



LE TOURISME À MONTRÉAL

Mardi 10 décembre 2019

Pierre Bellerose

**TOURISME /
MONTREAL**

Voir grand pour Montréal

Objectifs et orientations
stratégiques

Plan 2018-2022

TOURISME /
MONTRÉAL



CÉLÉBRATION DU 100^E DE TOURISME MONTRÉAL

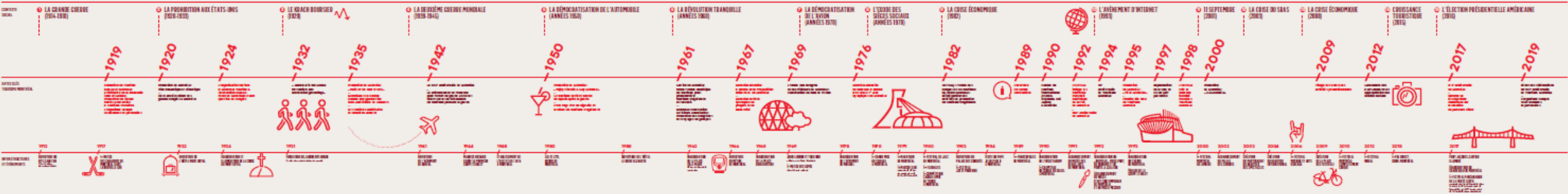
100 ANS
TOURISME /
MONTREAL

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

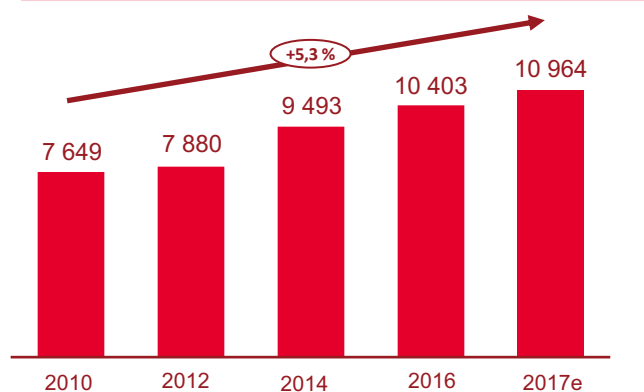


Un niveau record de touristes : 11 millions en 2017

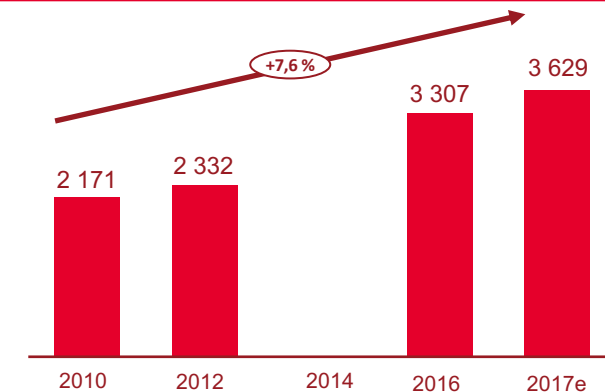
Une croissance du nombre de touristes de plus de 5% par année, et une croissance encore plus élevée des dépenses (plus de 7% par année).

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

Évolution du volume total de touristes à
Montréal
2010-2017e, en milliers de touristes



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

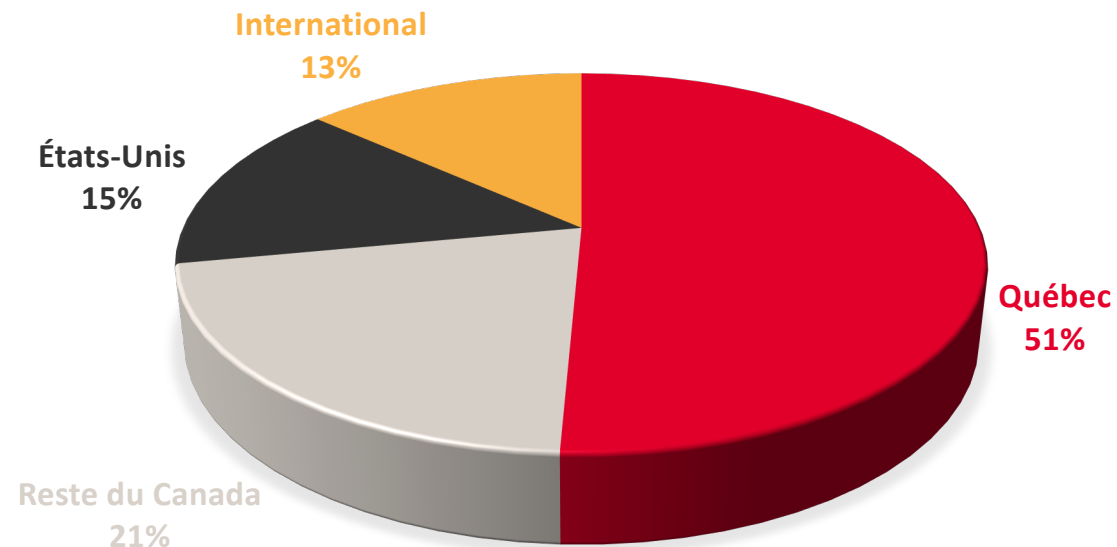


Dépenses moyennes par touristes

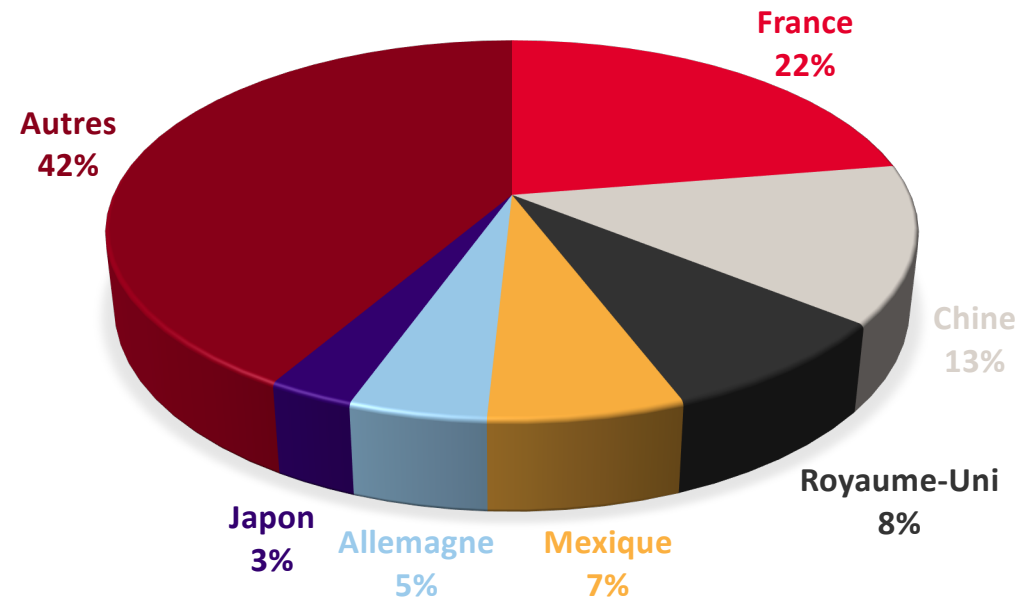
284 \$	296 \$	nd	318 \$	331 \$
--------	--------	----	--------	--------

Source : Citius, Conference Board, Analyse KPMG

Provenance des touristes à Montréal



Provenance des touristes d'outre-mer à Montréal

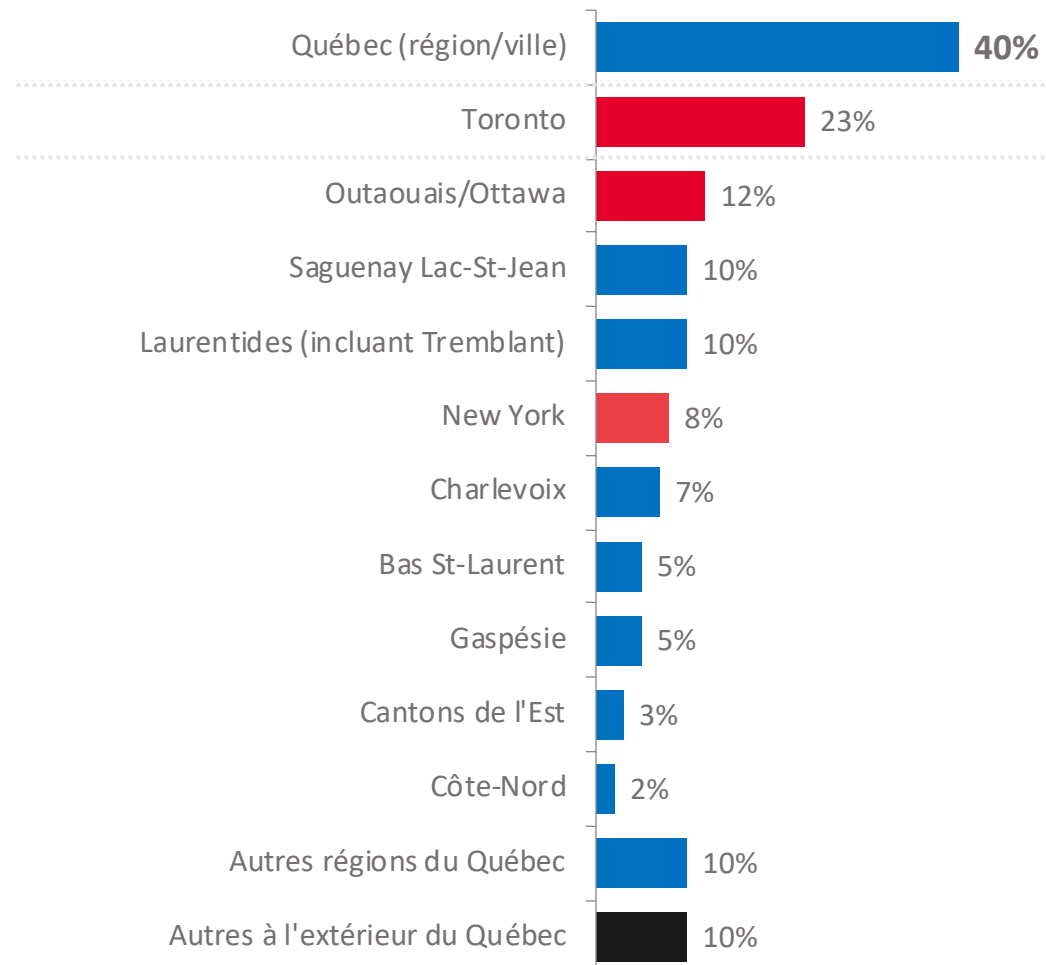


Autres endroits visités lors du séjour

50%

↑ 53% en 2013

Ont découvert
d'autres coins
de pays durant
leur séjour



■ Québec
■ Canada
■ États-Unis

* 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 : n=2 025

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

Offices de tourisme

Organisme de promotion et de commercialisation de la destination



OMGDD

Organisme de **M**arketing, de **G**estion et de **D**éveloppement de la **D**estination

RÔLES

MISSION

KPI ET GOUVERNANCE

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

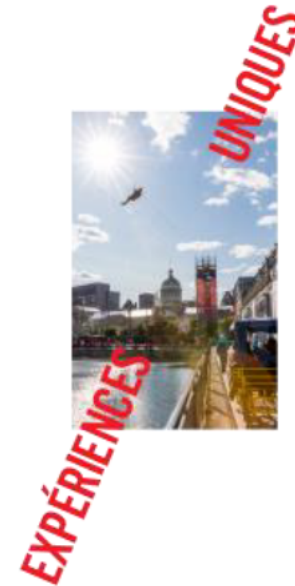
Mission, vision et objectifs pour les cinq prochaines années

UNE MISSION QUI EVOLUE

TOURISME /
MONTREAL

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.



UNE VISION AMBITIEUSE POUR LA DESTINATION

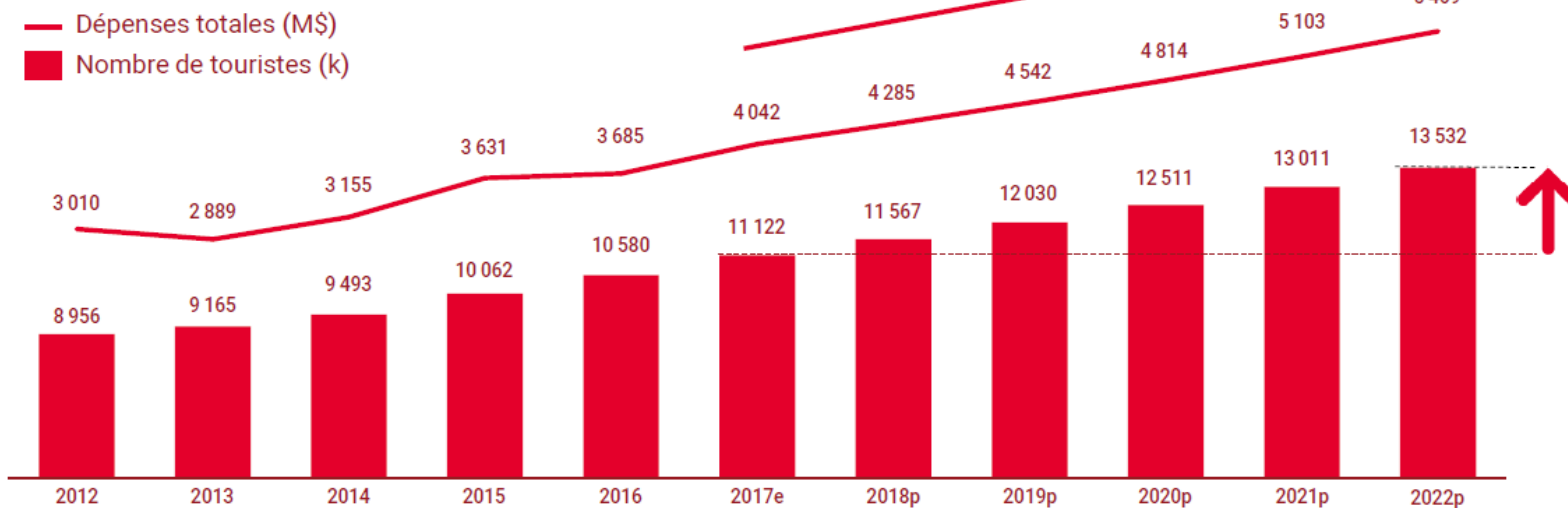
Vision

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



SOURCE : PRÉVISIONS/ESTIMATION CONFERENCE BOARD ET TOURISME MONTRÉAL

+ 6 %
croissance
annuelle



+ 2 M
touristes



Les priorités et grandes orientations de Tourisme Montréal

Des touristes aux Montréalais

QUATRE GRANDES ORIENTATIONS POUR LES 5 PROCHAINES ANNÉES

