avis, la

construction du nouveau CHUM nous donnera des occasions pour attirer des événements d'envergure, notamment dans les secteurs pharmaceutiques et de la santé. D'ailleurs, chaque année, 33 % des congrès que le Palais accueille sont issus du domaine de la santé.

Alors il faut saisir cette occasion afin que le Palais puisse répondre aux besoins en salles d'exposition et de réunions et combler le manque actuel pour un centre de foires.

## PAUSE

### Cité d'archéologie et d'histoire Pointe-à-Callière

*(Projeter, mais ne pas lire : « Montréal a une riche histoire et un présent formidable. » Jacob Tierny, cinéaste)*

Montréal est une ville riche d'une histoire marquée par la présence de deux communautés aux langues différentes : la communauté francophone et la communauté anglophone. Pour les touristes intéressés par l'histoire, Montréal offre des attraits particuliers.

L'un de ces attraits est le musée Pointe-à-Callière, où notre histoire est mise en vedette. Rappelons qu'il s'agit du seul musée d'archéologie au Canada.

La Cité d'archéologie et d'histoire Pointe-à-Callière est un projet qui donnera naissance à cinq nouveaux lieux touristiques.

Inauguré récemment, le premier lieu, la Maison-des-Marins, est érigé près de l'Ancienne douane de Ville-Marie. L'édifice présentera de grandes expositions. Au terme des travaux, les touristes pourront également découvrir les vestiges du fort Ville-Marie, ceux du marché Sainte-Anne et du Parlement du Canada-Uni, et l'égout collecteur William.

## PAUSE

Il y a encore plusieurs autres projets à réaliser : terminer la portion est du Quartier des spectacles, agrandir le **Musée d'art contemporain**, remplacer le toit du **Stade Olympique**, amorcer le Quartier de l'innovation autour de l'ÉTS et développer le Vieux-Port (Silo no. 5, Hangar 16, etc.).

Chacun de ces projets rend Montréal plus belle et plus attirante pour les touristes. Chaque projet rend aussi notre ville plus concurrentielle.

## PAUSE

C'est le rôle de **Tourisme Montréal** de faire la promotion de notre ville et de ses attraits. À ce chapitre, notre organisation est d'ailleurs reconnue comme l'un des offices de tourisme les plus performants et les plus innovateurs dans le monde. L'un des premiers à avoir effectué un virage vers le Web et les médias sociaux, l'un des plus dynamiques auprès des influenceurs locaux.

Notre stratégie est axée sur les centres d'intérêt des clientèles cibles (ou créneaux).

Par exemple, Montréal s'est taillé une place de choix parmi les grandes destinations gastronomiques. Nous avons donc mis en place plusieurs tactiques pour accroître le rayonnement du Montréal gourmand.

Nous avons réalisé avec grand succès, au mois de novembre dernier, avec la première édition de **MTL à TABLE**. Ce happening gastronomique de 10 jours propose aux touristes et aux Montréalais des menus spéciaux à prix d'ami. Nous mettons en vedette nos grands chefs et nos produits locaux. Voilà une excellente façon de positionner Montréal comme une destination gastronomique de classe mondiale!

Il y a un autre créneau important : celui du tourisme **LGBT**, ou tourisme gai. Tourisme Montréal a été un pionnier dans le lancement de campagnes dédiées aux consommateurs LGBT qui représente un marché particulièrement lucratif.

Le créneau **mode, shopping et beauté** est aussi très prometteur. Nous travaillons à positionner Montréal comme capitale de la mode en mettant de l'avant l'exclusivité des produits d'ici et la créativité de nos designers.

Montréal jouit d'une réputation enviable pour son *nightlife* et pour ses festivals; nous en comptons 108.

La métropole est aussi reconnue pour ses événements sportifs (comme Grand Prix de Formule 1 et la Coupe Rogers). Notre but est d'ailleurs d'attirer encore plus de manifestations sportives à Montréal. Les 560 kilomètres de pistes cyclables de notre ville font aussi l'envie de plusieurs.

Nous organisons des visites pour les journalistes du monde entier. En 2012, Tourisme Montréal a reçu la visite de plus de 550 journalistes; la couverture accordée par les grands médias (PBS, New York Times, BBC, New York Post, etc.) s'est accrue par rapport à 2010 et 2011.

En fin de compte, toutes les activités de Tourisme Montréal produisent des retombées économiques pour Montréal et sa région. L'année dernière, nous avons accueilli :

- **8 millions de touristes;**
- **Dont 44 % venaient de l'étranger** (*56 % provenaient du Québec, 21 % du reste du Canada et 23 % des États-Unis ou d'ailleurs dans le monde*);
- **2,3 G\$ ont été injectés dans l'économie montréalaise;**
- **L'industrie touristique montréalaise soutient 45 000 emplois;**
- **Le tourisme est le quatrième secteur en importance de l'économie montréalaise;**

Bref, Tourisme Montréal, c'est beaucoup plus que la simple publication de brochures ou de cartes touristiques.

## PAUSE

### L'identité montréalaise

En terminant, j'aimerais vous parler de ma vision de Montréal.

Montréal est fort différente des autres villes du Canada; il ne faut pas l'oublier. Le visiteur, qui séjourne à Montréal, tombe sous le charme de notre ville pour sa personnalité et pour son identité. Cette identité est bien illustrée dans le drapeau de la Ville de Montréal (*projeté à l'écran*).

En haut, à gauche, la fleur de lys représente le peuple français qui, le premier, a pris possession du sol montréalais.

La rose, en haut et à droite, symbolise la Couronne anglaise. Le chardon, en bas et à gauche, représente l'élément d'origine écossaise de la population.

Enfin, le trèfle rappelle la présence de la communauté d'origine irlandaise qui s'est établie sur le sol montréalais.

Alors, je ne fais pas trop d'urticaire lorsque j'entends parler anglais à Montréal. Et je me déssole de voir ces querelles un peu vides de sens autour de quelques mots en anglais sur la porte des toilettes d'un restaurant, ou d'un mot en italien sur le menu d'un autre restaurant. Ces chamailleries ridicules donnent une image troublante de Montréal à l'étranger. Protéger la langue française, j'en suis et nous en sommes tous. Mais pouvons-nous



cesser ces querelles linguistiques futiles et farfelues et apprendre à collaborer dans l'intérêt du développement de notre métropole?

Jocelyn Létourneau, historien et professeur à l'Université Laval, a bien saisi l'identité de Montréal.

*« Montréal, écrit-il, est un laboratoire de l'interculturalité. Lieu de passages identitaires, elle n'est pas un lieu où les cultures se perdent, mais où elles se contaminent, se métissent, s'échangent, se frôlent, s'affrontent avec des emprunts et des transferts. (...) C'est ainsi que la « montréalité », sorte d'identité métropolitaine aux expressions pluriethniques et aux résonances cosmopolites, infiltre tout le tissu social de la grande ville. »*

Le meilleur outil que nous ayons pour assurer cette interculturalité, c'est certainement le **Conseil des arts de Montréal**. Je remercie la Ville de Montréal de son support envers le conseil, dont je suis heureux d'assurer la présidence.

PAUSE

Montréal est aussi une ville de toutes les proximités. Montréal est en lien avec l'Europe, mais à un jet de pierre seulement de New York et de l'Amérique. Montréal est à la fois francophone, anglophone et cosmopolite. La présence de deux grandes cultures et le caractère métissé de Montréal lui confèrent une richesse culturelle qui contribue à son internationalisation.

Montréal, la créative;  
Montréal, ville UNESCO de design;  
Montréal, ville de gastronomie;  
Montréal, ville festive;  
Montréal, capitale de la mode au Canada.

Quand je regarde tous ces titres et que je me compare, je me dis que nous avons de quoi être fiers de Montréal et de ce que nous sommes.

Je vous laisse sur quelques phrases de Régine Robin, Montréalaise d'adoption, écrivaine, historienne et sociologue. Dans son essai *Nous autres, les autres*, elle écrit :

*« Pourtant, Montréal, la ville métissée, polyphonique, cacophonique, donne l'exemple. Montréalissime, comme du temps de villes-états, du temps de Venise, la sérénissime. »*

De l'ambition et de la fierté, bon dieu. Voilà ce dont nous avons besoin!

Je vous remercie.

FIN