



## LE TOURISME À MONTRÉAL

Mardi 10 décembre 2019

Pierre Bellerose

# Voir grand pour Montréal

Objectifs et orientations  
stratégiques

Plan 2018-2022

TOURISME /  
MONTREAL



# 100 ANS TOURISME / MONTREAL

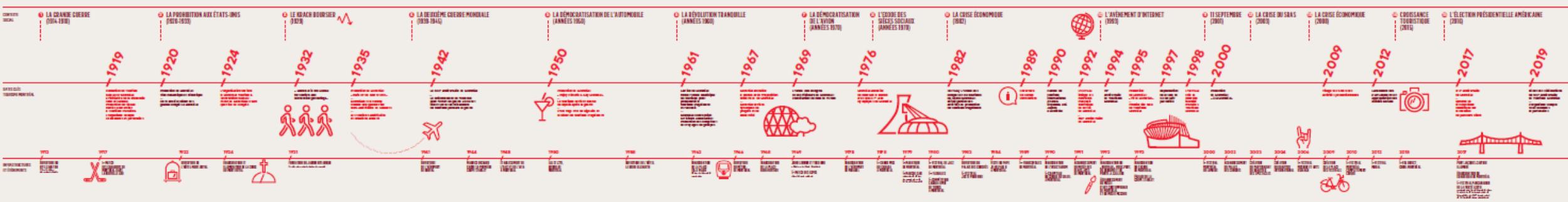
CÉLÉBRATION DU 100<sup>E</sup> DE TOURISME MONTRÉAL

Montréal:  
Paris du  
Nouveau Monde  
/ 1910-1950

Montréal:  
Ville historique  
et festive  
/ 1950-1960

Montréal:  
Métropole moderne  
et internationale  
/ 1960-1980

Montréal:  
Ville  
culturelle  
/ 1980-aujourd'hui



# Un niveau record de touristes : 11 millions en 2017

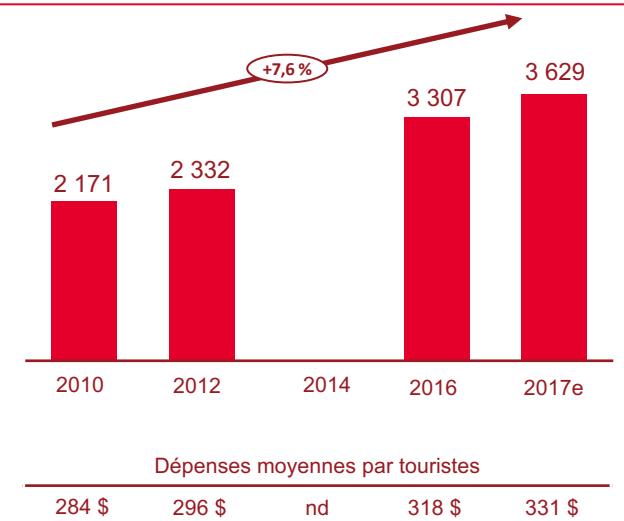
Une croissance du nombre de touristes de plus de 5% par année, et une croissance encore plus élevée des dépenses (plus de 7% par année).

Des dépenses moyennes des touristes à Montréal qui augmentent avec le temps.

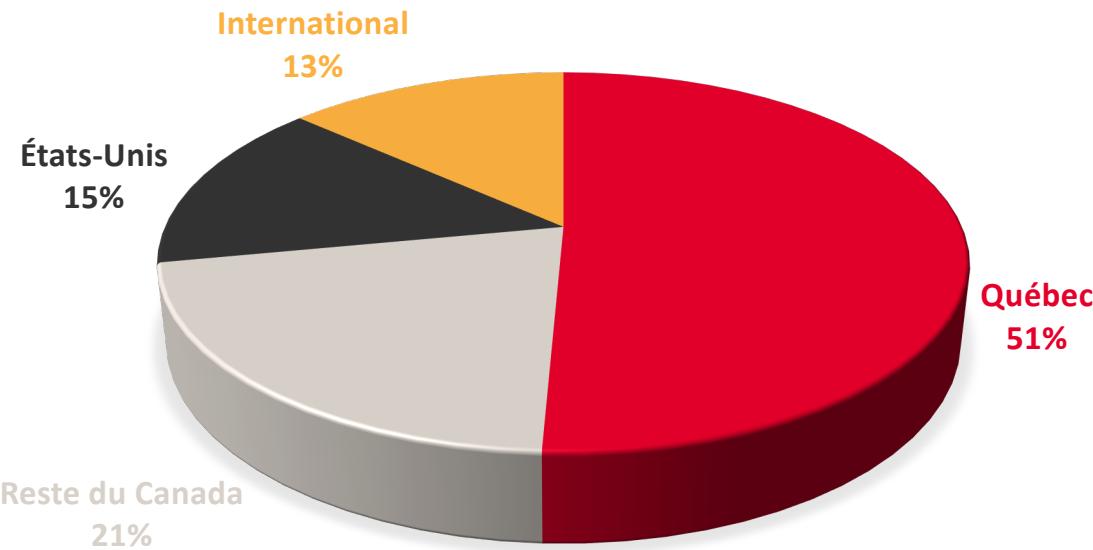


Source : Cities, Conference Board, Analyse KPMG

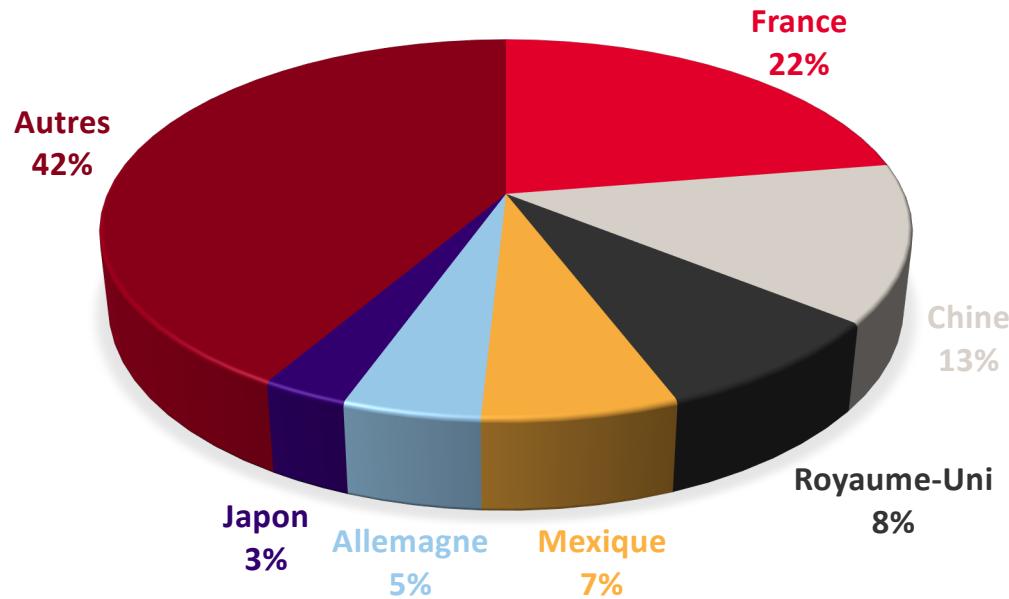
**Évolution des dépenses totales des touristes à Montréal  
2010-2017e, en millions de dollars**



# Provenance des touristes à Montréal



# Provenance des touristes d'outre-mer à Montréal



Habitudes de séjour

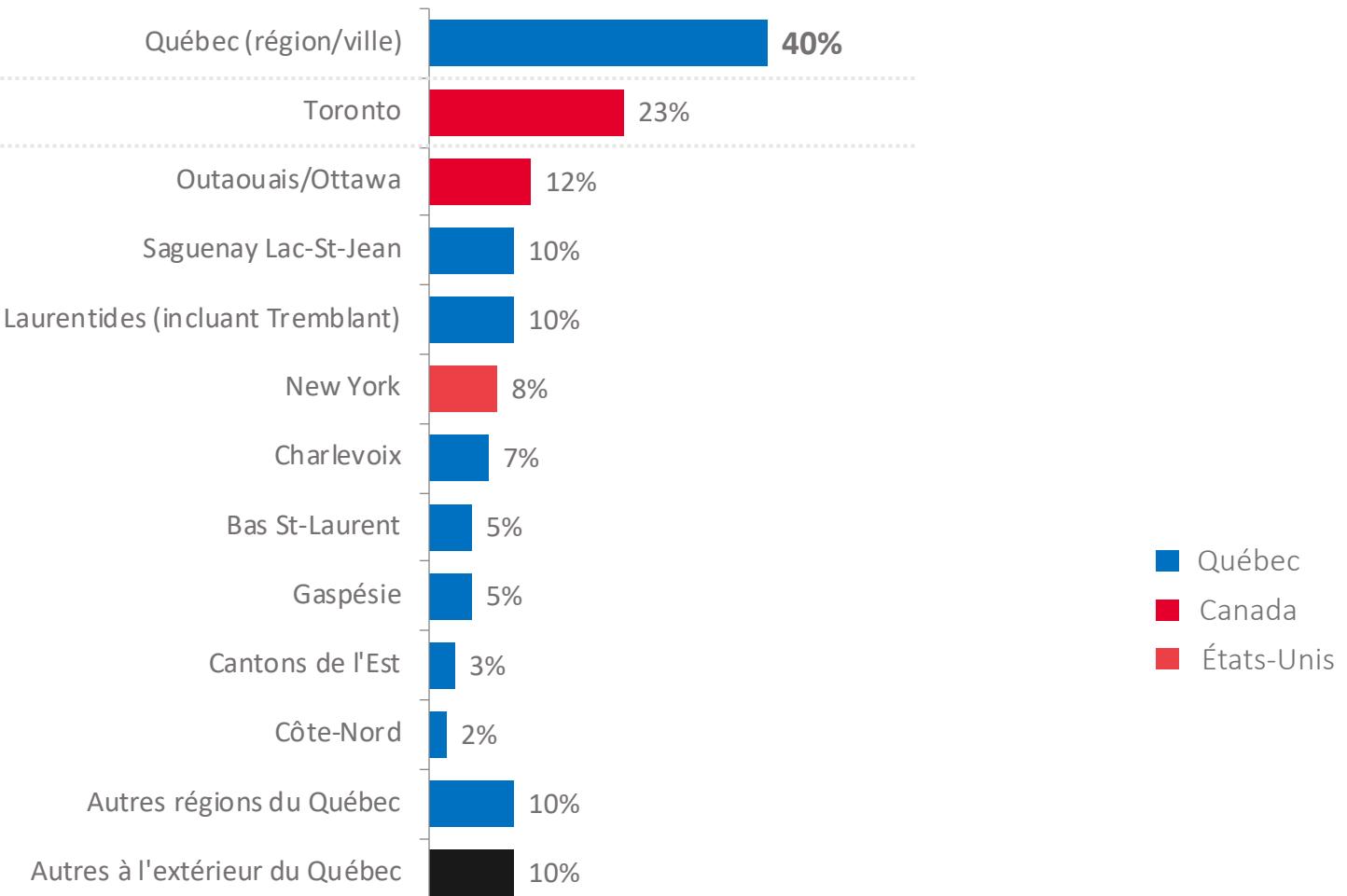
# Autres endroits visités lors du séjour

**50%**

53% en 2013

Ont découvert  
d'autres coins  
de pays durant  
leur séjour

Touristes  
d'agrément



\* Seulement les mentions de 2% et plus

Q24a. Quelle(s) autre(s) région(s) du Québec ou autre(s) endroit(s) avez-vous visité durant votre séjour ?

Échantillon total = 1025

# **Tendances et évolution du rôle des offices de tourisme**

# Un virage dans le rôle des offices de tourisme s'observe dans plusieurs destinations

UNE ÉVOLUTION VERS UN RÔLE PLUS PROACTIF, PLUS STRATÉGIQUE  
DANS LA GESTION DE LA DESTINATION ET DE L'EXPÉRIENCE DES VISITEURS



CETTE TRANSFORMATION A UN IMPACT SUR LA MISSION,  
LES RÔLES ET LA GOUVERNANCE DES OFFICES DE TOURISME

# Mission, vision et objectifs pour les cinq prochaines années

# UNE MISSION QUI ÉVOLUE

## Mission

Tourisme Montréal, fédérateur de l'écosystème touristique, œuvre à développer et faire rayonner Montréal comme destination qui se distingue par les expériences uniques et authentiques qu'elle offre à ses visiteurs, afin de maximiser les retombées économiques.



EXPÉRIENCES  
UNIQUES

# UNE VISION AMBITIEUSE POUR LA DESTINATION

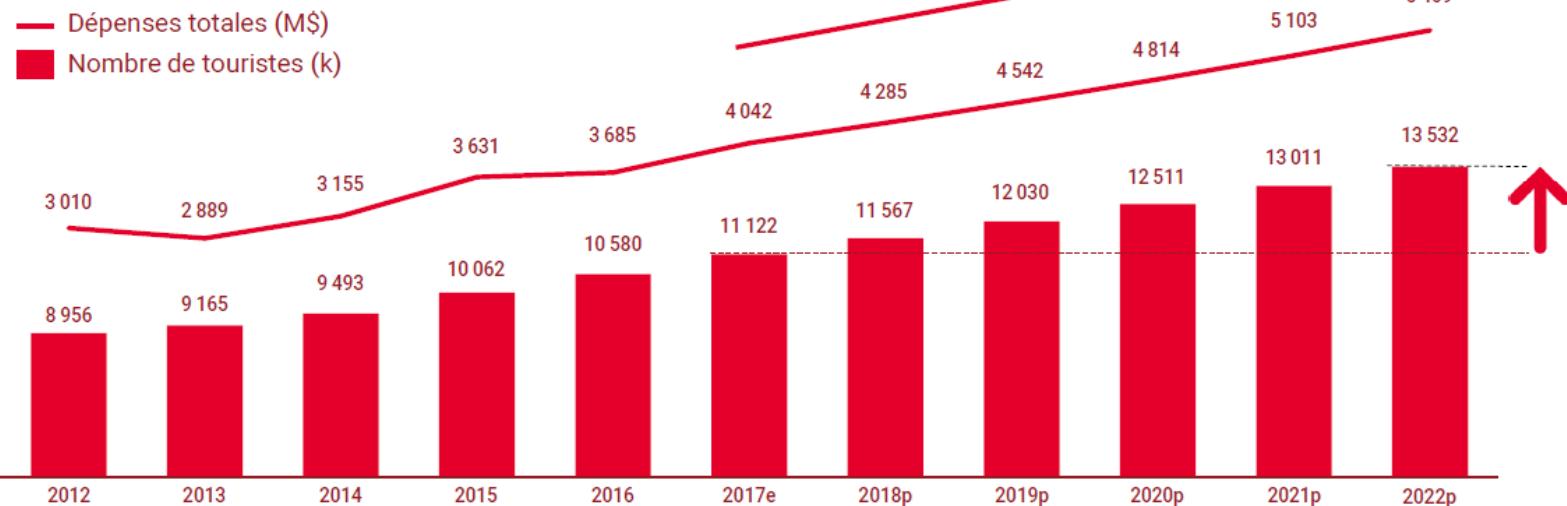
## Vision

Montréal se classe parmi les destinations urbaines les plus attractives en Amérique du Nord et est reconnue mondialement pour son ouverture, sa vivacité et sa créativité.



# Des objectifs ambitieux : une croissance soutenue du nombre de touristes et de leurs dépenses

## ÉVOLUTION DU NOMBRE DE TOURISTES À MONTRÉAL ET DES DÉPENSES TOTALES 2012 à 2022



+ 6 %  
croissance annuelle



+ 2 M  
touristes



SOURCE : PRÉVISIONS/ESTIMATION CONFERENCE BOARD ET TOURISME MONTRÉAL

# Les priorités et grandes orientations de Tourisme Montréal

# Des touristes aux Montréalais

## QUATRE GRANDES ORIENTATIONS POUR LES 5 PROCHAINES ANNÉES

